

**IRESO**

L'Institut pour la Recherche, le Développement  
Socio-économique et la Communication

# CATALOGUE

1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008

*Dix ans de lutte préventive contre  
le VIH et le SIDA au Cameroun*

**MATERIEL EDUCATIF ET SUPPORTS DE COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT**

# Sommaire

Avant propos .....	3
IRESO en bref .....	4
Connaissance des IST .....	5
Connaissance du VIH et du SIDA .....	6
Campagnes de sensibilisation .....	7
<i>Le sexe peut attendre</i> .....	8
<i>Sex can wait</i> .....	9
Entre Nous Jeunes .....	10
Among Youths .....	11
Juniors .....	12
<i>Dépistage avec Koppo et Cory</i> .....	13
<i>Dépistage pré-nuptial</i> .....	14
<i>Sandra</i> .....	15
Matériels IEC/CCC .....	16
Bandes Dessinées .....	17
Conclusion .....	18

# Avant propos

**D**epuis plus de 10 ans maintenant, l'Institut pour la Recherche, le Développement Socio-économique et la Communication (IRESCO) accompagne les efforts du Gouvernement camerounais dans la lutte contre la pauvreté et l'amélioration de la qualité de vie des populations. Cette collaboration initiée en 1993 s'est poursuivie jusqu'à ce jour avec l'appui des agences de développement et des financements dont a bénéficié l'IRESCO. Le Fonds Mondial de Lutte contre le SIDA, la Tuberculose et le Paludisme à travers Care Cameroun, est l'illustration d'une expérience réussie, dans le cadre du projet Entre Nous Jeunes. Aujourd'hui, IRESCO est une référence au Cameroun et en Afrique, dans le domaine de la communication pour le changement de comportements (CCC), grâce à son expérience avérée dans l'information, la sensibilisation et l'éducation des jeunes de 14-25 ans en milieu scolaire et extra scolaire, en vue de l'adoption des comportements sains. Plusieurs supports im-

primés et audiovisuels ont été produits et distribués au cours de ces 10 dernières années. C'est donc cette expérience que nous partageons avec vous à travers le présent catalogue.

## Présentation

Le présent catalogue reproduit des supports qui auront permis à notre action d'atteindre les cibles visées et garantir une visibilité à nos campagnes et actions de communication dans le domaine de la santé de reproduction des adolescents. Le contenu de ce catalogue se veut thématique dans la présentation des différents supports. Ainsi, vous y retrouverez successivement développées des campagnes sur les IST, le VIH et le SIDA ainsi que l'abstinence et le dépistage volontaire du VIH. La page centrale est réservée à nos magazines *Entre Nous Jeunes*, *Among Youths* et le petit poucet *Juniors*. En tout cas, voici 20 pages d'une décade d'expérience enrichie au fil des ans !

Merci !

# L'Iresco en Bref

*Créé en 1993,  
L' IRESCO est  
une organisation non  
gouvernementale, apolitique  
et à but non lucratif.*

**Domaines  
d'intervention**

## **L'IRESCO c'est:**

- Une structure organisée autour de compétences pointues ;
- Une équipe dont le pool de communication est constituée de professionnels expérimentés;
- Une organisation enrichie d'expertises complémentaires et transversales.

Tous les domaines contribuant au développement économique et social, particulièrement la santé, l'éducation, l'environnement et le développement communautaire.

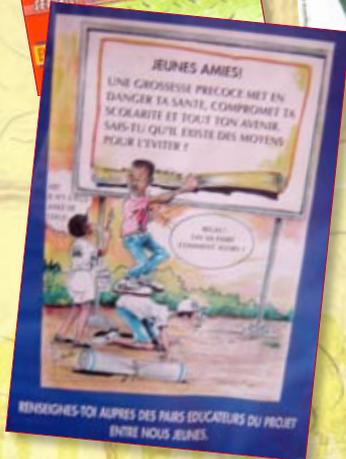
**Composantes**

- Le marketing social et la communication pour le changement des comportements dans les domaines de la santé, de l'éducation et de l'environnement.
- La recherche appliquée pour le développement ;
- L'élaboration et mise en œuvre des projets de développement.

**Siège**

Yaoundé, quartier Mendong, après la brigade de Gendarmerie  
B.P : 13 888 Yaoundé - Cameroun  
Tél : 237 22 31 10 14 - Fax : 237 22 31 97 78  
E-mail : [irescoyaounde@yahoo.com](mailto:irescoyaounde@yahoo.com)  
[www.iresco.org](http://www.iresco.org) [www.entrenousjeunes.net](http://www.entrenousjeunes.net)

# Connaissance des IST



## Contexte :

Les programmes en vue de prévenir la transmission des infections sexuellement transmissibles (IST) et du virus de l'immunodéficience humaine (VIH) parmi les adolescents et les jeunes adultes sont relativement nouveaux. Au vu des taux élevés des IST parmi ce groupe d'âge et du fait que les jeunes représentent plus de la moitié de toutes les nouvelles infections par le VIH, il est toujours important de renforcer leurs connaissances des IST et les moyens de prévention et le comportement à adopter pour les éviter. Car certaines IST peuvent être guéries mais d'autres dont le VIH sont incurables.

Cette information a été déclinée sur ce type de support (dépliant) pour permettre aux jeunes de s'approprier l'information et de pouvoir emporter facilement le dépliant qui, du reste a un fort taux de circulation en milieu jeune. On estime à 5 le nombre de personnes exposées à un exemplaire de dépliant.

**Tirage :** 300 mille exemplaires

**Nombre de personnes touchées :** environ 1, 5 millions de personnes en audience répétitivité et cumulée.

## Résultat attendu :

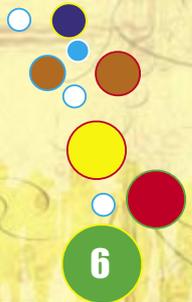
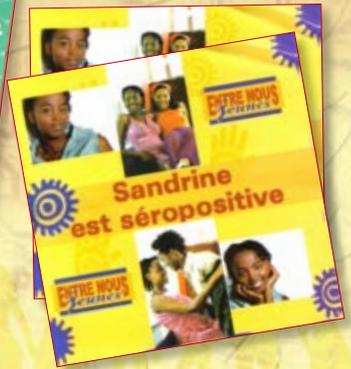
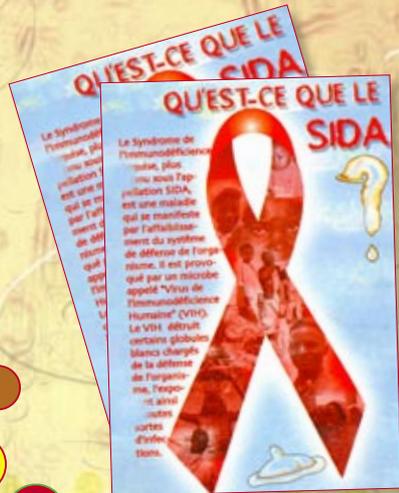
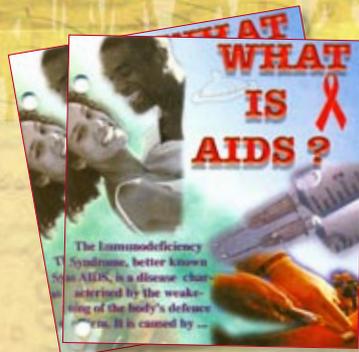
Renforcement des connaissances et attitudes des jeunes vis-à-vis des infections sexuellement transmissibles, du VIH et du SIDA. Renforcement d'attitudes et de comportements adéquats pour faire face à ces affections.



# Connaissance du VIH et du SIDA

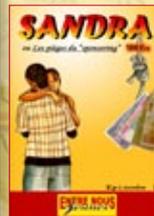
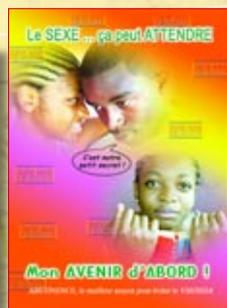
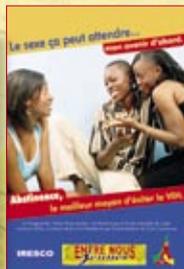
## Contexte :

La pandémie du SIDA continue de progresser en l'absence d'un traitement à même d'aboutir à la guérison totale du malade et d'un vaccin efficace. Les estimations de l'UNFPA (2003 - *Prévenir l'infection par le VIH, Promouvoir la santé en matière de reproduction, 34 p.*) indiquent que près de cinq millions de nouvelles personnes ont été infectées au cours de la seule année 2002, dont plus de 95% sont recensées dans les pays en développement. La population la plus vulnérable est constituée des jeunes : environ 50% des nouveaux cas enregistrés en 2007 concernent le groupe d'âge de 15 à 24 ans.



# Campagnes de sensibilisation grand public

Plusieurs campagnes d'affichage sur les thèmes de l'abstinence, de la promotion du test de dépistage ont déjà été menées sur l'ensemble du territoire national. Ces campagnes ont eu pour objet de promouvoir la pratique de l'abstinence sexuelle en milieu jeune et d'augmenter le nombre de jeunes qui vont se faire dépister et prennent connaissance des résultats de leur test.



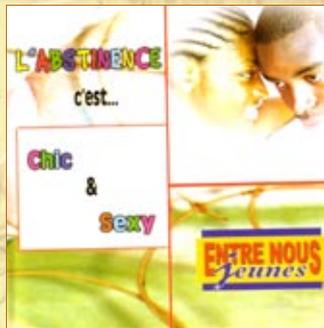
**Contexte :**

Cette campagne est la première action de communication grand public, portant singulièrement sur la promotion de l'abstinence préconjugale. Elle est intervenue dans un environnement où l'usage du préservatif semblait être le recours obligé.

A travers cette campagne un soutien social s'est imposé pour permettre aux jeunes de percevoir leur sexualité avec plus d'espoir. Bâtir un avenir est la priorité absolue. « So, Sex can wait », my future can't, Le sexe, ça peut attendre.

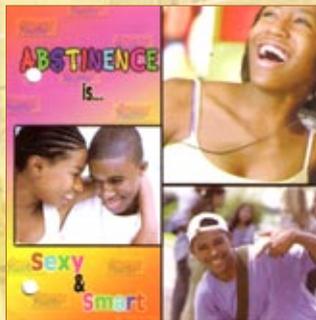
**Matériels produits:**

- Plus de 300 000 dépliant en Français et en Anglais distribués dans le cadre de cette campagne
- Plus de 100 000 affiches

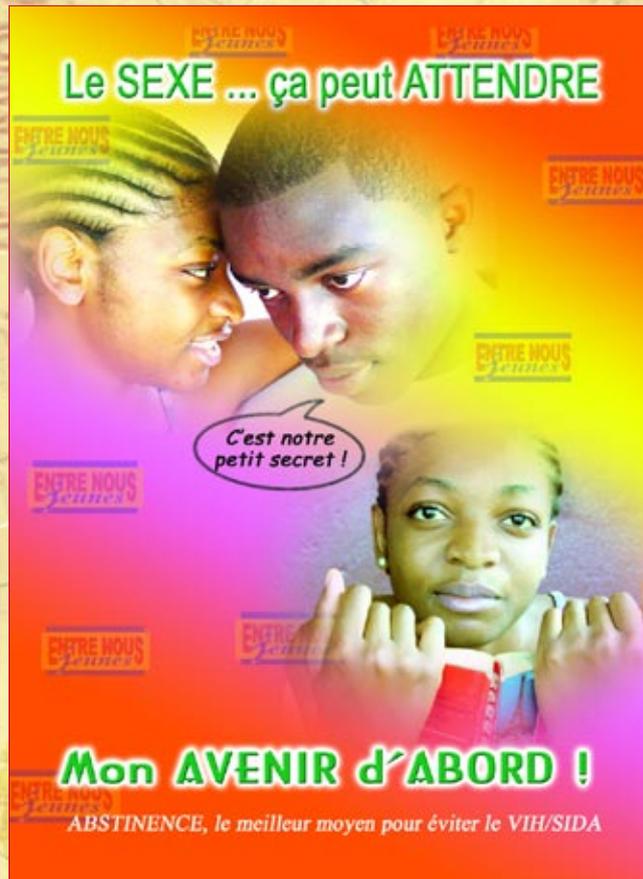


Dépliant français

Affiche



Dépliant anglais

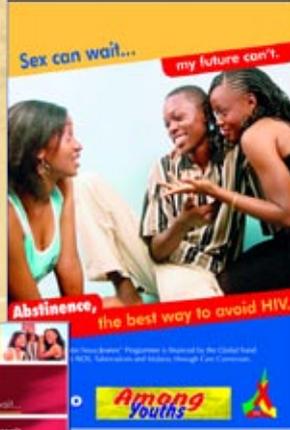




Dépliant



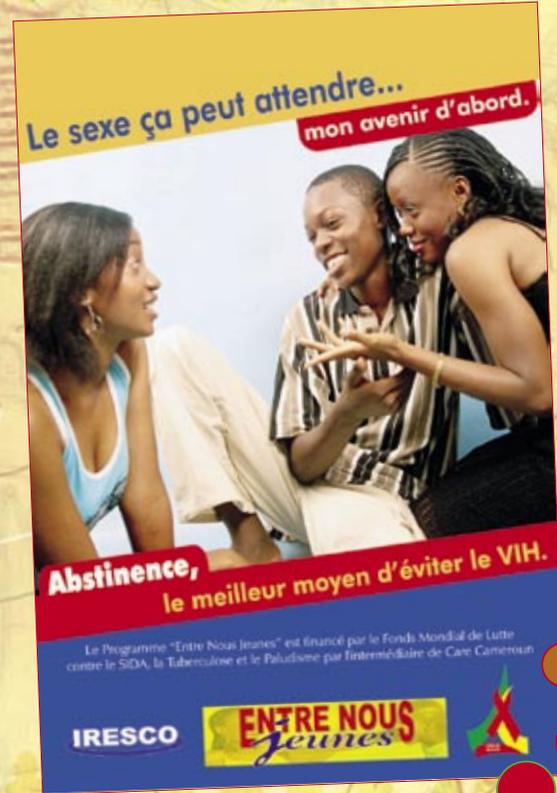
Spot vidéo



Affichette



Dépliant



Affiche

### Contexte :

Une tendance communicationnelle plus gaie et plus positivante est le parti pris de IRESCO pour traiter de l'abstinence. Cette campagne « Abstinence 2 a été plus globale dans la mesure où elle intègre des supports audiovisuels pour une meilleure pénétration au sein de la cible. La stratégie utilisée ici est celle dite « la parole aux acteurs », c'est-à-dire aux jeunes eux-mêmes, en évitant d'être moralisateur et en favorisant l'identification de la cible vis-à-vis du message son appropriation par les pairs. Il s'agit de renforcer les acquis développés par la première campagne auprès de la cible.

IRESCO édite mensuellement et depuis plusieurs années, différents magazines d'information et d'éducation pour la promotion des comportements sains. Le plus connu d'entre tous est le magazine *Entre Nous Jeunes* destiné prioritairement aux 15-24 ans. Créé en 1999, *Entre Nous Jeunes* paraît sans discontinuer depuis bientôt 10 ans et apparaît ainsi comme le plus ancien des journaux spécialisés pour jeunes dans le paysage médiatique au Cameroun. D'autres ONG et associations se sont inspirées de l'expérience réussie de IRESCO dans la production et la diffusion d'une presse spécialisée par et pour les jeunes en produisant des supports similaires. Ces initiatives complémentaires de l'action de IRESCO fournissent aux jeunes une information plurielle et une diversité de choix dans les sources d'information.

Le magazine *Entre Nous Jeunes* comporte 10 rubriques différentes qui traitent de thématiques diverses. Chaque mois, l'équipe rédactionnelle constituée essentiellement de jeunes garçons et filles met à la disposition du lectorat camerounais et étranger des informations riches sur le sport, l'éducation à la sexualité, la mode, la société et les stars nationales et mondaines. Les pages "Dossier" et "Entre Copines" constituent les lieux par excellence de l'éducation à l'adoption des comportements sains, leitmotiv de tout le programme qui porte le même nom.

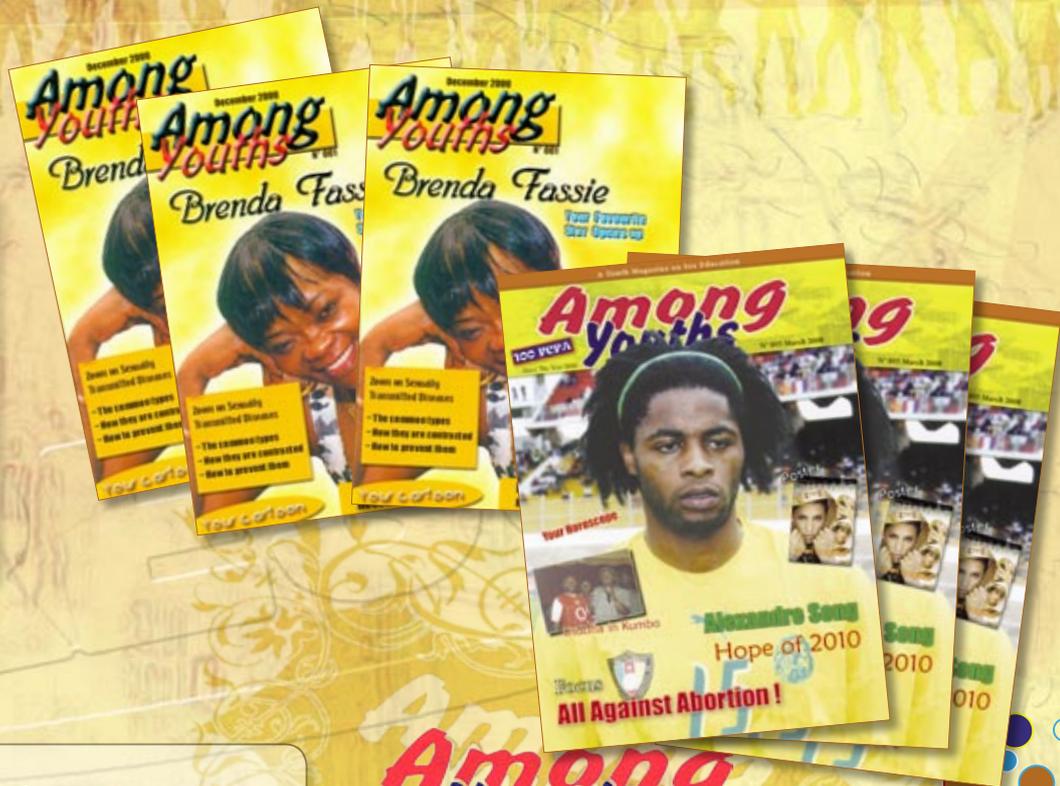
#### **Caractéristiques technique**

Périodicité :	Mensuel
Tirage :	130 000 exemplaires
Cout :	100 Fcfa l'exemplaire
Papier :	Offset 80 grammes
Format :	21 x 29,7cm
Impression :	4 pages de couverture quadrichromie, 12 pages intérieures 2 couleurs



**ENTRE NOUS**  
*Jeunes*

*Among Youths* est un magazine d'éducation des jeunes pour l'adoption des comportements sains et responsables. Il s'adresse à tous les jeunes de 15 à 25 ans d'expression anglaise. *Among Youths* aborde les questions liées à la sexualité des jeunes, avec un accent particulier sur la promotion de l'abstinence comme méthode par excellence de prévention des IST/SIDA.



**Caractéristiques technique**

Périodicité :	Mensuel
Tirage :	70 000 exemplaires
Cout :	100 Fcfa l'exemplaire
Papier :	Offset 80 grammes
Format :	21 x 29,7cm
Impression :	4 pages de couverture quadrichromie, 12 pages intérieures 2 couleurs

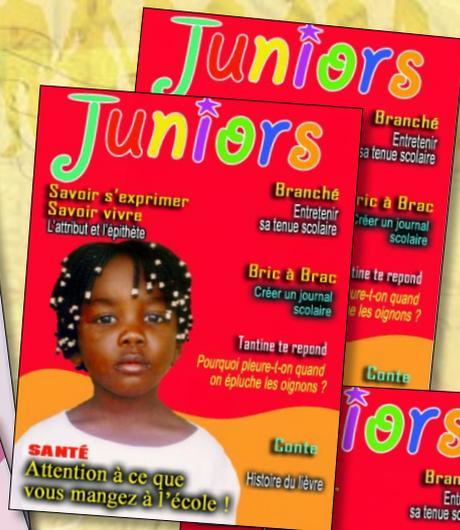
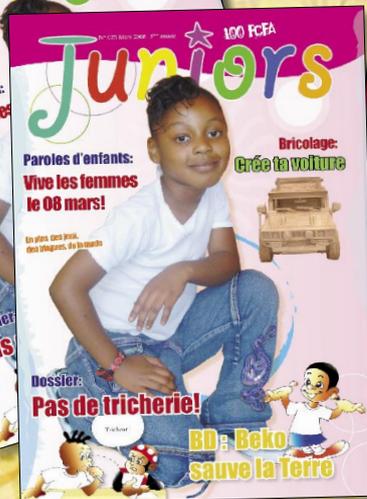
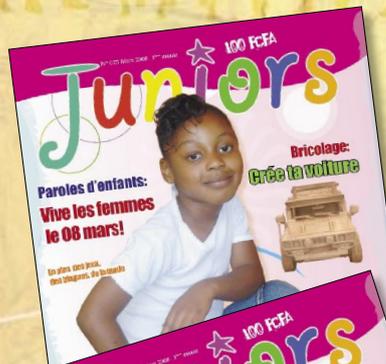
**Among Youths**

**Contexte :**

**Juniors**, c'est le dernier né du programme Entre Nous Jeunes. Il est un support d'éducation et de loisirs pour les enfants de 6 à 14 ans. Dans les colonnes de ce magazine imprimé en quadrichromie, les tous petits peuvent apprendre à bien s'exprimer en français et en anglais, et à prendre soin de leur corps.

**Caractéristiques technique**

Périodicité :	Mensuel
Tirage :	10 000 exemplaires
Cout :	100 Fcfa l'exemplaire
Papier :	Offset 80 grammes
Format :	15 x 21cm
Impression :	16 pages Quadrichromie.



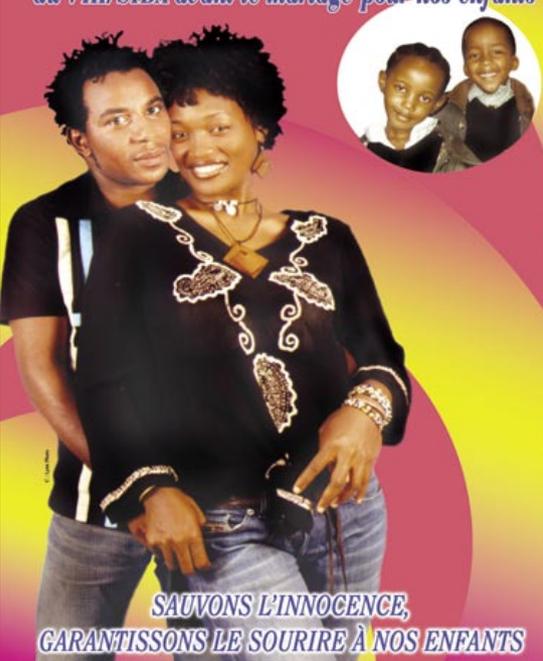
# Juniors

(Campagne Grand Public)

Promotion du test de dépistage prénuptial du VIH

# "Dépistage avec Koppo et Cory" 2006

Nous avons choisi de faire le test de dépistage du VIH/SIDA avant le mariage pour nos enfants



**SAUVONS L'INNOCENCE, GARANTISSONS LE SOURIRE À NOS ENFANTS**

**IRESO**   **ENTRE NOUS Jeunes**

Réalisé par IRESO avec l'appui financier du Global Fund par l'intermédiaire de Care Cameroun

Affiche portrait

Nous avons choisi de faire le test de dépistage du VIH/SIDA avant le mariage pour nos enfants



**SAUVONS L'INNOCENCE, GARANTISSONS LE SOURIRE À NOS ENFANTS**

**IRESO**   **ENTRE NOUS Jeunes**

Réalisé par IRESO avec l'appui financier du Global Fund par l'intermédiaire de Care Cameroun

Affiche paysage

et aussi des dépliants et le spots TV.

### Contexte :

Cette campagne donne le ton d'une communication d'envergure nationale, ciblant en priorité les personnes en voie de s'unir. En effet, l'axe développé ici est la promotion de dépistage préconjugal volontaire.

(Campagne Grand Public)  
avec miss Cameroun

# Dépistage pré-nuptial 2006

## Contexte :

Cette campagne donne le ton d'une communication d'envergure nationale, ciblant en priorité les personnes en voie de s'unir. En effet, l'axe développé ici est la promotion de dépistage préconjugal volontaire. Dans une relation, la connaissance réciproque du statut sérologique par les partenaires est indispensable. Ainsi, chacun renforce mieux la confiance en l'autre pour un avenir sans VIH.

La stratégie développée dans cette campagne a consisté à faire dire le message par une personnalité célèbre, Miss Cameroun, alors adulée des jeunes et dont l'une des missions sociales est aussi de participer à la lutte contre le VIH et le SIDA.

## Matériels produits :

Dépliants  
Affiches



Dépliant français



Dépliant anglais

Cet instant est très important dans votre vie.

Avant d'y arriver,

**FAITES VOTRE TEST LE DÉPISTAGE DU VIH SIDA**

IRESCO The Global Fund care ENTRE NOUS Jeunes

Réalisé par IRESCO avec l'appui financier du Global Fund par l'intermédiaire de Care Cameroun

Affiche

Matériels IEC/CCC produits dans le cadre du programme

# “Entre Nous Jeunes”

**IRESCO**  
Institute for Research, Socio-Economic Development and Communication

**IRESCO'S CONTRIBUTION TO THE 2006 NATIONAL AIDS WEEK**

2006 World AIDS Day  
2006 National AIDS Week

**STOP AIDS.  
KEEP THE PROMISE**

From November 28  
to December 1, 2006

Under the auspices of the NACC

**IRESCO**  
Institut pour la Recherche, le Développement Socio-Economique et la Communication

**PARTICIPATION DE IRESCO A LA SEMAINE NATIONALE CONTRE LE SIDA**

Journée mondiale contre le SIDA - Edition  
Semaine nationale contre le SIDA 2006

**STOP SIDA.  
TENIR LES PROMESSES**

Du 28 novembre au 1er décembre 2006

Sous le parrainage du CNLS

**UPDATE**

**ENTRE NOUS JEUNES !  
Un comportement positif  
contre le VIH/SIDA/IST**

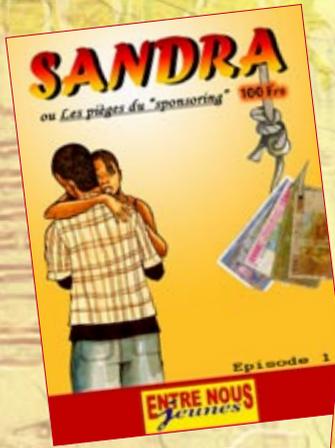
The Robin Fight

(Campagne Grand Public) « Sandra » 2007

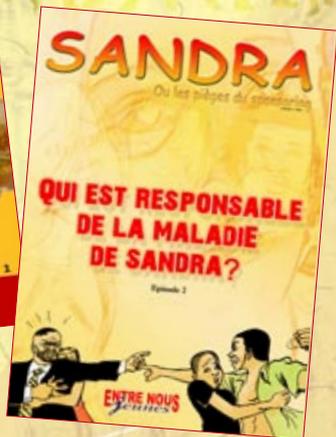
Cette campagne aborde la question liée aux dangers du multipartenariat sexuel. L'intrigue tourne autour d'une jeune élève Sandra. Friande de prestige et de luxe, la jeune fille de 18 ans s'est entichée d'un quadragénaire qui lui offrait bijoux et cadeaux divers au mépris de son jeune amoureux Boris. Complice de ce trafic, la mère de Sandra n'a pas prévenu sa fille des risques auxquels elle s'exposait.



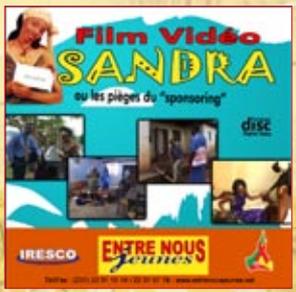
Dépliant



BD « Sandra »  
ou les pièges du sponsoring



Calendrier 2008



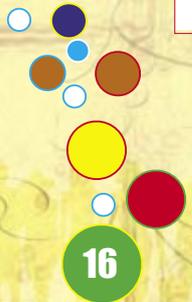
Film Vidéo



Film radiophonique



Textes du film



# FAIRE LE TEST de dépistage du VIH, C'EST BIEN ...



**RETIRER LE RÉSULTAT de  
ce test, C'EST MIEUX !!**

Le programme "Entre Nous Jeunes" est financé par le Fond Mondial de Lutte contre le SIDA, le Paludisme et la Tuberculose par l'Intermédiaire de Care Cameroun

**IRESCO**

**ENTRE NOUS  
Jeunes**



Affiches ( Français et Anglais)

# TO DO THE HIV TEST IS GOOD !



**TO COLLECT THE RESULT IS GREAT !!!**

The "Entre Nous Jeunes" Programme is financed by the Global Fund to fight AIDS, Tuberculosis and Malaria, through Care Cameroon

**IRESCO**

**Among  
Youths**



Guide pratique pour mieux comprendre

Chemise à rabat

### Matériels produits :

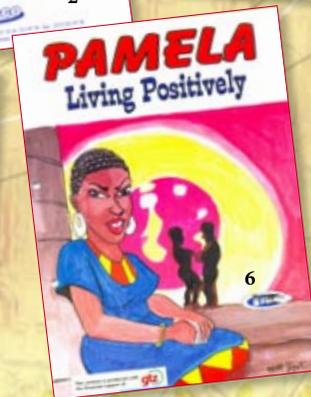
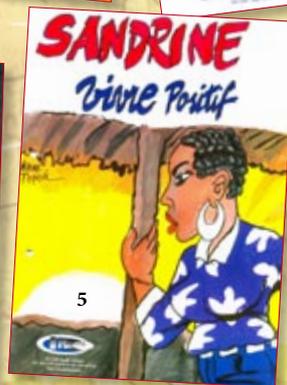
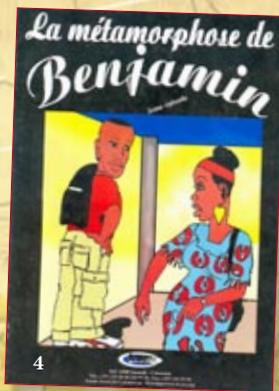
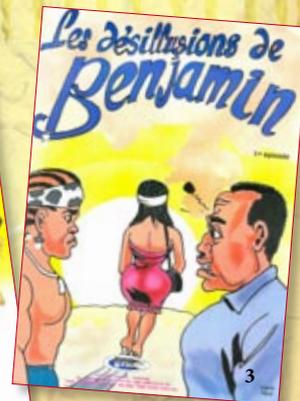
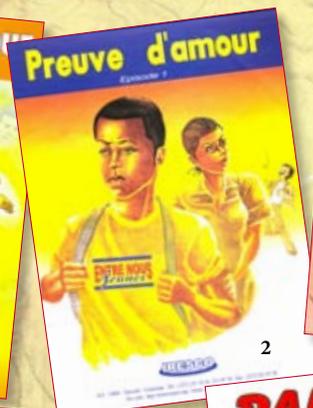
- Affiches ( Français et Anglais)
- Bandes dessinées
- Calendrier 2008
- Chemises à rabat
- Dépliants ( Français et Anglais)
- Film radiophonique et vidéo
- Guide du film
- Texte du film

NB : les BD et Film sont disponibles au siège de l'IRESCO

Bandes Dessinées élaborées et produites dans le cadre du programme “Entre Nous Jeunes”

les bandes dessinées éditées par l’IRESCO dans le cadre du Programme “Entre Nous Jeunes” se sont imposées dans l’univers de la presse animée camerounaise.

- 1- “PREUVE D’AMOUR” (épisode 2)
- 2- “PREUVE D’AMOUR” (épisode 1)
- 3- “LA MÉTAMORPHOSE DE BENJAMIN” (épisode 1)
- 4- “LA MÉTAMORPHOSE DE BENJAMIN” (épisode 2)
- 5- “SANDRINE” Vivre positif
- 6- “PAMELA” Living positively

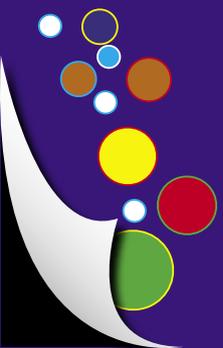


# REFUGES





L'Institut pour la Recherche, le Développement  
Socio-économique et la Communication



B.P : 13 888 Yaoundé - Cameroun  
Tél : 237 22 31 10 14 - Fax : 237 22 31 97 78  
E-mail : [irescoyaounde@yahoo.com](mailto:irescoyaounde@yahoo.com)  
[www.iresco.org](http://www.iresco.org) [www.entrenousjeunes.net](http://www.entrenousjeunes.net)