

# AMP The Alliance for Malaria Prevention

Expanding the ownership and use of mosquito nets

## Mission d'appui technique en République Islamique de Mauritanie

### Sitrep #6

<b>Date du rapport :</b>	04 juillet, 2017
<b>Auteur du SITREP :</b>	Moussa NDOUR
<b>Reference:</b>	Termes de référence datée du 24 Mai 2017
<b>Consultant au pays:</b>	Moussa NDOUR (Communication)
<b>Mission dates:</b>	Du 29 Mai – 28 Juin 2017

#### **Situation:**

Dans sa stratégie de lutte contre le Paludisme, la Mauritanie a opté pour une couverture universelle de distribution des Moustiquaires Imprégnées d'Insecticide à Longue Durée d'Actions (MILDA) afin d'atteindre l'ensemble de la population exposée au risque du paludisme conformément à la vision de l'élimination du paludisme en Mauritanie à l'horizon 2025.

La population cible dans les zones paludiques est estimée à 2.816.904 habitants et recevra gratuitement environ 1.721.442 MILDA (à raison de 1 MILDA/2 personnes). Cette couverture universelle se fera à travers une Campagne de Distribution de Masse.

Campagne financée par le Fonds Mondial en grande partie et par l'OMVS avec comme partenaires SENLS, PNLN et SSF.

Un autre partenaire important est entré en jeu dans la mise en œuvre de la campagne financée par le FM, WV sera recruté pour être le prestataire de service tout le long de cette campagne qui selon la nouvelle feuille de route prendra fin à la fin du mois d'Aout 2017.

#### **1. Activités clés déjà réalisées**

##### **1.1. Réunions :**

La cinquième semaine de notre mission a été marquée par la préparation et l'organisation de la réunion de restitution de la mission de consultance en communication. Les points discutés dans l'ordre du jour de la réunion s'établissent comme suit :

- ✓ Partage des termes de référence de la mission
- ✓ Présentation des activités réalisées
- ✓ Partage des difficultés rencontrées et de recommandations
- ✓ Définition des prochaines étapes
  - Les objectifs de la mission
    - Assurer en collaboration avec le PNLN, la finalisation du plan de communication pour la Campagne Distribution de Masse en 2017.
    - Assurer en collaboration avec le PNLN l'élaboration des outils de communication pour la Campagne Distribution de Masse en 2017.
    - Assurer la formation des formateurs en communication au niveau central et la supervision de la formation au niveau des Moughataa.

## **1.2. Productions /Communication:**

- Finalisation et partage du plan de communication
- Elaboration et partage du chronogramme des activités de communication
- Elaboration et partage du budget du plan de communication
- Elaboration d'une synthèse créative pour la conception des outils de communication
- Formation des formateurs et des superviseurs sur le dénombrement, la distribution et la communication
- Finalisation et traduction en arabe des messages de la synthèse créative
- Elaboration des termes de référence du sous-comité de communication
- Elaboration et traduction en arabe du texte de la chanson générique de la campagne
- Finalisation des TDR et Agenda atelier orientation des journalistes sur la campagne.

## **2. Activités en cours**

- Revue et validation du budget de la communication avec GFA
- Partage du budget validé de la communication avec GFA
- Préparation de la séance de débriefing de la mission avec PNLP SENLS GFA, World Vision,
- Débriefing de la mission avec PNLP SENLS GFA, World Vision et les autres les partenaires
- Séance de travail en groupe restreint pour intégrer les observations par rapport aux messages de la synthèse créative.
- Elaboration et partage du rapport de mission de consultance en Mauritanie.

## **3. Difficultés rencontrées**

- Absence de spécimens prototypes dans chaque cas de figure de la synthèse créative
- Retard dans la mise en place du sous-comité de communication et ses démembrements
- Insuffisance dans la disponibilité d'information fiable par manque de documentation dans le domaine de la communication

## **4. Prochaines étapes**

- Assurer le suivi de la conception, des outils de communication avec le designer sélectionné (validation des formats et le respect des spécifications et des concepts)
- Faire le suivi de la mise en place du sous-comité de communication et ses démembrements
- Etablir un contrat avec une agence de presse, pour la couverture médiatique de la campagne (production de photos et de vidéos pour toute la campagne)
- Organiser l'atelier d'orientation des journalistes sur la campagne CU MILDA
- Organiser la cérémonie officielle de lancement de la campagne
- Organiser les ateliers de formation de Equipes Cadres des Wilaya et des Moughataa sur le dénombrement, la distribution et la communication