

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – travail – Patrie

MINISTERE DE LA SANTE PUBLIQUE



IsDB 
البنك الإسلامي للتنمية
Islamic Development Bank

COOPÉRATION
CAMEROUN – BANQUE ISLAMIQUE DE
DÉVELOPPEMENT

REPUBLIC OF CAMEROON

Peace – Work – Fatherland

MINISTRY OF PUBLIC HEALTH

**DOCUMENT DE SUIVI ET EVALUATION DU PLAN DE
COMMUNICATION DANS LE CADRE DE LA VISIBILITE DU
PROJET DE RENFORCEMENT DU SYSTEME NATIONAL DE
TRANSFUSION SANGUINE (PRESYNATS)**

BY 237 MATANGA

November 2021

TABLE DES MATIERES

1. INTRODUCTION GENERALE

2. CONTEXTE

A- RAPPEL DES AXES DE COMMUNICATION

B- RAPPEL DES PRINCIPAUX MESSAGES

C- LISTE DES ACTIVITES

3. DOCUMENT DE SUIVI ET EVALUATION

A. CONTEXTE

B. LES OBJECTIFS

C. MODELE DE SUIVI

D. PLAN DEVALUATION

CONCLUSION

INTRODUCTION GENERALE

Le PRESYNATS est en quête de valorisation et de mise en lumière de ses différentes articulations afin de créer une synergie entre les acteurs du projet, l'administration, les bailleurs de fonds et surtout les usagers, futurs bénéficiaires de ce vaste projet social. Un plan de communication ainsi qu'un plan media ont été conçu dans le but de répondre à ce besoin fondamental. Le présent document a pour but de faciliter le suivi des activités et être capable de les évaluer.

CONTEXTE

Le présent plan media donnera une meilleure visibilité sur les activités, les besoins ainsi que les acteurs qui seront sollicité pour la communication tout au long du projet. Il faut préciser qu'une évaluation budgétaire doit être faite afin de donner les moyens aux équipes pour mettre ce plan en œuvre et apporter à ce projet la visibilité dont il a besoin.

A- RAPPEL DES AXES DE COMMUNICATION

Toutes les activités de communications seront basées sur un axe principal :

« Le Cameroun est en train de se doter d'un système de transfusion sanguine aux normes internationales afin de réduire très considérablement les décès liés à l'absence de sang sécurisé et de qualité auprès des couches vulnérables tels que les enfants et les femmes enceintes. »

B- RAPPEL DES PRINCIPAUX MESSAGES

Messages clés :

- ✓ *La transfusion sanguine au Cameroun est embryonnaire, mais plus pour longtemps*
- ✓ *Le système de transfusion sanguine du Cameroun, du rêve à la réalité !*
- ✓ *Le Cameroun s'arrime aux normes et standard internationaux de l'OMS en matière de transfusion sanguine*
- ✓ *Un projet novateur dans l'agenda gouvernemental de la politique de santé globale*
- ✓ *Dans 3 ans le Cameroun sera un modèle en matière de transfusion sanguine*
- ✓ *Tous unis autour d'une révolution médicale inédite au Cameroun*
- ✓ *Le PRESYNATS au cœur de la transformation du système de santé au Cameroun.*

C- LISTE DES ACTIVITES

ACTIVITES DE COMMUNICATION

ACTION	MEDIA	CANAUX DE COMMUNICATION	NATURE SUPPORT	DESCRIPTION
BRANDING & SIGNALETIQUE	BRANDING	VEHICULES BUREAUX BUREAUTIQUE PERSONNES	PAPIER ENTETE, T-SHIRT, SAC PARAPLUIES, CARTE DE VISITE TAPIS DE SOURIS BLOCS NOTE, AGENDAS, PORTE CLE, CASQUETTE, CHAPEAU BOB SHOPPING BAG VEHICULES DE CHANTIER ROLL-UP (KAKEMONOS) PAGNES VEHICULES DE CHANTIER VEHICULES DE TRANSPORT DU SANG, POLOS, STYLOS	Impression de supports vinyls, stickers a coller sur des vehicules. Ces supports doivent contenir le logo di projet et des partenaires
				Produire les elements de bureautique afin d'etablir une tinstinction visuells (papier entete, carte de visite, enveloppe, chemise porte documents)
				Production de sac en polyester pour usage quotidien et sportif.
				Production et impression de parapluie à distribuer à tous les employé et aux partenaires
				Les véhicules du CNTS doivent etre brandés ainsi que les camions transportant le sang
				A chaque evenement important, un kit doit etre deployé (tente, roll-up, flyers, plaquettes)
				lors des evenements importants (journée mondiale du don de sang, lancement de chantier, inauguration etc) des shopping bag doivent etre distribués aux invités)
				Un stock suffisant de gadget doit etre produit et etre utilisé durant toute la durée du projet
GESTION & CONCEPTION DIGITALES	RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER LINKEDIN SITE SPECIALISES PRESS EN LIGNE GOOGLE DISPLAY SITE WEB	STATICS POST IMAGES VIDEOS CAROUSSEL LIENS MEDIA QUIZ COMMUNIKES INFLUENCER PROGRAM (STEVE FAH)	Utiliser les supports media produits pour communiquer que les réseaux sociaux (declinaisons)
				Créer des pages et profils sur les differents reseaux sociaux
				Animer les differentes pages et profils a base de contenus editoriaux et supports digitaux
				Créer une communauté interactive pouvant échanger leurs experiences
				Creer le site internet du projet (WWW.PRESYNATS.COM)
				Recenser les pages, blogs et sites relatifs aux projet en particulier et a la medecine en général
				Diffuser les supports en display sur les differentes plateformes et sites spécialisés
				Reporting d'évenement et des reunions importantes ainsi que des differentes activités dans le cadre du projet
				Partage des autres information et actualité des partenaire projet (MINSANTE, BANQUE ISLAMIQUE, CNTS) relatif au projet
				Couverture en direct des évènements dans le cadre du projet
				Humaniser le projet en discutant avec les internautes sur les reseaux sociaux
				Maitenir une communication permanente, optimale et productive, avec des rapports reguliers, ainsi que le rappel des date simportantes
				tourner une video avec Steve Fah afin de faire une grande vulgarisation du projet. la video sera tournée quand les chantiers auront effectivement démarré. Dans la video apparaitra le Ministre de la santé, la Directrice du CNTS ainsi que le coordinateur du PRESYNATS. une descente sur le terrain sera faite et l'objectif sera de toucher 4 millions de personne avec ce concept.
DIFFUSION TELEVISE	TV	EQUINOX CRTV CANAL 2 INTERNATIONAL AFRICA 24 FRANCE 24 TV5 MONDE	DIFFUSION SPOTS PUB REPORTAGES DISPLAYS GRAND REPORTAGE COUVERTURE EVENT	Participer à des émissions télévisées relatives au domaine de la medecine & du social ● Emission Regard Social sur EQUINOX (sponsoriser l'emission pendant 2 mois) ● Passage à l'émission santé sur France 24 ● Le grand reportage sur TV5 Monde
				● Diffuser les spots sur AFRICA 24, EQUINOX, CRTV, France 24 et CANAL 2 INTERNATIONAL
				● Publi-reportages avec CRTV à mis-parcours du projet
				● Couverture des differents evements
				● invitation des expert de la santé et du projet sur plateau TV - CRTV - TV5 MONDE - CANAL 2 INTERNATIONAL
				● Diffusion des banniere TV pour passer des informations precises (lancement de projet, inauguration, seminaire, salon, event) - CANAL 2 - CRTV - EQUINOX
				● Usage des TV communautaire pour diffuser les spots sur le projet ainsi que les information relatives à la sensibilisation

ACTIVITES DE COMMUNICATION

ACTION	MEDIA	CANAUX DE COMMUNICATION	NATURE SUPPORT	DESCRIPTION
MEDIA DE MASSE	RADIOS	CRTV POSTE NATIONAL CRTV REGIONNAL (toutes les regions) RADIOS COMMUNAUTAIRE RFI EQUINOX RADIO SWEET FM	SPOTS RADIO PODCAST INTERVENTION RUBRIQUES SANTE ACTUALITE	Interventions régulières dans des émissions radios ciblées en rapport avec le projet
				Diffusion de spots radios auprès des radio nationales, régionales et communautaire
				RADIO SALAMAAMAN, RADIO VIE ET DEVELOPPEMENT, RADIO COMMUNAUTAIRE DE METOUNG, RADIO BONNE NOUVELLE DE BERTOUA, RADIO COMMUNAUTAIRE DE BATOURI, ABK RADIO, SWEET FM, NKONGSAMBA FM, RADIO MONT MANEGOUMBA RADIO BATCHAM, RADIO MEDUMBA, RADIO COMMUNAUTAIRE DU NOUN, OCEAN CITY RADIO, EDEN RADIO, CITY FM RADIO, AFRIQUE NOUVELLE COMMUNITY, RCDM NKU NNAM, RADIO CAMPUS, RADIO BONNE NOUVEELE DE SOA, SATELLITE FM
				Intervention sur RFI à l'émission PRIORITE SANTE - lors des émission portant sur le sang, un expert de la santé ou du projet sera désigné pour répondre à certaines questions et à parler de l'évolution du projet
	PRESSE ECRITE	ECO SANTE MUTATION CAMEROUN TRIBUNE	ANNONCES REPORTAGE INSERTION PUB	Communiqué officiel et annonce
				Annonce des différentes conférences et autres événements couverture d'événements
COMMUNICATION HORS MEDIA	PRESENCE DES ACTEURS SUR LE TERRAIN	UNIVERSITES HOPITAUX ONG ASSOCIATIONS CONFERENCES SALONS SEMINAIRES	CAMPAGNES DE SENSIBILISATION TABLES RONDES	Organisation de campagnes de sensibilisations dans les universités et plus particulièrement les filières médicales
				organisations des journées porte ouverte au sein du CNTS
				organisation de la journée mondiale du don de sang en partenariat avec les acteurs du projet (particulièrement les partenaires)
				Sélection d'influenceurs qualitatifs pouvant valoriser le projet au sein de la communauté médicale ce sont des enseignants et des acteurs de la filière.
				Sélectionner 10 médecins qui seront des ambassadeurs du projet (la liste des médecins doit être validée par le cordonateur du PRESYNATS)
				Recensement des différents hôpitaux qualifiés pour la transfusion sanguine et y installer du matériel de visibilité
				Organisation de campagnes de recrutements des donneurs en partenariat avec les entreprises citoyennes (brasserie, MTN, Orange Cameroun etc)
COMMUNICATION OUTDOOR	AFFICHAGE OUTDOOR	Panneaux Ecrans LED Banderole LED	AFFICHES 4X3 AFFICHES 4X6 SUPERSIGN BANDEROLE AFFICHES 1,5X2 DEPLIANTS AFFICHES 40X60	mettre le matériel de visibilité (flyers, plaquette) disponible dans les entreprises privées spécialisées dans le médicament et le sang
				Diffusions des messages principaux contenus dans le plan de communication
				Affichage permanent sur les lieux de chantier
				Utiliser le réseau permanent du CNTS pour avoir des affiches sur toute la durée du projet
				Utiliser les banderoles lors des événements sur les axes principaux
				Mettre un supersign lumineux dans les entrées des villes de Douala et Yaoundé avec le message phase du projet (ces deux supersigns seront changés deux fois par an)
				Utiliser les écrans lumineux du carrefour de la poste centrale et celui de Douala marché des fleurs pour diffuser les vidéos du projet
				La banderole LED de Douala marché des fleurs et celui du marché Sandanga seront aussi utilisés pour la diffusion des messages
				Les dépliants de présentation du projet seront disponibles dans les services d'accueil de nos différents partenaires durant toute la durée du projet (dépliants et plaquettes)

DOCUMENT DE SUIVI ET EVALUATION

A- CONTEXTE

Le plan de communication qui a été conçu a pour but d'apporter la visibilité autour du PRESYNATS mais d'embrasser sur le CNTS qui va communiquer sur le don du sang. On réalise donc que nous avons plusieurs activités qui implique plusieurs entités à savoir :

- **LA BANQUE ISLAMIQUE DE DEVELOPEMENT**
- **LE MINISTERE DE LA SANTE**
- **LE PRESYNATS**
- **LE CNTS**

Il est donc plus que crucial de concevoir une plateforme qui permet de suivre l'ensemble des activités et de les évaluer.

B- LES OBJECTIFS

Les objectifs de ce document sont divers mais ont tous pour but de contribuer au succès du projet. Les différents objectifs sont :

- Designer les acteurs et les responsables par activités
- Assurer le suivi des activités

- Définir les indicateurs de performances
- Proposer des outils nécessaires pour le suivi et le monitoring

C- MODELE DE SUIVI

Pour les activités de communication, nous pouvons noter qu'il y a 3 grands groupes. Chaque activité doit avoir un model de suivi qui s'aligne aux réalités structurelles.

GROUPE D'ACTIVITE	SPECIFITES	SERVICES CONCERNE	OUTILS DE SUIVI	OBSERVATIONS
BRANDING	Ces activités sont liées à l'image de marque direct du PRESYNATS et des différents partenaires. La conception et l'usage des éléments de visibilité du PRESYNATS et du CNTS	Au sein de l'agence - Graphistes - Responsable pub Au sein du PRESYNATS - Service de communication - Direction générale Au sein du CNTS - Service de communication - Direction générale	Afin d'assurer le suivi de ces activités il faut mettre en place : - Un comité de validation et d'adoption des supports de communication - Designner un responsable pour la validation des éléments de visibilité - Un rapport de distribution des éléments de visibilité	Le responsable de validation des éléments de visibilité doit veiller à la conformité des éléments de visibilité par rapport à la charte

COMMUNICATION MEDIA	Ces activités sont celles qui vont toucher les grandes masses de personnes. Les messages diffusés et les lieux de diffusions ainsi que les prises de paroles dans les différents media.	Au sein de l'agence - Responsable pub Au sein du PRESYNATS - Service de communication - Services des affaires sociales Au sein du CNTS - Service de communication	Parmi les éléments de suivi on peut citer - Les plans de diffusions des différents médias - Rapport de diffusion des différents médias - Reporting de monitoring media	Les plans de diffusions ainsi que les rapports de diffusions sont mis à disposition par les media Le reporting de monitoring media est réalisé par l'entreprise qui a contractualisé les médias
COMMUNICATION HORS MEDIA	Il s'agit ici de l'ensemble des activités qui ne touchent pas aux media mais le plus souvent font l'objet d'un contact point avec les responsables du projet	Au sein de l'agence - Responsable pub - Responsable projet Au sein du PRESYNATS - Service de communication - Services des affaires sociales - Service technique Au sein du CNTS - Service de communication - Service technique	Afin de suivre ces activités il faudra avoir : - Les rapports d'événement (en ce qui concerne les événements) - Les fiches de présence - Les rapports d'activités	

D- PLAN DEVALUATION

ACTIVITES	INDICATEURS DE PERFORMANCE	PREVISIONS
BRANDING	- Forte identité - Singularité - Conformité	- Marque forte et identité remarquable - Respect des standards
DIGITAL	- Reach (nombre de personne touché) - Taux d'engagement (CTR) - Nombre d'abonnés - Taux de fréquentation web - Audience	- Homme et femmes entre 18 et 70 ans - CTR supérieur à 1,5% - 10 000 abonnées
TV, RADIO	- Type d'audience - Couverture	- Couverture des 10 régions
OUTDOOR	- Couverture - Emplacement	- Couvrir les 10 régions du pays - Emplacement niveau 1
ACTIVITE HORS MEDIA	- Taux de fréquentation - Engagement	- Niveau de fréquentation supérieure à 75%

CONCLUSION

Chaque activité doit bénéficier d'un suivi Un suivi municipal afin de mesurer la portée de chaque activité ainsi que son retour sur investissement en fonction des objectifs définis. Les différents acteurs doivent être alignés sur les délais de chaque activité et pleinement engagés sur les résultats attendus. Toutefois, afin d'assurer un meilleur suivi il est fortement recommandé de concevoir une plateforme digitale de suivi de l'ensemble des activités proposées. Cette plateforme permettra aux différents prestataires de se connecter et partager en temps réel l'évolution des différentes tâches afin qu'un reporting soit disponible à tout moment avec un tableau de bord pour piloter la performance.