

# AMP The Alliance for Malaria Prevention

Expanding the ownership and use of mosquito nets

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

### Sitrep #5

**Date du rapport :** 27 juin, 2017  
**Auteur du SITREP :** Moussa NDOUR  
**Reference:** Termes de référence datée du 24 Mai 2017  
**Consultant au pays:** Moussa NDOUR (Communication)  
**Mission dates:** Du 29 Mai – 29 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, PNLP 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 quatrième semaine de notre mission a été marquée par les séances de revue et de validation du Budget de la communication avec l'agence fiduciaire du Fonds mondial GFA. Ont participé à ces réunions animées par GFA, le Point Focal CU MILDA/PNLP, la Directrice de Mobilisation des Ressources de World Vision, le chargé de communication de World Vision et le consultant en communication AMP. Les activités validées dans le budget du plan de communication sont les suivantes :

<b>COMMUNICATION ET MOBILISATION SOCIALE</b>		<b>350</b>
<b>ACTIVITES</b>	<b>MRO</b>	<b>USD</b>
<b>ORIENTATION DES JOURNALISTES</b>	892 500	2 550
<b>CEREMONIE OFFICIELLE DE LANCEMENT DE LA CAMPAGNE.</b>	2 457 000	7 020
<b>LANCEMENT REGIONAL DE LA CAMPAGNE.</b>	1 020 000	2 914
<b>OUTILS COMMUNICATION DE LA CAMPAGNE.</b>	16 366 800	46 762
<b>CAUSERIES EDUCATIVES PAR LES RELAIS</b>	17 775 000	50 786
<b>TOTAL</b>	<b>38 511 300</b>	<b>110 032</b>

### **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 PNLPS SENLS GFA, World Vision,
- Débriefing de la mission avec PNLPS 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.

### **3. Difficultés rencontrées**

- L'absence de prototype dans chaque cas de figure de la synthèse créative.
- Retard dans la mise en place du sous-comité de communication de la campagne.

### **4. Prochaines étapes**

- Suivi de la production des outils de communication avec l'agence d'exécution de la campagne
- Préparation des ateliers d'orientation des journalistes sur la campagne
- Supervision des ateliers de formation des ECW et ECM sur le dénombrement, la distribution et la communication