

BETTER TOGETHER = ENSEMBLE C'EST MIEUX

Rapport d'étude sur les SMS

Publié en mai 2015

Données collectées du 19 au 24 mars 2015

Rédacteur: MAGBE Teddy Junior, Coordonnateur suivi-évaluation (SFCG)

Contact: tmagbe@sfcg.org

Contact: 00 236 72 30 02 90

Responsable principal du projet : NDIKINTUM George, SFCG

NDIKINTUM George

Program manager

Bangui/RCA

00236-72 30 02 91

gndikintum@sfcg.org

BANZE Thomas Paul

Directeur Pays

Bangui/RCA

00236-72 21 03 85 ou 72 21 36 38

tpaulbanze@sfcg.org

Table des matières

Table des matières	2
1. Introduction	3
2. Résumé exécutif	4
3. Contexte du projet et de l'étude.....	6
2.1. Le projet	6
2.2. Contexte de l'étude.....	6
4. Méthodologie.....	7
5. Résultats de l'étude.....	9
I. PROFIL SOCIO-ECONOMIQUE DES PERSONNES QUI DONNENT DU FEEDBACK APRÈS RÉCEPTION DES SMS.....	9
Genre (Sexe) des enquêtés.....	9
a) Arrondissement des enquêtés.....	9
b) Tranche d'âge des enquêtés.....	10
c) Niveau d'étude des enquêtés	10
d) Religion des enquêtés	11
e) Catégories professionnelles des enquêtés	11
II. UTILITE DES SMS.....	13
A. Connaissance de SFCG.....	13
1. Connaissance de SFCG.....	13
B. Contenu des SMS et source des SMS.....	14
1. Connaissance des sources des SMS	14
2. Contenu des SMS.....	15
C. Fréquence et période réception des SMS	18
D. Traitement des SMS.....	20
E. Efficacité des SMS	24
6. Conclusions et recommandation.....	26
7. Annexes.....	27
Table des tableaux.....	27
Table des graphiques.....	28

1. Introduction

Word of peace est le nom de la campagne SMS lancé par SFCG depuis avril 2014 dans le cadre du projet « Better Together ». Cette campagne, réalisée en partenariat avec le réseau mobile Orange, s'est poursuivie en septembre de la même année avec cette fois le réseau Moov. Cette campagne, qui se fait par l'envoi des SMS, consiste à sensibiliser les récipiendaires sur la cohésion sociale et la coexistence pacifique.

En lançant cette campagne, SFCG est convaincue de la transformation que peut apporter un message s'il touche les cœurs. C'est pourquoi les différents SMS envoyés portent sur paix et la cohésion sociale et le premier SMS datant du 4 avril 2014 stipulait ce qui suit : « *La dent et la langue se mordent, mais vivent toujours ensemble. Ne laissez pas les différents vous séparer de vos frères.* » Un message qui touche le cœur, pousse la personne à le lire fréquemment et à le partager ; ce qui fait alors la force du message et du changement qu'il va opérer.

Les SMS sont envoyés dans deux langues ; en français et en langue nationale qui est le Sango, trois fois par semaine : le lundi, le vendredi et le samedi. Au moment de la rédaction de ce rapport, en mai 2015, les SMS qui avaient été envoyés dans les deux langues dans le cadre du programme Word of Peace étaient au nombre de 89, et le nombre total SMS de feed-back reçus était de 4587, soit une moyenne de 52 feedback par SMS envoyé.

2. Résumé exécutif

À propos du projet

Better Together est un projet d'une durée d'un an et sept mois, financé par l'USAID, et qui a pour objectif général de réduire les violences intercommunautaires et de soutenir le processus de transition inclusive et ouvert à tous en RCA. Ce projet s'étend dans les villes de Bangui, Bangassou et Bossangoa.

À propos de l'étude

Cette étude est réalisée par SFCG en vue de récolter des informations sur l'efficacité de la méthode d'actions qui consiste à envoyer des SMS vecteurs des messages de paix. L'objectif est de recueillir l'appréciation des destinataires vis-à-vis de cette approche de communication de manière générale et en particulier par rapport aux messages de SFCG véhiculés à travers ce canal. L'objectif consiste concrètement à collecter les informations ou points de vue des destinataires sur le contenu des SMS et sur la fréquence de partage.

Méthodologie de l'étude

Au regard des besoins de collecte de données sur les destinataires des SMS, une source de données quantitative a été utilisée : Sondage auprès des destinataires des SMS.

Cette enquête couvre seulement la ville de Bangui. L'échantillon de notre base de sondage est tiré de la liste de ceux ayant envoyé au moins une fois du feedback aux SMS reçus de SFCG et la liste de quelques numéros que nous disposons. La détermination de la taille de l'échantillon de cette étude s'est faite à l'aide de la loi des grands nombres. L'échantillon utilisé pour le sondage contient 100 personnes : les données présentées dans ce rapport représentent donc une marge d'erreur de 10% et un seuil de confiance de 95%, et sont représentatives à cet égard des récipiendaires réactifs des SMS envoyés.

Principaux résultats de l'étude

PROFIL SOCIO-ECONOMIQUE DES PERSONNES QUI DONNENT DU FEEDBACK APRÈS RÉCEPTION DES SMS

63% des personnes touchées par l'enquête sont du sexe masculin et 37% sont des femmes. Les arrondissements touchés sont le 1er, 3ème, 4ème, 5ème et enfin 7ème et 8ème. Les personnes qui réagissent aux SMS de SFCG ont pour la plupart le niveau du lycée (42,2%) et le niveau universitaire (35,3%). Ils se trouvent majoritairement entre la tranche d'âge variant de 18 à 55 ans dont près de 30% de ceux qui ont entre 18-25 ans, près de 40% pour ce qui se trouve entre 26-35 ans et enfin un peu plus de 30% des personnes ayant la tranche d'âge entre 36-55 ans. L'information capitale qu'on peut retenir de cette étude à propos de la croyance religieuse des personnes enquêtées est que 91,2% des enquêtées sont des Chrétiens. Les Musulmans ne représentent 8,8% des personnes enquêtées lors de cette étude.

Le profil professionnel des interrogés pour cette étude sont pour la plupart des étudiants et commerçants suivi d'autres catégories de personnes travaillant dans le secteur privé.

UTILITÉ DES SMS

Connaissance de SFCG et source des SMS

Il ressort de cette étude que 49% des enquêtés disent avoir déjà entendus parler de SFCG à travers les SMS (49%) et à travers la sensibilisation (44,9%). Tandis que 50% n'avaient pas entendu parler de SFCG avant la réception des SMS.

Contenu des SMS

La plupart des enquêtés disent qu'ils reçoivent les SMS provenant essentiellement de SFCG (91,7%) et de Mercy Corps (5,6%). Les thèmes abordés et qui sont les plus marquants sont les plus souvent sur la « paix » (62%), la « cohésion sociale » (19%) et la « réconciliation » (11%).

Il est capital de retenir que 80% des enquêtés disent qu'ils sont touchés voire même très touchés par les contenus des SMS. Les récipiendaires des SMS rapprochent à 95% les contenus des SMS au contexte actuel. Autrement dit pour eux, les contenus des SMS sont bel et bien en corrélation avec le contexte de crise en RCA.

Fréquence et période d'envoi des SMS

La majorité (59,2%) des interrogés reconnaissent avoir reçu les SMS le matin, 18,4% reconnaissent les recevoir le soir et enfin 16,3% ont reconnu avoir reçu les SMS à midi. Ils reçoivent (80%) ces SMS selon une fréquence de plus de deux fois par semaine. Ces différentes fréquences sont très appréciées par la majorité de consommateur des SMS (68,4%).

Traitement des SMS

67,3% des interviewés sont contents des SMS qu'ils reçoivent. Ce qui fait que la plupart des récipiendaires préfèrent les garder (53,1%) et voire même les partager aux autres (environ 17%). Par contre, près de 30% des récipiendaires avouent les supprimer aussitôt lus. S'agissant des partages des SMS, moins de la moitié (42,7%) ont pu partager les SMS avec leurs connaissances/amis (44,6%) et aux membres de leur famille/parents (33,9%). 93% des enquêtés ont jugé mieux de continuer à recevoir les SMS

Efficacité des SMS

Les SMS sont jugés par les interviewés à 93,1% efficace pour leur possibilité de toucher plusieurs personnes (81,1%), de partager aux autres (près de 15%) et de les relire le plus souvent (3,2%).

Conclusion

L'étude sur les SMS nous amène à tirer les conclusions suivantes :

- Le SMS est un moyen de communication très efficace et pertinent qui permet de transmettre les messages de paix et de la cohésion sociale à la population.
- C'est également un moyen de faire la visibilité de l'ONG auprès de la population.
- En ce qui concerne le contenu des SMS, on conclut que le choix des messages à diffuser a été efficace et cadre avec le contexte de la situation actuelle.
- La fréquence et la période d'envoi des SMS est aussi jugé efficace et pertinente.
- Les messages qui ont plus touché les récipiendaires sont les SMS parlant de la « paix » et de la « cohésion sociale ».
- Cependant, le SMS a une limite à savoir la barrière linguistique du moment où certains récipiendaires des SMS ne savent ni lire et écrire ce qui pourrait constituer une limite pour eux de comprendre le contenu du message.

3. Contexte du projet et de l'étude

2.1. Le projet

Eu égard à la situation sécuritaire en Centrafrique, le projet « Better Together » ou « Ensemble c'est mieux », financé par USAID vise à promouvoir des solutions rapides pour lutter contre l'esprit de violence afin de parvenir à une paix durable.

L'objectif principal de ce projet est de réduire les violences intercommunautaires et de soutenir un processus de transition inclusif et ouvert à tous en République Centrafricaine et, plus particulièrement, dans les villes de Bangui, Bangassou et Bossangoa.

Les objectifs spécifiques du projet sont les suivants :

1. Soutenir les comportements favorables à la non-violence et à la collaboration intergroupe ;
2. Réduire les tensions communautaires et établir un dialogue permanent dans les points chauds ;
3. Renforcer les capacités des acteurs clés non-étatiques à encourager le dialogue et soutenir une transition pacifique et ouverte à tous.

Les résultats attendus du projet sont : (1) une campagne de non-violence qui promeut la tolérance dans les communautés cibles à travers la diffusion de messages pertinents au niveau local est organisée ; (2) Des informations crédibles, fiables et impartiales sont davantage accessibles au sein des communautés cibles ; (3) Des mécanismes locaux de résolution de conflits sont établis au sein des communautés cibles ; (4) Une « architecture pour la paix » qui lie la communauté, le gouvernement, la sécurité et les acteurs internationaux est établie dans les communautés cibles ; (5) La capacité des organes médiatiques clés à favoriser le dialogue et soutenir le processus de transition est améliorée ; (6) Les groupes de la société civile ciblés ont acquis des capacités et une vision pour favoriser le dialogue et soutenir le processus décisionnel complexe durant la période de transition ; et (7) Les acteurs humanitaires ont accru leurs capacités à mettre en place des programmes de sensibilisation au conflit.

2.2. Contexte de l'étude

Les dernières crises (de décembre 2012 jusqu'aujourd'hui) qu'a vécues la République Centrafricaine (RCA) ont fragilisé les différents tissus sociaux. C'est pour cette raison que, Search for Common Ground (SFCG), une ONG internationale de droit américain, a mis en place des projets permettant de sensibiliser et promouvoir la cohésion sociale. Pour ce faire, SFCG a utilisé depuis avril 2014 deux méthodes d'action dont l'une d'entre elles est d'envoyer des messages SMS invitant la population centrafricaine à la cohésion sociale et à la non-violence sans distinction de sexe, de race ou de religion. Huit mois après ce partage de messages en faveur de la paix et de la réconciliation, SFCG a récolté des informations sur l'efficacité de cette méthode de sensibilisation : à savoir quelle appréciation les destinataires des SMS portent-ils à ce moyen de communication en général et aux messages de SFCG en particulier.

Objectif de l'étude

- ✓ Recueillir les points de vue des destinataires sur le contenu des SMS ;
- ✓ Recueillir les points de vue des destinataires sur les fréquences de partage des SMS ;
- ✓ Établir un lien entre le contenu des SMS et le contexte actuel ;

Résultats attendus de l'étude

Les résultats attendus de cette étude permettront de créer une base de données quantitative disponible sur les SMS. Les résultats escomptés de cette étude sont :

- ✓ Le profil des personnes qui fournissent du feedback sur les SMS de SFCG est connu ;
- ✓ Le contenu des SMS est apprécié par les consommateurs ;
- ✓ Le point de vue des consommateurs sur la fréquence d'envoi des SMS est connu ;
- ✓ La pertinence et l'efficacité des SMS sont confirmées ou rejetées par les consommateurs.

4. Méthodologie

Cibles et les zones de l'étude

Cette étude est consacrée exclusivement à la population de Bangui et ses environs.

Calendrier de l'étude

Les activités relatives à cette étude ont couvert la période du 19 au 24 mars 2015 pour le briefing avec les superviseurs, les enquêteurs et la collecte de données, tandis que l'analyse des données et la rédaction du rapport ainsi que la relecture ont eu lieu du 1er avril au 05 mai 2015.

Méthodologie de l'étude

Cette partie présente la méthodologie proposée dans le cadre de cet exercice.

Vu les besoins de collecte de données auprès des destinataires des SMS, une source de données quantitatives a été utilisée: Enquête sur les destinataires des SMS ayant fourni du feedback.

Cette enquête est limitée seulement à la ville de Bangui.

Échantillonnage

Type d'enquête

Le type d'enquête utilisé dans le cadre de cette étude est l'enquête par sondage où les résultats obtenus sont extrapolés aux récipiendaires des SMS ayant fourni du feedback à SFCG, avec un taux d'erreur de 10% et un seuil de confiance de 95%

Plan de sondage

Sondage avec un tirage systématique simple parmi la liste de 4587 personnes ayant fourni du feedback à SFCG.

Base de sondage

La base de sondage est la liste des récipiendaires des SMS et la liste des feedback (total = 4587 personnes). En effet, à la fin de chaque SMS, nous mettons souvent le numéro d'un staff de SFCG. Par le biais de ce numéro, nous recevons soit les SMS soit les appels des récipiendaires comme feedback. Chaque mois, nous enregistrons les numéros des personnes qui ont appelé et/ou envoyé les SMS dans une base de données. Et c'est à base de ces numéros que nous avons tiré les 100 personnes à enquêter.

Échantillon

L'échantillon de notre étude est basé sur la méthode probabiliste afin de faciliter l'utilisation de méthode d'estimation /comparaison et d'analyse statistique qui toutes sont basées sur la théorie des probabilités.

Pour notre étude, nous utilisons le système d'Échantillon avec tirage systématique simple.

Détermination du volume de l'échantillon nécessaire

Pour déterminer la taille de l'échantillon, nous avons utilisé la loi des grands nombres.

- ✓ L'échantillon de 100 personnes représente donc le point de vue des récipiendaires des SMS ayant fourni un feedback à SFCG, avec une marge d'erreur de 10% et un seuil de confiance de 95%.

La collecte des données s'est déroulée exclusivement dans la ville de Bangui et est supervisée par :

- ✓ Le point focal de la cohésion sociale de SFCG à savoir Huberte NGBANDI;
- ✓ L'assistante Suivi-évaluation de SFCG en l'occurrence de Raïssa NGOKO et;
- ✓ Les stagiaires de SFCG à savoir Iselle Franisse KOM AWAKAM et Christelle ASIFIWE TABARO.

En moyenne, un agent enquêteur a rempli 7 questionnaires par jour soit un total de 28 questionnaires pour 2 jours à raison de 5 agents enquêteurs. SFCG a travaillé avec les agents enquêteurs qui avaient l'expérience du travail avec SFCG

Masque de saisie et saisie des données

- ✓ **Masque de saisie :** Le masque de saisie a été mise en place par le coordonnateur de suivi évaluation de SFCG. Ce masque de saisie a été fait avec le logiciel CSPro.
- ✓ **Saisie des données :** Un agent de saisie a été recruté pour faire la saisie des données pendant une durée de trois (3) jours.

✓ **Traitement des données**

Le traitement des données a été fait par le Coordonnateur DME de SFCG avec le logiciel SPSS pour la création des tableaux. Puis, ces tableaux ont été transférés vers Excel pour la mise en forme et/ou la création des graphiques. En traitant les données, on a pu valider toutes les 100 personnes. Soit un taux de 100% de réalisation.

✓ **Rédaction du rapport**

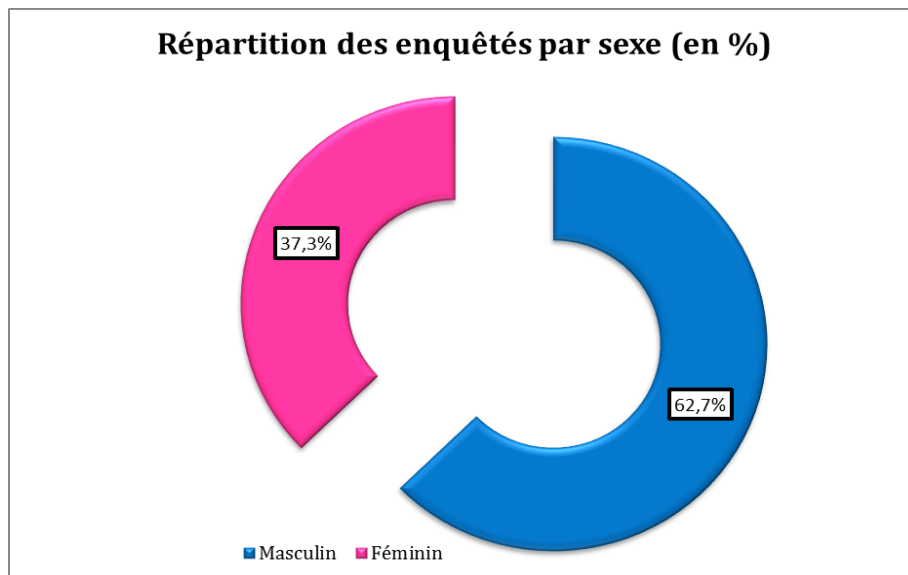
La rédaction du rapport final est principalement assurée par le Coordonnateur DME de SFCG. La correction du rapport a été assurée par les coordonnateurs de programme, Trisha la responsable intérimaire de DME de l'Afrique de l'Ouest et du Centre et les superviseurs de cette étude.

5. Résultats de l'étude

I. PROFIL SOCIO-ECONOMIQUE DES PERSONNES QUI DONNENT DU FEEDBACK APRÈS RÉCEPTION DES SMS

Genre (Sexe) des enquêtés

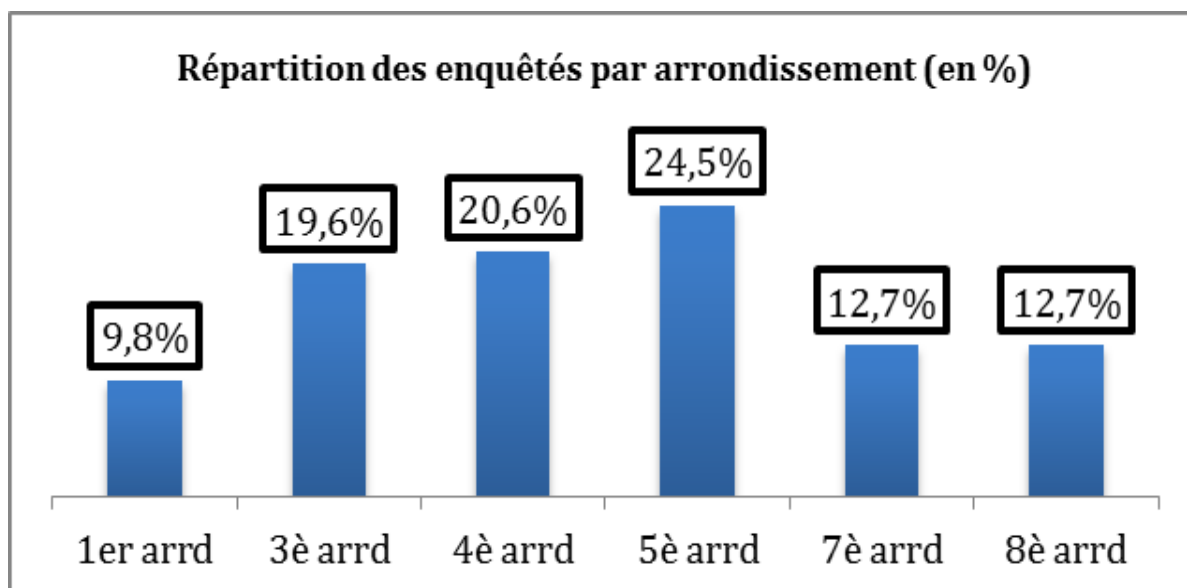
Graphique 1: Répartition des enquêtés selon le sexe (en %)



Au regard du graphique1, il ressort que les hommes représentent près de 63 % (soit 2/3) des enquêtés contre un peu plus de 37 % (soit 1/3) de femmes. Cette allure montre d'une manière générale la représentativité des deux catégories de personnes qui sont touché par cette étude.

a) Arrondissement des enquêtés

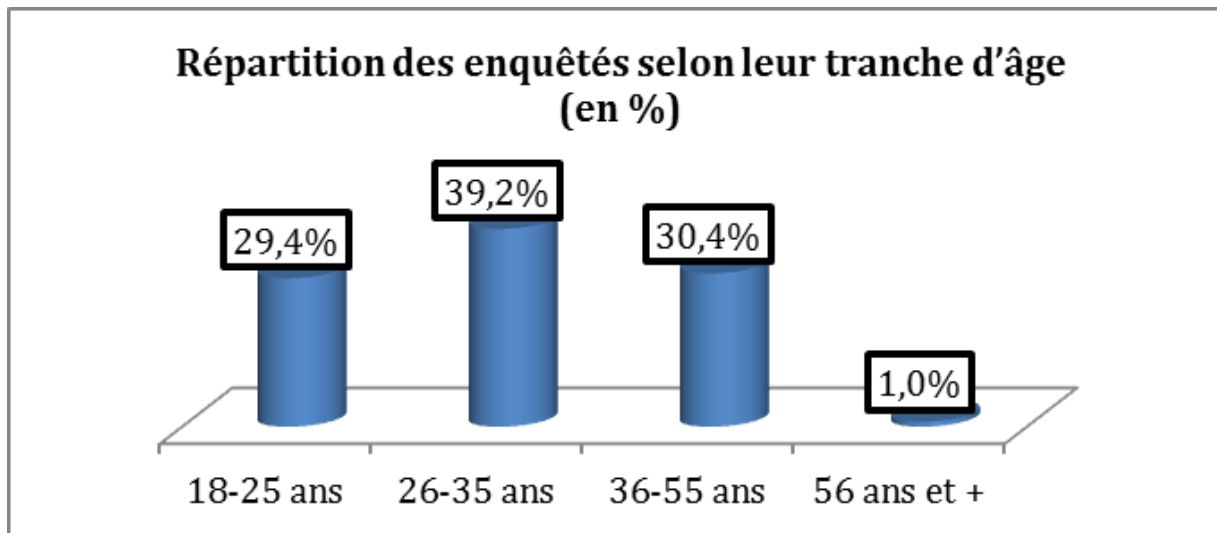
Graphique 2: Répartition des enquêtés par arrondissement (en %)



Le graphique ci-dessus montre que cette étude touche les 6 arrondissements de Bangui sur 8 soit un pourcentage de 75%. Ces arrondissements sont respectivement le 1^{er}, le 3^{ème}, le 4^{ème}, le 5^{ème}, le 7^{ème} et le 8^{ème}. Parmi ces 6 arrondissements, nous avons le 5^{ème} (avec 24,5%), le 4^{ème} (avec 20,6%) et le 3^{ème}

b) Tranche d'âge des enquêtés

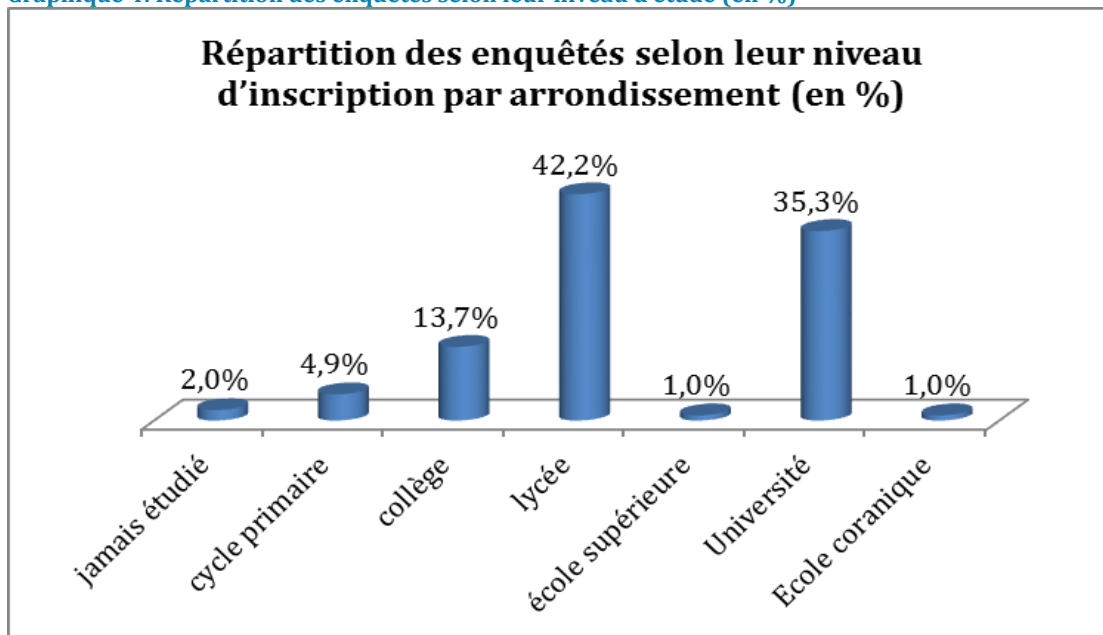
Graphique 3: Répartition des enquêtés selon leur tranche d'âge (en %)



La tranche d'âge des personnes enquêtées varie de 18 à 55 ans. Les tranches d'âge les plus représentatives sont celles de 26 à 35 ans avec un pourcentage de 39,2% d'enquêtés suivi de la tranche d'âge de 36 à 55 ans avec un taux de 30,4% et enfin la tranche d'âge de 12 à 25 ans avec un pourcentage de 29,4%. Il est aussi important de noter que la tranche de plus de 56 ans est très faiblement représentée avec seulement 1%. Cette tendance montre que les principales tranches d'âge de la population sont touchées par cette étude car d'après le RGPH2003, près de 90% de la population ont entre 0 à 54 ans.

c) Niveau d'étude des enquêtés

Graphique 4: Répartition des enquêtés selon leur niveau d'étude (en %)



Le graphique ci-haut nous relève que 42,2% des enquêtés ont le niveau du lycée et 35,3% ont le niveau universitaire soit un pourcentage de 77,5% pour les deux niveaux réunis. Cela signifie que plus de trois quart (3/4) des récipiendaires des SMS ont soit le niveau universitaire soit le niveau lycéen. Cela montre que les personnes qui réagissent aux SMS de SFCG sont principalement des personnes lettrées avec un niveau d'étude élevé.

Ceux qui n'ont jamais été à l'école et ceux qui ont le niveau primaire représentent respectivement 2% et 4,9% soit un total de 7% environ. Autrement dit, une frange partie des récipiendaires des SMS ne sont pas forcément en mesure de bien les lire et de les comprendre comme il se doit.

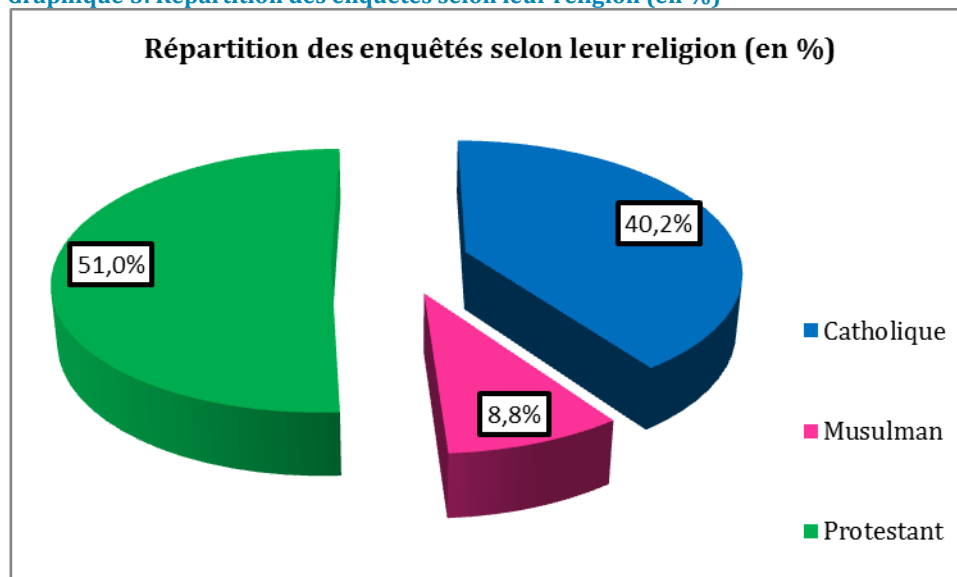
Ces deux cas de figure ne permet pas à SFCG de faire passer les messages auprès de tout le monde ; parce qu'une personne non instruit et qui ne sait ni lire ni écrire n'est pas en mesure de comprendre le message qui lui est transmis via téléphone. Cela paralyse donc un peu la campagne SMS d'autant plus que certaines personnes ne comprennent pas les messages que SFCG fait passer à travers les SMS

d) Religion des enquêtés

En exploitant le graphique numéro 5, il en ressort que d'une manière générale, 91,2% des enquêtés sont des chrétiens avec 51% des protestants et 40,2% des catholiques. Les Musulmans ne représentent que 8,8% des enquêtés. Cette inégalité est née du fait que les Musulmans ne représentent d'après RGPH3 que 10% de la population centrafricaine à cela s'ajoute la fuite de la majorité de cette communauté vers les pays voisins lors des dernières crises centrafricaines de décembre 2013.

La tendance que donnent les données issues de cette étude montre que les différentes confessions religieuses de la population sont touchées par cette étude. Cela montre également que les bénéficiaires des SMS sont constitués des trois principales confessions religieuses de la RCA (Protestant, Catholique et Islam).

Graphique 5: Répartition des enquêtés selon leur religion (en %)

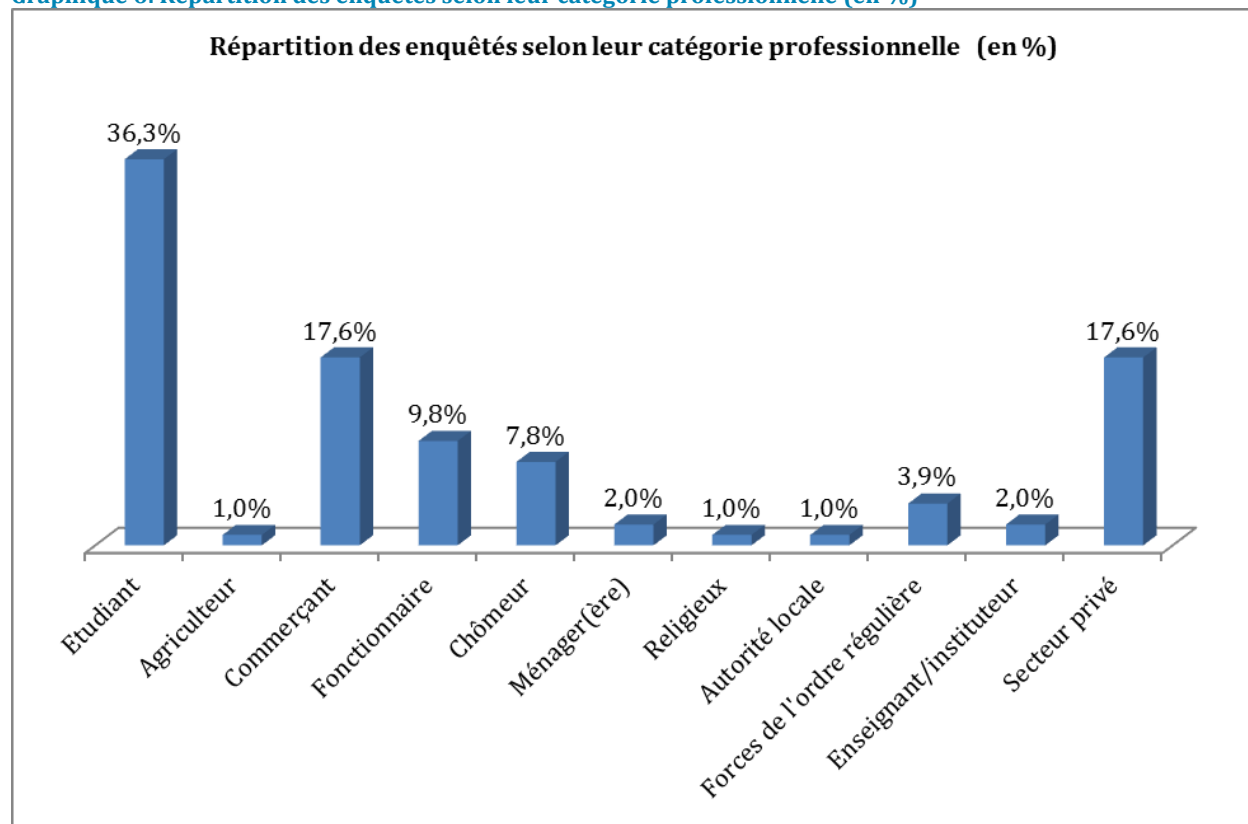


e) Catégories professionnelles des enquêtés

Globalement, nos enquêtés sont pour la plupart des étudiants (36,3%) suivi des commerçants et ceux qui sont dans d'autres secteurs privés qui ne sont pas cités ici (soit 17,6% chacun). Les fonctionnaires de l'État ne représentent que 9,8% des enquêtés. On peut donc conclure que les

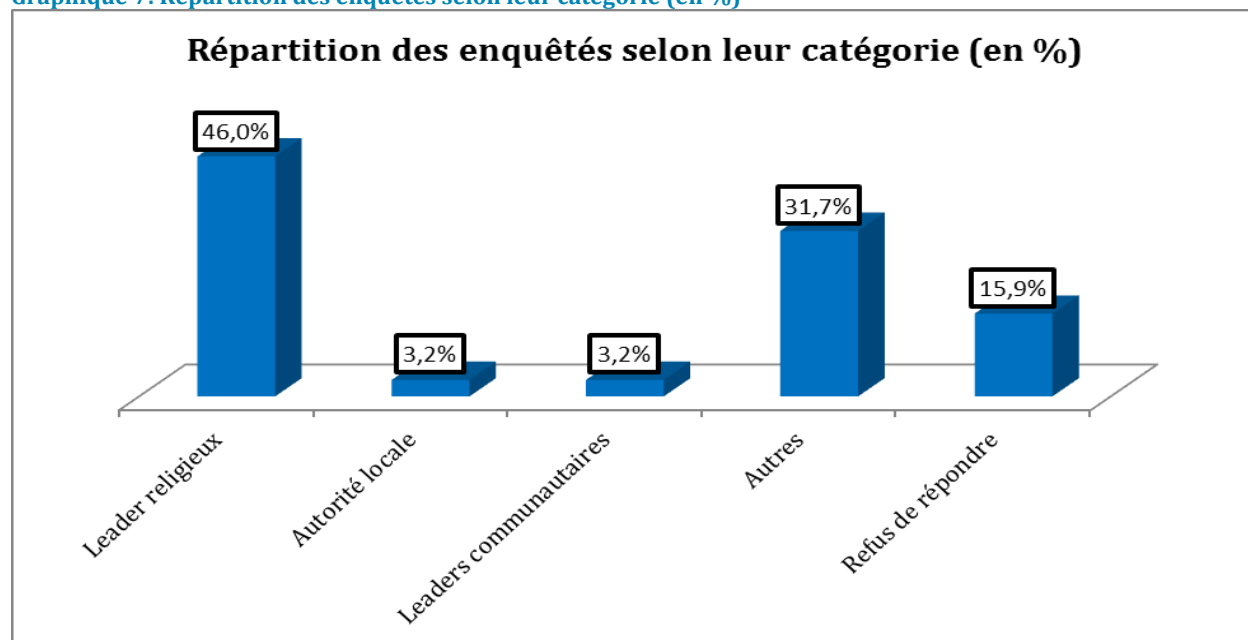
étudiants, commerçants, membres du secteur privé et fonctionnaires sont les catégories de personnes qui sont le plus réactives aux SMS envoyés par SFCG.

Graphique 6: Répartition des enquêtés selon leur catégorie professionnelle (en %)



S'agissant des statuts de nos enquêtés, le graphique 7 fait ressortir que les 46% des enquêtés sont des leaders religieux suivi des autres catégories (32%) de personnes autre que les autorités locales (3,2%) et leaders communautaires (3,2%). Il faut tout de même souligner qu'un peu moins de 16% des enquêtés ont refusé de répondre à cette question.

Graphique 7: Répartition des enquêtés selon leur catégorie (en %)



II. UTILITE DES SMS

A. Connaissance de SFCG

1. Connaissance de SFCG

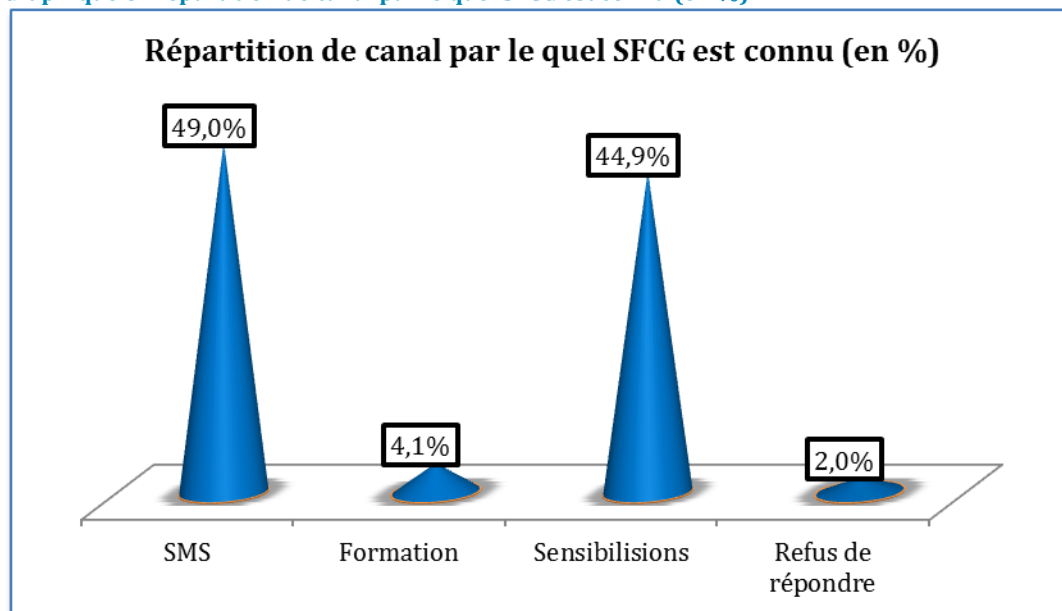
Tableau 1: Proportion des personnes qui ont déjà entendu parler de SFCG (en %)

		entendu parler de SFCG		
		Oui	Non	NSP
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	54,7%	43,8%	1,6%
	Féminin	39,5%	60,5%	0,0%
	Total	49,0%	50,0%	1,0%

Pendant cette étude, une partie de question était d'avoir le point de vue des enquêtés de leur connaissance sur SFCG. À l'issue de cette étude, il ressort que 49% des enquêtés disent avoir déjà entendus parler de SFCG. Tandis que les 50% n'en ont pas encore entendu parler. Ceci montre l'importance d'utiliser ce canal de transmission de message pour non seulement partager le message de paix et de la cohésion sociale mais également de faire connaître SFCG auprès des communautés qu'elle n'a pas pu atteindre à travers les formations et les sensibilisations

D'une manière générale, cette répartition des enquêtés nous permet d'avoir des informations non seulement sur ceux qui ont déjà connu et entendu parler de SFCG mais aussi sur ceux qui n'ont jamais connu ou parlé de SFCG. Qu'en est-il alors du canal de connaissance de SFCG ? Le graphique qui suit va nous éclairer sur cette question.

Graphique 8: Répartition de canal par le quel SFCG est connu (en %)



Ce graphique nous relate que 49% des enquêtés connaissent SFCG à travers SMS. Suivi de sensibilisation 44,9%. La formation ne représente que 4,1% des enquêtés.

L'allure que nous donne ce graphique nous amène à dire que la campagne SMS est un moyen non négligeable pour toucher plus de personnes qu'on ne peut atteindre à travers les autres activités. Cette campagne constitue aussi de moyen de visibilité pour les ONG.

Si nous portons notre analyse selon le sexe des enquêtés, on se rend compte qu'il y a une différence notoire entre les femmes et les hommes. En effet, un peu moins de 59% des enquêtés masculins disent qu'ils connaissent SFCG grâce à la campagne SMS.

La majorité des femmes connaissaient déjà SFCG avant la campagne SMS grâce à des sensibilisations organisées par SFCG. Il faut noter qu'aucune femme enquêtée n'a connu SFCG à travers les formations.

Tableau 2: Répartition de canal par le quel SFCG est connu selon le sexe des enquêtés (en %)

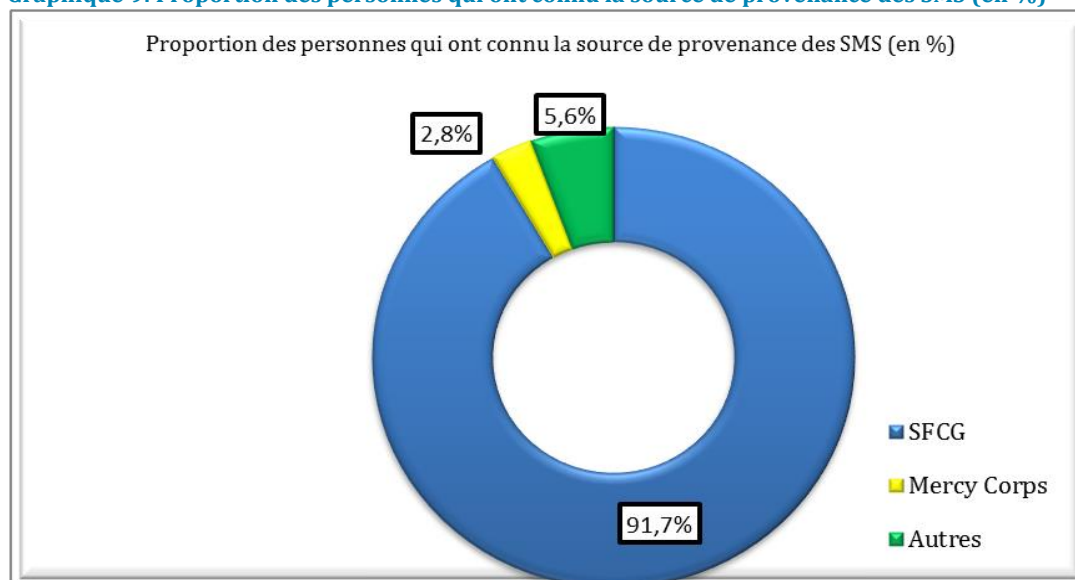
		Canal de connaissance de SCFG			
		SMS	Formation	Sensibilisations	Refus de répondre
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	58,8%	5,9%	32,4%	2,9%
	Féminin	26,7%	0,0%	73,3%	0,0%
	Total	49,0%	4,1%	44,9%	2,0%
Arrondissement	1er arrd	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%
	3è arrd	66,7%	8,3%	25,0%	0,0%
	4è arrd	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
	5è arrd	40,0%	6,7%	46,7%	6,7%
	7è arrd	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
	8è arrd	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%

En conclusion, nous pouvons dire que la campagne SMS est un moyen complémentaire aux autres moyens de sensibilisation de la population sur la paix et la cohésion sociale. Qu'en est-il de ses contenus ? La partie qui suit va nous apporter la lumière sur cette question.

B. Contenu des SMS et source des SMS

1. Connaissance des sources des SMS

Graphique 9: Proportion des personnes qui ont connu la source de provenance des SMS (en %)



Lors de cette étude, nous avons posé les questions suivantes aux enquêtés : « Connaissez-vous la source ou l'origine de la provenance de ces SMS ? ». « Si oui, pourriez-vous nous le dire ? ».

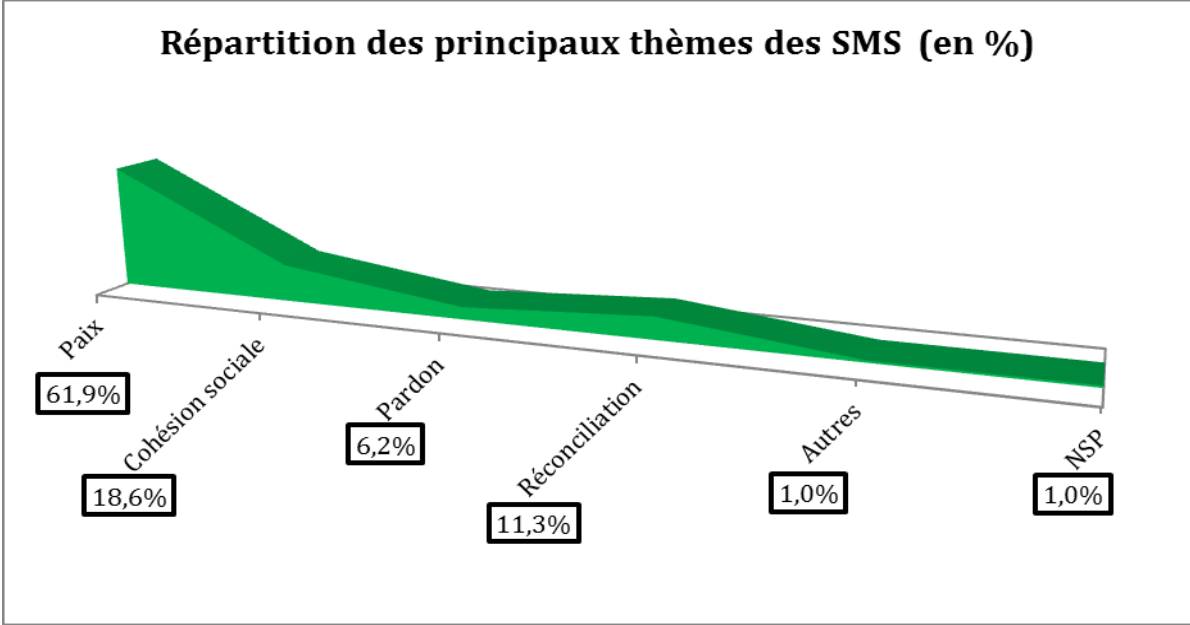
Le graphique ci-dessus montre qu'il existe deux principales ONG qui partagent les SMS sur la paix et la cohésion sociale. Ces ONG sont SFCG et Mercy Corps auxquels on ajoute autres ONG non cités par

les enquêtés. Parmi ces ONG, SFCG est largement reconnu par les enquêtés avec un taux de près de 92%. Mercy Corps représente quant à elle près de 3% des points de vue des enquêtés sur la connaissance des sources des SMS.

2. Contenu des SMS

✓ Thème des SMS

Graphique 10: Répartition des principaux thèmes des SMS (en %)



S’agissant des contenus des SMS, le graphique ci-dessus nous révèle que les principaux thèmes qui ont retenu l’attention des récipiendaires sont respectivement la « paix » qui est cité à presque 62% par les enquêtés suivi de la cohésion sociale qui n’a été citée qu’à environ 19% par les enquêtés. Le troisième thème cité par les enquêtés est la « réconciliation » avec un peu plus de 11%. Il est délicat de relever que le thème sur le pardon est moins cité par nos enquêtés.

Selon l’approche genre, le tableau suivant montre qu’il n’y a pas assez de différence entre le point de vue des femmes et ceux des hommes. Mais on relève quand même que les femmes (près de 18%) s’intéressent beaucoup plus au thème sur la réconciliation, contrairement aux hommes qui s’y intéressent à moins de 8%.

À titre de rappel, voici quelque SMS que nous avons envoyé par le passé :

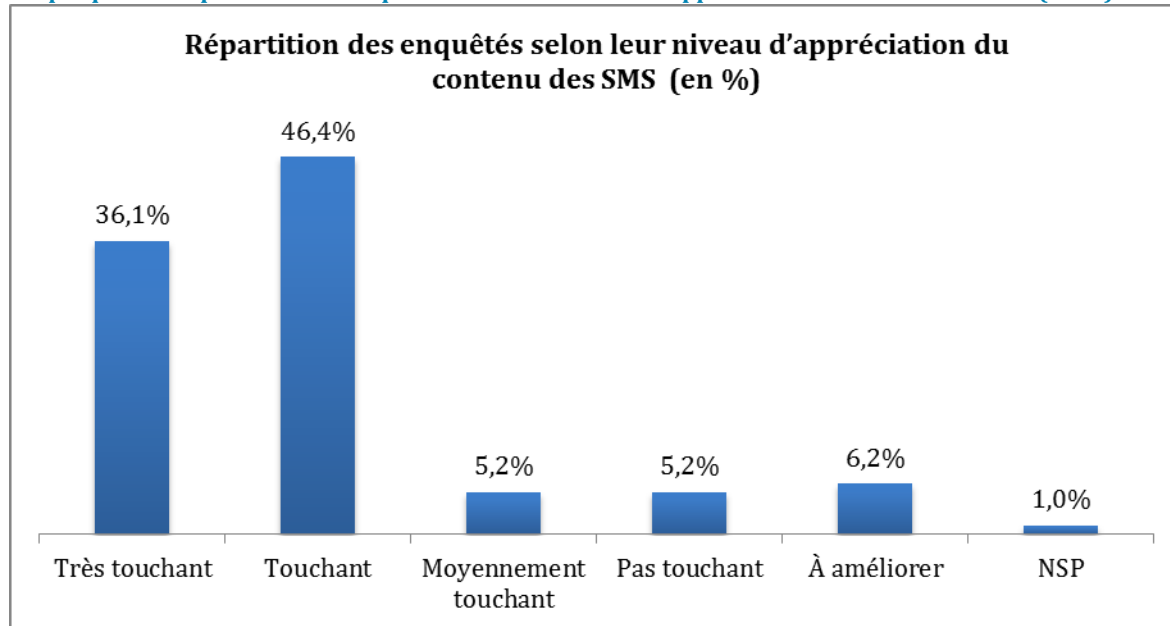
« On ne construit pas un pays dans la guerre mais dans la paix. La Centrafrique a besoin de paix pour se développer » ;

« Nous devons tous apprendre à vivre ensemble comme des frères ; si non, nous allons tous mourir ensemble comme des insensés. » ;

« La réconciliation commence par le pardon. Le passé est passé, regardons l’avenir »

Tableau 3: Répartition des principaux thèmes des SMS selon le sexe des enquêtés (en %)

		Contenu des SMS					
		Paix	Cohésion sociale	Pardon	Réconciliation	Autres	NSP
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	63,5%	19,0%	7,9%	7,9%	1,6%	0,0%
	Féminin	58,8%	17,6%	2,9%	17,6%	0,0%	2,9%
	Total	61,9%	18,6%	6,2%	11,3%	1,0%	1,0%

✓ **Appréciation du contenu des SMS****Graphique 11: Répartition des enquêtés selon leur niveau d'appréciation du contenu des SMS (en %)**

Pendant l'enquête, nous avons tenu à savoir l'appréciation des enquêtés sur les contenus des SMS qu'ils reçoivent. Et à ce sujet, nous avons constaté que 36,1% des enquêtés révèlent que les contenus sont très touchants, 46% disent que c'est touchants, 6% sollicitent l'amélioration du contenu des SMS et enfin 5,2% disent n'être touché par aucun de ces SMS. Nous remarquons donc qu'environ 80% des récipiendaires sont touchés par les messages que SFCEG fait passer à travers les SMS.

Le tableau ci-dessous nous fait savoir qu'il n'y a pas assez de différence entre la perception des femmes de celle des hommes, sur les contenus des SMS. S'agissant cependant des contenus très touchants, nous constatons que les femmes (41,2%) sont plus représentées que les hommes (33,3%)

Mais est ce que les contenus de ces SMS ont-ils un lien avec le contexte actuel ? Pour répondre à cette question, nous avons interrogé nos enquêtés sur cet aspects. Le paragraphe qui suit va nous éclairer sur ce sujet.

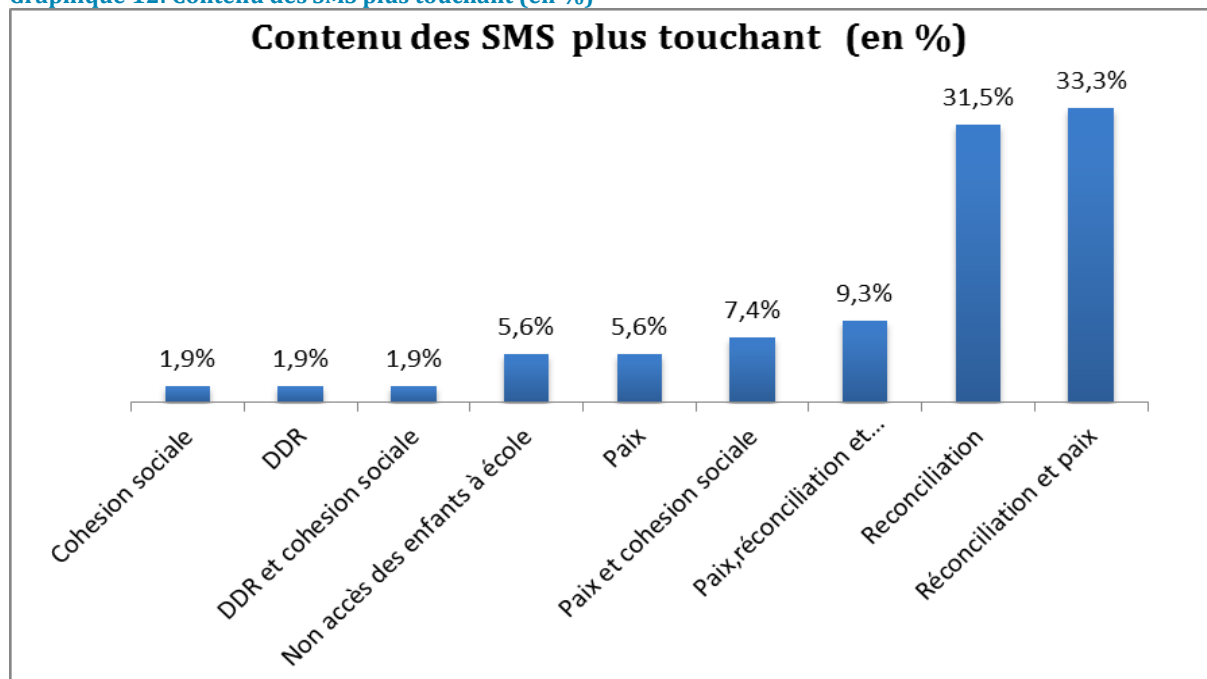
Tableau 4: Répartition des enquêtés selon leur niveau d'appréciation du contenu des SMS (en %)

		Appréciation du contenu des SMS					
		Très touchant	Touchant	Moyennement touchant	Pas touchant	À améliorer	NSP
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	33,3%	52,4%	3,2%	6,3%	4,8%	0,0%
	Féminin	41,2%	35,3%	8,8%	2,9%	8,8%	2,9%
	Total	36,1%	46,4%	5,2%	5,2%	6,2%	1,0%

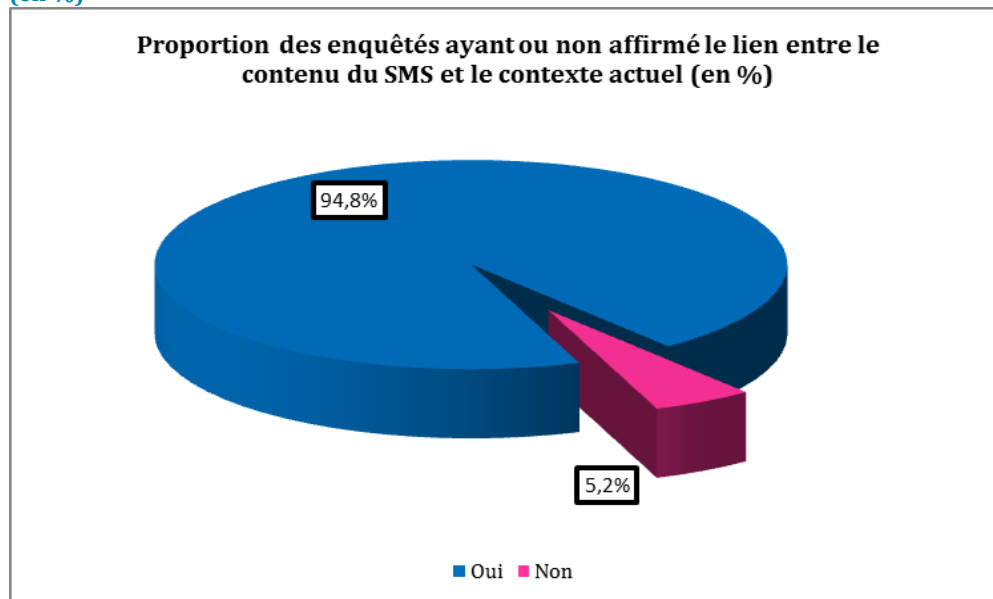
✓ **Contenu des SMS les plus touchants**

Le graphique suivant donne des informations sur les contenus des SMS les plus touchants. Selon ce graphique, ce sont les SMS sur la paix (33,3%) et la cohésion sociale qui sont les plus touchants. Les autres thèmes figurant dans ce graphique ne sont cités que par une faible marge des récipiendaires.

Graphique 12: Contenu des SMS plus touchant (en %)

✓ **Lien entre les contenus des SMS et le contexte actuel**

Graphique 13: Proportion des enquêtés ayant ou non affirmé le lien entre le contenu du SMS et le contexte actuel (en %)



Selon ce graphique, 94,8% des enquêtés pensent que les contenus des SMS ont un lien avec le contexte actuel pour seulement 5,2% qui quant à eux, pensent que ces SMS n'ont rien à voir avec le contexte actuel. Cette tendance est presque la même tant chez les hommes que chez les femmes. Ces chiffres nous amène à dire que les SMS envoyés par SFCG sont des messages qui touchent le contexte actuel du conflit en RCA. Ces SMS peuvent aussi permettre aux récipiendaires de faire le lien avec la situation actuelle du pays.

C. Fréquence et période réception des SMS

✓ Période de réception des SMS

Selon les enquêtés (59,2%), la plupart des SMS viennent le matin. Ceux qui disent qu'ils reçoivent les SMS le soir représentent 18,4% des enquêtés. 16,3% disent les recevoir le midi. Ce qui veut dire que les SMS sont envoyés le matin pour certains, à midi pour d'autres et le soir pour d'autres. À titre de rappel, SFCG envoie souvent ses SMS le matin à partir de 6h00 à 10h00, à midi à partir de 12h00 à 16h00 et enfin le soir à partir de 18h00 à 19h00. Cette conformité des informations issues des enquêtés et de la base de donnée de SFCG montre à quel point les récipiendaires des SMS s'y intéressent.

Graphique 14: Répartition des enquêtés selon la période de réception des SMS (en %)

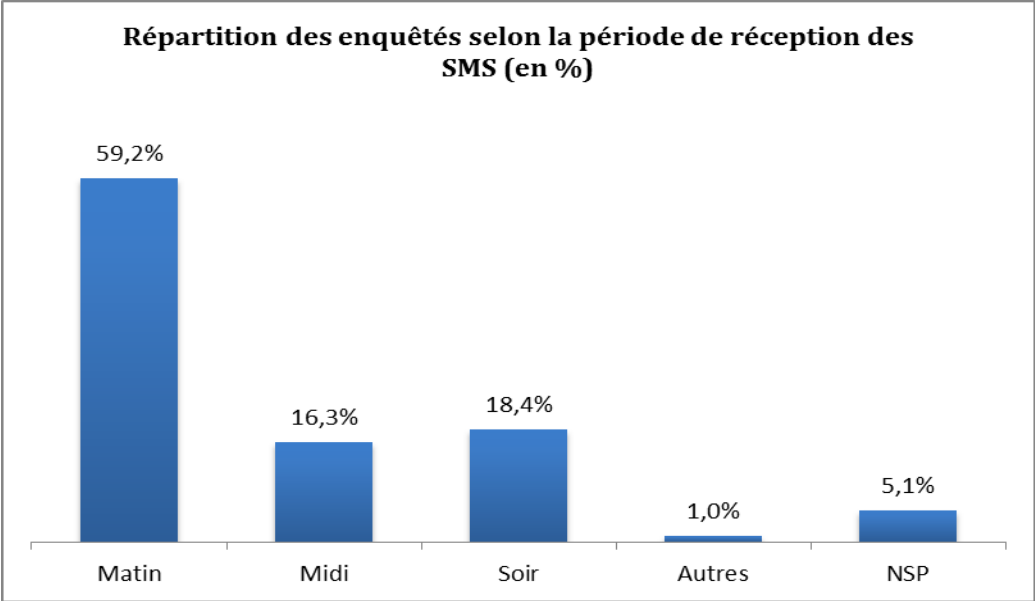


Tableau 5: Répartition des enquêtés selon la période de réception des SMS (en %)

		Heure de réception des SMS				
		Matin	Midi	Soir	Autres	NSP
Arrondissement	1er arrd	30,0%	20,0%	30,0%	0,0%	20,0%
	3è arrd	78,9%	10,5%	5,3%	5,3%	0,0%
	4è arrd	75,0%	5,0%	20,0%	0,0%	0,0%
	5è arrd	62,5%	25,0%	12,5%	0,0%	0,0%
	7è arrd	41,7%	16,7%	41,7%	0,0%	0,0%
	8è arrd	38,5%	23,1%	15,4%	0,0%	23,1%
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	66,7%	15,9%	11,1%	1,6%	4,8%
	Féminin	45,7%	17,1%	31,4%	0,0%	5,7%

D'après le tableau ci-dessus, les hommes ont beaucoup plus cité les SMS qu'ils reçoivent le matin (presque 67%). Alors que les femmes s'intéressent aux SMS du matin et du soir. Les SMS de midi par contre n'attirent pas vraiment l'attention des récipiendaires, nous supposons certainement que c'est parce que à ces heures, chacun serait occupé par ses tâches quotidiennes.

✓ Fréquence de réception des SMS

Le Tableau ci-après nous montre la fréquence hebdomadaire à laquelle les récipiendaires reçoivent les SMS. Pour certains, c'est deux fois par semaines (42%) et pour d'autres (38%), c'est plus de deux fois par semaine.

Ces affirmations nous prouvent qu'environ 80% des récipiendaires reçoivent les SMS à une fréquence d'au moins deux fois par semaine.

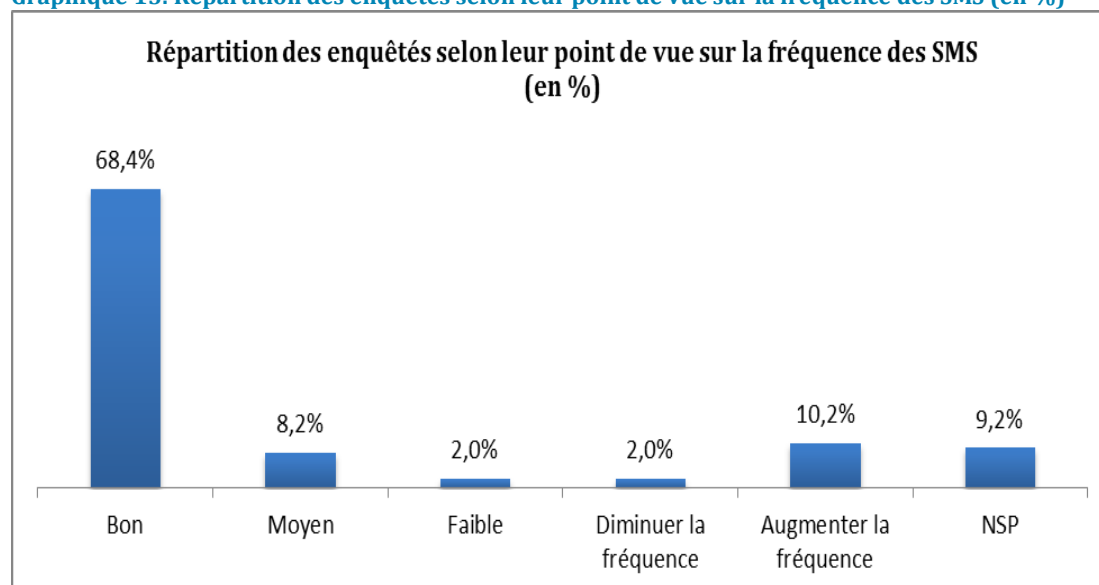
Rappelons à cet effet, que SFCG envoie souvent les SMS les Lundi, Vendredi et Samedi. Cette information montre donc une corrélation entre les données de SFCG et celles fournies par les enquêtés. Mais qu'en est-il du point de vue des enquêtés sur la fréquence d'envoi des SMS ?

Tableau 6: Répartition des enquêtés selon la fréquence de réception des SMS (en %)

		Fréquence réception des SMS				
		Une fois par semaine	Deux fois par semaine	Plus de deux fois par semaine	Rarement	NSP
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	7,9%	39,7%	39,7%	3,2%	9,5%
	Féminin	8,6%	45,7%	34,3%	2,9%	8,6%
	Total	8,2%	41,8%	37,8%	3,1%	9,2%

✓ Point de vue sur la fréquence de réception des SMS

Graphique 15: Répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la fréquence des SMS (en %)



Les informations de ce graphique montrent que 68,4% des enquêtés jugent bons la fréquence d'envoi des SMS. 10,2% par contre souhaitent à ce que cette fréquence soit augmentée. Ces deux cas de figure montrent l'intéressement des enquêtés aux SMS qu'ils reçoivent. Cette tendance n'a presque pas changé tant chez les hommes que chez les femmes.

Dans l'ensemble, le taux des personnes qui n'a pas d'avis sur les fréquences de partage des SMS est de 9,2%. Cette situation peut s'expliquer par le fait que les heures de partage des SMS varient de temps en temps avec des décalages qui varient de 30min à environ 2heures de retard.

Tableau 7: Répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la fréquence des SMS (en %)

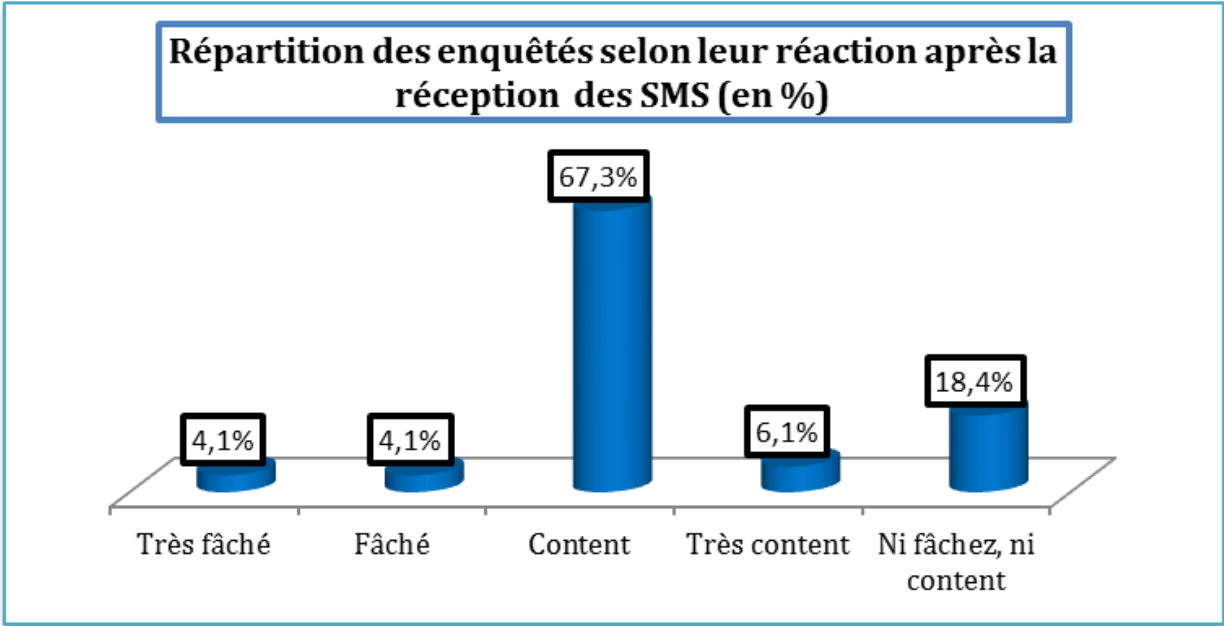
		appréciation par rapport aux fréquences					
		Bon	Moyen	Faible	Diminuer la fréquence	Augmenter la fréquence	NSP
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	68,3%	6,3%	1,6%	1,6%	12,7%	9,5%
	Féminin	68,6%	11,4%	2,9%	2,9%	5,7%	8,6%
	Total	68,4%	8,2%	2,0%	2,0%	10,2%	9,2%

D. Traitement des SMS

✓ Réaction des enquêtés après la réception des SMS

Les données issues du graphique ci-haut montre que 67,3% des interviewés soulignent qu'ils sont contents quand ils reçoivent les SMS. Suivi de ceux qui ne sont ni content ni fâchés (18,4%). Néanmoins, on dénombre 8,2% de ceux qui sont fâchés ou très fâchés. Cette tendance montre que les SMS plaisent bel et bien aux récipiendaires qui envoient du feedback.

Graphique 16: Répartition des enquêtés selon leur réaction après la réception des SMS (en %)



En regardant les données du tableau ici en bas, il en ressort que les hommes (73%) sont plus contents que les femmes qui ne présentent que 57% soit un écart de 16 points.

D’une façon globale, cette allure est signe d’acceptation des SMS par la population ayant reçu ces SMS et qui y réagissent.

Tableau 8: Répartition des enquêtés selon leur réaction après la réception des SMS (en %)

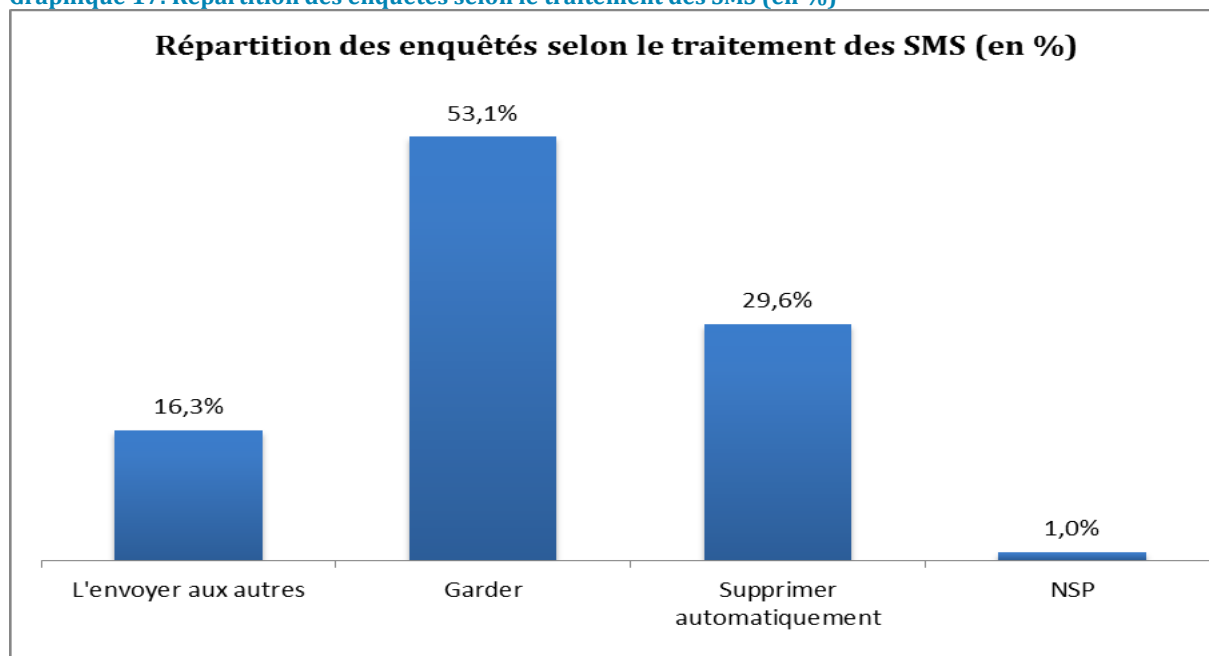
		Réaction après la réception des SMS				
		Très fâché	Fâché	Content	Très content	Ni fâché, ni content
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	4,8%	1,6%	73,0%	3,2%	17,5%
	Féminin	2,9%	8,6%	57,1%	11,4%	20,0%
	Total	4,1%	4,1%	67,3%	6,1%	18,4%

✓ Traitement des SMS

Le graphique ici en haut est celui qui donne les informations statistiques sur le traitement des SMS par les récipiendaires. Il découle de ce graphique que les 53,1% des récipiendaires ont gardé les SMS dans leur téléphone. Cependant, moins de 30% des récipiendaires ont avoué qu'ils suppriment les SMS automatiquement après la lecture.

Il faut tout de même relever que les 16,3% des récipiendaires ont affirmé avoir partagé et/ou envoyé les SMS aux autres.

Graphique 17: Répartition des enquêtés selon le traitement des SMS (en %)



Il découle du tableau suivant que ce sont les femmes qui suppriment en majorité les SMS par rapport aux hommes. Car toujours d'après le tableau suivant, les 40% des femmes enquêtés ont relevé qu'elles suppriment automatiquement les SMS après la lecture contre seulement 24% des hommes soit une différence de 16 points.

Tableau 9: Répartition des enquêtés selon le traitement des SMS (en %)

		Utilité des SMS			
		L'envoyer aux autres	Garder	Supprimer automatiquement	NSP
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	17,5%	57,1%	23,8%	1,6%
	Féminin	14,3%	45,7%	40,0%	0,0%
	Total	16,3%	53,1%	29,6%	1,0%

✓ Envoyer les SMS à une connaissance

Le tableau qui suit prouve que la majorité de ceux qui ont reçu les SMS ne les ont pas envoyé à leurs connaissances. En effet, les informations qui ressortent de ce tableau font état de lieu de 57,3% des enquêtés qui n'ont pas envoyé les SMS à leurs connaissances.

Le traitement d'information par sexe des enquêtés laisse apparaître une grande différence entre les hommes et les femmes. Un peu moins de trois quart (73,5%) des femmes n'ont pas envoyer les SMS à leurs connaissances alors que les hommes l'ont fait à la hauteur de près de 52% soit un écart de 25 points. Cet écart laisse croire que les hommes s'intéressent un peu plus au partage des SMS par rapport aux femmes.

Tableau 10: Proportion des enquêtés ayant envoyé les SMS à une connaissance (en %)

		envoi des SMS à quelqu'un de cher et/ou connaissance	
		Oui	Non
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	51,6%	48,4%
	Féminin	26,5%	73,5%
	Total	42,7%	57,3%

Parmi les personnes qui n'ont pas partagé les SMS à leur connaissance, la majorité (87,3%) n'a pas pu fournir la raison pour laquelle ils n'ont pas envoyé les SMS aux autres. Cette situation est presque identique tant chez les femmes (92%) que les hommes (83,3%).

Tableau 11: Répartition des enquêtés selon les raisons de non envoi des SMS aux autres (en %)

		Sexe de l'enquêté (e)		
		Masculin	Féminin	Total
Raison de non envoi des SMS	Message peu convaincant	6,7%	0,0%	3,6%
	Message peu compréhensible	3,3%	4,0%	3,6%
	NSP	83,3%	92,0%	87,3%
	Refus de répondre	6,7%	4,0%	5,5%

✓ **Type de personne à qui les SMS ont été transférés**

Tableau 12: Répartition des enquêtés selon le type de personne à qui les SMS ont été transférer (en %)

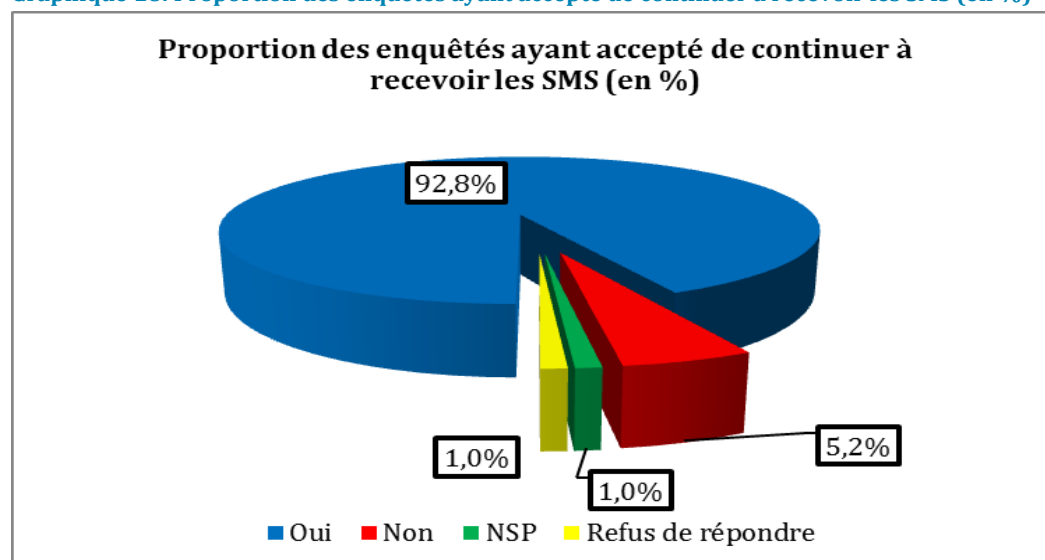
		Catégorie des personnes envers qui les récipiendaires ont pu ré-envoyer				
		Parent/membre de la famille	Connaissance	Autre	NSP	Refus de répondre
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	26,3%	52,6%	7,9%	10,5%	2,6%
	Féminin	50,0%	27,8%	0,0%	11,1%	11,1%
	Total	33,9%	44,6%	5,4%	10,7%	5,4%

Dans la majorité des cas, les récipiendaires ont partagé les SMS soit à leurs connaissances/amis (44,6%) soit aux membres de leurs parents /famille (33,9%). Les hommes (53%) l'ont fait pour la majorité à leurs amis et connaissances alors que les femmes (50%) les envoient pour la plupart aux membres de leur famille.

✓ **Possibilité de continuer à recevoir les SMS**

En demandant aux enquêtés s'ils souhaitaient recevoir toujours les SMS sur la paix et la cohésion sociale, la quasi-totalité sont d'avis positif. Car près de 93% des interrogés ont accepté de continuer à recevoir les SMS contre seulement 5,2% qui ne souhaitent plus recevoir ces SMS.

Graphique 18: Proportion des enquêtés ayant accepté de continuer à recevoir les SMS (en %)



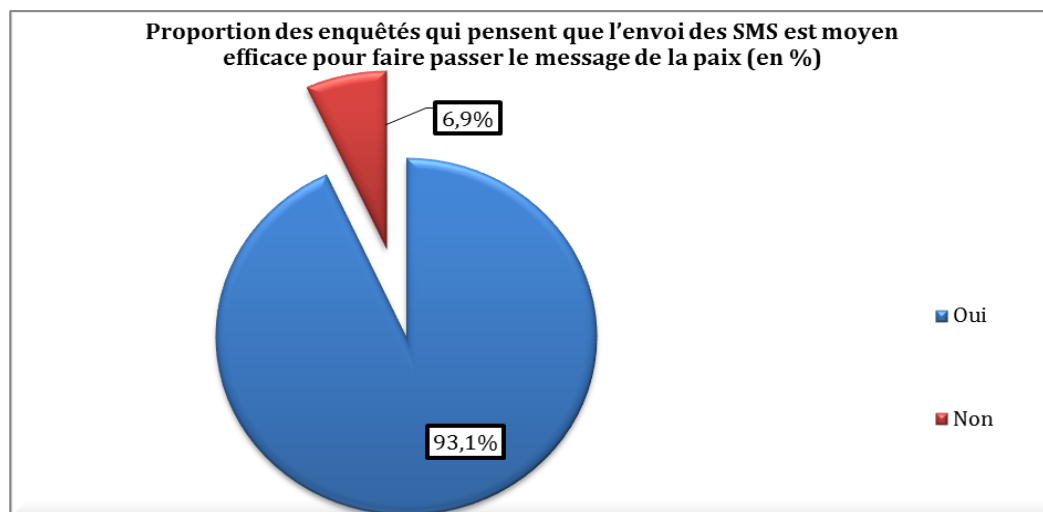
L'analyse selon le genre laisse apparaître qu'il n'y a pas une grande différence entre les hommes et les femmes sur ce sujet. Mais il convient de souligner que les hommes (95,2%) sont un peu plus favorables à la continuité des SMS que les femmes (88,2%) soit une différence de 7 points.

Tableau 13: Proportion des enquêtés ayant accepté de continuer à recevoir les SMS (en %)

		Souhait de réception continue des SMS			
		Oui	Non	NSP	Refus de répondre
Sexe de l'enquêté	Masculin	95,2%	3,2%	0,0%	1,6%
	Féminin	88,2%	8,8%	2,9%	0,0%
	Total	92,8%	5,2%	1,0%	1,0%

E. Efficacité des SMS

Graphique 19: Proportion des enquêtés qui pensent que l'envoi des SMS est moyen efficace pour faire passer le message de la paix (en %)



Les personnes qui ont fait l'objet de cette enquête ont à 93,1% trouvé les SMS efficaces pour faire passer le message de la paix. Néanmoins, près de 7% l'ont jugé non efficace. Cette tendance n'a pas changé en ce qui concerne l'aspect genre (homme et femme). Cela veut dire que les femmes et les hommes perçoivent le contenu des SMS sous le même angle.

Les femmes et les hommes ont la même lecture de la situation au niveau de l'efficacité du canal de message, les SMS.

Tableau 14: Proportion des enquêtés qui pensent que l'envoi des SMS est moyen efficace pour faire passer le message de la paix selon le sexe (en %)

		Efficace des SMS pour faire passer un message de la paix	
		Oui	Non
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	93,8%	6,3%
	Féminin	92,1%	7,9%
	Total	93,1%	6,9%

Graphique 20: Raison d'efficacité des SMS pour faire passer un message de la paix (en %)



Cependant, qu'est-ce qui amène les récipiendaires à penser que les SMS est un moyen efficace pour faire passer et/ou sensibiliser la population sur la paix et la cohésion sociale ? Plus de détail sera donné dans le prochain paragraphe.

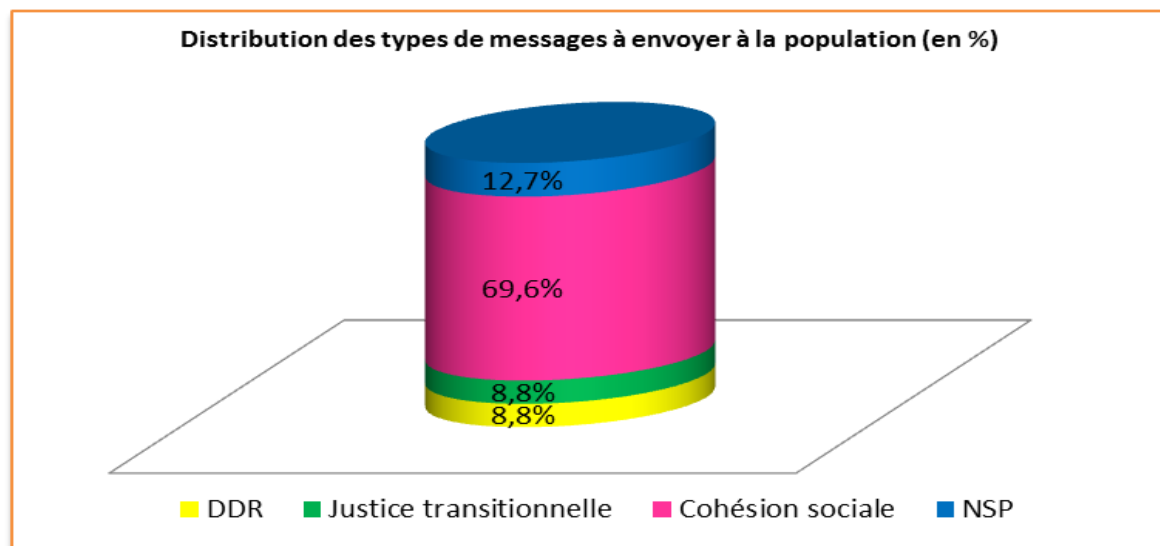
Pour les enquêtés, les principales raisons qui les amènent à penser que les SMS envoyés sont un moyen efficaces pour faire passer le message de paix et de la cohésion sociale sont respectivement la « possibilité de toucher plusieurs personnes » (81,1%), la « possibilité de les partager aux autres » (près de 15%) et la « possibilité de relire les contenus le plus souvent » (3,2%), comme l'illustre le graphique suivant. Au vu de cette situation, quelle comparaison peut-on faire entre la perception des femmes et des hommes sur ce sujet ? Y'a-t-il une différence entre le point de vu des hommes et des femmes ? C'est que le paragraphe suivant va essayer d'éclairer.

Le tableau 16 fait dire que la tendance des points de vue sur les principales raisons qui amènent les enquêtés à penser que les SMS sont efficace pour faire passer le message de paix et de la cohésion sociale n'a presque pas changé en ce qui concerne l'aspect genre (homme et femme). Seulement une différence de 2,9 points sépare les points de vue de deux catégories de personnes (80% contre 82,9%).

Tableau 15: Répartition des raisons qui montrent que les SMS sont des moyens efficaces pour faire passer le message de la paix (en %)

		Raison d'efficacité des SMS pour faire passer un message de la paix			
		Possibilité de toucher plusieurs personnes	Possibilité de relire ces SMS le plus souvent	Possibilité de le partager aux autres en cas de nécessité	NSP
Sexe de l'enquêté (e)	Masculin	80,0%	5,0%	15,0%	0,0%
	Féminin	82,9%	0,0%	14,3%	2,9%
	Total	81,1%	3,2%	14,7%	1,1%

✓ Types de messages à envoyer à la population



Graphique 21: Distribution des types de messages à envoyer à la population (en %)

Les enquêtés souhaitent à ce que les contenus du message touchent pour la majorité la « cohésion sociale ». En fait, selon le graphique ici à gauche, presque 70% des personnes touchés par cette étude souhaitent que SFCG envoie beaucoup plus les SMS sur la cohésion sociale. Suivi des SMS sur la « justice transitionnelle » (8,8%) et le « DDR » (8,8%).

6. Conclusions et recommandation

Conclusion

L'étude sur les SMS est une étude qui nous a permis d'évaluer la perception des récipiendaires sur l'efficacité et la pertinence de ce moyen de communication utilisé comme un moyen de sensibilisation sur la paix et la cohésion sociale. Grace à celle-ci, nous pourrions renforcer sinon améliorer ce moyen de communication en tenant compte des différentes recommandations proposées par les récipiendaires afin que ces messages de paix et de cohésion sociale répondent profondément aux attentes de la population.

Les messages transmis dans ces SMS portent en générale sur la paix et la cohésion sociale ; et ce moyen se révèle être efficace et pertinent selon les récipiendaires qui disent être très touchés par ces messages et n'hésitent donc pas de les partager à leurs proches.

Grace aux réseaux téléphoniques moov et orange qui couvrent la majeure partie du pays, les SMS envoyés ont pu atteindre et/ou sensibiliser la population dans différents coins du pays et cela a aussi permis d'être visible auprès des populations qu'elle ne sait atteindre lors de ces activités de solidarité, les formations etc.

Signifions à cet effet que les choix des messages diffusés s'est avéré être très efficaces par la population enquêtée car non seulement elle se rapproche de la réalité actuelle mais aussi les thèmes abordés à savoir la paix, la cohésion sociale et la réconciliation touchent à la sensibilité des lecteurs.

Néanmoins la population enquêtée se dit être très satisfait de cette initiative qui leur permet d'avoir toujours des pensées positives et de croire au retour de la paix en RCA.

La stratégie de choix de fréquence et de période d'envoi des SMS est aussi jugé efficace et pertinente pour mieux attirer l'attention des récipiendaires.

Cependant, bien que les SMS constituent un moyen efficace de sensibilisation, il y a quand même un obstacle qui limite sa performance à savoir la barrière linguistique du moment où certains récipiendaires des SMS ne savent ni lire et écrire qui n'arrivent pas à déchiffrer le contenu du message.

Recommandations générales

Au regard des résultats et conclusion de cette étude, nous recommandons :

À SFCG de :

- ✓ Continuer à envoyer les SMS ;
- ✓ Intensifier l'envoi des SMS ;
- ✓ Utiliser tous les réseaux téléphoniques pour toucher plus de personnes ;
- ✓ Intégrer cette activités dans tous les projets à venir ;
- ✓ Envoyer plus de sur le thème de la paix et de la cohésion sociale ;
- ✓ Garder la fréquence d'envoi des SMS ;

Aux bailleurs de

- ✓ Continuer à financer cette activité

7. Annexes

Table des tableaux

Tableau 1: Proportion des personnes qui ont déjà entendu parler de SFCG (en %).....	13
Tableau 3: Répartition de canal par le quel SFCG est connu selon le sexe des enquêtés (en %)	14
Tableau 4: Répartition des principaux thèmes des SMS selon le sexe des enquêtés (en %)	15
Tableau 5: Répartition des enquêtés selon leur niveau d'appréciation du contenu des SMS (en %)	16
Tableau 6: Répartition des enquêtés selon la période de réception des SMS (en %)	18
Tableau 7: Répartition des enquêtés selon la fréquence de réception des SMS (en %)	19
Tableau 8: Répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la fréquence des SMS (en %)	19
Tableau 9: Répartition des enquêtés selon leur réaction après la réception des SMS (en %)	20
Tableau 10: Répartition des enquêtés selon le traitement des SMS (en %)	21
Tableau 11: Proportion des enquêtés ayant envoyé les SMS à une connaissance (en %)	21
Tableau 12: Répartition des enquêtés selon les raisons de non envoi des SMS aux autres (en %)	22
Tableau 13: Répartition des enquêtés selon le type de personne à qui les SMS ont été transférer (en %)	22
Tableau 14: Proportion des enquêtés ayant accepté de continuer à recevoir les SMS (en %)	23
Tableau 15: Proportion des enquêtés qui pensent que l'envoi des SMS est moyen efficace pour faire passer le message de la paix selon le sexe (en %)	24
Tableau 16: Répartition des raisons qui montrent que les SMS sont des moyens efficaces pour faire passer le message de la paix (en %)	25

Table des graphiques

Graphique 1: Répartition des enquêtés selon le sexe (en %)	9
Graphique 2: Répartition des enquêtés par arrondissement (en %)	9
Graphique 3: Répartition des enquêtés selon leur tranche d'âge (en %)	10
Graphique 4: Répartition des enquêtés selon leur niveau d'étude (en %)	10
Graphique 5: Répartition des enquêtés selon leur religion (en %)	11
Graphique 6: Répartition des enquêtés selon leur catégorie professionnelle (en %)	12
Graphique 7: Répartition des enquêtés selon leur catégorie (en %)	12
Graphique 8: Répartition de canal par le quel SFCG est connu (en %)	13
Graphique 9: Proportion des personnes qui ont connu la source de provenance des SMS (en %)	14
Graphique 10: Répartition des principaux thèmes des SMS (en %)	15
Graphique 11: Répartition des enquêtés selon leur niveau d'appréciation du contenu des SMS (en %)	16
Graphique 12: Contenu des SMS plus touchant (en %)	17
Graphique 13: Proportion des enquêtés ayant ou non affirmé le lien entre le contenu du SMS et le contexte actuel (en %)	17
Graphique 14: Répartition des enquêtés selon la période de réception des SMS (en %)	18
Graphique 15: Répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la fréquence des SMS (en %)	19
Graphique 16: Répartition des enquêtés selon leur réaction après la réception des SMS (en %)	20
Graphique 17: Répartition des enquêtés selon le traitement des SMS (en %)	21
Graphique 18: Proportion des enquêtés ayant accepté de continuer à recevoir les SMS (en %)	22
Graphique 19: Proportion des enquêtés qui pensent que l'envoi des SMS est moyen efficace pour faire passer le message de la paix (en %)	24
Graphique 20: Raison d'efficacité des SMS pour faire passer un message de la paix (en %)	24
Graphique 21: Distribution des types de messages à envoyer à la population (en %)	25

SIGLE ET ABBREVIATION

SFCG: Search For Common Ground

DDR : Démobilisation, Désarmement et Réinsertion

RGPH3 : Recensement Général de Population et des Habitat de 2003

NSP : Ne Sais Pas

DRC : Conseil Danois pour les Réfugiés

ONG : Organisation Non Gouvernementale

RCA : République Centrafricaine

SMS : signifie Short Message System (Système de messages courts). En téléphonie mobile le SMS est un système permettant d'envoyer un message de 160 caractères maximum.

EXTRAIT DU QUESTIONNAIRE SMS

C. PROFIL DE L'ENQUETE(E)

C.1	Sexe de l'enquêté(e)	1. ☐ Masculin 2. ☐ Féminin	C.5	Catégorie professionnelle <i>Si la personne exerce plusieurs professions demandez-lui l'activité principale</i>	1. ☐ Étudiant 2. ☐ Éleveur 3. ☐ Agriculteur 4. ☐ Pécheur 5. ☐ Maraîcher 6. ☐ Commerçant 7. ☐ Fonctionnaire 8. ☐ Métier de la mine 9. ☐ Chômeur 10. ☐ Ménager(ère) 11. ☐ Religieux 12. ☐ Autorité locale 13. ☐ Forces de l'ordre (militaire, police, gendarmerie) 14. ☐ Enseignant/instituteur 96. ☐ Autres (préciser) : ... 99. ☐ Refus de répondre
C.2	Age de l'enquêté <i>Demandez juste une estimation entre les propositions</i>	1. ☐ 18-25 2. ☐ 26-35 3. ☐ 36-55 4. ☐ 56 et + 5. ☐ Ne sait pas 99. ☐ Refus de répondre			
C.3	Niveau d'étude	1. ☐ jamais étudié 2. ☐ cycle primaire 3. ☐ collège 4. ☐ lycée 5. ☐ école supérieure 6. ☐ Université 99. ☐ Refus de répondre			
C4	Religion	1. ☐ Catholique 2. ☐ Musulman 3. ☐ Protestant 99. ☐ Refus de répondre	C6	Catégorie	1. ☐ Leader religieux 2. ☐ Autorité locale 3. ☐ Leaders communautaires 4. ☐ Journaliste 99. ☐ Refus de répondre 96... ☐ Autres (préciser) :

D. Connaissance de l'enquêté sur SMS et SFCG

D.1	Avez-vous déjà entendu parler de SFCG ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 96. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	☐ Si non, allez à D3
D.2	Si oui, par quel canal connaissez-vous SCFG ?	1. ☐ SMS 2. ☐ Formation 97. ☐ Sensibilisations 99. ☐ Refus de répondre	☐
D.3	Est-ce que vous recevez souvent ou parfois des SMS qui parlent de la paix et/ou de la cohésion sociale ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 96. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	☐ Si non, allez à E1

D.4	Connaissez-vous la source ou l'origine de la provenance de ces SMS ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 96. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	☐ Si non, allez à D6
D.5	Si oui, pourriez-vous nous le dire ? (3 réponses sont possibles) <i>Ne pas citer le nom des organisations mais attendre la réponse.</i>	1 : SFCG 2 : DRC 3 : Mercy Corps 96 : Autres 97. NSP 99. Refus de répondre	☐ ☐ ☐
D.6	De quoi est-ce que ce message parle ? <i>Ne pas citer le nom des organisations mais attendre la réponse.</i>	1 : Paix 2 : Cohésion sociale 3 : Pardon 4 : Réconciliation 96 : Autres 97. NSP 99. Refus de répondre	☐
D.7	Comment appréciez-vous le contenu des SMS ?	1 : Très touchant 2 : Touchant 3 : Moyennement touchant 4 : Pas touchant 5 : À améliorer 96 : Autres 97. NSP 99. Refus de répondre	☐ ☐ ☐
D. 8	Selon vous, est ce que le contenu de ces SMS cadre avec le contexte actuel ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 97. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	☐
D.9	Pourriez-vous nous citer un SMS ou un message de ces SMS qui vous plus touchez ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 97. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	☐
D.10	Si oui, quel est ce SMS qui vous plus touché ?		
D.11	À quelle heure recevez-vous ces SMS ?	1 : Matin 2 : Midi 3 : Soir 96 : Autres 97. NSP 99. Refus de répondre	☐ ☐ ☐

D.12	À quelle fréquence recevez-vous ces SMS ?	1. Une fois par semaine 2. Deux fois par semaine 3. Plus de deux fois par semaine 4. Rarement 5. Une seule fois 97. NSP 99. Refus de répondre	__		
D. 13	Quel est votre appréciation par rapport à ces fréquences ?	1 : Bon 2 : Moyen 3 : Faible 4 : Diminuer la fréquence 5 : Augmenter la fréquence 96 : Autres _____ 97. NSP 99. Refus de répondre	__		
D. 14	Quel est votre réaction quand vous recevez souvent ces SMS ?	1 : Très fâchez 2 : Fâchez 3 : Content 4 : Très content 5 : Ni fâchez, ni content 96 : Autres 97. NSP 99. Refus de répondre	__		
D. 15	Après avoir lu ces SMS, qu'est-ce que vous en faites ?	1. L'envoyer aux autres 2. Garder 3. Supprimer automatiquement 97. NSP 99. Refus de répondre	__ __		
D.16	Avez-vous déjà envoyé ces SMS à quelqu'un qui vous est cher et ou que vous connaissez ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 99. ☐ Refus de répondre	__ Si oui allez à D18		
D.17	Si non, pourquoi ?	1. Message peu convaincant 2. Mauvaise qualité du message 3. Message peu compréhensible 97. NSP 99. Refus de répondre	__		
D.18	Si oui, à qui vous envoyez souvent ces SMS ?	1 : Parent/membre de la famille 2 : Connaissance 96 :Autre _____ 97. NSP 99: Refus de répondre	__		
D.19	Souhaitez-vous recevoir ou continuer à recevoir ces SMS ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 97. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	__ Si oui allez à E1		
D.20	Si non, pourquoi ?	1. Peu intéressant 2. Ennuyant 3. Pas de temps pour les lire 97 : NSP 99. Refus de répondre	__		

E. Pertinence ou efficacité des SMS

E.1	Selon vous, pensez-vous que les SMS sont un moyen efficace pour faire passer un message de la paix ?	1. ☐ Oui 2. ☐ Non 97. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	__ Si non, allez à E3
E.2	Si oui, pourquoi ?	1. ☐ Possibilité de toucher plusieurs personnes 2. ☐ Possibilité de relire ces SMS le plus souvent 3. ☐ Possibilité de le partager aux autres en cas de nécessité 97. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	__
E.3	Quel type de message souhaitez-vous qu'on diffuse à la population ?	1. ☐ DDR 2. ☐ Justice transitionnelle 3. ☐ Cohésion sociale 97. ☐ NSP 99. ☐ Refus de répondre	__

LISTE DES SMS ENVOYES

14/04/2014	la dent et la langue se mordent, mais vivent toujours ensemble. ne laissez pas les differents vous separer de vos freres.	Français
15/04/2014	pembe na menga ayeke te tere, lakoue ala ngba lakue na ndo oko. zia si ala kangbi na ita ti ala ndali i kpale so ala wara pepe.	Sango
19/04/2014	ne met jamais le feu dans la maison de ton voisin quelque soit les circonstances car c'est lui qui éteindra le feu chez toi en cas d'incendie.	Français
19/04/2014	ne met jamais le feu dans la maison de ton voisin quelque soit les circonstances car c'est lui qui éteindra le feu chez toi en cas d'incendie.	Sango
21/04/2014	s'il n'y a pas la paix, le pays ne peut pas se developper. s'il n'y a pas le developpement, le pays ne peut pas etre en paix.	Français
21/04/2014	tongana e yeke na siriri ape, kodoro alingbi ti mai ape. tongana kodoro amai ape, elingbi nga ti duti na siriri ape	Sango
26/04/2014	le desarmement exterieur passe par le desarmement interieur. le seul vrai garant de la paix est en soi.	Français
26/04/2014	ti zi ngombe na maboko ti zo, alingbi azi ngombe na be ti lo kozo si. taa gunda ti batango siriri ayeke gi na y ti be ti zo.	Sango
28/04/2014	pour faire la paix avec un ennemi, on doit travailler avec cet ennemi et cet ennemi devient votre associe.	Français
28/04/2014	ti wara siriri na wato ti mo, alingbi mo na lo asara kua oko nga si lo ga ndeko ti mo.	Sango
03/05/2014	si tu veux la paix, parle paix et ne vois que la paix.	Français
03/05/2014	tongana mo ye siriri, sara gi tene ti siriri, na mo baa gi siriri.	Sango
05/05/2014	nous devons construire et maintenir la paix dans nos quartiers, nos villes et nos villages pour rester des hommes libres.	Français
05/05/2014	alingbi e leke na e bata siriri na ya ti avaka, agbata na akete kodoro ti e kue si e lungbi ti duti yamba	Sango
10/05/2014	on n'eteint jamais le feu avec du feu, ni avec de l'huile. c'est avec l'eau versee avec fermete et determination qu'on peut eteindre un feu quelque soit sa puissance.	Français
10/05/2014	ayeke mingo wa na mbeni wa wala na mafuta pepe. ayeke gi na ngu so a tuku ni na be oko nga na nzoni be si alingbi ti mingo wa ataa ngangu ti lo ayeke tongana nye.	Sango
17/05/2014	nous devons tous apprendre a vivre ensemble comme des freres ; si non, nous allons tous mourir ensemble comme des insenses .	Français
17/05/2014	alingbi e manda ti duti oko tongana aita. tongaso ape, e yeke kui oko tongana abuba zo	Sango
24/05/2014	defend la paix au meme titre que tu defends ta vie car sans la paix, ta vie sera sans repos.	Français
24/05/2014	bata siriri lege oko tongana ti so mo yeke bata na gigi ti mo, ndali ti so tongana siriri ayeke da ape, gigi ti mo ayeke ga zabe zabe.	Sango
26/05/2014	tongana ngo atoto, azo kue abumbi ti dodo na ti sara ngia. tongana ngombe atoto, zo oko oko ayeke gi ndo ti honde tere ti li da.	Français
26/05/2014	quand le tam tam raisonne, tout le monde vient danser et s'eclater. quand les armes crepitent, chacun cherche un endroit pour se cacher.	Sango
06/03/2015	la réconciliation commence par le pardon. le passé est passé, regardons l'avenir	Français
09/03/2015	a cause de la guerre, nos enfants ne peuvent plus aller à l'école, ainsi que nos parents ne peuvent pas aller aux champs et au travail	Français
10/03/2015	tongana é gba lakouè ti fa tèrè na popo ti é, é yéké zia beto na bè ti é, si i yéké wara légué ti ma tèrè andé pèpè	Sango
13/03/2015	a cause de la guerre, nos enfants ne peuvent plus aller à l'école, ainsi que nos parents ne peuvent pas aller aux champs et au travail	Français
16/03/2015	le peuple centrafricain vit que dans la peur, l'incertitude. il est temps de cesser avec la violence	Français
17/03/2015	laso a molènguè ti béafrica akè douti gui na mbito ndali ti bira, i boumbi tèrè.	Sango
19/03/2015	on ne construit pas un pays dans la guerre mais dans la paix. la centrafrigue a besoin de paix pour se developper	Français
27/09/2014	veillez à ce que personne ne rend le mal pour le mal, mais poursuivez le bien, soit entre vous	Français

27/09/2014	ala sarasi azo kwè a kiri na sioni ndali ti sioni pèpè, ala gi ti sara gi nzoni na popo ti ala, wala na banué ti azo kwè	Sango
28/09/2014	siri ayèkè ngounangou, zo oko oko a ligbi ti zia ngou nda na nzoni bè, na légé ti nzoni, na mango tèrè nga na bougingo tèrè	Sango
29/09/2014	il n'y a qu'une seulerace hunaine, il n'y a qu'une seule religion, la religion de dieu, il n'y a qu'un seul pays, la terre	Français
04/10/2014	il n'y a qu'une seulerace hunaine, il n'y a qu'une seule religion, la religion de dieu, il n'y a qu'un seul pays, la terre	Français
05/10/2014	la paix est comme le pain, il faut la conserver pour mieux en profiter	Français/Sango
06/10/2014	la colère peut manger une nourriture non préparée	Français/Sango
07/10/2014	un langage bien veillant est un aimant qui attire les cœurs des hommes, il est le pain de l'esprit et revêt les mots de significations	Français/Sango
08/10/2014	ce n'est pas avec de belles paroles, mais avec de beaux gestes qu'on peut conquérir les cœurs et les esprits	Français/Sango
09/10/2014	opposer le bien au mal est difficile mais instaurer forcément la compréhension et cultiver la paix	Français
10/10/2014	la paix est comme un oiseau, s'il y a trop de bruit, il s'envole, s'il y a le calme, il se repose sur l'arbre de la vie	Français
11/10/2014	celui qui peut changer ce monde, c'est toi l'endroit pour le faire, c'est là où tu vie et le moment pour le faire, c'est maintenant où jamais	Français
12/10/2014	celui qui tue un citoyen non musulman ne se sentira jamais l'odeur du paradis	Français
13/10/2014	que celui qui n'a pas péché, jette la première pierre	Français
14/10/2014	ô les croyants, entrez tous dans la paix et prenez garde contre les stratégies du diable, car il est certe votre ennemi juré	Français
20/10/2014	a yèkè na pèndèrè tènè si i lingbi ti ndu bè ti azo pèpè, a yèkè gi na légé ti nzoni salango yé ti é si é lingbi ti ndu bè wara yingo	Sango
21/10/2014	opposer le bien au mal est difficile, mais instorer forcément la compréhension	Français
24/10/2014	kiringo na nzoni na péko ti sioni ayèkè ngangou mingui, kanda ayèkè ga na mango tèrè nga alu gounda ti siriri	Sango
27/10/2014	mo la mo lingbi ti gniango dounia, na ndo so mo yèkè da, ayèkè nzoniti salani fadé so	Sango
27/10/2014	celui qui peut changer ce monde, c'est toi l'endroit pour le faire, c'est là où tu vie et le moment pour le faire, c'est maintenant où jamais	Français
12/11/2014	c'est malheureux de voir certaines personnes otées la vie des autres sans pitié: l'être humain est sacré et unique en son genre	Français
12/11/2014	a yèkè na voundou ti ba laso ambéni zo ayèkè fa ita ti ala, zo atèkè na nguéré ngangou na lo yèkè gui oko	Sango
15/11/2014	a yèkè mou ka kodro na légué ti ngombé pèpè, me gui na légué ti mandako, izia sioni légué ti ngombé	Sango
15/11/2014	le pouvoir ne se prend pas par la voie des armes mais par la voie des urnes	Français
17/11/2014	centrafricains centrafricaines, un bien mal à qui ne profite jamais, n'utilisons pas les armes comme moyen pour prendre par la force les biens d'autrui,	Français
17/11/2014	moléngué ti bè africa, moungo yé ti zo na ngangou, yé ti pékoni a yèkè pèpè, zia ti mou yé ti zo na légé ti ngombé	Sango
22/11/2014	armés mais plutôt à l'école, ne te laisse pas manipulé par des personnes qui te poussent à faire des violences, résiste car ton avenir dépend de toi	Français
22/11/2014	masséka ti bè africa, moungo yé ti zo na ngangou, yé ti pékoni a yèkè pèpè, i zi lè ti i tènè ti kékéréké ti i a ba gui i	Sango
24/11/2014	jeune de centrafricaine, cesse de tuer, piller et voler, nos actes ont fait que nos parents qui sont sur les sites des déplacés mènent une vie défavorable,	Français
24/11/2014	masséka ti bè africa, zia ti fa zo, ti bouba a da, ti nzi, a séwa ti i soakpè ndo ti ala si a lango na ndo ndéndé a yèkè hou ponon,	Sango
29/11/2014	la paix est l'affaire de tous, ensemble, appuyons les efforts des autorités du pays et ceux de la communauté internationale,	Français
29/11/2014	moléngé ti bé africa, tènè ti siriri a ba zo kwè, e mou maboko na akwa so so ngouroungbia nga na bendo ti guigui ayèkè sala ti kiri na siri	Sango
01/11/2014	le peuple centrafricain a droit à la paix et non la guerre, appliquons les accords de brazzaville pour ainsi arrêter la souffrance de la population,	Français
01/11/2014	moléngué ti bé africa a yé siriri mè bira pèpè, a yèkè nzoni a sala yé alingbi na légué ti mbéti so i sou maboko na gbèni na sésé ti brazzaville	Sango

06/11/2014	nous qui poussons les jeunes dans la rue à commettre des exactions, le jour viendra où nous reprendrons de nos actes devant la justice,	Français
08/11/2014	iso i yèkè poussou a masséka na ndo ti légué ti sara sioni, ngoï ni ayèkè ga so i yèkè louti andé na ghèlè ngbanga	Sango
08/11/2014	iso i kpè da ti i , i ounda na ngourougbia na ala so a gba ti ngbou ngombé ti pika patara na popo ti alasi i kiri na dati i , iba passi mingui,	Sango
13/11/2014	peuple de centrafrrique, nous avons trop souffert, les beaux discours nous en terrorisé, le sang a coulé mais dès aujourd'hui nous espérons vivre en paix	Français
13/11/2014	moléngué ti bèafrica, i ba passi mingui i yèkè douti gui na mbéto azo a anda i na tère ti i mvèni, a nzoni tènè a anda i mingui laso i yé gui siriri	Sango
24/03/2015	i a bugbi ti société civile é lingbi ti mu wango na azo so kwè akè na ngombé ti kiri na ni	Sango
27/03/2015	unis, nous sommes fort, dépassons les clivages de religions car le sango qui est notre unique langue nous unise	Français
28/03/2015	i zia tènè ti ada znapa i bougbi oko, na légué ti oko yanga ti kodro ti é sango éké ma tère nzoni	Sango
31/03/2015	la consultation à la base est très nécessaire pour nous tous, le moment à jamais de parler vérité, justice s'occuper du reste	Français
01/05/2015	kapa ti mango bibè ti aita ti é ti kètè kodro akè, ngoï so a mou na é légué ti tènè i bounbgi tère ti lèkè tènè na popo ti é	Sango
03/04/2015	padonnons nous mutuellement, reconcillions nous , laissons la justice s'occuper du reste,	Français
04/04/2015	ewara pardon na popo ti é, i bougbi oko, na é zia dja ti kodro ti é a sala kwa ti lo	Sango
07/04/2015	abandonnons les armes, voyons la souffrance des centrafricains et respectons la dignité humaine	Français
08/04/2015	izia ngombé, i ba mawa ti aita ti é, imou nèngo na aita ti é	Sango
10/04/2015	fils et filles de centrafrrique, désarmons nos cœurs, pensons à l'avenir de nos enfants car ils sont l'avenir de demain	Français
17/05/2015	la paix ne peut être pas maintenue par la force , il ne peut être atteint par la compréhension	Français
18/05/2015	e lingbi wara kité pèpè siriri na légué ti sarango a nzoni yé ti ngangou pèpè , me gui na légué ti mango tère	Sango
20/04/2015	tel est le chemin de la paix, vaincre le mal par le bien, le mensonge par la vérité et la haine par l'amour	Français
21/04/2015	légué ti siriri ayèkè ti tènè é kanga légué ti a sioni yé na salango a nzoni yé, i kè vènè na tènèngo ta tènè nga i kè kotabè na ndoyé	Sango
24/04/2015	ce pays nous appartient tous, levons nous tous ensemble, disons non à la division, non à la guerre, oui à la réconciliation nationale	Français
25/04/2015	kodro so a yékè ti i kwè, i londo tongana zo oko ti kè tènè ti kagbi nga na tènè ti birati bougbingo tère	Français
01/05/2015	si nous contiuous à nous entretuer, nous ne faisons que renforcer le cycle de peur et nous ne pourrons jamais gérer nos problème	Français
02/05/2015	tongana é bga lakwè ti fa tère na popo ti é, i yèkè zia mbéto na bè ti é si i yèkè wara légué ti tère andé pèpè	Sango
05/05/2015	tongana é bga lakwè ti fa tère na popo ti é, i yèkè zia mbéto na bè ti é si i yèkè wara légué ti tère andé pèpè	Sango
06/05/2015	peuple centrafricain, marchons toujours sur la route de la paix	Français
07/05/2015	moléngué ti bèafrica, i tamboula lakwè gui na légué ti siriri	Sango