

## Titre / C'est la vie + : divertissement et changement social, une nouvelle approche pour promouvoir la santé

C'est la vie + est un projet unique qui a pour objectif final l'amélioration des connaissances, des attitudes et des comportements en matière de droits et santé sexuels et reproductifs en Afrique de l'Ouest.

Au coeur de la campagne, des productions audiovisuelles pour la télévision, la radio et le web, entièrement produites sur le continent. Lancée en 2015, la série télévisée a été créée par Marguerite Abouët (*Aya de Youpogon*) et Charlie Beleteau (*Plus belle la vie*). Elle est entièrement tournée et réalisée à Dakar, au Sénégal.

Autour des programmes de divertissement, des animations communautaires sur le terrain sont menées avec le *Kit pédagogique C'est la vie !*, un support d'éducation pour la santé, qui soutient l'impact des messages que la série contient. Des formations sont dispensées auprès des partenaires et des professionnel·les locaux pour que ceux·elles-ci puissent mener des séances de discussions, des projections-débat ou des ateliers sur la santé sexuelle et reproductive à partir de la série.

Le projet, porté par l'ONG sénégalaise RAES, est déployé à l'échelle continentale mais aussi à l'échelle communautaire dans 9 pays de la sous-région (Côte d'Ivoire, Mali, Burkina, Niger, Togo, Bénin, Tchad, Guinée, Sénégal), invitant les partenaires de la société civile à débattre de ces problématiques à l'échelle individuelle, communautaire et politique.

### Objectifs

La campagne a pour objectifs de :

- Diffuser des informations vérifiées au plus grand nombre pour renforcer les connaissances des téléspectateur·rice·s et des auditeur·rice·s
- Libérer la parole et susciter un débat citoyen autour de questions de santé et des sujets de société
- Plaider pour une plus grande implication des gouvernements dans la réalisation des droits à la santé sexuelle et reproductive, l'accès aux soins et la professionnalisation des personnels de santé
- Favoriser l'adoption de comportements responsables en matière de santé sexuelle et reproductive en particulier chez les jeunes et les adolescent·e·s

### Activités déployées

C'est la vie ! comprend :

- **une série télévisée**

2 saisons - 62 épisodes - 6 langues (français, anglais, wolof, haoussa, peul, malinké)

Une 3ème saison est en cours de tournage.

- **un feuilleton radio** (français, bambara, wolof, haoussa, peul)

31 épisodes - 5 langues

- **un kit pédagogique**

un support d'éducation à la santé conçu à partir de la série

- **des communautés sur le web**

une communauté en ligne (Facebook, Instagram, Youtube), des contenus exclusifs et un site internet

- **une communauté sur le terrain**

en collaboration avec les partenaires de tous les pays du projet, et les Ratanga Club - des groupements d'organisations de la société civile et de structures étatiques qui mènent des activités sur le terrain, pour sensibiliser les jeunes et les faire participer aux débats sur la santé sexuelle et reproductive.

## Parti pris / L'edutainment pour développer les connaissances et engager des discussions sur les droits et la santé sexuels et reproductifs

La création des personnages et l'écriture des intrigues de C'est la vie ! sont basées sur une méthodologie appelée edutainment (*Miguel Sabido*). L'edutainment ou "éducation pour le divertissement" repose sur des facteurs favorisant les changements d'attitudes et de comportements.

Grâce à l'edutainment, pas de slogans pesants et pas de sermons, mais des histoires et des parcours de femmes et d'hommes ordinaires, qui donnent à réfléchir et des personnages qui entraînent les téléspectateur·rice·s dans leur sillage. Dans C'est la vie !, les personnages principales (Assitan, Korsa, Emadé, Magar) elles aussi, luttent pour changer, malgré les obstacles qui jonchent leur route.

Utiliser les séries pour promouvoir un thème et/ou le mettre débat publiquement est une stratégie utilisée dans plusieurs pays comme l'Éthiopie, l'Inde, le Mexique, les Philippines, le Brésil ou le Nigeria.

## Pourquoi ça marche ?

Les feuilletons ont une grande influence sur les téléspectateur·rice·s. Les séries et le story telling :

- modélisent avec efficacité nos modes de vie, nos cultures, nos croyances et nos représentations, qu'ils rendent captivants en créant une tension dramatique entre des individus et leur environnement.
- offrent la possibilité aux téléspectateur·rice·s de s'identifier aux personnages, à leurs problèmes et à leur environnement social
- captent les émotions et atteignent le « cœur » du public
- abordent plusieurs thématiques à travers différents points de vues et personnages ; ils permettent à plusieurs histoires de se dérouler parallèlement et donnent le temps aux personnages d'évoluer, en changeant avec réalisme
- favorisent la répétition et la continuité des messages et des informations clés

## Les enjeux

En Afrique de l'Ouest, les adolescent·e·s et les jeunes sont confronté·e·s à de nombreux obstacles quant à la réalisation de leurs droits en santé sexuelle et reproductive (DSSR) : difficultés d'accès à des informations fiables, aux produits et à des services de qualité, traditions, croyances...

Les droits sexuels et reproductifs, les plus intimes parmi les droits humains, portent sur la prise de décisions informées concernant des aspects fondamentaux de la vie de chacun·e : son corps, sa sexualité, sa santé, ses relations aux autres, le fait de se marier ou non, de choisir d'avoir des enfants

ou non et à quelle fréquence....

Les jeunes, et en particulier les jeunes filles et les adolescentes sont particulièrement concerné·e·s car :

- plus d'une adolescente sur deux accouchent avant 18 ans ;
- moins d'une adolescente sur cinq a une connaissance d'ensemble du VIH et du SIDA, et n'a aucune compétence pour négocier un rapport sexuel protégé ou refuser un rapport sexuel non désiré ;
- plus de deux filles sur trois sont excisées ;
- plus de deux femmes sur trois considèrent normal qu'un mari batte son épouse pour certaines raisons ;
- moins de la moitié des futures mères effectuent leurs quatre visites prénatales et moins d'une femme sur deux donne naissance assistée par du personnel qualifié ;

## L'évaluation

La mesure de l'impact du projet se fait via des campagnes d'évaluation et différents projets de recherche, dans les zones où les populations sont touchées par l'ensemble des activités de la campagne (la série télévisée, le feuilleton radio, les animations communautaires ou autres activités du Ratanga Club).

L'évaluation du projet est composée de 3 volets :

- les recherches formatives, pour documenter l'écriture de la série, connaître les contextes socioculturels et les messages clés à intégrer dans le scénarios ;
- le monitoring des activités, pour assurer une démarche d'amélioration continue sur toutes les composantes de la campagne et tout au long du projet ;
- l'évaluation d'impact du projet (étude démographique, étude de la communauté digitale) pour s'assurer que la campagne permet une amélioration des connaissances, des changements d'attitudes en matière de droits et santé sexuels et reproductifs (DSSR), santé sexuelle et reproductive des adolescents et jeunes (SSRAJ) et de violences basées sur le genre.

Les évaluations se font partenariat avec les universités de Dakar (Université Cheikh Anta Diop/UCAD) des États Unis (University of California Los Angeles - UCLA et Drexel University).

## Les premiers résultats (juin 2019)

### La série TV

**372 épisodes produits en 6 langues** (français, anglais, malinké, haoussa, peul, wolof - 62 épisodes d'environ 26 minutes) **soit 15h30 de divertissement, 72 intrigues et 200 messages de santé**

**2 saisons produites (62 épisodes) et une 3ème (30 épisodes) en cours de tournage**

**10 épisodes testés par des jeunes Africain·e·s** pour s'assurer de la cohérence des scénarios avec les contextes socio-culturels

**Au moins 2 diffusions par semaine sur 7 chaînes de TV nationales** (Sénégal, Mali, Guinée, Niger, Tchad, Togo, et Benin)

**Diffusion sur 2 chaînes régionales (TV5 Monde et A+).** En 2016, la diffusion de la saison 1 sur TV5 a touché 12 millions de téléspectateur·rice·s cumulés dans 6 villes d'Afrique de l'Ouest (*Africascope 2016*).

Le public global de la série est estimé aujourd'hui à **plusieurs dizaines de millions à travers le continent.**

### Le feuilleton radiophonique

**31 épisodes produits en 3 langues** (français, bambara, haoussa) soit 10h00 de divertissement. Des adaptations du feuilleton radio en wolof et peul sont en cours de production.

**Une diffusion sur les antennes d'RFI Afrique de Juillet à mi-Août 2019** soit 600 minutes de temps d'antennes pour un potentiel de **4 à 5 millions d'auditeur·rice·s** à la diffusion de chaque épisode.

La série sera distribuée auprès de près des **radios communautaires et rurales** et les partenaires dès septembre 2019.

### Sur le web

**5 Plateformes digitales** sur lesquelles sont diffusés des contenus exclusifs sur la série et la santé --> Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et Cestlavie.tv

**170 000 fans sur Facebook**

**3,5 millions de vues sur Youtube**

**En moyenne 3 000 vues** par contenu posté sur les réseaux sociaux

### Au sein des communautés avec le Ratanga Club:

**04 consortiums Ratanga Club et 16 partenariats**

**Des campagnes thématiques menées dans les pays avec les partenaires, et 120 activités** dont des causeries, des projections de film, des sessions éducatives dans les établissements scolaires et des émissions radio mobile

**04 ateliers de formation** au Kit pédagogique C'est la vie !

**100 000 adolescent·e·s et jeunes** de moins de 25 ans touché·e·s et sensibilisé·e·s sur le terrain

**08 influenceur·se·s** (youtuber·se·s, instagrameur·se·s,) web engagé·e·s dans la promotion des droits et de la santé sexuels et reproductifs

## Au sein des communautés avec le Kit Pédagogique, à l'issue de séances de pre testing menées avec le Kit au Togo et au Sénégal :

- + 26% des participant·e·s se sentent capables de se protéger contre une grossesse non-désirée
- +20% des participant·e·s se sentent capables de parler de contraception avec leur partenaire
- +25% des participant·e·s peuvent définir le consentement sexuel
- +50% des participant·e·s pensent que les jeunes ont des droits sexuels
- +15% des participant·e·s se sentent capables de refuser un rapport sexuel si on ne se sent pas prêt et/ou on ne le désire pas
- +17% des participant·e·s se sentent capables de demander à son/sa partenaire d'utiliser un préservatif

## Rendez-vous sur les réseaux sociaux du projet

www.cestlavie.tv  
Facebook @Cestlavie.tv  
Instagram @cestlavie\_tv  
Youtube Chaîne C'est la vie

## Ils parlent de nous !

### **Une série pour les droits des femmes**

*Arte - Août 2018*

“ C'est sans doute le plus grand succès télévisé de ces dernières années en Afrique de l'Ouest. **C'est la vie !**, feuilleton panafricain en partie financé par les Nations Unies, rassemble chaque soir depuis 2014 des centaines de milliers de téléspectateurs autour de la vie d'un centre de santé dans une ville imaginaire “

lien web <https://www.youtube.com/watch?v=EdfX55UDbjk>

### **Interview de Marguerite Abouet - “Nos histoires sont aussi passionnantes que celles de “Dallas”**

*AFD - Septembre 2018*

“ Je voulais travailler avec des Africain·e·s, pour les Africain·e·s, avoir des jeunes filles africaines à la réalisation, des acteurs et des actrices d'ici, et c'est ce qu'on fait avec cette série. Avec la complicité du créateur de la série *Plus belle la vie*, on a même développé des studios en plein air dans un quartier de Dakar, des décors tournants, c'est une première. On est dans la formation, le développement d'infrastructures et de talents africains, c'est ça aussi qui m'a attirée.”

lien web <https://www.afd.fr/fr/marguerite-abouet-nos-histoires-sont-aussi-passionnantes-que-celles-de-dallas>

### **C'est la vie, une série qui sensibilise à la santé sexuelle au Sénégal (et au-delà)**

*MademoiZelle - Avril 2018*

“La série est construite sur le modèle d'une telenovela, comme le public en raffole».

“Awa Djiga Kane qui interprète Korsá, l'une des quatre personnages principales, explique : « On suit deux sages-femmes, Korsá, la « méchante » qui vit une situation difficile dans son couple polygame et transpose sa frustration au travail, et Assitan, une jeune motivée tout juste sortie de l'école. Il y a aussi Emadé, mariée très tôt et déscolarisée, et Magar qui a été contrainte d'épouser son violeur et se retrouve dans en situation de violences conjugales. »

lien web <https://www.madmoizelle.com/c-est-la-vie-actrice-awa-djiga-kane-904513>