



Canada 



LE POUVOIR DE L'ENGAGEMENT DU PUBLIC

**#CHANGETHEBIRTHSTORY**

Juin 2017 – Mars 2020



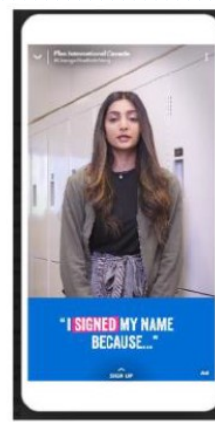
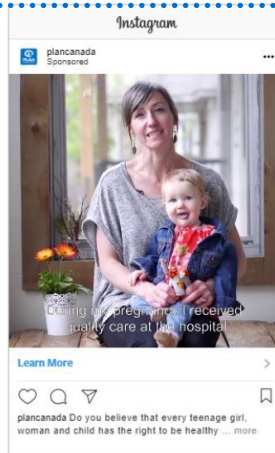
# VOTRE NOM + 60 SECONDES POURRAIENT AIDER À CHANGER L'HISTOIRE DES NAISSANCES

INSCRIVEZ VOTRE NOM »

[plancanada.ca/changethebirthstory](http://plancanada.ca/changethebirthstory)

## DES CANADIENS HABILITÉS INSPIRENT LE CHANGEMENT

Notre travail est ancré dans le récit. Notre objectif était de capter l'attention des Canadiens en leur rapportant des histoires inspirantes du monde entier. Nous avons lancé des activations locales qui prouvent que les Canadiens sont sensibles et solidaires de **#Changethebirthstory** dans le cadre du programme de santé maternelle, néonatale et infantile (SMNI) et de santé et droits sexuels et reproductifs de Plan International Canada (SHOW), financé par Affaires mondiales Canada.



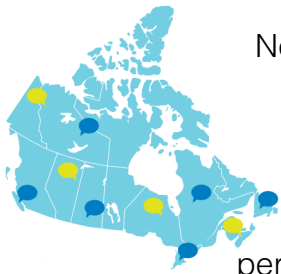
Les Canadiens ont été motivés par les riches récits sur l'impact du programme à travers les yeux des bénéficiaires, des volontaires, des enseignants, des travailleurs de la santé et des leaders communautaires au Ghana, au Sénégal, au Bangladesh, au Nigeria et en Haïti. En parallèle, nous avons partagé de puissants témoignages de nos supporters canadiens sur les raisons pour lesquelles ils plaident en faveur du changement.

Des Canadiens de tout âge, sexe, race et statut économique ont participé à des activités nationales qui mettaient les participants au défi de marcher un « mile » (1,6 km) dans les chaussures d'une mère adolescente ou d'un membre du club des pères et à des campagnes numériques qui montraient ce qu'est l'expérience de l'accouchement dans les pays en développement.

Armés de connaissances, des milliers de Canadiens se sont manifestés pour soutenir le projet et appuyer **#Changethebirthstory**.

# RÉSULTATS DE L'ENGAGEMENT DU PUBLIC

## LES CANADIENS SE SOUCIENT!



Notre recherche\* a révélé que **44 % DES INDIVIDUS** ont déclaré qu'il est important pour eux personnellement que

nous aidions à améliorer la santé, le bien-être et les droits des femmes, des adolescents et des enfants dans les pays en développement.

**43 % DES INDIVIDUS** sont fortement d'accord pour dire que le fait de connaître les efforts du Canada en matière d'amélioration de la santé, du bien-être et des droits des femmes, des adolescents et des enfants dans les pays en développement leur donne une meilleure opinion du gouvernement fédéral.

**PRÈS DE LA MOITIÉ (46 %) DES PERSONNES INTERROGÉES** estiment que les Canadiens ont le devoir de soutenir l'amélioration de la santé et des droits des femmes, des jeunes et des enfants dans les pays en développement.

## LES RÉSULTATS EN CHIFFRES

# 119 256

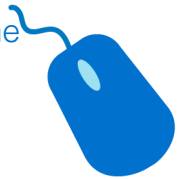
formulaires de soutien remplis



# 1 008 261

visites du site Web, chacune d'une durée moyenne de

# 1 MIN 17 S



Nos jeunes militants se sont engagés auprès de

# PLUS DE 16 000



# 78 602 ET 73 %

conversations lors des expositions itinérantes

des visiteurs ont signé le formulaire de soutien

## ENGAGEMENT AU NIVEAU NUMÉRIQUE

	Réseaux sociaux de Plan International	Influenceurs sociaux	Achats sur les réseaux sociaux	Total
Impressions	712 765	1 400 000	170 000 000	172 112 765
Vues de vidéos	157 339	400 652	10 500 000	11 057 991
Engagements sociaux («J'aime », Commentaires, Partages)	24 098	39 100	307 000	370 198



## NOUS NOUS SOMMES ENGAGÉS EN PERSONNE

### EXPOSITIONS ITINÉRANTES

Nous avons suscité l'engagement des Canadiens à la santé et aux droits sexuels et reproductifs (SDSR) et à la santé maternelle, néonatale et infantile (SMNI) par des activations interactives à l'échelle nationale. Chaque été, nos trois expositions ont présenté notre travail dans des centres commerciaux, des festivals et des événements dans tout le pays. Les participants pouvaient marcher un « mille » (1,6 km) à la place d'une adolescente enceinte au Ghana lors d'une expérience de réalité virtuelle ou tester leurs connaissances dans un questionnaire interactif. Les activations ont également permis au public de découvrir d'autres aspects du travail de notre programme comme les ambulances en poussette, les pèse-bébés ou de voir des photos des clubs de pères.



## PROGRAMME DE JEUNES MILITANTS

Au total, 76 jeunes de 16 à 24 ans de tout le Canada ont été formés à la défense des droits, à l'égalité des sexes et à la SDSR. Ce programme comprenait un mentorat d'un an qui les maintenait engagés dans le programme. Ils sont devenus des leaders dans leurs communautés en sensibilisant les gens aux problèmes mondiaux de l'égalité des sexes.

**Environ la moitié des jeunes ont participé au programme pendant plusieurs années.**

Les défenseurs de la jeunesse ont également eu des possibilités d'éducation pour s'engager davantage. Ils ont notamment eu l'occasion de participer au Sommet de la jeunesse de Plan International ainsi qu'à d'importantes conférences comme la Conférence canadienne sur la santé mondiale, la Commission de la condition de la femme des Nations Unies, le Partenariat canadien pour la santé des femmes et des enfants et Women Deliver.

Dix d'entre eux se sont même rendus au Ghana pour rencontrer dix jeunes ghanéens qui participent également aux programmes pour la jeunesse de Plan International. Ils ont eu l'occasion de s'informer directement sur la situation des droits et de la santé des femmes dans ce pays africain.



« Cette campagne... et ce voyage m'ont vraiment ouvert les yeux sur l'importance des projets et des programmes, afin que les femmes et les filles, et tout le monde, aient accès aux soins de santé mais aussi puissent prendre des décisions [éclairées] sur le moment où elles veulent fonder une famille ou sur la façon de vivre la meilleure vie possible pour elles. » – Rachel, 22



# NOUS NOUS SOMMES ENGAGÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



La présence en ligne de **#Changethebirthstory** était diversifiée et largement répandue. Nous avons impliqué le projet dans une série de promotions uniques sur plusieurs plateformes, dont notamment :

- Une **page d'accueil spécifique sur le projet sur le site Internet** où les visiteurs peuvent recevoir des informations précieuses et découvrir les moyens d'apporter leur soutien;
- Une **fonction particulière** où les gens étaient encouragés à signer leur appui à **#Changethebirthstory**;
- Bannières **publicitaires** et messages multiples sur les **plateformes de médias sociaux**, notamment Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat et Youtube;
- Engagement de **18 influenceurs sociaux** qui ont engagé ses abonnés à **#Changethebirthstory**;
- L'**ambassadrice de Plan Canada Sarah Rafferty** s'est rendue au Ghana et a engagé ses abonnés sur la SMNI et la SDSR
- Les **bulletins électroniques** ont montré des récits inspirants de changement dans le monde entier.

## Message de @jillian.harris

Je me suis associée à @PlanCanada pour faire connaître le travail de l'organisme afin de **#Changethebirthstory** dans de nombreux pays du monde, dont le Ghana, Haïti et le Nigeria. ...maintenant que je suis la maman de Leo et bientôt d'une pe-tite fille, ce sujet me tient à cœur. Pour savoir pourquoi et pour de détails sur la campagne, consultez le blogue. En attendant, rejoignez-moi en signant votre nom et en soutenant ce travail important à **changethebirthstory.ca**

## Commentaires

**Noah\_and\_emilia** Nous sommes si fières de voir une maman ordinaire défendre une cause aussi importante! En tant que femmes et mères, nous ne pouvons pas ignorer les problèmes qui tou-chent nos sœurs à l'autre bout du monde, et leurs enfants. Merci de partager!

**Nourish\_with\_renata** Wow, quelle cause extraor-dinaire! Merci de partager!

**Foziakhan1983** Bravo pour le partenariat, c'est une cause importante!

❤ 18 502

💬 358

# CE QUE NOUS AVONS APPRIS

Pendant trois ans, **#Changethebirthstory** a engagé le public canadien avec des récits d'espoir, d'inspiration et de résilience. Cette initiative nous a permis de tirer quelques conclusions importantes sur l'engagement du public. En voici quelques-unes :

- Les Canadiens sont plus réceptifs à des **histoires diverses abordées sous des angles différents**, y compris les voix locales.
- Les niveaux d'engagement sont meilleurs avec les **micro-influenceurs** (taux d'engagement de 12 %) qu'avec les influenceurs qui ont plus d'abonnés.
- Avec les bons outils, comme **Snapchat**, nous pouvons mieux engager les jeunes Canadiens.
- Les conversations en personne sont efficaces – nous avons obtenu un **taux de conversion de 73 % lors de nos activations nationales**.
- Mieux une personne comprend le problème, plus elle le perçoit comme sérieux et **plus elle est susceptible de soutenir la cause**.
- **Les campagnes d'engagement social concentrées** ont été les plus efficaces (de juin à août de chaque année).
- **119 256 Canadiens** ont soumis des informations pour remplir un formulaire de soutien et rejoindre le mouvement qui croit que chaque adolescente, femme et enfant a le droit d'être en bonne santé et de vivre une vie sans discrimination.

En tirant parti de notre vaste expérience en matière d'engagement du public, nous avons pu mettre en lumière l'impact des travaux de SDRS et de SMNI financés par les Canadiens. Les Canadiens se sont intéressés au sujet pour en savoir plus et manifester leur soutien. Nous pouvons tous en être fiers. Plan International Canada a hâte d'intensifier ses efforts d'engagement du public auprès des Canadiens!



Pour en savoir plus et s'engager, visiter [plancanada.ca](http://plancanada.ca)



Canada

Plan International Canada Inc.  
245, avenue Eglinton Est,  
bureau 300  
Suite 300  
Toronto (Ontario) M4P 0B3

416 920-1654  
1 800 387-1418  
[plancanada.ca](http://plancanada.ca)

Numéro d'enregistrement de l'organisme de bienfaisance de l'ARC : 11892 8993 RR0001.

© 2019 Plan International Canada Inc. Les noms Plan International Canada et Parce que je suis une fille, les marques commerciales et les logos associés appartiennent à Plan International Canada Inc.