

RÉPUBLIQUE DU TCHAD

CONSEIL MILITAIRE DE TRANSITION

PRÉSIDENCE DU CONSEIL

PRIMATURE

MINISTÈRE DE LA SANTÉ PUBLIQUE ET DE LA
SOLIDARITÉ NATIONALE

SECRETARIAT D'ÉTAT

SECRETARIAT GENERAL

PROJET REGIONAL DE RENFORCEMENT DES
SYSTEMES DE SURVEILLANCE DES MALADIES
EN AFRIQUE CENTRALE

Unité-Travail-Progress

وحدة - عمل - تقدم



جمهورية تشاد

المجلس العسكري الانتقالي

رئاسة المجلس

رئاسة الوزراء

وزارة الصحة العامة والتضامن الوطني

أمانة الدولة

الأمانة العام

مشروع تقوية النظم الإقليمية
مراقبة الأمراض في وسط أفريقيا

DOCUMENT DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LES RIQUES



Stratégie Com Risque septembre 2021

Table des matières

I- CONTEXTE	3
1.1 CONTEXTE GENERAL DU PROJET	3
1.2 CONTEXTE COMMUNICATIONNEL	3
II - PRINCIPES DE BASE DE LA COMMUNICATION SUR LES RISQUES PAR RAPPORT AU REDISSE IV	5
III - APPROCHES ET TECHNIQUES DE COMMUNICATION A PRIVILEGIER	7
3.1 La Communication Interne	7
3.2 La Mobilisation Sociale et l'Engagement Communautaire	7
3.3 La Communication de Masse	7
3.4 La Communication pour le Changement Social et Comportemental (CCSC)	7
3.4 Le Plaidoyer	8
3.5 Les techniques et les méthodes de Communication	8
IV – LES PARTIES PRENANTES DE LA COMMUNICATION	8
4.1 les acteurs et les partenaires	8
4.2 les décideurs nationaux (Gouvernement et Assemblée Nationale).	8
4.3 Les partenaires techniques et financiers	9
4.4 Les Partenaires de mise en œuvre (ou alliés)	9
4.5 Les patrons et les professionnels des médias	9
4.6 Les cibles de la mobilisation sociale et de l'engagement communautaire	9
4.7 Les principaux bénéficiaires des activités de communication.	10
V - LES OBJECTIFS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LES RISQUES	10
VI. LES AXES DE COMMUNICATION ET LES PRINCIPALES ACTIVITES	11
Axe stratégique 1 : mise en place d'une communication interne dynamique et efficace	11
Axe stratégique 2 : mobilisation des acteurs de terrain et engagement communautaire pour la mise en œuvre du REDISSE IV	11
Axe stratégique 3 : développement de la communication de masse en vue d'informer et de sensibiliser différentes cibles du REDISSE IV	11
Axe stratégique 4 Développement des actions de plaidoyer pour la création d'un environnement favorable à la mise en œuvre du REDISSE IV	12
AXE STRATÉGIQUE 5 : Développement et production des supports pour les différentes activités de formation, de vulgarisation, d'information, de sensibilisation et de plaidoyer	13
Axe stratégique 6 : Renforcement des capacités des acteurs en matière de communication pour une meilleure appropriation et mise en œuvre de la stratégie de communication	13
VII - MATRICE DE DEVELOPPEMENT DES AXES DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	13

Stratégie Com Risque septembre 2021

I- CONTEXTE

1.1 CONTEXTE GENERAL DU PROJET

Le Projet REDISSE IV, mis en œuvre dans cinq pays de la Communauté Économique des États de l'Afrique Centrale (CEEAC) selon les normes de « Une Seule Santé » (« One Health »), vise à aider les pays concernés à mettre en place une approche coordonnée pour détecter et réagir rapidement aux menaces régionales pour la santé publique. Pour ce faire, REDISSE IV se donne pour mission (i) de renforcer les capacités intersectorielles nationales et régionales en matière de surveillance collaborative des maladies et de préparation aux épidémies dans les pays participants et (ii) de fournir, en cas de crise ou d'urgence éligible, une riposte immédiate et efficace à ladite crise ou à l'urgence éligible.

En termes d'actions concrètes, il s'agit notamment de renforcer la « chaîne de valeur » complète de la surveillance de la maladie et de la riposte du niveau communautaire le plus bas, aux niveaux du district, de la province, du pays et de la région.

Des actions de cette envergure (transfrontalières et impliquant des intervenants de plusieurs niveaux) ne peuvent atteindre pleinement leurs objectifs sans l'accompagnement d'une stratégie de communication prenant en compte les différents niveaux et types d'intervention. Dans cette optique la présente stratégie de communication sur les risques vient répondre à cette attente.

L'OMS décrit la crise comme « *une situation instable de danger ou de difficulté extrême. Elle indique un moment critique, le plus souvent une détérioration de la situation qui survient lorsque les systèmes sanitaires locaux dont les individus sont tributaires sont dépassés et ne peuvent répondre ou ne répondent pas à leurs demandes ou à leurs besoins* ». Dans ces conditions, de toutes les approches, la communication sur les risques paraît appropriée, voire essentielle pour une intervention de santé publique dans un contexte de riposte aux flambées épidémiques, pandémiques et autres urgences sanitaires. Parce que la communication sur les risques permet aux autorités et aux experts de prendre en compte et de répondre aux préoccupations/besoins des personnes et de prodiguer des conseils pertinents, fiables, acceptables, afin d'endiguer rapidement les épidémies, de prévenir les décès évitables et les maladies.

Mais la communication sur les risques ne doit pas être confinée à la riposte à une épidémie : elle doit prévoir des activités à mener avant, pendant et après l'épidémie. C'est dans ce souci que cette stratégie de communication accompagnant la mise en œuvre de REDISSE IV met autant l'accent sur (i) la surveillance de la maladie, (ii) la lutte contre les fausses rumeurs sur les maladies, les services et les vaccins que (iii) sur le relai des mesures de protection, etc.

1.2 CONTEXTE COMMUNICATIONNEL

Dans le contexte du REDISSE IV, les défis en communication sur les crises se déclinent en environnement technologique de communication aussi bien qu'en multiplicité d'intervenants et de disparité socioculturelle des cibles de communication.

a. le premier défi communicationnel concerne le « One Health », une approche fortement centrée sur les communautés qu'il faudra mobiliser à travers leurs leaders et les structures associatives et communautaires qui les fédèrent. C'est un véritable défi, en matière de mobilisation sociale et d'engagement communautaire, pour les amener à adhérer et participer aux activités essentielles du projet, notamment en ce qui concerne l'identification des risques, des cas et événements de santé publique ou animale, les situations d'urgence (catastrophe naturelle, guerre, attentats...), la mise en place des comités de veille et la gestion des risques, etc. Or ces entités communautaires ont été habituées à une participation contre espèces sonnantes et trébuchantes si bien qu'elles ont une propension à la rétivité, quand les activités ne sont pas rémunérées, quand bien même ces activités participent à l'amélioration de leur bien-être (santé, éducation, eau, assainissement, environnement...).

b. l'autre défi est la densité d'actions de plaidoyer induites par la mise en œuvre du REDISSE IV, notamment pour l'optimisation des interventions transfrontalières et intersectorielles qui passe par des actions ciblées de plaidoyer, de lobbying entre pays et entre secteurs afin de niveler les visions et standardiser les messages. De même, la question de la durabilité du projet quand le financement de la Banque mondiale aura pris fin implique du plaidoyer pour que les acquis du projet restent au premier rang des priorités des gouvernements.

c. Sur le plan opérationnel, il faut relever que malgré de nombreuses interventions en matière de santé dans le pays, le secteur ne capitalise pas d'expériences harmonisées en matière de communication dans lesquelles REDISSE IV aurait pu puiser pour asseoir sa communication. Aussi, l'expérience nouvelle de REDISSE IV doit-elle tabler sur beaucoup d'initiatives nouvelles de sensibilisation ciblant des communautés et des ménages, dans un contexte de forte prégnance socioculturelle, d'analphabétisme accentué et de faible couverture en organes de communication de masse.

En fait, le développement des actions de communication du REDISSE IV fera abondamment appel à la communication de masse, qui se caractérise par le recours à des technologies modernes pour transmettre des informations, des idées, des consignes ou des attitudes à un public nombreux, diversifié et dispersé, par le canal des médias dits de masse : radio, télévision, téléphonie mobile, Internet, réseaux sociaux, etc.

Au Tchad, la communication de masse est régie par la Haute autorité des Médias et de l'Audiovisuel (HAMA), structure publique qui a pour mission de « *veiller au respect des règles déontologiques et de la législation en matière de technologie d'information et de la communication* ».

Le paysage médiatique, est fort de quelque 25 stations de radio couplées à des services de télévision de l'ONAMA (Office National des médias Audiovisuel) qui, théoriquement, couvrent tout le territoire national. Dans le privé, 57 radios (communautaires, confessionnelles, thématiques ou associatives) ont reçu une autorisation de fonctionner dont une quarantaine sont effectivement opérationnelles dans des villes où elles couvrent en moyenne 50 km de rayon. Trois chaînes de télévision privées sont également opérationnelles : Al Nassr TV, Electron TV et Toumaï TV. La presse écrite compte également de nombreux titres (44 théoriquement) paraissant plus ou moins régulièrement, avec des tirages plutôt modestes. A cela s'ajoutent 13 médias en ligne et 13 médias audiovisuels étrangers ayant installé des réémetteurs au Tchad. L'Internet dont le taux de pénétration est de 14% permet l'accès aux réseaux sociaux très prisés par les populations, notamment Facebook ou WhatsApp. Quant à la Téléphonie mobile, elle est en pleine expansion avec un taux de pénétration de 52%.

d. Tous ces moyens de communication peuvent contribuer énormément à la mise en œuvre de la communication sur les risques dans le contexte de REDISSE IV, mais il faut tenir compte des contraintes suivantes relevées plus haut : (i) l'analphabétisme, la multiplicité des langues et variantes langagières qui obligent à la production et duplication de messages en grand nombre ; (ii) les communautés où prospèrent des perceptions et des pratiques nocives en matière de santé en particulier en ce qui concerne la Planification familiale, la vaccination, les maladies émergentes..., comme on l'observe en ce moment où le déni de la COVID 19 reste prégnant et la méfiance vis-à-vis de son vaccin largement répandue ; (iii) l'étendue du territoire que les moyens de communication couvrent insuffisamment et où persistent de nombreuses poches /zones enclavées permanentes ou par moments et (iv) l'insuffisance dans la mise en œuvre de l'approche communautaire.

II - PRINCIPES DE BASE DE LA COMMUNICATION SUR LES RISQUES PAR RAPPORT AU REDISSE IV

Selon l'OMS, la communication sur les risques est « *l'échange en temps réel d'informations, de conseils et d'avis entre les experts, les responsables communautaires, les décideurs politiques et les populations en situation de risque* » (*Directives stratégiques et pratiques de l'OMS pour la communication sur les risques en situation d'urgence, 2018*). Il peut s'agir d'une situation d'épidémie, de pandémie, de crise humanitaire ou de catastrophe naturelle, situation durant laquelle une communication efficace permet aux populations exposées à ce risque de comprendre et d'accepter les messages livrés par les autorités, les experts, puis d'adopter les comportements appropriés pour se protéger. Elle vise donc à créer, maintenir ou rétablir la confiance du public en ceux qui sont chargés de la gestion des risques.

S'appuyant sur ces considérations, les principes de base retenus pour l'intervention de communication sur les risques en appui au REDISSE IV TCHAD sont les suivants :

1. Compréhension du contexte spécifique, des préoccupations, des croyances, des pratiques et des traditions des communautés en vue de développer des informations et des explications scientifiques et logistiques qui répondent à leurs préoccupations.
2. Adaptation des messages et directives en fournissant des explications simples, offertes dans plusieurs langues et soutenues par des exemples concrets et des appuis visuels qui en facilitent la compréhension. Cela est d'autant plus important que le contexte tchadien est caractérisé par un fort taux d'analphabétisme, ce qui suppose des difficultés de compréhension des informations livrées en des termes jargonnesques pouvant compromettre l'adhésion aux messages et aux mesures émises par le gouvernement. Par ailleurs, ces messages doivent être livrés à travers les canaux qu'ils préfèrent et doivent correspondre à la disponibilité et à l'accessibilité des services.
3. Engagement communautaire significatif et participation de messagers de confiance (identification et implication dans le processus de communication des personnes en qui les communautés ont confiance); cela permet de prendre en compte les structures communautaires, les cultures et les styles de vie des différents segments de la population. En effet, il est prouvé que l'opinion de leaders communautaires, de membres de la famille ou d'amis en qui l'on a confiance influence énormément le changement de comportement.

4. Collaboration active et création de réseaux de communication entre les groupes constitutifs (agences de santé et de riposte aux situations d'urgence, systèmes d'urgence et d'autres services publics) pour se préparer aux événements.
5. Diversification des canaux et moyens de communication afin de véhiculer les messages relatifs aux catastrophes et aux situations d'urgence. Dans ce cas, nécessité de bâtir une stratégie de communication qui intègre médias traditionnels (radio, télévision, presse écrite), réseaux sociaux et approches de proximité.
6. Mise en œuvre des 05 principes clés énoncés par le Guide Technique pour la Surveillance Intégrée de la Maladie et la Riposte en République du Tchad (SMIR, janvier 2021) à savoir :
 - a. **Créer et maintenir la confiance en** transmettant au public des informations opportunes, transparentes, compréhensibles sur (i) la nature du risque sanitaire, (ii) sur la riposte qui est en train d'être organisée et (iii) ce que peut faire ce public pour se protéger
 - b. **Diffuser des informations en temps opportun et promouvoir la transparence.** Cela consiste à (i) informer sur les incertitudes liées au risque, à l'événement et aux interventions, (ii) informer sur ce qui est connu et ce qui est non connu à chaque instant donné, (iii) assurer le suivi afin de tenir le public fréquemment informé de l'évolution de la situation incertaine, (iv) fournir des informations cohérentes et coordonnées aux parties prenantes et à la population.
 - c. **Écouter, comprendre et respecter les préoccupations du public avant et pendant une urgence.** Ce qui permet d'adapter la communication aux préoccupations de la communauté et de comprendre si les conseils qui lui sont donnés sur les pratiques correctives ou préventives sont ou seront réellement acceptés et pris en compte. Pour ce faire, on peut recourir à des enquêtes ou mini-enquêtes sur les connaissances, les attitudes et les pratiques (CAP), des visites de la communauté, des discussions de groupe, des entretiens avec des informateurs clés, au retour d'information des parties prenantes, à la surveillance des médias...
 - d. **Planifier la communication sur les risques :** élaborer un plan de communication sur les risques pendant la phase de préparation, plan axé sur la préparation, la prévention et la riposte. Par ailleurs, cette planification doit être sensible aux besoins des parties prenantes, participative, adaptée au contexte des groupes affectés et doit tenir compte du retour d'information de ces groupes.
 - e. **Assurer l'équité dans la planification et la mise en œuvre de la communication sur les risques,** c'est-à-dire garantir un partage équitable des informations avec le public et éviter l'exclusion des membres marginalisés de la société de l'action sanitaire. Il faut donc utiliser des canaux et des interlocuteurs de confiance, éviter le jargon ou le langage technique, privilégier les langues locales et les dialectes des populations et adapter les messages aux niveaux de d'éducation des gens.
7. Evaluation fréquente des interventions de la communication sur les risques afin d'investir les conclusions des évaluations pour améliorer les ripostes actuelles et futures.

III - APPROCHES ET TECHNIQUES DE COMMUNICATION A PRIVILEGIER

Tenant compte des principes énoncés ci-dessus, les approches et les techniques de communication qui s'avèrent les plus appropriées pour appuyer la mise en œuvre du REDISSE IV sont les suivantes :

3.1 La Communication Interne

Elle est un préalable pour une bonne implémentation de la communication sur les risques, dans un contexte comme celui du REDISSE qui implique de nombreuses parties prenantes sectorielles. Tous ces acteurs doivent mettre en place un réseau et des mécanismes de communication efficace afin d'avoir une compréhension commune du REDISSE IV, de ses enjeux et du rôle attendu de chaque acteur. Une bonne communication interne sera donc un outil de mobilisation de ces acteurs.

3.2 La Mobilisation Sociale et l'Engagement Communautaire

La mobilisation sociale a souvent été utilisée au Tchad pour des activités sanitaires sous forme de réunions de mobilisation sociale avec des leaders religieux et communautaires, des chefs de quartiers et chefs de village, des responsables des associations, des sous-préfets, des inspecteurs de l'éducation, des chefs de cantons et des représentants des ONGs locales. Ils doivent à leur tour mobiliser des personnes influentes et les communautés autour d'eux pour les campagnes de vaccination, la vaccination de routine et la surveillance communautaire, etc. Ces expériences de mobilisation sociale devront être élargies aux autorités politiques et administratives, aux Maires et aux Délégués des services déconcentrés pour obtenir leur engagement et leur implication dans les différentes activités du REDISSE IV.

l'engagement communautaire est proche de la mobilisation sociale car c'est un processus de collaboration avec et à travers des personnes liées par leur proximité géographique, un intérêt particulier ou des situations similaires pour se pencher sur des problèmes qui affectent leur bien-être. Il consiste à identifier les personnes en qui la communauté a confiance, renforcer les liens avec elles et les impliquer dans la prise de décisions pour que les interventions se déroulent de manière collaborative et soient adaptées au contexte.

3.3 La Communication de Masse

Les ressources en communication de masse répertoriées dans le contexte de la stratégie (1.2) seront largement appelées à contribution dans le cadre de la mise en œuvre du REDISSE IV, notamment les radios de proximité qui produisent et diffusent des émissions en langues locales, réalisées souvent avec la participation des communautés. Mais le recours sera également fait aux autres canaux de masse : Télévision, Internet, Téléphonie mobile, réseaux sociaux, notamment pour communiquer des directives et des messages, développer l'information et la riposte aux rumeurs, aux réactions de la population et aux préoccupations en cas d'urgence.

3.4 La Communication pour le Changement Social et Comportemental (CCSC)

Elle a pour objectif de changer les comportements et d'agir sur les normes sociales à travers des activités de proximité. Les techniques de la CCSC à mettre en œuvre pour le REDISSE IV seront le porte-à-porte, les crieurs publics, la causerie éducative, l'assemblée villageoise, etc., cela à travers des groupes constitués (clubs de pair éducation, des associations/ groupements de femmes et des jeunes) des prestataires (agents sanitaires, agents sociaux ou de l'environnement, agents de santé communautaires), des leaders traditionnels et religieux ainsi que leurs associations faitières en matière de développement (la Commission Justice et Paix de l'Eglise Catholique, le Département Etique, Paix

et Justice de l'Entente des Églises et Missions Évangéliques au Tchad, le Réseau des associations islamiques en Population et Développement), des COSAN et COGES, des comités d'hygiène et d'assainissement, etc.

3.4 Le Plaidoyer

La mise en œuvre de REDISSE IV implique de nombreuses actions de plaidoyer portant en particulier sur les volets suivants : (i) le maintien du REDISSE IV dans les priorités sanitaires nationales du Tchad et la mobilisation des ressources nécessaires à cet effet ; (ii) le maintien d'une dynamique de collaboration et de synergie entre les réseaux de surveillance et d'interventions épidémiologiques humaines et animales aux niveaux national et régional via la plate-forme « One Health » ; (iii) la mise à contribution du secteur privé dans le cadre d'un partenariat public-privé (PPP) ; et (iv) l'amélioration et l'harmonisation des politiques, de la législation et des procédures opérationnelles relatives aux domaines de REDISSE IV etc.

3.5 Les techniques et les méthodes de Communication

Toutes ces approches utiliseront des techniques et des méthodes de communication faisant recours aux mass médias (radio, télévision, internet, Intranet, film vidéo, affiches, dépliants, presse écrite, etc.) et/ou à la communication interpersonnelle (causerie-débat, porte-à-porte, journées d'information, crieurs publics, théâtre forum, folklore, etc.).

IV – LES PARTIES PRENANTES DE LA COMMUNICATION

Le Projet REDISSE IV, de par sa nature transfrontalière, multisectorielle et communautaire, implique plusieurs parties prenantes pour sa mise en œuvre, lesquelles sont toutes concernées par les actions de communication à des niveaux différents.

4.1 les acteurs et les partenaires

Il s'agit principalement de l'Unité de Coordination du Projet (UCP) et des points focaux des ministères sectoriels impliqués dans la mise en œuvre du projet et qui assurent la supervision des activités. Ces structures ont la responsabilité de mobiliser les partenaires et les ressources nécessaires à la mise en œuvre des activités de communication, coordonner l'ensemble des activités de communication, mobiliser les médias, mettre en route et faire paraître régulièrement un bulletin d'information, créer et alimenter régulièrement un Site web, produire et disséminer les supports de communication et visibilité (brochures, dépliants, affiches, bulletins, gadgets...)

4.2 les décideurs nationaux (Gouvernement et Assemblée Nationale).

Ils sont des cibles de plaidoyer pour tout ce qui concerne la mobilisation des ressources financières, humaines et matérielles, les politiques sanitaires et environnementales. Ce sont la Primature, le Ministère de la Santé Publique et de la Solidarité Nationale, le Ministère de l'Élevage et des Productions Animales, le Ministère de la Communication Porte-Parole du Gouvernement, le Ministère de l'Environnement et de la Pêche et du Développement Durable, le Ministère de l'Administration du Territoire et de la Décentralisation des Collectivités autonomes, le Ministère de l'Économie, de la Planification du Développement et de la Coopération Internationale, le Ministère des Finances et du Budget, le Ministère du Développement Agricole, l'Assemblée nationale (Commissions Loi et autres)

4.3 Les partenaires techniques et financiers.

Ce sont des partenaires cruciaux notamment dans le processus de mobilisation des ressources financières et techniques, des orientations normatives et des cadres d'action dans leurs domaines respectifs. Il importe de maintenir leur intérêt pour le Projet en valorisant au mieux les résultats obtenus grâce à leur appui et en les associant autant que faire se peut aux événements en rapport avec le REDISSE IV. Il s'agit principalement des entités suivantes : le Groupe de la Banque mondiale; la CEEAC (Communauté Économique des États d'Afrique Centrale), l'ACDC (Centre de Coordination du Centre de Contrôle et Prévention de Maladies) le CRSA (Centre Régional de Santé Animale), l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé), l'OIE (Office International des Épizooties) la FAO (Fonds des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture), la CEDEVIRHA (Commission Économique du Bétail, de la Viande et des Ressources Halieutiques), l'UE (Union Européenne), l'AFD (Agence Française de Développement), la Coopération suisse, le PNUD, l'UICN (Union Internationale pour la Conservation de la Nature) et d'autres institutions de la Coopération bilatérale et multilatérale ainsi que le secteur privé.

4.4 Les Partenaires de mise en œuvre (ou alliés).

Ce sont des groupes d'individus ou d'organisations apportant l'appui nécessaire au développement et à la mise en œuvre des actions de communication du REDISSE IV, tant aux niveaux central, intermédiaire que communautaire. Ils seront impliqués notamment dans les situations suivantes : la surveillance des maladies, l'identification des risques, des cas et d'événements de santé publique ou animale, des situations d'urgence (catastrophe naturelle, guerre, attentats...), la mise en place des comités de veille et la gestion des risques, la mobilisation des communautés, la fourniture des services de riposte aux épidémies/épizooties ; etc. Ce sont : les points focaux des départements ministériels, les structures publiques et privées sanitaires et d'hygiène/assainissement, le réseau de sauvegarde environnementale et sociale, les ONG intervenant dans les domaines de la santé et de l'environnement, les responsables sanitaires et vétérinaire, les agents des formations sanitaires et vétérinaires tant publics que privés, les praticiens privés, les vétérinaires et les para professionnels vétérinaires, les laboratoires privés, le partenariat public-privé (entreprises de production et de services telles que les sociétés de téléphonie mobile, de construction, de fabrication et de distribution de produits pharmaceutiques...).

4.5 Les patrons et les professionnels des médias

Pour la mise en œuvre du REDISSE IV, la majeure partie des messages transiteront par les canaux de la Radio, de la Télévision, de la Presse écrite ou en ligne. Aussi, est-il de la toute première importance de nouer avec ces médias un partenariat stratégique basé sur la négociation. Des actions de plaidoyer spécifiques et de marketing devront les cibler et des informations précises actualisées devront être régulièrement mises à leur disposition. De même, il importe d'entretenir avec les professionnels de ces médias des relations fluides et permanentes et d'assurer le renforcement de leurs capacités en communication sur les risques.

4.6 Les cibles de la mobilisation sociale et de l'engagement communautaire

Ce groupe de parties prenantes est à la fois une cible de communication (renforcement des capacités, sensibilisation pour adhésion et implication) et des partenaires dans les activités (mobilisation, sensibilisation et conscientisation des communautés). En effet, ce sont des groupes proches des populations sur lesquelles ils ont une forte influence, notamment socioculturelle et religieuse. Il s'agit :

des associations/ groupements de femmes et des jeunes, des leaders traditionnels et religieux ainsi que leurs associations faitières en matière de développement (la Commission Justice et Paix de l'Eglise Catholique, le Département Etique, Paix et Justice de l'Entente des Églises et Missions Évangéliques au Tchad, le Réseau des associations islamiques en Population et Développement), les auxiliaires de l'Elevage, les associations, unions et fédérations des éleveurs, les associations des protections de l'environnement, , les relais communautaires, les Agents de santé communautaire, les Comités de Santé (COSAN) et les Comités de Gestion (COGES), les crieurs publics, etc.

4.7 Les principaux bénéficiaires des activités de communication.

Ce sont les parties prenantes dont on attend des changements de comportement, l'utilisation massive des services offerts (communication et santé). Ce sont des individus ou groupes d'individus qui bénéficient directement des résultats positifs des activités de la stratégie de communication. Les bénéficiaires peuvent être à la fois des cibles (changement de comportement) et des alliés quand ils sont bien mobilisés pour contribuer aux activités de sensibilisation en tant qu'acteurs (engagement communautaire) : les communautés, les femmes en âge de procréer ; les ménages/couples, les hommes, les hommes chefs de ménages, les adolescents et les jeunes (au besoin, segmentés selon les critères scolarisation/alphabétisation, et type d'activités professionnelles), les associations/groupements de femmes et des jeunes installés dans les districts sanitaires concernés.

V - LES OBJECTIFS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LES RISQUES

L'objectif global de la stratégie de la communication sur les risques en appui au REDISSE IV est de mobiliser les parties prenantes par différentes approches avec pour finalité d'obtenir (i) l'engagement politique, (ii) la mobilisation des ressources, (iii) la mobilisation/l'engagement communautaire et (iv) le changement social et comportemental des publics cibles. De façon spécifique, cet objectif se décline en quatre volets :

- Mobiliser, engager et impliquer les leaders communautaires (religieux, traditionnels, associations des femmes et des jeunes, ONG...) et les entités locales influentes (autorités politiques, administratives, Elus locaux, Délégués des services déconcentrés...) pour la sensibilisation des communautés afin que celles-ci adhèrent et participent aux activités de mise en œuvre du REDISSE IV.
- Mettre à contribution les médias de masse (Radio, Télévision, Internet, Presse écrite, Téléphonie mobile, réseaux sociaux) pour sensibiliser les communautés et transmettre des messages de plaidoyer aux décideurs et les Partenaires Techniques et Financiers (PTF).
- Développer une communication interne efficace pour une compréhension commune des concepts et des enjeux du REDISSE IV et un engagement effectif et total de toutes les structures représentées dans l'organe de pilotage et de coordination afin que ces acteurs parlent de la même voix aux audiences cibles de la communication externe.
- Développer des activités de plaidoyer pour renforcer l'engagement politique des décideurs et l'appui technique et financier des partenaires pour la mise en œuvre optimale du REDISSE IV

VI. LES AXES DE COMMUNICATION ET LES PRINCIPALES ACTIVITES

Axe stratégique 1 : mise en place d'une communication interne dynamique et efficace

Le projet REDISSE IV réunit des structures et des personnes issues de plusieurs secteurs différents et qui doivent mobiliser les partenaires et les ressources nécessaires à la mise en œuvre du Projet et coordonner les activités de communication. Ce contexte nécessite la mise en place d'un réseau et des mécanismes de communication interne efficaces, afin d'avoir une compréhension commune du REDISSE IV, de ses enjeux et du rôle attendu de chaque acteur.

Activités : 1. mettre en place un réseau Intranet dynamique ; 2. mettre en place un mécanisme de communication efficace entre les acteurs centraux et sectoriels du REDISSE IV ; 3. mettre en route un bulletin semestriel d'information, de liaison et de documentation, en assurer la parution régulière et une large diffusion ; 4. promouvoir l'utilisation systématique et efficace des outils routiniers de communication interne tels que les réunions, les messages électroniques, les affichages, les rapports standardisés.

Axe stratégique 2 : mobilisation des acteurs de terrain et engagement communautaire pour la mise en œuvre du REDISSE IV

L'un des principes fondamentaux de la communication sur les risques est l'implication stratégique des communautés dans le processus de planification et de mise en œuvre des activités, dans le cadre de la mobilisation sociale et de l'engagement communautaire ; cela permet de prendre en compte les structures communautaires, les cultures et les styles de vie des différents segments de la population. A cet effet, les leaders communautaires, religieux, traditionnels et les autres entités locales influentes seront mis à contribution pour mener à leur tour des activités de communication pour le changement social et comportemental à travers des activités de proximité.

Activités : 1. identifier et organiser des rencontres avec les entités influentes dans chaque district sanitaire en vue de les impliquer dans les différentes activités du Projet ; 2. Organiser des réunions périodiques d'information et de sensibilisation des responsables politiques et administratifs dans les Provinces ; 3. organiser des rencontres de mobilisation des ONG, associations de la société civile ; 4. mettre en place et/ou dynamiser les COSAN et COGES dans les Districts sanitaires; 5. appuyer les Districts sanitaires pour la mise en œuvre des activités de communication dans les FOSA ; 6. appuyer les autorités traditionnelles et religieuses, les associations des jeunes et des femmes pour l'organisation des réunions de sensibilisation des communautés ; 7. mettre en place des cellules de gestion de crise et de veille communicationnelle (suivi et riposte aux rumeurs, suivi des médias de masse et des réseaux sociaux) et assurer leur fonctionnement.

Axe stratégique 3 : développement de la communication de masse en vue d'informer et de sensibiliser différentes cibles du REDISSE IV

Les techniques de production et de diffusion du Projet vont privilégier les canaux de média de masse que sont la Radio, la Télévision, la Presse écrite mais aussi les médias en ligne, les réseaux sociaux et la téléphonie mobile.

Activités : 1. Élaborer et valider (en atelier) une stratégie de communication sur les risques ; 2. organiser des formations sur la communication des risques au profit des professionnels de la communication (journalistes télé, radio, presse écrite) ; 3. former les professionnels de la santé publique sur la communication de risques et les situation d'urgence ; 4. identifier des médias et établir avec eux

des relations permanentes de travail (signature d'un contrat définissant les modalités de travail, une feuille de route et ses incidences financières, négociation d'espaces ou de plages stratégiques dans les médias internationaux, désignation de points focaux dans certains médias, etc.) pour la production et la diffusion des émissions en différents genres journalistiques (magazines spots, microprogrammes, magazines, interviews, émissions interactives, tables rondes, couverture d'événements, reportages, points de presse, communiqués de presse ...); 5. publier dans la presse écrite nationale des articles spécifiques (dossiers, tribunes, reportages, interviews, compte-rendu des activités...) sur des thèmes en relation avec le REDISSE IV; 5. produire et diffuser des documentaires audiovisuels sur l'état des lieux de la santé au Tchad, les objectifs du REDISSE IV et les résultats de sa mise en œuvre; 6. produire des microprogrammes et /ou spots sur différentes thématiques dans les langues locales et les diffuser sur les ondes des radios locales; 7. créer et gérer un site Web; 8. nouer des partenariats en vue de diffuser des messages à travers les réseaux sociaux accessibles (YouTube, Facebook, Google...) notamment pour information et riposte aux rumeurs, aux réactions de la population et aux préoccupations en cas d'urgence.

Axe stratégique 4 Développement des actions de plaidoyer pour la création d'un environnement favorable à la mise en œuvre du REDISSE IV

Cet axe cible les décideurs nationaux (Gouvernement, Assemblée Nationale) par des actions de plaidoyer pour :

(i) que le REDISSE IV soit maintenu en permanence comme priorité sanitaire nationale et que cet engagement politique se concrétise par la mise en œuvre du Projet grâce à une mobilisation optimale des partenaires et des ressources nécessaires à cet effet ;

(ii) le maintien de la dynamique nécessaire de collaboration et de synergie entre les réseaux de surveillance et d'intervention épidémiologiques humaines et animales aux niveaux national et régional via la plate-forme One Health ;

(iii) l'amélioration et l'harmonisation des politiques, de la législation et des procédures opérationnelles ainsi que l'élaboration des cadres juridiques pour renforcer la collaboration avec le secteur privé.

Activités : 1. organiser des activités de plaidoyer autonomes: tables rondes, réunions de haut niveau, émissions radio/télé, conférences-débats ; 2. mettre à profit la commémoration des événements en rapport avec la santé et l'environnement pour organiser des activités de plaidoyer et de visibilité: tables rondes, émissions radio et télé, stands d'exposition, distribution des dépliants, fora ; quelques-uns de ces événements sont la Journée Internationale de la santé, la Journée du SIDA, la Journée Mondiale de l'eau, la Journée Mondiale de l'alimentation, la Semaine Nationale de la Femme Tchadienne (SENAFET), la Journée de la population, la Journée Internationale de la Jeunesse, la Quinzaine de Promotion de la santé Reproductive, Maternelle, Néonatale, Infantile, de l'Adolescent, et de la Planification Familiale, etc. 3. Organiser une mission d'information et de sensibilisation auprès des autorités administratives déconcentrées pour leur implication en amont dans les activités du projet à mener dans les circonscriptions respectives dans le futur.

AXE STRATÉGIQUE 5 : Développement et production des supports pour les différentes activités de formation, de vulgarisation, d'information, de sensibilisation et de plaidoyer

La mise en œuvre de la stratégie de communication à travers des plans annuels va nécessiter la production d'une importante quantité de supports de communication mais aussi de supports destinés à promouvoir la visibilité du Projet.

Activités : 1. produire des supports éducatifs scriptovisuels (boîtes à images, dépliants, affiches,) ; 2. produire des plaquettes et des dépliants de synthèse des documents destinés aux médias et à informer/sensibiliser les publics ; 3. produire des supports de visibilité à déployer notamment lors des événements organisés par ou impliquant le REDISSE IV : dépliants, affiches géantes, kakémonos, flyers, imprimés, tee-shirts, casquettes ...

Axe stratégique 6 : Renforcement des capacités des acteurs en matière de communication pour une meilleure appropriation et mise en œuvre de la stratégie de communication.

L'ensemble des acteurs de mise en œuvre de la stratégie de communication auront besoin d'un renforcement technique et de connaissances en matière de communication, tant au niveau central que périphérique

Activités : 1. renforcer les capacités des membres de l'Unité de Coordination du Projet (UCP) et des points focaux sectoriels impliqués en techniques de communication et de plaidoyer; 2. former les membres de l'UCP concernés à la prise en main des outils du backoffice du site Web, à la documentation et à l'archivage des données d'enquêtes; 3. renforcer les capacités des agents de santé en communication interpersonnelle et communication des risques; 4. mener des activités de recherche action en vue de maximiser les actions de communication du REDISSE IV; 5. doter l' UCP d'équipements techniques nécessaires pour la mise en œuvre du plan de communication (ordinateurs et logiciels de mise en page et de traitement de photos, imprimante couleur, appareil photo reflex, enregistreurs numériques, vidéoprojecteur...); 6. Organiser des ateliers de formation des leaders communautaires, traditionnels et religieux ; 7. Organiser des ateliers de formation des associations et des ONGs sur la communication.

VII - MATRICE DE DEVELOPPEMENT DES AXES DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

ACTIVITES	CIBLES/ AUDIENCES	PRINCIPAUX INDICATEURS
Axe stratégique 1 : mise en place d'une communication interne dynamique et efficace		
• Mettre en place un réseau intranet et le faire fonctionner systématiquement en y	Les membres de l'UGL, les points focaux	• Existence d'un réseau Intranet fonctionnel et dynamique

Stratégie Com Risque septembre 2021

ACTIVITES	CIBLES/ AUDIENCES	PRINCIPAUX INDICATEURS
<p>intégrant des outils routiniers tels que les réunions, les affichages, les rapports</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place un mécanisme de communication opérationnel et efficace avec les acteurs centraux et sectoriels du REDISSEIV ; • Mettre en route un bulletin semestriel d'information et de documentation et en assurer la parution régulière et la large diffusion ; • Promouvoir l'utilisation systématique et efficace des outils routiniers de communication interne tels que les réunions et les messages électroniques les affichages, les rapports standardisés. 	<p>des départements ministériels, les structures sanitaires, les réseaux de sauvegarde environnementale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de réunions tenues par an par l'UGL et sanctionnées par des rapports au format standard • Nombre d'éditions du bulletin produites par an • Existence de rapports sur l'utilisation judicieuse des outils de communication
<p>Axe stratégique 2 : mobilisation des acteurs de terrain et engagement communautaire pour la mise en œuvre du REDISSE IV</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier et organiser des rencontres avec les entités influentes dans chaque district sanitaire en vue de les impliquer dans les différentes activités du Projet • Organiser des réunions périodiques d'information et de sensibilisation des responsables politiques et administratifs dans les Provinces • Organiser des rencontres de mobilisation des ONG et des associations de la société civile • Mettre en place et/ou dynamiser les COSAN et COGES dans les Districts sanitaires et les former sur la gestion des interventions à base communautaire 	<p>Responsables administratifs, Délégués des services déconcentrés, directeurs des écoles et inspecteurs de l'éducation, autorités politiques, leaders religieux et communautaires, responsables des associations, représentants</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nb de réunions d'information et de sensibilisation organisées à l'endroit des responsables politiques et administratifs • Nombre d'associations de jeunes et de femmes et d'ONGS menant des activités de mise en œuvre du REDISSE IV • Nombre d'organisations traditionnelles, religieuses et des associations des jeunes et des femmes appuyées pour la sensibilisation des communautés • Nombre de rencontres de mobilisation organisées à l'endroit des ONG et des ASC

ACTIVITES	CIBLES/ AUDIENCES	PRINCIPAUX INDICATEURS
<ul style="list-style-type: none"> • Appuyer les Districts sanitaires pour la mise en œuvre des activités de communication dans les FOSA • Appuyer les autorités traditionnelles et religieuses, les associations des jeunes et des femmes pour l'organisation des réunions de sensibilisation des communautés • Mettre en place (niveaux national et des districts sanitaires) des comités de gestion de crise et de veille communicationnelle (suivi et riposte aux rumeurs, suivi des médias de masse et des réseaux sociaux) et assurer leur fonctionnement 	des ONGs locales	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de rencontres de mobilisation organisées par les COSAN et les COGES • Montant des ressources allouées chaque année aux leaders, aux ONGs et aux Districts pour mener des activités de communication en faveur du REDISSE IV • Existence de comités de gestion de crise et de veille communicationnelle aux niveaux national et des districts sanitaires

Axe stratégique 3 : développement de la communication de masse en vue d'informer et de sensibiliser différentes cibles du REDISSE IV

<ul style="list-style-type: none"> • Élaborer et valider (en atelier) une stratégie de communication sur les risques • Organiser des formations sur la communication des risques aux professionnels de la communication (journalistes télé, radio, presse écrite) ; • Former les professionnels de la santé publique sur la communication de risques et les situation d'urgence • Identifier des médias et établir des contrats de production et de diffusion des émissions et des articles en différents genres journalistiques sur des thèmes en relation avec le REDISSE IV (magazines spots, microprogrammes, magazines, interviews, émissions interactives, tables rondes, couverture d'évènements, reportages, points de presse, communiqués de presse, 	Médias, patrons des médias, Grand public, audiences du plaidoyer	<ul style="list-style-type: none"> • Existence d'un document de stratégie de communication sur les risques • Nombre de professionnels des médias formés sur la communication de risque • Nombre de professionnels de la santé publique formés sur la communication sur les risques • Nombre de contrats signés avec les médias • Nombre d'émissions et articles diffusés par an en différents genres journalistique
---	--	--

Stratégie Com Risque septembre 2021

ACTIVITES	CIBLES/ AUDIENCES	PRINCIPAUX INDICATEURS
<p>dossiers, tribunes, reportages, interviews, compte-rendu des activités...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produire et diffuser des documentaires audiovisuels sur l'état des lieux de la santé au Tchad, les objectifs du REDISSE IV et les résultats de sa mise en œuvre. • Produire et diffuser en langues locales sur les ondes des radios locales des microprogrammes et des spots sur différentes thématiques • Créer et gérer un site Web. • Nouer des partenariats en vue de diffuser des messages à travers les Réseaux Sociaux accessibles notamment pour information et riposte aux rumeurs, 		<p>Nombre de documentaires audiovisuels sur l'état des lieux de la santé et la mise en œuvre du REDISSE IV</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nbre de microprogrammes et spots diffusés chaque année par les radios locales • Existence d'un site web fonctionnel, régulièrement mis à jour et évalué chaque année • Nombre de messages annuellement diffusés sur les réseaux sociaux • Nombre de convention établies avec les prestataires de téléphonie mobiles ou autres FAI
<p>Axe stratégique 4. : développement des actions de plaidoyer pour la création d'un environnement favorable à la mise en œuvre du REDISSE IV</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Organiser des tables rondes, des réunions de haut niveau, des émissions radio/télé, des conférences-débats, des dîners ou des déjeuners de presse avec la participation des décideurs nationaux, des PTFs et de la coopération bi/multilatérale ; 	<p>Gouvernement , Assemblée nationale Banque mondiale, CEEAC ACDC CRSA OMS,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'activités de plaidoyer organisées chaque année

ACTIVITES	CIBLES/ AUDIENCES	PRINCIPAUX INDICATEURS
<ul style="list-style-type: none"> Organiser des activités de plaidoyer et de visibilité (table ronde, émissions radio et télé, stand d'exposition, distribution des dépliants, fora) lors de la commémoration des événements en rapport avec la santé et l'environnement 	OIE, FAO, CEDEVIRHA, Union Européenne, AFD, Coopération suisse et autres institutions de la Coopération bi et multilatérale ainsi que le secteur privé, les patrons des médias...	<ul style="list-style-type: none"> Nombre d'événements commémoratifs pendant lesquels des activités de plaidoyer sont organisées en faveur de REDISSE IV Montant des fonds mobilisés pour la mise en œuvre du REDISSE IV Nombre de PTF ayant participé aux dîners/déjeuners de presse
AXE STRATEGIQUE.5 Développement et production des supports pour les différentes activités de formation, de vulgarisation, d'information, de sensibilisation et de plaidoyer		
<ul style="list-style-type: none"> Produire des supports éducatifs scriptovisuels (boîte à images, dépliants, affiches, sérigraphie) ; Produire des plaquettes et des dépliants de synthèse des documents destinés à informer et sensibiliser les publics ; Produire des supports de visibilité à déployer notamment lors des événements organisés par ou impliquant le REDISSE IV : dépliants, affiches géantes, kakémonos, flyers, imprimés, tee-shirts, casquettes 	Grand public, audiences du plaidoyer et médias	<ul style="list-style-type: none"> Nombre et types de supports scriptovisuels produits Nombre et types de supports de visibilité produits et disséminés
Axe stratégique 6 : Renforcement des capacités des acteurs en matière de communication pour une meilleure appropriation et mise en œuvre de la stratégie de communication.		
<ul style="list-style-type: none"> Renforcer les capacités des membres de l'Unité de Gestion du Projet (UCP) et des points focaux sectoriels impliqués en techniques de communication et de plaidoyer. 	UCP, ONG, Associations, leaders religieux et traditionnel	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de membres de l'Unité de Coordination du Projet et des points focaux sectoriels formés en techniques de communication et de plaidoyer.

ACTIVITES	CIBLES/ AUDIENCES	PRINCIPAUX INDICATEURS
<ul style="list-style-type: none"> • Former les membres de l'UCP concernés à la prise en main des outils du backoffice du site Web, à la documentation et à l'archivage des données d'enquêtes. • Doter l'UCP d'équipements techniques nécessaires pour la mise en œuvre du plan de communication (ordinateur et logiciels de mise en page et de traitement de photos, imprimantes couleur, appareils photo reflex, enregistreurs numériques, vidéoprojecteurs • Renforcer les capacités des agents de santé en communication interpersonnelle et communication sur les risques • Organiser des ateliers de formation des leaders communautaires, traditionnels et religieux ; • Organiser des ateliers de formation des associations et des ONGs sur la communication • Mener des activités de recherche-action en vue de maximiser les actions de communication du REDISSE IV 		<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de membres de l'UCP formés sur le backoffice du site Web et à la documentation • Existence d'équipements techniques pour la mise en œuvre du plan communication • Nombre d'agents de santé formés en communication sur les risques • Nombre de leaders communautaires et religieux par province formés en communication sur les risques • Nombre de membres d'associations et d'ONGs formés en communication sur les risques • Nombre d'études menées pour soutenir les actions de communication

VIII. DISPOSITIF DE SUIVI ET EVALUATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

Cette stratégie de communication épouse la durée de mise en œuvre du REDISSE (05 ans). Elle sera donc implémentée à travers 5 plans d'action annuels dont l'élaboration, la mise en œuvre, la coordination, le suivi et l'évaluation incombe à l'UCP. Les plans d'action annuels intégreront l'ensemble des activités par les différents partenaires aux niveaux central, périphérique et basique.

Le suivi et l'évaluation permettront de déceler les contraintes, les insuffisances, de tirer les leçons et de prendre en compte d'éventuels changements de l'environnement sociopolitique ou des situations de crise (politiques et stratégies de développement, coûts d'accès aux médias, mise en œuvre des autres stratégies de santé, situation de crise et d'urgence, etc.), afin d'apporter des ajustements nécessaires. Cela permettra également d'aider à identifier les bonnes pratiques et de les documenter pour améliorer les actions de communication futures. Parmi les questions susceptibles d'orienter l'évaluation on retiendra celles-ci:

1. Les partenaires, les points focaux, les parties prenantes leurs capacités en matière de communication sur les risques ont-ils été clairement identifiés ?
2. Les sources d'information régulièrement mises à jour sont-elles accessibles aux médias et au public pour la diffusion des informations ?
3. Des supports de communication sont-ils produits qui sont accessibles, pertinents et adaptés aux besoins des cibles ?
4. Existe-il des mécanismes permettant que le personnel scientifique, technique valident les informations relatives aux événements de santé publique avant qu'elles ne soient diffusées ?
5. Etc.

Les indicateurs de suivi et d'évaluation des activités de la stratégie de communication REDISSE IV sont soit quantitatifs soit qualitatifs tels qu'ils sont indiqués dans la matrice de développement des axes stratégiques. D'autres indicateurs peuvent être identifiés lors de l'élaboration des plans annuels. Quelques exemples d'indicateurs sont les suivants :

- Les indicateurs de production des outils et supports de communication/visibilité : nombre, types et qualité d'outils /supports produits ;
- Les indicateurs de diffusion/publication des produits médias : nombre et qualité des produits diffusés;
- Les indicateurs des activités telles que les réunions, séances de travail, ateliers, tables-rondes : l'existence et la qualité des rapports, (ces rapports contiennent le nombre, la qualité/catégorie des participants) ;
- Les activités continues telles que la parution du bulletin ou la mise à jour du site web : fréquence, nombre d'éditions et existence des rapports y afférents.

Les sources de vérification des indicateurs sont les différents rapports : les rapports des visites de terrain, les rapports des activités de communication à différents niveaux, les rapports de diffusion (régies des antennes), les rapports d'évaluation du site web, etc.

VIII. MATRICE DE DÉVELOPPEMENT DU PLAN DE COMMUNICATION JUILLET –DECEMBRE 2021

ACTIVITÉS	RÉSULTATS	INDICATEURS	CHRONOGRAMME						ELEMENTS DES COUTS
			Juillet	Aout	sept	oct	nov	dec	
Axe stratégique 1 : mise en place d'une communication interne dynamique et efficace									
1.1 Mettre en place un mécanisme de communication efficace avec les acteurs centraux et sectoriels du REDISSEIV	les acteurs centraux et sectoriels du REDISSEIV communiquent régulièrement et efficacement	Nombre de réunions tenues par an par l'UGL et sanctionnées par des rapports au format standard	X	X	X	X	X	X	Sans cout supplémentaire
1.2 Promouvoir l'utilisation systématique et efficace des outils routiniers de communication interne tels que les réunions, les messages électroniques, les affichages, les rapports standardisés.	L'UCP tire profit de l'utilisation systématique et efficace des outils routiniers de communication interne	Existence de rapports sur l'utilisation judicieuse des outils de communication	X	X	X	X	X	X	Sans cout supplémentaire
Axe stratégique 2 : mobilisation des acteurs de terrain et engagement communautaire pour la mise en œuvre du REDISSE IV									
2.1 Mettre en place un comité national de gestion de crise et de veille communicationnelle (suivi et riposte aux rumeurs, suivi des médias de masse et des réseaux sociaux)	un comité national de gestion de crise et de veille communicationnelle est mis en place	Existence d'un texte mettant en place le comité national de gestion de crise et de veille communicationnelle				X			Sans cout supplémentaire

Stratégie Com Risque septembre 2021

2.2 organiser une rencontre d'information et d'identification des entités influentes (y compris les responsables des COSAN et COGES) dans les districts sanitaires de 10 Provinces en vue de les impliquer dans les différentes activités du Projet	Des rencontres ont été organisées et des entités influentes ont été identifiées dans 10 Provinces	Nombre de rencontre organisées et nombre d'entités influentes identifiées		X	X	X	X	X	Frais de déplacement et d'organisation des réunions
2.3 Organiser des réunions d'information et de sensibilisation des responsables politiques et administratifs dans 10 Provinces	Des réunions ont été organisées dans 10 Provinces et les responsables politiques et administratifs ont été sensibilisés sur les activités du Projet	Nombre de réunions organisées et nombre de responsables politiques et administratifs sensibilisés		X	X	X	X	X	Frais d'organisation des réunions
2.4 Organiser des réunions d'information et de sensibilisation des ONG et des associations de la société civile dans 10 Provinces	Des réunions ont été organisées dans 10 Provinces et des ONG et associations de la société civile ont été sensibilisés sur les activités du Projet	Nombre de réunions organisées et nombre des ONG et associations sensibilisés sur les activités du Projet		X	X	X	X	X	Frais d'organisation des réunions
Axe stratégique 3 : développement de la communication de masse en vue d'informer et de sensibiliser différentes cibles du REDISSE IV									
3.1 élaborer et valider (atelier) la stratégie de communication sur les risques	Une stratégie de communication sur les risques est élaborée, validée et dupliquée en 100 exemplaires	Existence d'un document de stratégie de communication sur les risques	X	X					Frais d'organisation de l'atelier et de duplication du document de la stratégie 3 750 000

Stratégie Com Risque septembre 2021

3.2 identifier des professionnels de la communication (journalistes télé, radio, presse écrite) et organiser à leur profit des formations (en 4 pools) sur la communication sur les risques	Les professionnels de la communication identifiés sont formés sur la communication sur les risques	Nombre de professionnels de la communication formés sur la communication sur les risques	X	X	X				Frais de déplacement et d'organisation des ateliers 29 660 000
3.3 Identifier des médias nationaux et établir avec eux des contrats de partenariat définissant les modalités de travail, une feuille de route et ses incidences financières)	Des contrats de prestations sont signés avec des radios nationale et communautaires, 2 télévisions, 3 journaux PE et 2 journaux en ligne	Nombre de contrats signés avec les différents types de médias			X	X	X	X	Montant des contrats pour 07 médias 17 500 000
3.4 Diffuser des articles d'information sur les activités du Projet sur le site du MSPSN et dans les réseaux sociaux accessibles	Des articles d'information factuels sur les activités du Projet sont publiés sur le site du MSPSN et les réseaux sociaux	Nombre d'articles diffusés sur le site du MSPSN et les réseaux sociaux		X	X	X	X	X	Coûts de diffusion médias sociaux 2 500 000
2.4 Mobiliser les médias pour la couverture des activités de l'UCP	Les médias (contractuels et non contractuels) couvrent systématiquement les activités majeures du Projet	Nombre d'activités couvertes par les médias.		X	X	X	X	X	Frais couverture médiatique 1 500 000
Axe stratégique 4. : développement des actions de plaidoyer pour la création d'un environnement favorable à la mise en œuvre du REDISSE IV									

Stratégie Com Risque septembre 2021

4.1 Organiser une table ronde (largement couverte par les médias) pour faire le bilan de mise en œuvre du projet en 2021 lors de la journée du SIDA	Table rond organisée. Le public de plaidoyer (décideurs et PTF) est informé sur les activités du projet	Existence d'un rapport d'organisation de la table ronde y compris les rapports de diffusion						X	Frais d'organisation
4.2 Organiser une émission radio et télé (invité du Journal) lors de revue du projet	Emission organisée. Le public de plaidoyer (décideurs et PTF) est informé sur les activités du projet	Existence d'un rapport de diffusion						X	Frais d'organisation
AXE STRATEGIQUE.5 Développement et production des supports pour les différentes activités de formation, de vulgarisation, d'information, de sensibilisation et de plaidoyer									
5.1 Produire en 2000 exemplaires un dépliant destiné à informer et sensibiliser les publics	Dépliant disponible en 2000 exemplaires et distribués	Nombre d'exemplaires de dépliant produits						X	4 000 000
5.2 produire une brochure bilan 2021 en 2000 exemplaires	brochure t disponible en 2000 exemplaires et distribués	Nombre d'exemplaires de brochure produits						X	7 000 000
5.3 Produire des supports de visibilité : agenda 2022, calendrier 2022, bloc note personnalisé. autocollant	Supports produits et distribués : Agenda= 1000 ex Calendrier = 3000 ex Bloc note = 1000 ex Autocollant = 500 ex	Type et nombre de supports de visibilité produits						X	Provision : pour l'agenda =22 M calendrier=5 M bloc note= 10 M autocollants= 3 M Total= 40 000 000
Axe stratégique 6 : Renforcement des capacités des acteurs en matière de communication pour une meilleure appropriation et mise en œuvre de la stratégie de communication.									

Stratégie Com Risque septembre 2021

Doter l'UCP d'équipements techniques nécessaires pour la mise en œuvre du plan de communication :	Les équipements techniques suivants sont disponibles et utilisés pour les activités de communication du Projet 1 ordinateur avec logiciel de mise en page et de traitement de photos 1 imprimante couleur 1 caméra numérique 1 appareil photo reflex	Nombre et type d'équipements techniques acquis							Disponibles
--	---	---	--	--	--	--	--	--	--------------------

Stratégie Com Risque septembre 2021