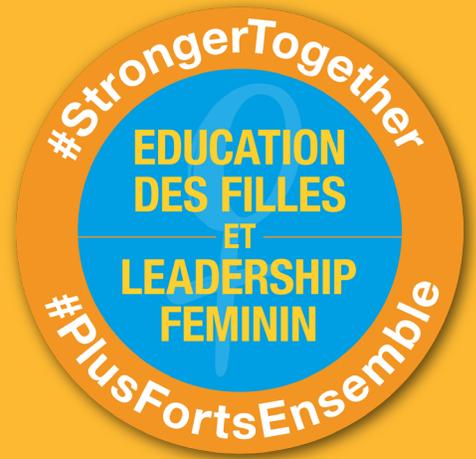


# Campagne **Stronger Together**

Juin - Décembre 2021





# Contexte

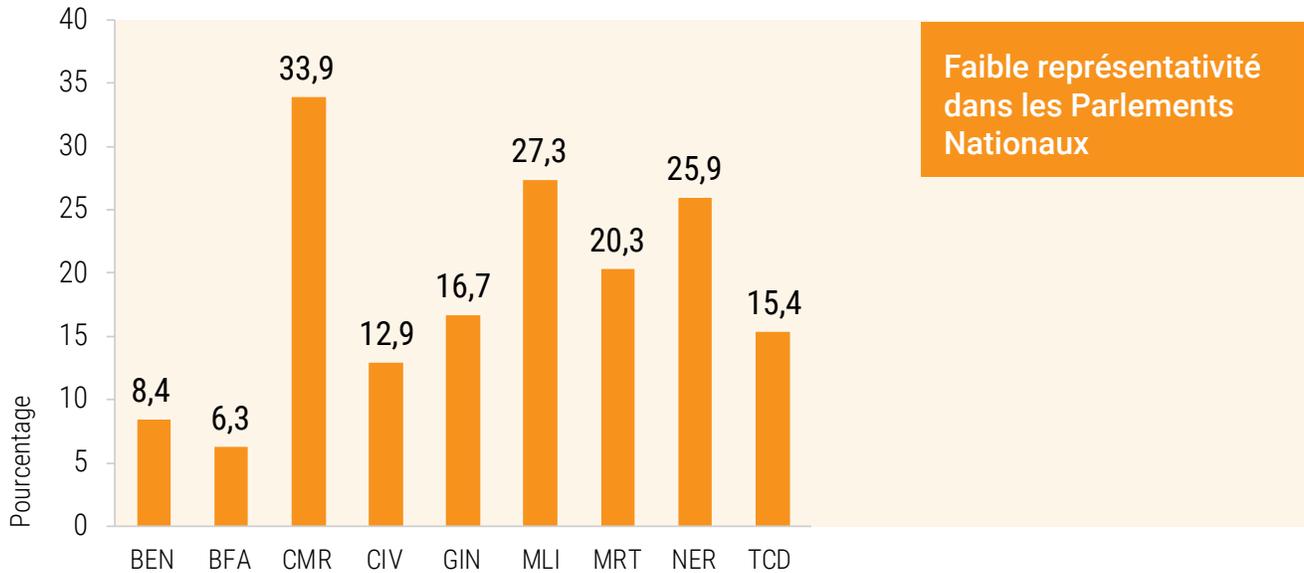


- Une extrême vulnérabilité des femmes et des filles: mariage set grossesses précoces, faible utilisation des services de santé, SR/PF, **faible scolarisation**, violences basées sur le genre( VBG), pauvreté
- Situation aggravée par la pandémie de la Covid-19:  
**4 bénéficiaires sur 5 privés d'interventions de support économique**  
(formation professionnelle, crédit, subvention d'actif productif)
- **Les adolescentes, groupe vulnérable, fortement impactées :**  
abandons scolaires, VBG, mariages et grossesses précoces, dégradation des conditions de vie.
- **+15 millions d'emplois rendus vulnérables**  
( 95% de femmes du Sahel travaillent dans le secteur informel)

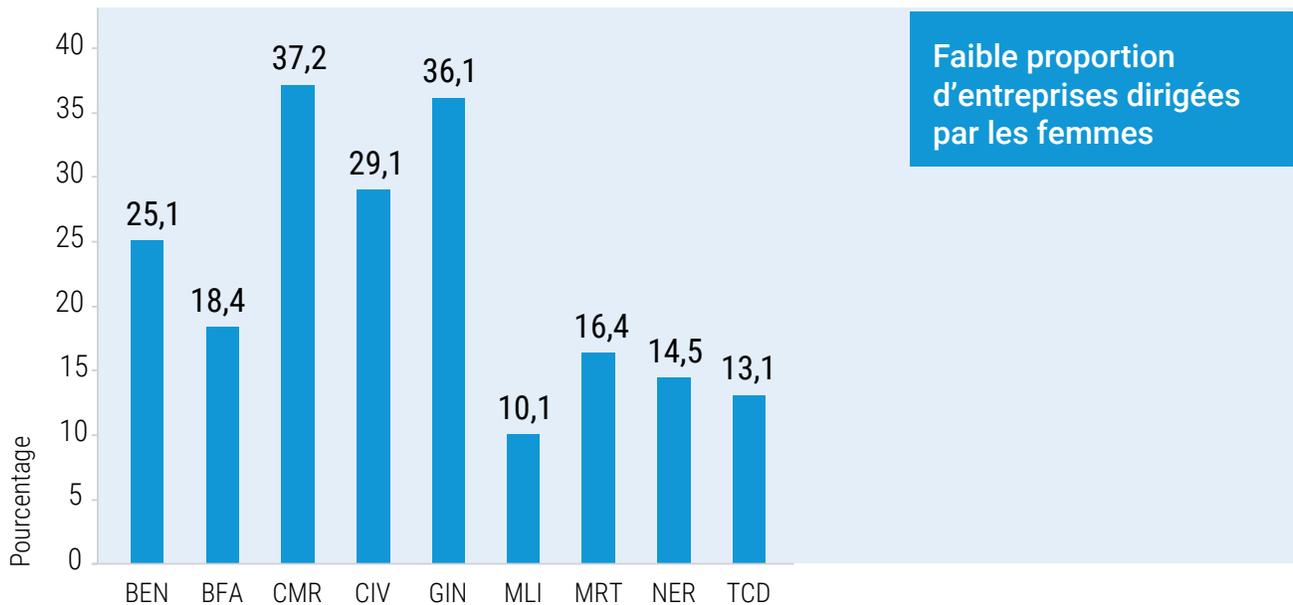
# Le Leadership Féminin

## reste un défi dans les Pays Swedd

### Pourcentage de femmes parlementaires



### Pourcentage d'entreprises dirigées par des femmes



# Campagne Stronger Together 2021

## Objectif

Atténuer l'impact socio-économique de la COVID-19 sur les femmes et les jeunes filles au Sahel et consolider les acquis du projet SWEDD

## Thème global

Education des filles et leadership féminin

## Durée de la campagne

6 mois (de juin à décembre 2021)

## Caractéristiques

- Une campagne mise en œuvre par les **neuf (9) pays** du projet SWEDD (**Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Guinée, Mali, Mauritanie, Niger et Tchad**), avec l'appui du Secrétariat Technique régional du projet.
- Une campagne axée sur la sensibilisation, le plaidoyer et le renforcement de capacités des cibles du projet SWEDD.
- Une campagne qui mobilise **Une multitude d'intervenants: autorités publiques, élu(e)s, société civile, leaders traditionnels et religieux, communicateurs traditionnels, journalistes, jeunes et artistes au niveau national et régional.**

Une campagne soutenue par plusieurs partenaires : les gouvernements des pays SWEDD, la Banque mondiale, l'UNFPA, Union Africaine, l'Organisation Ouest Africaine de la Santé (OOAS), l'Agence Française de Développement (AFD) et d'autres partenaire de mise en oeuvre .



# Population Cible



- **La cible primaire**

Les adolescentes âgées de 10 à 19 ans scolarisées et non scolarisées.



- **La cible secondaire:**

Les jeunes femmes de 19 à 24 ans et plus, les parents, les époux, les jeunes garçons, les leaders religieux et traditionnels, les autorités locales, les membres des institutions et associations travaillant avec les jeunes filles et les femmes, les journalistes et animateurs communautaires, les célébrités, etc.



- **La cible tertiaire:**

Les chefs d'entreprise, les responsables des associations des femmes et des jeunes, des microfinances, des banques et des ministères, des organisations non gouvernementales et internationales, les autorités politiques et administratives, etc.

# Stratégies et activités

	STRATÉGIES	ACTIVITÉS
	<b>Plaidoyer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recueil et diffusion des témoignages des femmes modèles ;</li> <li>• Production et diffusion des chansons des célébrités ;</li> </ul>
	<b>Sensibilisation et mobilisation communautaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Production et diffusion des messages et supports via les radios locales et communautaires, les chaînes de télévision nationales, régionales et internationales ainsi que sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube);</li> <li>• Diffusion d'émissions télévisées, sur les chaînes de télévision nationales, régionales et internationales</li> </ul>
	<b>Renforcement des capacités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilisation communautaire et dons de kits;</li> <li>• Formation des acteurs de la campagne sur la CCSC</li> </ul>
	<b>Suivi et évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élaboration des outils de suivi et évaluation</li> <li>• Collecte de données de mise en œuvre de la campagne.</li> </ul>

# Messages Clés de la Campagne

Education  
des filles et  
leadership  
féminin



La réussite d'une fille  
bénéficie à toute la nation.  
Soutenons le maintien  
des filles à l'école au  
moins jusqu'à la fin du  
secondaire.



Une fille diplômée  
de l'enseignement  
professionnel est  
un atout pour le  
développement.  
Investissons en elle !



# Accès à la formation, à l'emploi, aux opportunités économiques et aux instances de prise de décisions



Une femme autonome  
est le gage d'une famille  
épanouie et d'une  
communauté stable.  
Je soutiens cela !



Donner la parole aux filles et  
aux femmes, faire entendre  
leurs voix, encourager leur  
leadership et participation  
aux prises de décision.  
Je m'y engage !



# Accès aux services de santé sexuelle et reproductive et à l'hygiène menstruelle



Je suis élève. Mon rêve est de terminer mes études et décrocher un bon boulot. Je m'informe sur les moyens d'éviter une grossesse précoce.

**#StrongerTogether**  
EDUCATION DES FILLES ET LEADERSHIP FEMININ  
**#PlusFortsEnsemble**









Les gars, les gos et nous avons le même rêve de devenir leaders. Une grossesse précoce peut limiter leurs ambitions. Soutenons-les à éviter les grossesses précoces.

**#StrongerTogether**  
EDUCATION DES FILLES ET LEADERSHIP FEMININ  
**#PlusFortsEnsemble**









Je me protège, protège ma famille et ma communauté. Je me rends au centre de santé pour les services de santé reproductive et pour la vaccination contre la COVID-19. Allons-y !

**#StrongerTogether**  
EDUCATION DES FILLES ET LEADERSHIP FEMININ  
**#PlusFortsEnsemble**







# Lutte contre les violences basées sur le genre et les pratiques néfastes



Non aux violences basées sur le genre.  
Oui au respect des droits des filles et des femmes !

#StrongerTogether  
EDUCATION DES FILLES ET LEADERSHIP FEMININ  
#PlusFortsEnsemble



J'ai refusé de donner ma fille en mariage avant ses 18 ans. Elle a fini ses études et trouvé un emploi décent. Aujourd'hui, elle est autonome, en bonne santé et heureuse.

#StrongerTogether  
EDUCATION DES FILLES ET LEADERSHIP FEMININ  
#PlusFortsEnsemble



# Canaux de diffusion



- **Dialogues et réunions communautaires**



- **Lieux de cultes**

mosquées, églises, temples / cérémonies (fêtes familiales et communautaires, baptêmes, mariages, marchés etc.



- **Canaux institutionnels**

réunions des ministères et des partenaires / ateliers de renforcement de capacité / etc.



- **Télévision**

nationale, régionale et internationale



- **Radio**

communautaire nationale, régionale et internationale



- **Presse**

écrite et en ligne



- **Réseaux sociaux**

Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Whatsapp



- **Téléphonie mobile**

SMS

Communicateurs/Chefs traditionnels  
Caravanes

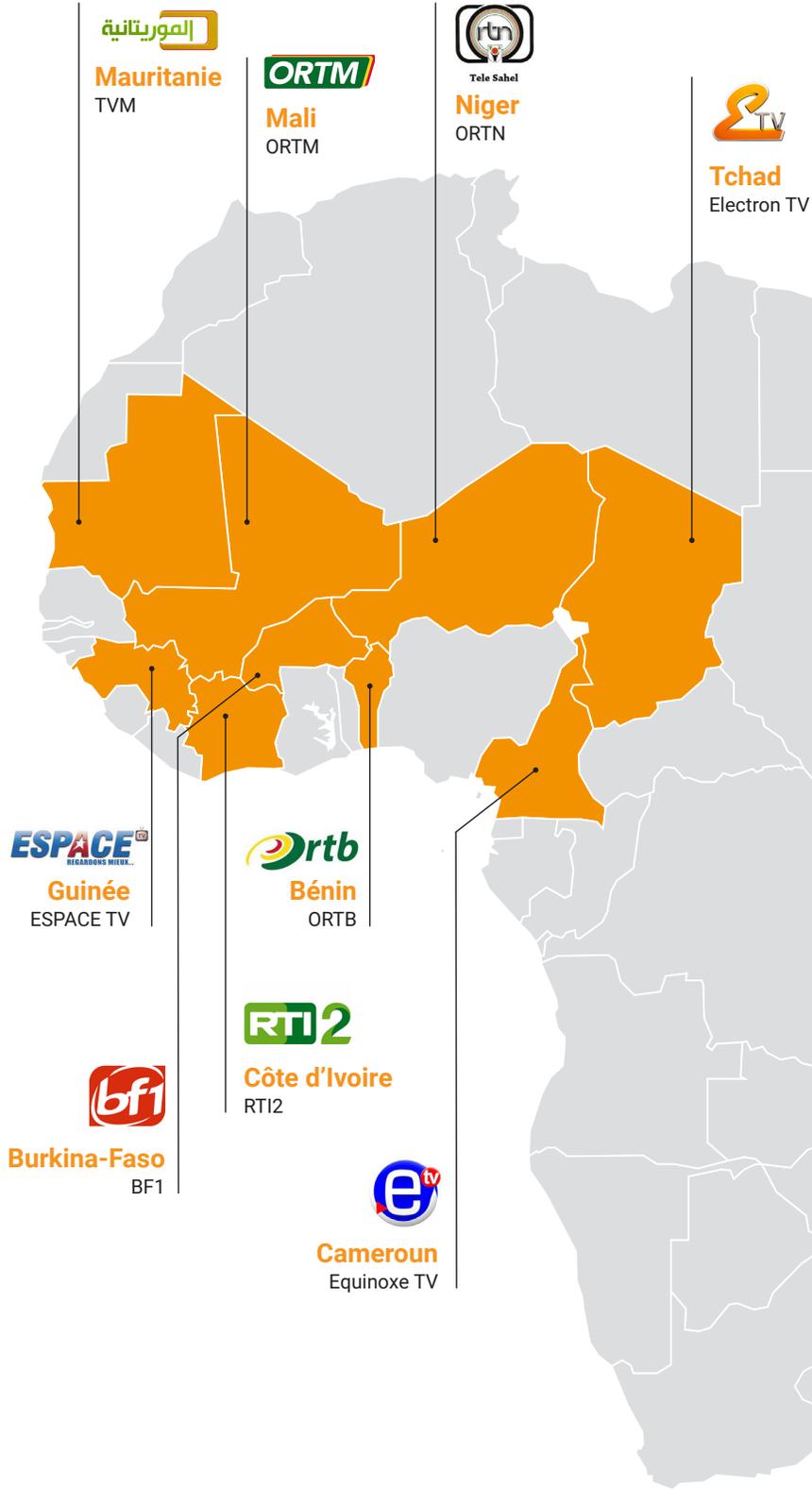
Concerts, Pièces théâtrales et Poésie  
Sport



TV5MONDE



jeune  
afrique



## Quelques résultats attendus



**100 millions**  
de personnes exposées  
aux messages à travers  
différents canaux de  
diffusion ;



**33 femmes**  
modèles partagent leurs  
histoires de vie.



**20 millions**  
de adolescentes âgées de  
10 à 19 ans touchées par les  
activités de la campagne.

# Les ressources disponibles

→ Vidéo teaser, avec la participation de porteurs de messages des pays

→ Single avec 17 artistes du Sahel

- Bénin (Zeynab O. Abibou; Fatima Kouchekeho);
- Burkina Faso (Idak Bassavé; Smarty)
- Cameroun (Sally Nyolo; Amina Poulo);
- Côte D'ivoire (Julienne Toualy)
- Guinée (Mananba Kante; Racine Djia)
- Mali (Mahamadou Soumbounou; Sira Bintsy)
- Mauritanie (Ouleya; Racine Djia)
- Niger (Aminami Amadou Safia; Souley Nana Fatchima)
- Sénégal (Coumba Gawlo)
- Tchad (Yasmine Abdallah Midoro)

→ Brochure de la campagne Stronger Together

→ 3 émissions TV sur les thèmes

- Les championnes du développement au Sahel
- Scolarisation des filles : un puissant levier de développement du Sahel
- Santé des femmes au cœur du développement du Sahel

→ 2 Eléments animés sur les thèmes

- Education des filles et leadership féminin
- Maintien des filles à l'école

→ Réseaux jeunes (animation campagne digitale et sur le terrain)

→ Visuels

- Banderoles, kakimono, baches, cartes digitales, T-shirts, sacs

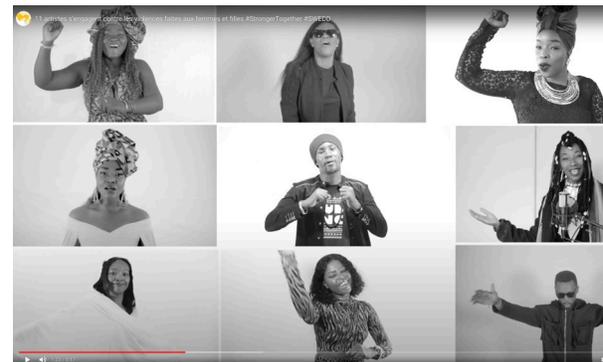


afriCOnews. FR ▾ INFOS

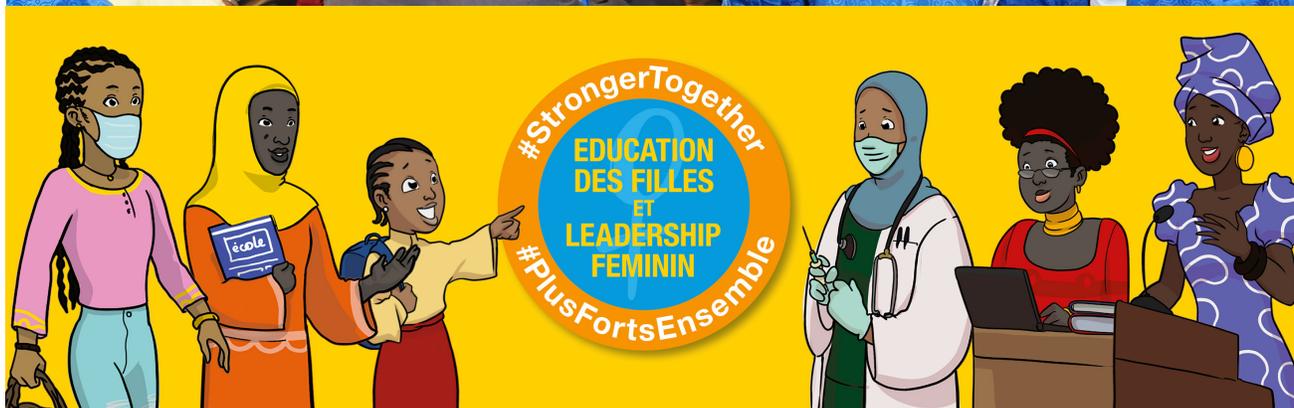
INFOS ECONOMIE SPORT CULTURE SCIENCE & TECHNOLOGIE NO COMMENT PROGRAMMES CORONA VIRUS



Les championnes du développement au Sahel [Inspire Africa]



# #StrongerTogether 2021



- une tribune offerte à tous les acteurs en particulier les femmes pour communiquer et partager les bonnes pratiques d'autonomisation des femmes et des filles;
- Une campagne conçue selon une approche participative et inclusive Une campagne multimédia pour avoir plus d'impact et d'efficacité ;
- Une implication de plusieurs partenaires et d'une multitude d'agents de communication;
- Une campagne avec un ancrage national et communautaire.



## Education des filles:

### Obstacles à lever et comportements à promouvoir



**Facteurs positifs  
(existant ou à introduire)**

**Comportements à promouvoir**

**Obstacles/freins**

**Les parents scolarisent et maintiennent leurs filles à l'école jusqu'au moins à la fin du cycle secondaire**

**Les adolescentes formées deviennent des leaders responsables de leur bien-être et de celui de leurs familles.**

**Les femmes et les filles formées deviennent des actrices de leur autonomisation économique et du développement national.**

- Mariage et grossesse précoce
- La survalorisation de l'éducation des garçons
- Insuffisance ou absence de services d'éducation sexuelle conviviaux
- Faible connaissance des bienfaits de la scolarisation de la jeune fille
- fille est une main-d'œuvre domestique pour certains parents

- Leaders religieux, traditionnels et coutumiers favorables à la scolarisation et au maintien des filles à l'école
- Parents éduqués et éclairés
- Filles élèves modèles
- Existence de politiques, programmes, associations, initiatives
- Mise en place des appuis pédagogiques ;

Comportements à promouvoir	Obstacles/freins	Facteurs positifs (existant ou à introduire)
<p><b>Les parents scolarisent et maintiennent leurs filles à l'école jusqu'au moins à la fin du cycle secondaire</b></p> <p><b>Les adolescentes formées deviennent des leaders responsables de leur bien-être et de celui de leurs familles.</b></p> <p><b>Les femmes et les filles formées deviennent des actrices de leur autonomisation économique et du développement national.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harcèlement scolaire et social de la jeune fille</li> <li>• Insuffisance de ressources pour faciliter la scolarisation et le maintien des filles à l'école</li> <li>• Persistances de normes sociales, culturelles et religieuses qui oppriment et marginalisent les femmes</li> <li>• Analphabétisme et faible niveau d'instruction des filles et des femmes</li> <li>• Insuffisance d'actions de sensibilisation en faveur de l'autonomisation des femmes et des filles</li> <li>• Insuffisance d'application des textes en faveur de l'égalité homme/femme</li> <li>• Augmentation des VBG</li> <li>• Peur des hommes de perdre leurs avantages et le contrôle sur les filles et les femmes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elargissement de la carte scolaire avec des collèges de proximité, Existence de la loi sur l'enseignement obligatoire jusqu'à 16 ans. Existence d'un décret interdisant l'exclusion scolaire des filles en cas de grossesses</li> <li>• Accès aux informations et services pour se préserver des grossesses ; Prise en charge de cantines scolaires / des frais de scolarité des filles vulnérables.</li> <li>• Présence plus importante des femmes à des postes de responsabilité</li> <li>• Augmentation du nombre de filles scolarisées</li> <li>• Existence de fonds réservés à l'entrepreneuriat féminin</li> <li>• Existence d'ONG faisant la promotion des AGR, de la formation et de la microfinance</li> <li>• Mise en œuvre d'actions de plaidoyer en faveur de l'autonomisation économique des femmes et des filles</li> <li>• Politiques et programmes genre</li> <li>• Hommes qui œuvrent pour l'épanouissement des familles et leur leadership</li> </ul>



## Accès à la formation, à l'emploi, aux opportunités économiques et aux instances de prise de décisions: Obstacles à lever et comportements à promouvoir



Comportement à promouvoir

Obstacles/freins

Facteurs positifs  
(existant ou à introduire)

**Les femmes et les filles ont accès à la formation, à l'emploi, aux opportunités économiques et aux instances de prise de décisions**

- Le faible niveau d'instruction et d'alphabétisation des femmes et faible accès à l'information
- La faible représentation des femmes dans les instances de prise de décision Perception négative d'une femme autonome (indépendante, pas respectueuse)
- Le faible niveau d'accès aux facteurs de production
- La faiblesse des financements accordés aux femmes

- Volonté politique des Etats, politiques, programmes pour le leadership et l'entreprenariat féminin
- Quotas pour la promotion des femmes dans les instances de décision
- Renforcement des capacités en genre et leadership
- Renforcement des capacités managériales et de réseautage des femmes entrepreneures Présence de femmes modèles qui ont réussi
- Des bourses pour les filles pour des formations techniques et professionnelles non traditionnelles



## Accès aux services de santé SR et PF:

Obstacles à lever et comportements à promouvoir



**Facteurs positifs  
(existant ou à introduire)**

**Obstacles/freins**

**Comportement à promouvoir**

**Les femmes et les adolescentes utilisent les services et les produits de santé reproductive et planification familiale ainsi que de l'hygiène menstruelle y compris les méthodes contraceptives modernes**

- Connaissance insuffisante des avantages de la PF  
Non disponibilité des produits SR au dernier Km
- Persistance de normes sociales, coutumes, stéréotypes  
Prise de position de certains religieux
- Non application des politiques et lois SR, Genre, Mauvaise interprétation des versets coraniques et des hadiths
- Faible implication des hommes
- Faible pouvoir de négociation des femmes et des filles

- Augmentation du nombre filles scolarisées  
Engagement des leaders religieux et traditionnels
- Connaissances des avantages de la PF  
Meilleur accueil dans les structures de santé  
Baisse de la mortalité maternelle et infantile /  
Meilleure santé de la mère et de l'enfant.
- Existence de services de PF
- Effectivité de la gratuité des services et produits SR
- Existence de politiques nationales



## Lutte contre les VBG:

### Obstacles à lever et comportements à promouvoir

#### Comportement à promouvoir

**Les femmes et les filles luttent contre les violences basées sur le genre et les pratiques néfastes**

#### Obstacles/freins

- Inégalités de genre et faible statut des femmes
- Mariages des enfants
- Survivance des MGF et méconnaissance de leurs conséquences néfastes
- Faible accès aux informations et services SR/PF
- Méconnaissance des lois sur le mariage des enfants ou absence de loi
- Non prise en compte des droits des enfants  
Marginalisation des jeunes filles et femmes dans la prise de décision
- Faible disponibilité des services de prise en charge des victimes de VBG
- Insuffisance des activités de prévention des VBG

#### Facteurs positifs (existant ou à introduire)

- Interdiction du mariage des enfants
- Existence réseaux organisations de lutte contre les VBG Leaders religieux et coutumiers engagés
- Loi interdisant le mariage des enfants Existence de services d'informations SR/PF
- Augmentation de la scolarisation des filles et baisse de la déperdition scolaire Existence d'autonomisation économique des femmes
- Diminution des grossesses précoces
- Assurances psychologique et judiciaires aux victimes Existence de politique genre pour l'égalité
- Plate-forme multisectorielle de lutte contre les VBG
- Existence de partenariat avec la justice, la police et la gendarmerie Activités de prévention des VBG comme les Campagnes SWEDD
- Prise en charge holistique (médicale, matérielle, psychosociale, juridique et judiciaire) des victimes
- Éradication de l'impunité des auteurs des VBG

**Secrétariat technique régional du projet SWEDD**  
Fonds des Nations Unies pour la population  
Bureau régional pour l'Afrique de l'Ouest et du Centre  
Route du King Fahd Palace,  
Almadies – PO Box 21090 Dakar, Sénégal

  : @CampagneSWEDD

 : @2021Campagne

