

STRATEGIE D'INTERVENTION DU PMP-SIDA à KINSHASA

Le Projet Militaire Police – SIDA (PMP – SIDA) comporte deux volets : La communication pour le changement de comportement (CCC) & Le marketing social des préservatifs.

1. La Communication pour le Changement de Comportement

La stratégie utilisée consiste en l'éducation par pair.

a. Circonscription des activités de CCC

Les activités de CCC seront entreprises dans deux grands ensembles de la PNC/Ville de Kinshasa. Il s'agit :

- Du District de la Lukunga, composé de dix commissariats (ciats), de l'Etat-major du District, et du Bataillon d'intervention mobile Kin – ouest
- Des unités basées dans l'enceinte du commandement de l'Inspection Provinciale de Kinshasa (IPKin), notamment Compagnie QG, P1, P2, P3, P5, CPKin, Police criminelle et Bataillon Police de Police

b. Niveau de recrutement du pair éducateur (PE)

Le PE est recruté au sein d'une unitéⁱ d'intervention, il est formé pour entreprendre des activités au sein de son unité de provenance en priorité.

Pour le cas de la police, les PEs sont recrutés au niveau des commissariats (ciats) et sous – commissariats (s/ciats) du District de la Lukunga, et des unités dans l'enceinte de l'IPKin.

c. Organisation des activités

Suivant la structure des unités, chaque PEs se voit affecté un certain nombre de personnes avec lesquelles il devra tenir des causeries éducatives pendant 11 mois.

Les policiers pris en charge par le PE seront les mêmes jusqu'à l'épuisement des messages de sensibilisation.

Les messages sont constitués des thèmes mensuels, il est prévu dix thèmes, le onzième mois sera réservé à des messages de rappel.

Chaque PE devra tenir deux causeries éducatives par semaine avec dix à quinze personnes par causerie. Au bout du mois (quatre semaines), il se sera entretenu avec quatre vingt à cent vingt personnes. Avec le même groupe le PE abordera le prochain thème le suivant, jusqu'à l'épuisement des thèmes.

ⁱ On entend par "unité" un groupe structuré ayant en son sein un commandement, l'effectif peut varier d'une unité à une autre.

2. La Marketing social des préservatifs

Les activités de marketing social des préservatifs consiste à :

- Mettre à la disposition de la communauté policière les préservatif PRUDENCE à un prix social, et ce dans leurs milieu de vie quotidienne
- Convaincre les points de vente à insérer le préservatif dans la gamme de leurs produits marchands

a. Circonscription des activités de CCC

Les activités de marketing social sont entreprises :

- Dans les camps résidentiels suivants : camp Lufungula et camp Kabila
- Dans les unités particulièrement celles où sont entreprises la CCC

b. Niveau de recrutement du pair éducateur (PE)

- Au niveau des camps : Les capotiers (agents de marketing social) ont été recruté via le Bureau Central Zone de Santé (BCZS). Ils sont au départ habitants du camp où est entrepris le marketing social
- Au niveau des unités : les PEs ayant manifesté le désir de vendre le préservatif PRUDENCE, sont considérés comme point de vente relevant de l'un des camps évoqués ci-dessus

c. Organisation des activités

- Au niveau des camps : Les capotiers reçoivent le lot de préservatif mis à la disposition de la Zone de santé.
Ils en assurent la vente dans le camp et ses environs immédiats ; la vente est destinée uniquement aux points de vente recensés.
- Au niveau des unités : Les PEs qui disponibilisent les préservatifs dans les unités se font enregistrés comme point de vente, et n'assurent la vente qu'auprès des policiers.