

1677 7730
République du Sénégal

PRIMATURE

**PROGRAMME NATIONAL
MULTISECTORIEL
DE LUTTE CONTRE LE SIDA
2002 - 2006**

PLAN DE COMMUNICATION

Document provisoire

Secrétariat Exécutif National *Novembre 2002*

**PLAN DE COMMUNICATION DANS LE
CADRE DU PLAN MULTISECTORIEL DE
LUTTE CONTRE LE SIDA AU SENEGAL
20002-2006**

SOMMAIRE

PREMIERE PARTIE

I. INTRODUCTION : CONTEXTE ET JUSTIFICATIONS

II. ANALYSE DE LA SITUATION

DEUXIEME PARTIE

III. BUT ET OBJECTIF GENERAL

IV. OBJECTIFS SPECIFIQUES

V. STRATEGIES ET ACTIVITES ESSENTIELLES

VI. PLANIFICATION DES ACTIVITES ESSENTIELLES

VII. BUDGETISATION : RESSOURCES ET SOURCES

VIII. GESTION- COORDINATION

IX. SUIVI-EVALUATION

I. INTRODUCTION : CONTEXTE ET JUSTIFICATIONS :

I.1 CONTEXTE :

La précocité de la réponse communautaire par rapport à la Prévention de la transmission sexuelle s'est manifestée par la mise en œuvre dès le début de l'épidémie d'une IEC (Information, Education, Communication) en direction du grand public qui a facilité à la majeure partie des populations sénégalaises l'acquisition de connaissances théoriques et pratiques sur la Prévention des IST/VIH/SIDA.

Cependant, une prise de conscience rapide des communautés sur les limites de l'efficacité de cette intervention a conduit à la mise en œuvre d'approches novatrices visant à toucher de façon rapprochée tous les groupes sociaux et particulièrement ceux à risque, pour un changement de comportement durable. Il s'agit de l'approche participative de prévention (APP), de la communication pour un changement de comportement (CCC) et de l'intervention pour un changement de comportement (ICC).

Ces stratégies développées avec une participation très ample des organisations de la société civile, des religieux, de certains secteurs publics et privés ont eu un impact certain dans l'évolution de la pandémie, avec une prévalence actuellement estimée à 1,4 % parmi la population générale, un taux de prévalence chez les prostituées estimé entre 12 et 15 %.

Des estimations statistiques récentes indiquent que le pays a enregistré depuis le début de l'infection 80.000 cas d'infection à VIH, 30.000 décès (dont 5000 au cours de l'année 2000), 20.000 orphelins, 5.000 nouvelles infections en moyenne par année. Cette situation épidémiologique ne constitue cependant que la pointe de l'iceberg et cette vérité doit nous interdire toute attitude d'autosatisfaction et doit nous pousser, dans un élan de solidarité, à une mobilisation de toutes les forces de la nation dans le cadre de la lutte.

Du fait des conséquences du SIDA au niveau des ménages (aggravation de la pauvreté, difficulté d'accès aux services de santé) et au niveau macro-économique (baisse du taux de croissance du capital humain, aggravation du déficit budgétaire, réduction du PIB/tête / habitant etc.), la nécessité de prendre en compte les rapports interactifs entre le SIDA et la Pauvreté, de renforcer la riposte contre ce fléau n'est plus à démontrer dans un pays pauvre comme le notre avec plus de 50 % de la population vivant en dessous du seuil de pauvreté et un revenu par tête d'habitant inférieur à 600 \$ US.

Avec le nouveau plan stratégique de lutte contre le SIDA 2002-2006, le volet communication constitue une des principales composantes et elle vise :

- le renforcement des connaissances du public sur les modes de contamination, de prévention et de prise en charge des IST/VIH/SIDA,
- l'engagement et la mobilisation de l'ensemble des acteurs de la lutte et particulièrement ici des communicateurs modernes et traditionnels pour une communication très ample face au VIH/SIDA en vue de susciter un changement de comportement chez la population.

I.2 JUSTIFICATIONS :

• L'éducation sanitaire ,premiere composante des soins de sante primaires :

L'Education sur les problèmes de santé, sur les méthodes de prévention et de lutte qui leur sont applicables (activités préventives, curatives et promotionnelles.)constitue la première composante des soins de santé primaires

Pour la mise en oeuvre de cette composante, la philosophie des soins de santé primaires exige une participation très ample de la communauté, le personnel de santé devant jouer le rôle de facilitateurs, d'encadreurs .

• la prévention demeure encore le moyen le plus efficace :

En effet la prévention reste la strategie la plus efficace, la plus rentable dans le cadre de la lutte contre le SIDA,c'est pourquoi le plan de communication dont il est question ici doit occuper une place primordiale au niveau de la mise en oeuvre du plan stratégique de lutte contre le SIDA.

Pour les raisons ci-dessous evoquées :

- Les enquêtes de surveillance comportementale (ESC) généralement focalisées dans les sous-populations à risque particulier pour l'infection à VIH ont fourni des informations à propos des connaissances sur le VIH/SIDA, des attitudes et des comportements qui ne sont pas encore tres satisfaisants par rapport a certains groupes vulnerables .***

Exemples : Donnees de l'Etude comportementale de 2001

- 54 % des garçons de 15 a 19 sont sexuellement actifs et 12 % des filles pour la meme tranche d'age .
- l'enquete comportementale de 2001 a montre que dans la tranche d'age de 18 a 21 ans parmi les eleves , 66 A 79 % eleves garçons ont declare avoir utilise le preservatif durant le dernier rapport avec une partenaire occasionnelle alors que ce pourcentage se situe entre 66 et 73 % chez les filles
- Parmi les groupes d'apprentis et des vendeuses du secteur informel ,la connaissance de la notion de seropositivite se situe entre 39 et 46 %
- Parmi les prostituees enregistrees de 73 a 90 % ont effectue le test VIH et parmi les prostituees non enregistrees seulement 37 a 48 % connaissent leur statut .
- les rapports sexuels des prostituees avec les partenaires non clients ne sont pas bien proteges (60 %)

Communication renforcee pour la promotion du traitement anti-retroviral,de la Prevention de la Transmission Mere Enfant et des Centres de depistage volontaire

La decentralisation du traitement anti-retroviral,de la prevention de la transmission mere enfant et de la promotion des centre de depistage volontaire au niveau de toutes les regions du senegal demande un important support communicationnel d'explication envers les populations du pays

La necessite de partager le vecu et les resultats du programme avec la population :

L'elargissement des espaces de communication permettra d'etendre la couverture geographique de l'information par les medias sur le SIDA et d'impulser l'ensemble de mecanismes de changement de comportements face au VIH/SIDA

II. ANALYSE DE LA SITUATION

COMPOSANTES OU CIBLES	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
II.1 PLAIDOYER		
Chef de l'ETAT	Suffisamment sensibilise et engage + engagement de la premiere Dame	
Ministeres	Ministere charge des femmes et des jeunes et Education impliquees	Beaucoup de secteurs ministeriels non suffisamment impliquees
Deputes	Implication du reseau des parlementaires pour les questions de population	Actions peu visibles
Maires et presidents de CR (Collectivites locales)	Implication des elus	Insuffisance d'appropriation de la part des elus locaux
Directeurs des organes de presse (audio-visuelle, ecrite et orale)	Couverture reguliere de temps forts (JM, semaines)	Responsables des Organes de presse peu sensibilises
Patronat au niveau du secteur Prive	Plan elabore depuis 1994	<ul style="list-style-type: none"> - Mais pas de mise en œuvre et de suivi du plan d'action initie - Implication insuffisante des ONG
Communicateurs traditionnels	Plaidoyer tenu au niveau central	Faible Prise en compte au niveau peripherique
Autorites religieuses	Existence de l'Alliance des religieux Existence plan d'action	Insuffisance du suivi et de la continuite des actions
II.2 DEVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES		
II.2.1 Formation des communicateurs modernes		
Journalistes	Quelques ateliers tenus	Initiatives des journalistes encore timide Absence de banques de donnees/recherche documentaire
Artistes et musiciens	Implication de certains artistes et musiciens	Absence de formation Insuffisance de l'implication
Hommes de theatres et comediens	Insuffisance des realisations thematiques	Insuffisance de formation Absence de suivi
II.2.2 Module de formation sur IST/SIDA pour Journalistes		Inexistant

COMPOSANTES OU CIBLES	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
II.3 MOBILISATION SOCIALE		
II.3.1 Organisation des semaines nationales et de la Journée Mondiale de lutte contre le SIDA	Initiatives purement senegalaise Tenues regulierement depuis quelques annees	Faiblesse de la decentralisation au niveau des departements - Insuffisance de la mobilisation initiee par les secteurs ministeriels
Semaine Jeunes/SIDA	Initiative purement senegalaise	«
Semaine Femmes/SIDA	Initiative purement senegalaise	«
Journee Mondiale de lutte contre le SIDA	Forte mobilisation sociale	Faiblesse de la decentralisation des ressources financieres Campagnes tres rares
II.3.2 Campagnes regulieres au niveau des communautes a la base	Demarrage dans quelques districts	
II.3.3 Conferences publique	Tres nombreuses Nombreux acteurs	Manque d'harmonisation des messages
II.3.4 Rencontre du PNLs avec la presse		Tres rares
II.4 COMMUNICATION COMMUNAUTAIRE ET COMMUNICATION CIBLEE		
II.4.1 Communication communautaire		
Importance et qualite des intervenants au niveau communautaire	Quelques OCB actives ASC pendant les vacances	Insuffisance du nombre et de la formation des intervenants
Appropriation des communautes	Quelques experiences d'approche participative dans quelques communautes	Substitution d'intervenants du niveau central aux intervenants peripheriques Entrainant une insuffisance de l'appropriation
Financements a la base	Quelques rares appuis financiers par comites de sante	Financements jusque la trop centralises Insuffisance des ressources (financieres, supports etc...)
	Bailleurs exigent de plus en plus la decentralisation des financements au niveau communautaire	Partenaires au developpement.n'aident pas a la bonne repartition geographique des moyens financiers
Nombre et repartition spatiale geographique des interventions		- Mauvaise repartition spatiale des financements qui cree des zones sans financement alors que d'autres sont bien arrosees -Diminution tres sensible du nombre des interventions

COMPOSANTES OU CIBLES	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
II.4.2 Communication ciblée vers cibles à risque élevé		
Prostituées	Reponse precoce/encadrement regulier	Prostitution clandestine tres developpee
PVVIH	Groupe des PVVIH encadre	Existence de PVVIH anonymes qui n'assument pas leur statut
Transporteurs	Actions de quelques ONG au niveau des carrefours routiers	Insuffisance du suivi et de la continuite dans les actions
Commerçants	Quelques actions des ONG au niveau des marches hebdomadaires	Insuffisance du suivi et de la continuite dans les actions
Hommes en uniforme Prisonniers	Quelques rares actions ponctuelles Quelques actions ponctuelles des ONG	Pas de support financier pour les activites IEC Insuffisance du suivi et de la continuite dans les actions
II.4.3 Communication ciblée vers cibles vulnérables		
Jeunes	Dynamisme des groupements de jeunes Fortes initiatives communautaires	Insuffisance des ressources financieres et des supports
Femmes	Dynamisme des groupements de femmes (GPF) et des ONG en general	Insuffisance des ressources financieres et des supports
Migrants	Actions en faveur des familles de migrants	Absence d'action au niveau des ambassades, consulats, des postes frontaliers

COMPOSANTES OU CIBLES	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
II.5 INTERVENTIONS AU NIVEAU DES ORGANES DE PRESSE		
Initiees par CNLS	Quelques rares contrats avec la presse	Insuffisantes : attitude trop passive
Initiees par les professionnels de la presse	Participation remarquable au temps forts de la mobilisation sociale(J.M,semaines)	Actions pas soutenues Acces parfois difficile aux specialistes
Financement des interventions au niveau de la presse	Finnancements au niveau de quelques organes de presse	Non appropriation de la lutte contre le SIDA Cout des insertions au niveau de la presse trop chere
	Existence de quelques espaces de publicite dans les organes de presse	Faiblesse de la participation des partenaires au developpement Pour le financement des interventions de la presse
II.6 MARKETTING SOCIAL DES PRESERVATIFS		
Connaissance du preservatif feminin	Quelques initiatives de promotion initiees	Actions encore timides,sommaires
Disponibilite des preservatifs masculin a l'echelon du pays	Bonne dans l'ensemble	Systeme de distribution pas parfait
Disponibilite des preservatifs Feminins	Essais d'introduction dans le pays	Inaccessibilite financiere (trop cheres) Faible accessibilite geographique(faible disponibilite geographique)
Qualite des preservatifs	Bonne dans l'ensemble	Distribution parallele du circuit informel peut porter prejudice a la qualite
Utilisation des preservatifs	Effectivite de l'usage demontree par l'augmentation des nombre de preservatifs chaque annee	Acceptabilite de l'utilisation :barrieres religieuses
II.7 DEVELOPPEMENT DE MOYENS LOGISTIQUES		
II.7.1 AU NIVEAU CENTRAL		
Camions podium	ENDA Road show	Inexistant pour supporter les grandes mobilisations
Equipement de la Division EPS/MSHP	Il existe un certain capital audio-visuel	Insuffisant
Numero vert pour le PMLS		Inexistant
Site WEB pour le PMLS		
Bulletin d'information sur les IST/SIDA	Il existe un bulletin epidemiologique	Inexistant
II.7.2 AU NIVEAU REGIONAL ET DEPARTEMENTAL		
Au compte des CRLS		CRLS non equipes
Au compte des CDLS	Materiels Service EPS des district appuient les initiatives communautaires	CDLS non equipes

III. BUT ET OBJECTIF GENERAL :

III.1 BUT :

Reduire le nombre de nouvelles infections a VIH a partir du changement effectif de comportement de la population .

III.2 OBJECTIFS GENERAUX :

1. Amplifier les processus de communication a tous les niveaux afin d'ameliorer la sensibilisation de l'ensemble de la population senegalaise sur la problematique de l'infection a VIH/SIDA
2. Developper l'ensemble des activites promotionnelles relatives au marketing social des preservatifs et a la mobilisation sociale

IV. OBJECTIFS SPECIFIQUES

IV.1. Renforcer la prise de conscience de tous les decideurs nationaux de tous les communicateurs ,du secteur public et privé sur les enjeux de la pandémie du SIDA

IV.2 Renforcer les capacites d'intervention par la formation des communicateurs modernes et traditionnels

IV.3 Accroitre la mobilisation sociale au niveau des communautes en faveur de la lutte contre les IST/VIH

IV.4 Renforcer les processus de communication a l'echelle communautaire , particulierement vers les groupes a risque eleve

IV.5 Elargir les interventions des personnes ressources au niveau des organes de presse

IV.6 Developper et consolider le partenariat avec les organes de presse

IV.7 Assurer la disponibilite et renforcer le marketing social au niveau de toutes les regions et departements du Senegal

IV.8 Mettre en place des moyens logistiques adequats au niveau central et peripherique (regional et departemental)

V. STRATEGIES ET ACTIVITES ESSENTIELLES:

Il s'agit a travers la mise en œuvre du plan strategique 2002-2006 :

- de capitaliser les acquis dans le cadre de la communication
- de renforcer l'ensemble des interventions avec une decentralisation plus accrue a l'echelle communautaire pour une appropriation des interventions par les communautes a la base
- Mais aussi de developper toutes les composantes qui ont souffert jusque la d'insuffisance comme le plaidoyer pour certains decideurs, le renforcement des capacites chez les communicateurs par rapport au VIH/SIDA, la decentralisation des activites de mobilisation sociale au niveau des departements, le developpement d'une politique de communication avec les medias (presse audio-visuelle ,ecrite ,orale) mais aussi avec l'ensemble des artistes musiciens, comediens etc..

V.1 STRATEGIE 1 : PLAIDOYER :

Developper un large plaidoyer en direction des leaders politiques (ministres et deputes ,maires ,presidents de CR),les responsables des organes de presse du pays et les leaders religieux et communautaires pour une reponse massive en faveur de la lutte contre le VIH/SIDA

Ce plaidoyer envers les differentes cibles sus-citees aura pour but :

- d'augmenter la prise de conscience des decideurs nationaux sur les enjeux de l'infection a VIH/SIDA par rapport au developpement
- de mobiliser tous les secteurs de developpement pour une reponse tres ample et elargie face a l'epidemie
- Mobiliser des ressources humaines ,materielles et financieres additionnelles en vue de l'engagement d'un plus grand nombre d'acteurs dans le cadre de la lutte.

Il devra s'operer autant au niveau central qu'au niveau operationnel de notre organisation administrative.

V.1.1 NIVEAU CENTRAL :

1. Conseil national de lutte contre le VIH/SIDA :Ministres

- Initiee par primature
- Cible : les ministres
- Objectif : sensibilisation des Ministres pour une appropriation accrue des programmes sectoriels ministeriels pour qu'ils deviennent des acteurs cles de la reponse a l'epidemie a VIH/SIDA

2. Assemblée nationale :Parlement (deputes) :

- Initiee par le president de l'assemblee nationale
- Cibles : Deputes
- Objectifs :

Sensibilisation sur l'impact du VIH/SIDA sur le developpement et sur les questions ethiques

faire jouer aux deputes le role d'acteurs cles

3. **les ministeres (secteurs publics) :**

- Initiee par les points focaux des secteurs publics ministeriels
- Cible : les comites internes ministeriels
- Objectif : sensibilisation sur l'enjeu et l'impact attendu actuel de l'approche multisectorielle pour une appropriation accrue des programmes sectoriels ministeriels

4. **Association des maires du Senegal :**

- initie par le president de l'association des maires du senegal
- cibles : Maires du senegal
- Objectif : Sensibilisation des maires pour qu'ils developpent des programmes en faveur de leurs administrés

5. **Association des presidents de communes rurales du Senegal**

- initie par le president de l'association des presidents de CR du senegal
- de façon decentralisee au niveau de chaque région ,departement et arrondissement
- cibles : Presidents de CR
- Objectif : Sensibilisation sur la necessite de mobiliser leurs communes respectives pour la lutte contre le VIH/SIDA ,sur les possibilites de financement des activites des OCB .

6. **Autorites religieuses**

- Initiee par :
 - l'association des Imams du senegal et l'ONG JAMRA
 - l' Association des évêques du sénégal et l'ONG SIDA /SERVICE
- Cibles : Imams et eveques
- Objectif : Sensibilisation des Imams et des eveques pour qu'ils soient des acteurs - cles parrains de la reponse a l'epidemie VIH/SIDA

7. **Patronat /secteur du travail**

- Initie par le Conseil National du Patronat
- Cibles : chefs d'entreprise
- Objectifs :
 - Sensibilisation des chefs d'entreprise sur l'impact du VIH/SIDA dans le monde du travail
 - Renforcer la prise en charge des personnes vivant avec le VIH/SIDA dans le monde du travail

8. **Responsables des organes de presse et journalistes**

- Initie par l'association des communicateurs en sante en Afrique /section senegalaise
- Cibles : patrons de presse et redacteurs en chef
- Objectifs :
 - Ameliorer du niveau de connaissance et d'engagement des responsables des organes de presse et des journalistes
 - Engager des responsables des medias a collaborer etroitement avec le PMLS
 - Adopter de la charte d'information sur le SIDA

V.1.2. NIVEAU OPERATIONEL : RÉGIONAL ET DÉPARTEMENTAL :

1. Organisation de CRD, CDD et CLD au niveau de toutes les régions et de tous les départements

- Initiées par les CRLS, CDLS et CLLS dans leurs plans d'action annuels
- Objectif : Impliquer les autorités administratives (maires et présidents de communautés rurales ,et les chefs de service régionaux et départementaux), coutumières et religieuses dans la lutte contre le SIDA mais aussi les Tradipraticiens et les communicateurs traditionnels

NB : Les séances de plaidoyer doivent être organisées au niveau régional et départemental sous l'initiative des CRLS et CDLS

2. Responsables des Radios communautaires et correspondants régionaux :

- Initiée par l'association des radios communautaires et la division EPS
- Cibles : chefs de station de radios communautaires et les correspondants régionaux
- Objectif : accroître le niveau de connaissance et d'implication des responsables

3. Communicateurs traditionnels :

- Initiée par l'association des communicateurs traditionnels
- Cibles : les membres de l'association
- Objectif : Impliquer de manière accrue les communicateurs traditionnels

V.2 STRATEGIE 2 : DEVELOPPEMENT DES CAPACITES DES RESSOURCES HUMAINES

Améliorer les connaissances des communicateurs modernes et traditionnels sur les IST/ SIDA en général et sur les nouveaux thèmes que sont l'accès aux Anti Retro Viraux, les Conseils de Dépistage Volontaire, la Prévention de la Transmission Mère Enfant en particulier

V.2.1 ORGANISER DES ATELIERS DE FORMATION AU BENEFICE DES CIBLES CI-DESSOUS MENTIONNEES

V.2.1.1 Journalistes :

A/ Television

A.1 du niveau central

A.2 du niveau régional

B/ Radios :

B.1 du niveau central

B.2 du niveau périphérique

C. Presse écrite

C.1 du niveau central

C.2 du niveau périphérique

V.2.1.2 Artistes et musiciens :

A/ Artistes et musiciens modernes

B/ Artistes et musiciens traditionnels

V.2.2 ELABORER ET INTRODUIRE UN MODULE COMMUN DE FORMATION SUR LES IST/SIDA AU NIVEAU DES ECOLES DE FORMATION DES JOURNALISTES

Négocier avec les directeurs d'écoles de formation des journalistes l'introduction de modules sur les IST/SIDA

V.3. STRATEGIE 3 : ACTIVITES DE MOBILISATION SOCIALE

Elles ont pour finalité l'amplification de l'adhésion et de la participation des populations à la lutte contre les IST/VIH.

Il s'agit de profiter de certains événements pour remobiliser tous les acteurs potentiels, les ONG, OCB, les leaders religieux et notables, groupements de femmes et de jeunes, journalistes, artistes musiciens et comédiens, communicateurs traditionnels, tradipraticiens etc.

L'une des préoccupations majeures sera la décentralisation à l'échelle du département pour favoriser une appropriation par les communautés à la base des activités de mobilisation sociale

V.3.1. Organiser chaque année les Journées et semaines de mobilisation nationales : caractère événementiel :

V.3.1.1 Quels événements ?

- semaines jeunes/SIDA
- semaine femmes/SIDA
- Journée mondiale de lutte contre le SIDA

V.3.1.2 Où ?

/ au niveau de tous les départements ;

- sous l'initiative des CDLS et les responsables EPS districtts
- les CDLS devront inclure dans leurs plans annuels la mise en œuvre de ces activités qui devront toucher au mieux les communautés à la base
- Elles devront être menées par les ONG et OCB du niveau local, ce qui n'exclue pas l'intervention appui des partenaires extérieurs au département
- choix des arrondissements et communes rurales de façon alternative

B/ Au niveau des secteurs ministériels :

- Ministère de la jeunesse : Semaines Jeunes/sida
- Ministère chargé des femmes : Semaine femmes-SIDA
- Journée Mondiale : par les réseaux d'ONG
- Hommes en uniforme : semaine Jeunes/SIDA et Journée mondiale pour une mobilisation grandiose au niveau des camps militaires et paramilitaires
- Education : Semaine jeunes/sIDA et Journée Mondiale

V.3.1.3 Qui ?

A tous les niveaux, les ONG et OCB doivent être mises à contribution pour l'organisation des ces grands événements annualisés

V.3.2. Organiser des campagnes mobiles et d'affichage au niveau de toutes les régions (1 fois au moins par année /region)

- Road-show (camions-podiums)
- Allier les canaux modernes et traditionnels ,visuels et auditifs pour aider les populations à appréhender les risques comportementaux, à dissiper les fausses croyances et à lever les tabous ,mais aussi les informer sur l'accès aux ARV, l'existence des CDV et les stratégies de prévention de la transmission mère-enfant
- On pourrait aussi profiter de certaines opportunités de mobilisation des populations initiées dans le cadre gouvernemental mais n'ayant pas un caractère politique pour y intégrer des activités de sensibilisation

V.3.3 Organiser un Forum annuel / Bilan (1 fois/an) sous l'initiative du Secretariat Exécutif National

- Initiée par le SEN
- Diagnostic situation, progrès accomplis, contraintes et axes stratégiques futures etc

V.4. STRATEGIE 4 : DEVELOPPEMENT ET AMPLIFICATION DE LA COMMUNICATION A L'ECHELLE COMMUNAUTAIRE ET PLUS PARTICULIEREMENT LA COMMUNICATION CIBLEE

Ces activités devraient être largement développées par l'ensemble des ONG et des OCB

V.4.1 Généralités : la Participation Communautaire ,fondement des soins de santé primaires :

1. Des indices de plus en plus nombreux démontrent que ,pour améliorer la santé des grandes collectivités, **les technologies médicales sont moins importantes que ce que les gens font et peuvent faire pour eux mêmes.**
2. **L'association des clients (de la collectivité) à la prise de décision** (dans tout le processus de planification , de l'identification des besoins à l'évaluation en passant par la mise en oeuvre) est fortement rentable dans le cadre de la résolution des problèmes de santé .
3. On peut améliorer l'**équité** par la possibilité donnée à chaque communauté de mettre au point leurs programmes de santé et d'en assumer le fonctionnement et la gestion .
 - *Tout être humain a le droit et le devoir de participer individuellement et collectivement à la planification et à la mise en oeuvre des soins de santé qui lui sont destinés :*
 - *Ce droit et ce devoir ,fortement affirmés dans notre loi fondamentale ,sont ouverts à tous dans le respect des convictions individuelles, dans l'indépendance des partis politiques et des groupes de pression sociale, à l'exclusion de toute forme de discrimination de race, de religion et de classe sociale.*

Le but de cette pc est de faire assumer a chaque collectivite la responsabilite de ses soins de sante .Cette volonté politique contenue dans la définition des Soins de Sante Primaires constitue théoriquement le socle sur lequel doivent actuellement s'insérer tous nos programmes de santé en faveur des populations .

V.4.2 Activités essentielles :

V.4.2.I. Renforcer La communication ciblée / groupes a risque élevé:

S'il est vrai que le processus de communication vise toute la population sénégalaise,il reste néanmoins dans une logique de résolution d'un problème d'accorder des priorités a certaines cibles particulières considérées a partir des données épidémiologiques comme des groupes < a risque élevé /infection VIH >

Ainsi,un accent particulier devra être axé sur des cibles comme les prostituées ,les consommateurs de drogues , les transporteurs au niveau de grands carrefours routiers ,les commerçants au niveau des zones de grands loumas etc,le milieu du travail informel (apprentis etc...)

A ce niveau, des ONG leaders devront être dégagés à partir d'une certaine sélection pour s'occuper à travers une communication très rapprochée de ces cibles particulières

- *Prostituées*
- *Consommateurs de drogues*
- *PVVIH*
- *Travailleurs du milieu informel*
- *Migrants*

Le développement de l' Education par les pairs :

Un moyen efficace est la formation d' éducateurs pour les pairs qui sont une source essentielle d'information sur la sexualité. Bien formés, ces éducateurs par pairs peuvent corriger les idées fausses, briser les mythes et présenter l'information sur la prévention du VIH de manière à ce que les autres la trouvent pertinente. Ils peuvent être formés à donner de l'information, à développer des compétences, à conseiller ou à distribuer des préservatifs, atteindre des cibles particulières sur leur propre terrain, avec leur propre langage.

V.4.2.2 Développer l'approche participative de prévention au niveau des départements et avec l'appui des CDLS,

Il s'agit là de la plus grande bataille à gagner dans la mise en œuvre du PMLS 2002-2006 parce qu'elle permettra de développer beaucoup d'expertise au niveau le plus décentralisé de notre organisation administrative (département, arrondissements, communes rurales) .

Le but final est le développement d'une ample appropriation des activités de lutte par les OCB du niveau local, c'est dire du niveau départemental . Et d'ailleurs c'est à ce lieu de contact le plus étroit avec les populations bénéficiaires seulement que les résultats pourraient s'obtenir par la mise en œuvre d'activités intégrées, dans une approche globalisante de résolution des problèmes de santé. C'est aussi le lieu privilégié de la communication interpersonnelle qui permet d'aboutir à un changement de comportement plus durable fruit d'une interaction active entre les intervenants et les populations par l'usage de techniques de communication telles que les entretiens, les causeries , l' Education par les pairs .

L'approche participative pour la prévention (APP) a essentiellement pour finalité le renforcement des compétences des populations à la base en matière de mobilisation, conception, planification, de mise en œuvre des programmes de santé en partant de leurs besoins, leurs réalités socio-culturelles et économiques, leurs ressources .

Les étapes suivantes ont été identifiées comme devant composer le processus :

- Reunions d'explication sur l'approche
- Formation des équipes communautaires de santé (ECS)
- Formation des équipes communautaires de santé en planification et élaboration de programme de promotion de la santé
- Appui à la collecte, à l'analyse, à la « priorisation » des données recueillies par les ECS sur le terrain et l'élaboration de menus de services à mettre en œuvre
- Contractualisation avec les associations de relais
- Appui à la mise en œuvre des activités
- Appui au suivi, évaluation et re planification

Cette strategie constitue la reponse la plus souhaitee dans le sens d'une amplification maximale de la participation communautaire . Si sa faisabilite au niveau du centre urbain est facilitee par la disponibilite de beaucoup d'expertise (c'est le cas des reseaux IEC dans le district de Pikine), des contraintes liees au financement (formation, encadrement devant etre inscrit dans la duree , par des elements exterieurs en zone rurale) mais aussi a la non acceptation d'un lacher des systemes de privileges de la part des intervenants experimentes rendent sa realisation difficile en zone rurale

V.5. STRATEGIE 5 : MISE EN ŒUVRE AU NIVEAU DES MEDIAS :

Elargir les interventions des personnes ressources au niveau des organes de presses (audio-visuelle ,écrite et parlée), l'augmentation des productions d'articles ou d'emissions dans les organes de presse par la sensibilisation des patrons de presse et la formation des journalistes sous la supervision du Secretariat Executif National .

Les medias constituent un support de communication tres efficace de lutte contre le VIH/SIDA . En effet , les campagnes mediatiques qui s'appuient sur des acteurs de la lutte contre le SIDA au Senegal , des musiciens celebres offrent des modeles a la jeunesse.Ils permettent en outre de vehiculer des informations sur la prevention, l'abord des questions difficiles et de contrer les croyances populaires erronees

Rencontre annuelle avec la presse

V.5.1 Au niveau des medias tele :

V.5.1.1 Contenus :

1. Production et diffusion de spots et de sketches, tele avec de documentaires avec des messages appropries sur des themes novateurs comme le traitement aux ARV, les CDV et la PTME
2. Organisation de Xawares avec :
 - les artistes modernes
 - les artistes traditionnels
3. Participation a certaines emissions
 - Qui ? responsables CDV ,PTME,ISAARV ,Centre de transfusion sanguine
 - Frequence : 1 fois/an
4. Organisation d'1 debat annuel (fin d'annee) televisuel sur la lutte contre le VIH/SIDA au Senegal ;
 - Initie par le SEN
 - Faisant le point de la lutte contre le VIH/ SIDA au Senegal

V.5.1.2 Conduite a tenir :

1. Contact avec les responsables de la television nationale
2. Mise en place d'une commission de travail pour la definition du contenu du protocole d'accord entre la RTS et le PMLS pou l' insertion d'un agenda VIH/ SIDA dans la grille de la RTS programme sur un an :
 - Quoi ? quelles emissions ?
 - Comment ? Plateaux et quels supports
 - Qui ? Quels acteurs
 - Quels messages
 - Quand ? tranches horaires
 - Avec quoi ? budget et quelle participation de la maison RTS ?
3. Néociation du budget et signature du protocole d'accord
4. Mise en œuvre, suivi et évaluation d'impact (sondage par exemple)

V.5.1.3 Au niveau des groupes de théâtre : *Production et diffusion de 2 dramatiques /an*

Si les medias peuvent atteindre un vaste public, le theatre et les spectacles peuvent aussi etre utilises pour amplifier la sensibilisation des populations.

- Organisation de concours de scenaris proposes par le SEN aux groupes de theatre
- Prix mis en place/motivation
- Soutien des techniciens par rapport au contenu assuré

V.5.2 Au niveau des radios :

- 1 Organiser une emission ou une chronique periodique par radio sur le theme VIH/SIDA
- 2 Apporter un appui technique aux stations de radio pour la sensibilisation des populations (sur la base d'un cahier de charges)

V.5.3 Au niveau des organes de presse écrite :

- 1 Insérer un supplement annuel dans certains organes de presse (période et contenu laissé au choix du Secretariat Executif National)
2. Etablir des contrats de production et de diffusion d'articles dans certains organes de presse a travers un cahier de charge établi par le SEN et dont la periodicite serait mensuelle ou bimensuelle.

Exemples :

	TTT ISAARV	PTME	CDV	Parole aux PVVIH	La prostitution et le SIDA	Initiatives communautaires et reportages	Cahier annuel SEN
JANVIER	++						
FEVRIER							
MARS		++					
Avril							
Mai			++				
Juin							
Juillet				++			
Aout							
Septembre					++		
Octobre							
Novembre						++	
Decembre							Chaque Decembre ou janvier

V.6. STRATEGIE 6 : MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATEGIE NATIONALE DE MARKETING SOCIAL DES PRESERVATIFS

Il s'agit a ce niveau :

- D'Assurer un bon plaidoyer pour l'utilisation des preservatifs masculins et feminins
- D'Ameliorer l'acces et l'utilisation des preservatifs, en particulier chez les jeunes exposes aux risques de contraction d'IST-VIH
- D'Ameliorer la connaissance des preservatifs feminins et son utilisation pour des groupes vulnerables .

V.7. STRATEGIE 7 : DEVELOPPEMENT DE MOYENS LOGISTIQUES

V.7.1 POUR LE NIVEAU CENTRAL

V.7.1.1 Acheter 2 camions podiums équipés de matériels audio-visuels

Ces camions-podiums serviraient de supports à l'organisation de grands événements de mobilisation sociale en faveur de la lutte contre le VIH/ SIDA autant au niveau régional qu'au niveau départemental selon une programmation laissée à l'appréciation du SEN .

NB : Personnel à recruter :

- 3 chauffeurs
- 3 animateurs

Prevoir aussi la maintenance des camions ainsi que le budget de fonctionnement

V.7.1.2 Assurer le developpement des supports éducatifs pour les activites IEC

Il s'agira de développer des supports appropriés destinés aux différentes cibles, en quantité suffisante et destinés aux Réseaux d'ONG, aux CDRL, aux CRLs mais aussi à l'ensemble des secteurs ministériels.

Le developpement des supports éducatifs sera centralise au niveau du SEN dans le sens de coordonner et d'orienter les messages à véhiculer mais surtout pour une raison de rationalisation des dépenses effectuées de façon très éparse au compte du developpement de supports .

V.7.1.3 Assurer un appui logistique à la Division EPS du MSHP:

- 1 véhicule
- renforcement de l'unité audio-visuelle du service EPS
- Renforcement de l'unité informatique

V.7.1.4 Mettre en place des moyens spécifiques au niveau du SEN :

- 1. Créer un Bulletin bimensuel pour la lutte contre le VIH/SIDA à diffusion très large***
- 2. Mettre en place un Site WEB au compte du PMLS au niveau du Secretariat Executif National :***
 - Creation et animation d'un site WEB sur les IST/SIDA
 - Forums électroniques : distribution d'informations via Internet
 - Distribution régulière de documents aux organes de presse

- 3. Mettre en place un Numéro vert fonctionnel / HOT LINE du SEN***

Le numéro vert a pour objet le traitement des appels pour informations et contributions des populations dans le cadre de la lutte contre les IST/VIH

4. Instituer un concours annuel dote de 2 prix sur les meilleurs reportages audio-visuels et de la presse écrite sur les aspects de la lutte contre les IST/ SIDA

V.7.1 POUR LE NIVEAU REGIONAL ET DEPARTEMENTAL

V.7.2.1 Equiper les CDLS d'un matériel audio-visuel :

Il s'agit ici d'équiper les 52 districts sanitaires au lieu de s'arrêter aux départements pour ceux qui ont plusieurs districts opérationnels en leur sein .

V.7.2.2 Equiper les CRLS d'un matériel audio-visuel :

VI. PLANIFICATION DES ACTIVITES ESSENTIELLES

EN ANNEXE I

VII. BUDGETISATION : RESSOURCES ET SOURCES

VIII. GESTION-COORDINATION

ANNEXE II

IX. SUIVI-EVALUATION

ANNEXE III

Le suivi et l'évaluation du plan de communication qui consistent à assurer le monitoring continu ,la supervision des activités de mise en œuvre du programme cherchent à collecter des données sur la structure ,le processus et les résultats ,(l'impact des stratégies développées dans ce plan entrant dans l'impact global du plan stratégique national dont le volet communication constitue une composante).

Il s'agit en d'autres termes :

- de voir dans le programme ,les activites realisees et celles non realisees par rapport a l'ensemble des activites prevues
- de juger de la qualite de celles qui sont realisees, leurs insuffisances et les contraintes et difficultes dans leur mise en œuvre .
- de prendre des mesures correctrices et des strategies de levee et ou de contournement des contraintes et difficultes
- de corriger le plan et s'inscrire dans un dynamisme qui tient compte de l'environnement social tres changeant
- Reorienter certaines strategies (assurer les readaptions necessaires)
- Juger des resultats et faire le feed -back aux intervenants et aux partenaires

Le contenu du volet suivi-evaluation doit s'integrer au manuel global de suivi- evaluation du programme multisectoriel de lutte contre le SIDA .

Afin d'assurer le suivi et l'évaluation du programme de communication ,le Secrétariat Exécutif National devra elaborer un tableau de bord des activités à mener .Les rapports des differentes activites devront permettre de suivre leur mise en oeuvre et la participation des membres du SEN ou d'autres superviseurs designes permettra de juger de la qualite des interventions .Des fiches de suivi spécifiques aux composantes du programme seront conçues et remplies régulièrement à tous les niveaux afin d'assurer un pilotage correct du plan.

Une réunion annuelle du programme avec l'ensemble des acteurs et partenaires sera tenue chaque fin d'annee pour faire le bilan et planifier les activites realisables pour l'annee suivante selon une modalite de planification opportuniste et adaptative .

VI. PLANIFICATION DES ACTIVITES ESSENTIELLES :

VI.1 VOLET PLAIDOYER :

Objectif spécifique : Engagement des autorités :

STRATÉGIES OU CIBLES	ACTIVITES	RÉSULTATS ATTENDUS	Indicat	Respons.	RESSOURCES		Chronogramme				
					Hum/part enaires	Financière	2002	2003	2003	2004	
Conseil national de lutte contre le sida	Organiser une journée de plaidoyer pour le sponship des plans sectoriels ministériels	Engagement des ministres a soutenir leurs plans sectoriels	Audience ministres %/Min avec plan	Premier Min SEN	PMLS			X			
Assemblée nationale	Organiser une journée de sensibilisation au niveau de l'A.N/VIH- SIDA	Engagement des deputes	Audiences deputes	Res sante A.N SEN	PMLS				X		
Au niveau de chaque ministere	Organiser une journée de sensibilisation- plaidoyer au sein de tous ministeres	Engagements des cadres de chaque Ministere	Audience au niveau de chaque ministere	Pts focaux Senegal	PMLS				X		
Maires du senegal	Organiser une journée de sensibilisation sur VIH/developpement	Engagement des maires a devenir acteurs	Audience	Pdt maires du Senegal	PMLS				X		
Presidents de communautés rurales	Organiser une journée de sensibilisation sur VIH/developpement	Engagement des ppts de CR comme acteurs	Audience	Pdt des Ppts de CR	PMLS				X		

STRATÉGIES	ACTIVITES	RÉSULTATS ATTENDUS	Indicat	Respons.	RESSOURCES		Chronogramme				
					Hum/partenai res	Financié res	02	03	04	05	
Authorities religieuses	Organiser une journée de sensibilisation	Engagement des Authorities religieuses	Audience	Association des com. trad				X			
Patronat / secteur du travail	Organiser une journée de sensibilisation	Engagement du patronat a initier des plans de lutte	Audience	MFP TOP CNP	PMLS			X			
Responsables des organes de presse	Organiser une journée de sensibilisation	Engagement des patrons de presse	Audiences	ACSA	SEN/ PMLS			X			
Responsables des radios communautaires et correspondants regionaux	Organiser une journée de sensibilisation	Engagement des responsab/radios communautaires	Audience	SEN	PMLS			X			
Communicateurs traditionnels	Organiser une journée de sensibilisation	Engagement des Com. traditionnels	Audience/cibles	Pdt des C.T	SEN			X			

VI.3 VOLET MOBILISATION SOCIALE :

Objectif spécifique : Renforcer la mobilisation sociale en faveur de la lutte contre le SIDA

STRATÉGIES	ACTIVITES	RÉSULTATS ATTENDUS	INDICATEUR S	Respons.	RESSOURCES		Chronogramme/période de mise en place				
					Hum/partenaires	Financié	02	03	04	05	
Participation aux semaines jeunes-SIDA, Femmes-SIDA et à la célébration de la journée Mondiale	Elaborer programmes	Programmes elaborés avant dates	% prog elaborés	MJ, MSN, Educat, MD, ONG	SEN, CRLS, CDLS		X	X	X	X	
	Exécuter ces programmes	Programmes Exécutés	Audiences mobilisées		PMLS		X	X	X	X	
	SEM Femmes/SIDA	Chaque departement a execute son programme	% departs ayant org.	CDLS	ONG/ OCB loc.		X	X	X	X	
		Min. Fem a organise chaque annee cer. nationale		Minis. Jeunesse	PMLS		X	X	X	X	
	SEM jeunes/SIDA	Chaque departement a execute son programme	% departs ayant org.	CDLS	ONG OCB loc.		X	X	X	X	
		Min. jeunesse a organise chaque annee cer. nationale		MSN	PMLS ONG		X	X	X	X	
		Autres ministeres	Nbre min	Armee/ Educat.			X	X	X	X	
	Journée Mondiale lutte contre le SIDA	Reseaux ONG ont organise chaque annee J.M/SIDA					X	X	X	X	
Organisation de Campagnes mobiles au niveau des regions	Organiser chaque année une C.mob au niveau des 11 regions du Senegal	Campagnes organisees chaque annee	% regions ayant org.	Reseaux ONG	PMLS		X	X	X	X	
Organisation d'un forum annuel	Organiser chaque fin d'annee un forum	Un forum organise chaque fin d'annee	Nbre forums/5 ans	SEN	Presse		X	X	X	X	

VI.4 VOLET DEVELOPPEMENT DE LA COMMUNICATION COMMUNAUTAIRE

Objectif spécifique : Renforcer la communication ciblée à l'échelle communautaire :

STRATÉGIES	ACTIVITES	RÉSULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESP/ACTIVIT É	RESSOURCES		CHRONOGRAMME / PERIODE I MISE EN PLA								
					Hum./pa	Financières	02	03	04	05					
	<i>Renforcer la communication ciblée /groupes a risque eleve:</i>	Cibles particulieres bien Sensibilises	Resultats ESC												
	<i>1. Organiser des rencontres regionales avec Prostituees</i>	Prostituees bien encadrees	Resultats ESC	ONG leaders				X	X	X	X				
	<i>2. PVVIH</i>	PVVIH bien encadres	Nbre de PVVIH inclus dans groupe/ an	Groupe PVVIH				X	X	X	X				
	<i>3. Milieu informel du travail</i>	Travailleurs milieu informel bien encadres et sensibilise	Nbre de travailleurs de chaque categorie touches	ONG leaders				X	X	X	X				
	<i>4. Transporteurs</i>	Au niveau des carrefours routiers	Resultats ESC	ONG leaders				X	X	X	X				
	<i>5. Commerçants</i>	Au niveau des marches hebdomadaires	Resultats ESC	ONG leaders				X	X	X	X				
	<i>6. Hommes en uniforme</i>	Au niveau des camps militaires	Resultats ESC	Point focal HEU				X	X	X	X				
	<i>7. Prisonniers</i>	Au niveau des prisons	Resultats ESC	Point focal HEU/ONG				X	X	X	X				
	<i>8. Candidats a la migration et migrants</i>	Au niveau des ambassades, consulats		Min. AFF Etrang				X	X	X	X				
	<i>Developper l'approche participative de prevention au niveau des communautés</i>			CDLS				X	X	X	X				

DEVELOPPEMENT DE LA COMMUNICATION A L'ECHELLE COMMUNAUTAIRE

VI.5 VOILET MISE EN ŒUVRE AU NIVEAU DES MEDIAS :

Objectif spécifique :

STRATÉGIES	ACTIVITES	RÉSULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	Resp/actives	RESSOURCES		Chronogramme/ode de mise en pl				
					Hum/partenaires	Financière	02	03	04	05	
VOILET MISE EN ŒUVRE AU NIVEAU DES MEDIAS	AU NIVEAU DE LA TELEVISION										
	<i>Produire et diffuser spots et sketches</i>	Spots et sketches produits et diffusés	-nbre de spots et sketches pr - tranches horaires					X	X	X	X
	<i>Organiser Xaware avec artistes</i>	1 xaware organise/an	% annees avec Xaware organise					X	X	X	X
	<i>Participer a certaines Emissions</i>	Participations thematiques/an	Nombre participations thematiques/an					X	X	X	X
	<i>Organiser un debat annuel a la tele</i>	1 debat chaque annee	% annees avec debat organise								
	AU NIVEAU DU MILIEU DU THEATRES										
	<i>Produire et diffuser 2 dramatiques/an</i>	2 dramatiques produits/an	Nombre /an					X	X	X	X
	AU NIVEAU DES RADIOS										
	<i>Organiser une emission ou une chronique par radios</i>	Au moins 1 visite/an	% radio visitees/an					X	X	X	X
	<i>Apporter un appui technique aux stations de radio</i>	Appui	Nbre stations radio ayant beneficie/appui					X	X	X	X
<i>Editer un supplement thematique tous les 2 mois</i>	Supplement bimestriel thematique edite	% supplements edites/prevus							X		
<i>Elaborer un cahier de charge au SEN pour la production et la diffusion d'articles</i>	Cahier de charge elabore	Organes selectionnees								X	
<i>Etablir des contrats de production et de diffusion d'articles dans certains organes de presse</i>	Contrats etablis	Production et diffusion realisee						X	X	X	

VI.6 VOLLET MARKETING SOCIAL DES PRESERVATIFS :
Objectif spécifiques : Renforcer la mise a disposition et la connaissance des preservatifs chez les jeunes ,les femmes et les groupes a risque eleve

STRATÉGIES	ACTIVITES	RÉSULTATS ATTENDUS	INDICATEUR	Resp/activités	RESSOURCES		Chronogramme					
					Humaines partenaires	Financières	02	03	04	05	06	
PLAIDOYER/leaders politiques, presse, religieux, artistes etc.	Activites de plaidoyer envers diverses cibles	Activites de plaidoyer tenues		ADEMAS	PMLS		X	X	X	X	X	X
Approvisionnement en preservatifs	Assurer l'approv. en preservatifs du pays	Pas de rupture de stock dans le pays		ADEMAS	PMLS	KFW	X	X	X	X	X	X
La promotion de l'image du preservatif masculin et feminin	Campagnes mass-medias (radio-télé)	Elaboration et diffusion de messages pertinents	Augmentation de la demande en preservatifs	ADEMAS	Tele, RADIOS ONG/OCB MSHP		X	X	X	X	X	X
Strategies IEC/CCC	Affichage et distribution de supports imprimés	Amelioration attitudes /IST-SIDA	Resultats ESC	ADEMAS	ONG/OCB		X	X	X	X	X	X
Amelioration du dispositif de distribution du preservatif	Animations publiques (sketches, theatre etc.)	Augmentation niveau connaissance des cibles jeunes et femme	Nbre tenu/an	ADEMAS	ONG/OCB		X	X	X	X	X	X
	Activites road-show	Preservatif feminin connu et disponible	Accessibilitege	ADEMAS	ONG/OCB		X	X	X	X	X	X
	Augmenter les points de vente du preservatif masculin au niveau du secteur public	Disponibilite du preservatif masculin amelioree	Accessibilite geographique	ADEMAS	ONG/OCB MSHP		X	X	X	X	X	X
	Elargir le circuit de commercialisation prive du PROIEC	Disponibilite du PROIEC amelioree	Accessibilite geographique	ADEMAS			X	X	X	X	X	X

VI.7 VOLLET MOYENS LOGISTIQUES :

*Objectif spécifique : Mettre en place des moyens logistiques adéquats au niveau central et peripherique
(regional et departemental)*

STRATÉGIES	ACTIVITES	RÉSULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLES ACTIVITÉ	RESSOURCES		Chronogramme/période de mise en place				
					Humaines partenaires	Financières	02	03	04	05	06
VOLLET DEVELOPPEMENT DE MOYENS LOGISTIQUES	AU NIVEAU CENTRAL										
	1. Acheter 2 camions podiums	Camions podiums achetés	PV reception	SEN/AF				X			
	2. Developper des supports IEC pour differentes cibles	Supports produits et distribués	PV reception OA intervenants	SEN/AF				X			
	3. Apporter un appui logistique a le DEPS	Appui obtenu	PV reception materiels	SEN/AF				X			
	4. Editer un bulletin bimestriel/SIDA	6 bulletins publiés par an	Nbre de bulletin /an	«				X			
	5. Mettre en place un site WEB/PMLS	Site WEB fonctionnel 12 mois sur 12/5ans	%Disponibilite site/ Nbre de mois	«				X			
	6. Mettre en place un Numero Vert HOT LINE/PMLS	Site N. V fonctionnel 12 mois sur 12/5ans	%Disponibilite NV/ Nbre de mois	«				X			
	AU NIVEAU REGIONAL ET DEPARTEMENTAL										
	1. Doter de materiels a tous CDLS	Tous CDLS dotés	% de CDLS dotés	SEN/AF				X			
	2. Doter de materiels tous CRLS	Tous CRLS dotés	% de CRLS dotés	SEN/AF							

VII. VOLET GESTION-COORDINATION :

Stratégies	ACTIVITES	Résultats attendus	Indicateurs	Responsab activités	RESSOURCES		Chronogramme/p de de mise en pla					
					Hum/ part naires	Financières	02	03	04	05		
Mise en place d'un comité de gestion et de coordination	<p>Mettre en place un comité de gestion de coordination central</p> <ul style="list-style-type: none"> Organigramme fonctionnel et la répartition des tâches Déterminer les procédures gestionnaires Assurer le fonctionnement du Comité 	CGC instauré	Existence NDS	SEN				X				
								Organigramme et Répartition des tâches exist	Organigramme et répartition des tâches établis	SEN		
			CGC opérationnel	Nbre réunions/an Par rapport au nbre attendu	SEN					X		
		Elaborer un plan annuel opérationnel chaque début d'année	Plan annuel élaboré chaque début d'année	Plan annuel finalisé Chaque début d'année avant le 15 janvier	SEN					X		
	Evaluer chaque fin d'année les résultats des activités menées	Rapports d'activités fin d'année	Rapport d'évaluation existe Chaque fin d'année	SEN					X	X	X	

ANNEXE III/ SUIVI ET EVALUATION DU PAN DE COMMUNICATION :

IX.1 VOLET PLAIDYER

ACTIVITES ESSENTIELLES	Résultats attendus	Indicateurs objectivement vérifiables	Source ou Moyen de vérification	Données de base	Périodicité	Responsable de la collecte
1. Organiser une journée de plaidoyer au niveau du CNLS pour le sponsorship des plans sectoriels ministériels	Engagement des ministres a soutenir leurs plans sectoriels	Audience ministres	Rapport session plaidoyer			SEN Pdt groupe sante
2. Organiser une journée de sensibilisation au niveau de l'A.N/VIH-SIDA	Engagement des deputes	%Min avec plan	«			Pdt des mairies
3. Organiser une journée de sensibilisation au sein de tous ministeres	Engagements des cadres de chaque Ministere	Audience au niveau de chaque ministere	«			Points focaux de ministeres
4. Organiser une journée de sensibilisation sur VIH/developpement pour les mairies	Engagement des mairies a devenir acteurs	Audience	«			Pdt des Pdtis de CR
5. Organiser une journée de sensibilisation sur VIH/developpement pour les Pdtis CR	Engagement des pdtis de CR comme acteurs	Audience	«			Alliance des religieux
6. Organiser une journée de sensibilisation/Pour autorites religieuses	Engagement des Autorites religieuses	Audience	«			MFP TOP CNP
7. Organiser une journée de sensibilisation/Pour le patronat	Engagement du patronat a initier des plans de lutte	Plans de lutte du patronat elabore	«			ACSA
8. Organiser une journée de sensibilisation/ patrons de presse	Engagement des patrons de presse	Audiences	«			ACSA
9. Organiser une journée de sensibilisation/ responsables des radios communautaires et correspondants reg.	Engagement des responsab/radios communautaires	Audience	«			
10. Organiser une journée de sensibilisation/communicateurs tradition	Engagement des Com.traditionnels	Audience/cibles	«			Pdt des C.T

IX.2 VOLET FORMATION DES COMMUNICATEURS MODERNES

ACTIVITES ESSENTIELLES	Résultats attendus	Indicateurs objectivement vérifiables	Source ou Moyen de vérification	Données de base	Périodicité	Responsable de la collecte
FORMATIONS						
1. Journalistes television.						
	Journalistes tele formes	% formes/cibles	Rapport sessions de formation			SEN
2. Journalistes radio						
	Journalistes radio formes	% formes/cibles	Rapport sessions de formation			ACSA
	«	% formés /cibles	«			
	«	% formés /cibles	«			
	«	% formés /cibles	«			
3. Journalistes /Presse ecrite						
	Journalistes radio formes	% formés /cibles	Rapport sessions de formation			ACSA
	«	% formés /cibles	«			
	«	% formés /cibles	«			
	«	% formés /cibles	«			
ELABORATION D'UN MODULE DE FORMATION POUR ECOLES DE JOURNALISTES						
	Module elabore et enseigne dans les ecoles de formation de Journalistes	Nbre ecoles de formation ou modules introduits	Enquete au niveau ecoles			SEN

IX.3 Volet mobilisation sociale :

ACTIVITES ESSENTIELLES	Résultats attendus	Indicateurs objectivement vérifiables	Source ou Moyen de vérification	Données de base	Périodicité	Responsable de la collecte
1. Semaine Femmes/SIDA	Chaque département a exécuté son programme	% departs ayant org.	Rapport d'activités		1 fois/an	CDLS
	Min. Fem a organisé chaque année cer. nationale	Nbre années/5 ou M. Fem a organisé	Rapport d'activités		1 fois/an	Minis. Jeunesse
2. Semaine jeunes/SIDA	Chaque département a exécuté son programme	% departs ayant org.	Rapport d'activités		1 fois/an	CDLS
	Min. jeunesse a organisé chaque année cérémonie nationale	Nbre années/5 ou M. jeun a organisé	Rapport d'activités		1 fois/an	MSN
	Autres ministères	Nbre ministres/ cibles	Rapport d'activités		1 fois/an	Armée/Educa
3. Journée Mondiale lutte contre le SIDA	Reseaux ONG ont organisé chaque année J.M/SIDA	Nbre années/5 ou J.M. célébrée	Rapport d'activités		1 fois/an	
4. Organiser chaque année une Campagne de mobilisation au niveau des 11 régions du Senegal	Campagnes organisées chaque année	% régions ayant org.	Rapport d'activités		1 fois/an	Reseaux ONG

IX.4 Volet renforcement de la communication ciblée :

NB : Resultats = resultats globaux de toutes les composantes de la lutte contre les IST/ SIDA

ACTIVITES ESSENTIELLES	Résultats attendus	Indicateurs objectivement vérifiables	Source ou Moyen de vérification	Données de base	Périodicité	Responsable de la collecte
<i>Renforcer La communication ciblée /groupes a risque eleve:</i>	Cibles particulieres bien sensibilises		Resultats ESC Rapports activ.		1 fois/2 ans	Institution respons/ESC
<i>1. Organiser des rencontres regionales avec Prostituees</i>	Prostituees bien encadrees	Indic/connaisances et attitudes (ESC)	Resultats ESC		1 fois/2 ans	«
<i>2. PVVIH</i>	PVVIH bien encadres	«	Nbre de PVVIH / an		1 fois/2 ans	«
<i>3. Milieu informel du travail</i>	Travailleurs milieu informel bien encadres et sensibilise	«	Rapports activites Resultats ESC		1 fois/2 ans	«
<i>4. Transporteurs</i>	Au niveau des carrefours routiers	«	Resultats ESC		1 fois/2 ans	«
<i>5. Commerçants</i>	Au niveau des marches hebdomadaires	«	Resultats ESC		1 fois/2 ans	«
<i>6. Hommes en uniforme</i>	Au niveau des camps militaires	«	Enquete au niveau prisons		1 fois/2 ans	«
<i>7. Prisonniers</i>	Au niveau des prisons	«			1 fois/2 ans	
<i>8. Candidats a la migration et migrants</i>	Au niveau des ambassades, consulats	Disponibilite de prospectus au niveau des representations dip				

IX.5 Mise en œuvre au niveau des medias :

ACTIVITES ESSENTIELLES	Résultats attendus	Indicateurs objectivement vérifiables	Source ou Moyen de vérification	Données de base	Périodicité	Responsable de la collecte
AU NIVEAU DE LA TELEVISION						
1. Produire et diffuser spots et sketches	Spots et sketches produits et diffusés	Nombre spots et sketches produits Tranches horaires	Programmes television		1 fois/an	SEN
2. Organiser Xaware avec artistes	1 xaware organise/an	% anneés avec xaware organise	Rapports act.		1 fois/an	
3. Participer a certaines Emissions	Participations thematiques/an	Nombre participations thematiques/an	Rapports act.		1 fois/an	SEN
4. Organiser un debat annuel a la tele	1 debat chaque annee	% anneés avec debat organise	Support visuel du debat dispo		1 fois/an	SEN
AU NIVEAU DES TROUPES DE THEATRE						
Produire et diffuser 2 dramatiques/an	2 dramatiques produits/an	Nombre /an			1 fois/an	SEN
AU NIVEAU DES RADIOS						
1. Organiser une emission ou une chronique par radios	Au moins 1 visite/an/radio	% radio visitees/an	Rapports act.		1 fois/an	SEN
2. Apporter un appui technique aux stations de radio	Appui technique apporte Aux radios demandeuses	Nbre stations radio ayant beneficie/appui	Rapports act.		1 fois/an	SEN
3. Edier un supplement thematique tous les 2 mois	Supplement bimestriel thematique edite	% supplements edites/prevus	Supplement disp		6 fois/an	SEN
4. Elaborer un cahier de charge au SEN pour la production et la diffusion d'articles	Cahier de charge elabore	Organes selectionnees	Cahier de charge disponible		1 fois/an	
5. Etablir des contrats de production et de diffusion d'articles dans certains organes de presse	Contrats etablis	Production et diffusion realisee	Contrats disponib.		1 fois/an	SEN/AF