

Rapport détaillé de la campagne de communication digitale sur la vaccination et la lutte contre les rumeurs avec une approche sensible au genre

I. Objectifs stratégiques de la campagne

La campagne visait à :

- Promouvoir l'importance de la vaccination dans les communautés togolaises.
- Combattre activement les rumeurs et la désinformation liées aux vaccins.
- Utiliser les langues locales pour maximiser la portée et la compréhension.
- Intégrer une approche sensible au genre pour garantir une communication inclusive.
- Exploiter les outils numériques pour mesurer l'impact et recueillir les perceptions du public.

II. Conception et diffusion des contenus

A. Formats et langues

- Type de contenu : Capsules vidéos courtes (1,10 minutes) mettant en scène des situations de la vie quotidienne.
- Langues de production : Moba, Naouda, Kabyè, Kotokoli, Kamboli, Ifè, Ewé, et français.
- Nombre total de vidéos produites : 08 capsules.

B. Canaux de diffusion

- Plateforme principale : Facebook, choisie pour sa forte pénétration dans les zones urbaines et semi-urbaines.
- Outil de collecte de données : Naomi-survey.com, intégré aux publications pour recueillir les réactions qualitatives et quantitatives des internautes.

Siège social : Agoè-Cacaveli/ N°RCCM : TG-LOM2019B3528/NIF : 1001630742

Contacts: 00228 91 90 42 52 / 93 47 90 89

Uniquement WhatsApp: +1 773 200 1763 - +33 7 44 18 61 70

III. Statistiques de performance

Indicateur	Valeur	Commentaires
Nombre total de vues	125 234	Forte visibilité, avec un pic d'audience les 3 premiers jours.
Taux moyen de visionnage complet	68 %	Indique un bon niveau d'engagement.
Nombre total d'interactions	1 115	Inclut likes, partages, et clics sur Naomi-survey.com.
Nombre total de commentaires générés	820	Forte réactivité du public.
Commentaires supprimés	787	91 % des commentaires, à caractère politique ou hors sujet
Commentaires analysés	83 Et répartis selon les thématiques : - Confiance (38 %) → 33 commentaires - Préoccupations (27 %) → 24 commentaires - Demandes d'information (21 %) → 18 commentaires - Rumeurs persistantes (14 %) → 12 commentaires	Utilisés pour l'analyse qualitative

Siège social : Agoè-Cacaveli/ N°RCCM : TG-LOM2019B3528/NIF : 1001630742

Contacts: 00228 91 90 42 52 / 93 47 90 89

Uniquement WhatsApp: +1 773 200 1763 - +33 7 44 18 61 70

IV. Analyse qualitative des retours

C. Réception du message

- Les vidéos en langues locales ont été perçues comme authentiques et accessibles.
- Les capsules en français ont favorisé le relais du message par des leaders d'opinion urbains.

D. Thèmes récurrents dans les commentaires analysés

- Confiance : 38 % des commentaires expriment une confiance accrue envers les vaccins.
- Préoccupations : 27 % évoquent des inquiétudes liées aux effets secondaires.
- Demandes d'information : 21 % demandent des précisions sur les lieux et dates de vaccination.
- Rumeurs persistantes : 14 % relaient des fausses informations (stérilité, puces, etc.).

V. Approche genre : intégration et impact

E. Dans la production

- Les vidéos ont mis en scène des femmes et des hommes dans des rôles actifs et complémentaires.

F. Dans les réactions

- Femmes : 62 % des répondants Naomi identifiés comme femmes ont exprimé des préoccupations liées à la santé des enfants et à la sécurité des vaccins.
- Hommes : 38 % ont davantage réagi sur les aspects logistiques et politiques de la campagne.
- Groupes vulnérables : Les jeunes femmes (18–25 ans) ont montré un fort taux d’engagement (72 % de visionnage complet).

VI. Statistiques genre

Genre	Réactions Naomi	Taux de visionnage complet
Femmes	302 (62 %)	74 %
Hommes	185 (38 %)	61 %

VII. Recommandations stratégiques

- Amplifier l’approche genre : Produire des capsules spécifiques sur le rôle des femmes dans la promotion de la vaccination.

VIII. Conclusion

La campagne a démontré une forte capacité à mobiliser et sensibiliser les communautés togolaises, malgré les interférences politiques. L'approche multilingue et sensible au genre a permis de toucher des publics variés, avec des taux d'engagement significatifs. Les données collectées via Naomi-survey.com offrent une base solide pour ajuster les prochaines interventions et renforcer la lutte contre les rumeurs.

**Pour la Direction Générale
Direction des Opérations, de
Projets et Relation Clientèle**

Pagbazam Tondja KONZAWO

Siège social : Agoè-Cacaveli/ N°RCCM : TG-LOM2019B3528/NIF : 1001630742

Contacts: 00228 91 90 42 52 / 93 47 90 89

Uniquement WhatsApp: +1 773 200 1763 - +33 7 44 18 61 70