



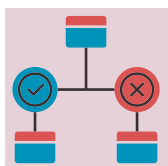
RECOMMANDATIONS DE LA SCIENCE COMPORTEMENTALE POUR LES COMMUNICATIONS AU SUJET DU COVID-19



Le comportement humain joue un rôle central dans la réduction de la propagation du coronavirus.

La communication des entités gouvernementales et des autres sources fiables sur les comportements recommandés ou obligatoires pendant la pandémie est essentielle. En tant que décideurs, bailleurs de fonds et personnel chargé des programmes, il est de notre responsabilité de veiller à ce que les communications soient claires, concises et exactes. Nous pouvons aller encore plus loin en employant un message informé par la science comportementale, pertinent sur le plan contextuel et véhiculé par le biais de canaux de communication innovants. Une communication efficace garantira que tout le monde entende, comprenne et suive les directives nécessaires à l'atténuation du COVID-19.

1 Rendre les comportements recommandés simples et faciles.



Prioriser quelques **actions** claires et réalisables que les gens puissent faire dans leur vie quotidienne.

Fournir une **checklist** ou un arbre de décision pour aider les gens à prendre la bonne décision dans des situations inconnues ou incertaines (par exemple, que faire en cas de symptômes du COVID-19).

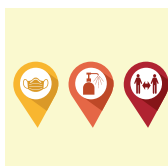


Offrir des **rituels** et des **routines** familières qui font des comportements sains une habitude (par exemple, suggérer une chanson connue pour marquer la durée du lavage des mains).



Délivrer des rappels au **point d'action**, comme lors de l'entrée dans des lieux publics (par exemple, des panneaux qui encouragent à se laver les mains à l'entrée des bâtiments).

2 Créer des messages accrocheurs et mémorisables.



Utiliser des **images visuelles concrètes** (par exemple, montrer comment le virus est transmis ou comment la distanciation protège tout le monde). Les messages faciles à visualiser sont plus susceptibles d'être mémorisés et appliqués.



Utiliser des slogans courts et **accrocheurs**. Les slogans faciles à se rappeler augmentent la prise d'action au niveau individuel et sont également plus susceptibles d'être transmis aux autres.

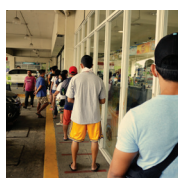
Utiliser l'allitération et la **rime** (par exemple, « Quand on aime ses proches on s'approche pas trop »). Incorporer des expressions **locales** dans les messages.



Répéter le même slogan aussi souvent que possible et par différents canaux. La répétition augmente la mémorisation et la confiance des gens.

3 Faire appel à la nature sociale des gens.

Nous sommes des créatures sociales : nous réagissons à l'opinion publique et aux comportements normatifs—ce que nous voyons les autres faire.

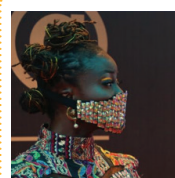


Communiquer sur la conformité (et ne pas mettre en évidence le non-respect) envers des recommandations telles que la distanciation

physique ou le port du masque. Nous respectons les règles d'intérêt collectif tant que nous pensons que la plupart des autres le font aussi.



Encourager les comportements corrects en les rendant **facilement observables** par les autres (par exemple, distribuer des pancartes à installer devant sa maison pour signaler son engagement à rester chez soi).



Engager les **dirigeants** politiques et communautaires ainsi que les **célébrités** à délivrer un message cohérent (par exemple, les **chefs**

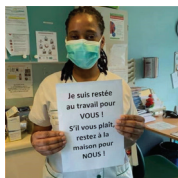
religieux peuvent approuver la distanciation physique en conseillant de prier chez soi plutôt que de venir aux lieux de culte).

4 Promouvoir l'action collective et la coopération

La plupart des gens sont naturellement coopératifs. Les appels à une coopération collective ont plus de succès que les mesures punitives.



Associer le comportement individuel au bien-être des autres, en particulier des groupes vulnérables (par exemple, je porte un masque afin de protéger ma grand-mère qui est âgée).



Pour encourager les gens à prendre la pandémie au sérieux, utiliser les messages venant des travailleurs essentiels qui **prennent les plus grands risques** (personnel médical, commerçants et ouvriers).



Remercier les gens de manière fréquente pour leur coopération. Reconnaître les véritables **difficultés** que le confinement crée. **Louer les efforts** de ceux qui aident leur communauté de manière extraordinaire.



Utiliser un langage qui fait appel au **sens de la communauté** : « nous », « nous tous », « Ubuntu ».



Éviter les messages qui provoquent la peur, la panique ou la stigmatisation, car ils entraînent une réduction de la demande de soins. Se concentrer sur des messages positifs, pro-sociaux et actionnables.

5 Maintenir la crédibilité et la légitimité.

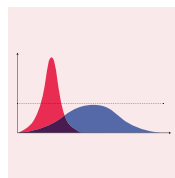
Pour gérer efficacement la pandémie, le gouvernement doit être considéré comme fiable et compétent, même lorsque les données sont limitées et que la situation évolue rapidement.



Prioriser les communications **quotidiennes** des dirigeants qui inspirent la plus grande confiance, à une heure définie et dans un format **cohérent**.



L'honnêteté est la meilleure politique—elle augmentera le sentiment de confiance et de transparence. Communiquer des données **précises** sur le nombre de cas, la mortalité, l'impact économique et la durée des restrictions.



Lors de communications autour du calendrier ou d'estimations qui sont incertaines, mettre l'accent sur **le résultat le plus probable**, mais également mentionner les autres possibilités et les cas extrêmes. Reconnaître que la situation est dynamique : les informations et les directives peuvent changer.



Pour combattre la désinformation, **souligner et répéter** les faits corrects dont les gens devraient avoir connaissance. Rappeler au public d'évaluer la crédibilité des sources avant de les partager.

Lorsque cela est possible, nous encourageons **les itérations rapides pour tester les messages** car leur conception, leur formulation et leur cadrage ont des effets différents selon les populations et les environnements.

Travaillez-vous à améliorer la prestation de services ou à résoudre des problèmes connexes pendant la pandémie de COVID-19 dans les pays en développement ?

Souhaitez-vous être accompagné dans la création de solutions innovantes ou dans leur adaptation à votre contexte ?

 **Contactez-nous** à support@ideas42.org

afin de discuter de comment renforcer vos efforts dans cette crise en évolution.