

14. Communication pour la santé												
	Stade élémentaire			Stade intermédiaire			Stade avancé			Avant-garde		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Orientation stratégique	Les décisions relatives à la communication pour la santé se font au gré des circonstances. Souvent, elles ne répondent pas aux problèmes à résoudre en toute première priorité ou ne ciblent pas les publics les plus importants.			L'INSP tente de mener ses actions de communication pour la santé de manière stratégique, mais ils sont largement déterminés par les centres d'intérêt des donateurs ou de certains membres du personnel.			Dans ses actions de communication pour la santé, l'INSP a des priorités stratégiques, qui sont souvent liées à la réalisation de ses objectifs (par exemple la réduction des maladies chroniques). Il emploie différentes approches pour augmenter la diffusion et l'assimilation de ses messages.			Les actions de communication pour la santé menées par l'INSP font partie intégrante de l'accomplissement de sa mission. L'INSP est résolu à être une source d'informations de santé publique essentielle dans son propre pays et partout dans le monde.		
Systemes	L'INSP a des outils, principes directeurs et POS concernant la communication pour la santé. En général, celle-ci ne fait pas l'objet de révisions destinées à assurer sa qualité et l'harmonisation des messages et des documents.			L'INSP a des outils, principes directeurs et POS pour ses actions de communication pour la santé (par exemple des modèles de brochures), mais le personnel ne s'en sert pas de manière systématique. L'INSP n'a pas de processus de révision en bonne et due forme pour assurer la qualité et la cohérence des messages.			Le personnel utilise généralement les principes directeurs, modèles et autres outils de l'INSP dans la mise au point des actions de communication pour la santé. L'INSP a un processus de révision en bonne et due forme pour assurer la qualité des produits, mais les messages et l'aspect des documents peut varier d'une partie de l'organisation à l'autre.			L'INSP actualise régulièrement ses méthodes de communication pour tirer parti des nouveaux outils et des nouveaux moyens d'aller à la rencontre de différents publics. Les systèmes et procédures encouragent la collaboration et aide à harmoniser les messages et les documents dans tout l'INSP.		
Ressources	Le personnel de l'INSP manque d'expertise en communication pour la santé. La qualité et l'ampleur des campagnes de communication pour la santé sont limitées par le manque de ressources.			Bien que quelques membres du personnel aient une formation en communication pour la santé, certains acquièrent de l'expérience en travaillant avec des groupes plus avancés. La plupart des ressources en communication pour la santé de l'INSP sont destinées aux efforts financés par des donateurs.			L'INSP a assez de personnel possédant une expertise en communication pour mener des efforts très médiatisés, mais les efforts moins visibles ne peuvent pas toujours disposer de cette expertise. L'INSP apporte parfois son assistance (sous forme de documents, de formation, etc.) aux partenaires qui l'aident à diffuser ses messages.			Toutes les actions de communication pour la santé menées par l'INSP sont guidées par un personnel spécialisé. Celui-ci forme et accompagne le personnel des organisations partenaires qui aident à diffuser les messages de l'INSP.		
Qualité	Les objectifs et les messages des campagnes de communication pour la santé manquent souvent de clarté. Les informations données dans les documents sont parfois dépassées ou inexactes. À part quelques documents traduits, les messages et les canaux ne sont pas adaptés aux différents publics.			Les buts des grandes actions de communication pour la santé sont généralement bien définis, mais leurs objectifs particuliers sont rarement précisés. Souvent, les messages ne donnent pas les informations essentielles (par exemple comment prévenir l'exposition aux risques ou y répondre). L'INSP adapte parfois ses documents et ses canaux à des publics particuliers.			Les grandes actions de communication pour la santé menées par l'INSP ont des buts précis et des objectifs mesurables. L'INSP teste souvent ses messages à l'avance sur les publics visés et révise ses documents selon les avis recueillis. L'INSP utilise plusieurs plateformes de communication pour toucher les publics cibles, mais échoue souvent à toucher les populations difficilement accessibles.			Dans ses grandes actions de communication pour la santé, l'INSP établit des plans détaillés, qui prévoient notamment la façon de faire intervenir un large éventail d'acteurs. Il teste souvent ses messages et ses canaux à l'avance. L'INSP veille tout particulièrement à ce que les populations difficilement accessibles soient informées.		
Collaboration	L'INSP partage des informations et des ressources avec certains acteurs, mais fait peu d'effort pour les associer à la conception et à la mise en œuvre des actions de communication pour la santé.			Dans la plupart de ses actions de communication, l'INSP demande aux mêmes acteurs de donner leur avis et d'apporter leur aide pour la diffusion. Beaucoup d'acteurs importants sont laissés à l'écart des efforts de l'INSP.			L'INSP s'assure le concours d'un large éventail d'acteurs pour hiérarchiser, concevoir, mettre en œuvre et évaluer les actions de communication. L'INSP sélectionne ses partenaires selon le sujet et le public visé.			L'INSP conçoit et met en œuvre de nombreux efforts en partenariat avec d'autres organisations. Lorsque des organisations partenaires bénéficient d'une grande crédibilité auprès d'une population à risque, l'INSP leur apporte son soutien pour mener à bien ses actions de communication.		
Impact	Les actions de communication pour la santé de l'INSP sont de portée limitée et ont peu de chances d'entraîner une plus grande sensibilisation ou un changement de comportement.			Certaines actions de communication pour la santé, comme celles financées par des donateurs, peuvent toucher les publics visés, mais beaucoup d'actions ont peu ou pas d'impact.			Les actions de communication pour la santé menées par l'INSP sont visibles et touchent les publics cibles. Lorsque des évaluations en bonne et due forme sont réalisées, elles montrent que les campagnes ont un impact.			Les messages de communication pour la santé de l'INSP sont régulièrement utilisés par d'autres groupes dans leurs propres efforts. Les capacités de plusieurs organisations partenaires ont augmenté grâce à leur collaboration avec l'INSP. Les messages de l'INSP contribuent notablement à sensibiliser aux questions de santé et à encourager les comportements positifs.		