



“PEU IMPORTE DE SAVOIR OÙ ON EST QUAND ON Y EST MAIS IL EST BIEN
 UTILE DE SAVOIR OÙ L'ON SE TROUVE SI ON VEUT ALLER AILLEURS.”

SUMI, ÉVALUATION ET
 INSTRUMENTS UTILES

WILLIAM H. FOEGE
 PROFESSEUR HONORAIRE
 DE SANTÉ INTERNATIONALE,
 EMORY UNIVERSITY GATES FELLOW,
 FONDATION BILL ET MELINDA GATES

SUIVI ET ÉVALUATION

Nombre de personnes qui se consacrent à la sensibilisation ne disposent que de peu de temps et de ressources et ne peuvent donc que difficilement suivre et évaluer leurs activités, alors que cela leur permettrait d'en déterminer l'impact et d'agir en conséquence. Une évaluation et un suivi appropriés permettent de gagner du temps, d'éviter les efforts superflus et de travailler efficacement.

Une évaluation à l'issue de votre campagne peut déboucher sur des recommandations pour l'avenir.

COMMENT ÉVALUER LE PROCESSUS ?

Prenez le temps de tirer les enseignements de vos activités. Examinez les points positifs et les points négatifs, faites part de votre point de vue à d'autres personnes.

Posez-vous les questions suivantes :

- » Les techniques sont-elles efficaces ? Dans quelle mesure ?
- » Atteignez-vous votre public cible ?
- » Êtes-vous toujours sûr d'avoir choisi les meilleurs publics et les meilleurs canaux de communication pour atteindre vos objectifs ? Envisagez d'examiner et de revoir ces éléments fondamentaux de votre campagne.

COMMENT ÉVALUER L'IMPACT ?

Évaluer l'impact peut se révéler extrêmement difficile et plus long que d'évaluer le processus. Il est parfois difficile de trouver des indicateurs de réussite fiables, car les changements sociaux sont souvent dus à de nombreux événements et à de nombreuses situations. Cette évaluation est néanmoins possible.

- » Fixez votre but et décidez comment vous le mesurerez. Vous pouvez par exemple viser une couverture médiatique internationale et décider de compter le nombre de journaux ou de chaînes de radio ou de télévision qui ont relayé votre information.
- » Pour les autres méthodes de mesure, qui dépendront de la nature de votre public cible, il faut souvent savoir qui prend les décisions importantes, quand et sur quelle base.
- » Déterminez s'il existe des données solides ou plutôt anecdotiques en faveur d'un changement d'attitude ou de comportement du public cible. Les études de marché et les enquêtes d'opinion, bien qu'onéreuses, peuvent être utiles pour mesurer l'efficacité d'une campagne publique de sensibilisation.



CONTENU DU DOSSIER DE SENSIBILISATION DE L'OMS

Prévention des maladies chroniques : un investissement vital

– Présentation générale.

Disponible en anglais et en français.

www.who.int/chp/chronic_disease_report/en/

Fiches d'information

Informations sur les maladies chroniques : facteurs de risque, prévention et conséquences économiques. Disponibles en anglais et en français.

www.who.int/chp/chronic_disease_report/media/information/en/index.html

Affiches

Série d'affiches sur le thème « Vivre avec une maladie chronique ».

Disponibles en anglais et en français.

www.who.int/chp/chronic_disease_report/media/posters/en/index.html

Notes d'orientation

Vue d'ensemble des politiques qu'il est possible de mettre en œuvre pour lutter contre les maladies chroniques.

Reportages

Sélection de reportages abordant des questions telles que les idées fausses qui entourent les maladies chroniques, la crise associée à l'obésité ou le cercle vicieux de la maladie et de la pauvreté.

CD-DVD

Comprennant divers outils, notamment :

Prévention des maladies chroniques : un investissement vital

– Rapport complet et présentation générale.

Disponibles en plusieurs langues.

www.who.int/chp/chronic_disease_report/en/

Présentation générale du rapport : diaporama

Résumé du rapport *Prévention des maladies chroniques : un investissement vital* sous forme de diaporama. Disponible en plusieurs langues.

www.who.int/chp/chronic_disease_report/presentation/en/index.html

Fiches d'information par pays et par Région

Faits et chiffres concernant la progression prévue des maladies chroniques par Région et par pays.

www.who.int/chp/chronic_disease_report/media/impact/en/index.html

Documents techniques

Documents de travail concernant les sources de données, les méthodes, les résultats des projections de mortalité et concernant la charge de morbidité pour 2005, 2015 et 2030.

www3.who.int/whosis/menu.cfm?path=evidence,burden,burden_proj,burden_proj_results&language=english

Film sur les maladies chroniques

Film de sept minutes qui s'attaque à quelques-unes des idées fausses qui entourent les maladies chroniques.

www.who.int/chp/media/Video_gallery/en/

Communiqué vidéo

Commentaire accompagnant le film, à l'intention des médias.

www.who.int/chp/chronic_disease_report/media/footage/en/index.html

Reportages photographiques

Reportages sur des personnes atteintes d'une cardiopathie, victimes d'un accident vasculaire cérébral, ou encore souffrant d'un cancer ou d'autres maladies chroniques.

www.who.int/features/2005/chronic_diseases/en/index.html

www.who.int/chp/chronic_disease_report/cancer_case_studies/en/index.html

Photos de personnes atteintes de maladies chroniques, dans le monde entier

www.who.int/chp/chronic_disease_report/media/photos/en/index.html

Informations sur les maladies chroniques

Quelques faits saisissants sur les maladies chroniques. Faites le point de vos connaissances.

www.who.int/features/factfiles/chp/01_en.html

Texte de la Stratégie mondiale de l'OMS sur l'alimentation, l'exercice physique et la santé

www.who.int/dietphysicalactivity/en/

Texte de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac

www.who.int/tobacco/framework/download/en/index.html

Texte de la Charte de Bangkok pour la promotion de la santé à l'heure de la mondialisation

www.who.int/healthpromotion/conferences/6gchp/hpr_050829_%20BCHP.pdf