



PLAN DE RIPOSTE À LA COVID-19 DANS LA COMMUNE DE BARGNY

Août 2020





Sommaire

5	Introduction
7	Avant-propos
8	Rappel du contexte
11	Méthodologie
12	Brève présentation de la Commune de Bargny
14	Analyse situationnelle de la COVID-19 : Forces et faiblesses <ul style="list-style-type: none">Des infrastructures de santé déficitairesUne économie dominée par l'informel et la pêcheLes écoles, en première ligneBargny, une ville de mosquéesL'assainissement, un secteur à développerUne communication digitale à plein régime, au service de la communauté
17	Axes stratégiques du plan de riposte
18	Plan d'actions communal <ul style="list-style-type: none">Dispositions prises par la communeLes facteurs de succèsCoût du plan de riposte COVID-19
29	Suivi-évaluation du plan
31	Protocole de la communication





COMMUNE DE BARGNY



★
Ma Commune et moi
vaicrons le COVID-19

MAIRIE DE BARGNY
RUE DE LA MAIRIE
57100 BARGNY

Introduction

La COVID-19 s'est révélée au Sénégal le 02 mars 2020. Commencant par la région de Dakar, elle a fini par toucher toutes les régions du pays. Le virus a été signalé dans le district de Diamniadio dès le mois de mars et Bargny semble être la commune la plus touchée avec 13 des 18 premiers cas détectés. Le risque de propagation est bien réel, et la commune de Bargny a entrepris, avec l'appui du PNUD, l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan communal de riposte à la COVID-19 incluant la dimension communication/sensibilisation. En effet, la commune a pris diverses mesures pour répondre à la pandémie. Ces actions soutiennent la mise en œuvre de stratégies nationales existantes et les complètent. Toutefois, leur champ d'action est limité en raison de l'insuffisance des ressources financières mobilisées et de la dispersion des interventions et des intervenants.

Le plan de communication est ainsi un moyen de donner à tous les acteurs la capacité de discuter des problèmes liés à la COVID 19, d'acquérir des connaissances et informations pertinentes et des savoirs nouveaux, de nouvelles compétences, de partager des informations et d'échanger sur les idées contenues dans les différents outils de communication validés au plan national. L'enjeu principal est une communication mobilisatrice et appropriative autour de la lutte contre la COVID. Cette communication se servira de l'essentiel des outils et médias et des capacités propres aux acteurs.

A travers ce plan, les actions entreprises seront recensées, les défis auxquels la commune est confrontée (au plan technique et communicationnel) seront identifiés, et les recommandations des équipes municipales dans la manière dont les réponses pourraient être mieux gérées recueillies et analysées.

Il s'agira de : i) renforcer le rôle que la commune joue dans la riposte à la COVID-19 ; ii) identifier les réponses de la commune face à l'urgence de la COVID-19 ; iii) identifier les défis à relever et les lacunes à combler ; iv) répertorier les succès et les bonnes pratiques ; v) présenter le dispositif mis en place pour gérer la riposte ; vi) identifier les mesures prises par les autres parties prenantes telles que les associations, groupements de femmes, le secteur privé, etc., pour mieux soutenir les efforts de la commune et proposer des pistes pour renforcer la coordination entre elles.

De façon spécifique, pour la communication, nous avons proposé : i) une approche de communication adaptée aux pratiques des différents acteurs territoriaux en prenant en compte leurs préoccupations dans le cadre de leur mission spécifique. A cet effet, des besoins et des axes d'intervention ont été clairement spécifiés ; ii) les mécanismes et procédures qui facilitent la contractualisation de services de communication entre les parties prenantes ont été définis ; iii) les besoins et les réponses communicationnels pour asseoir les modalités de collaboration entre les parties prenantes ont été identifiés ; iv) la démarche et les outils de communication ont été établis pour une mise en œuvre.

Le plan de riposte fera ressortir l'analyse situationnelle de la COVID-19 dans la commune de Bargny, les actions prioritaires à mettre en œuvre, l'approche de communication et de sensibilisation, la stratégie de financement et le dispositif de suivi-évaluation qui sera mis en place.



Avant-propos

Dans le cadre de la gestion de la pandémie COVID-19, le rôle des collectivités territoriales a été considéré comme déterminant et primordial. En effet, les maires exercent au titre de leurs compétences, la mise en œuvre des mesures de prévention et d'hygiène en matière de santé ainsi que l'organisation et la gestion des secours au profit des nécessiteux (art. 307 Code général des collectivités territoriales). Aux côtés du gouvernement, les collectivités territoriales ont été en première ligne pour assister les populations, les plus vulnérables, et combattre la propagation du coronavirus. Les différentes circulaires du Ministre des Collectivités Territoriales, du Développement et de l'Aménagement des Territoires, ont indiqué, à suffisance, le rôle attendu des exécutifs locaux dans la lutte contre la pandémie. Dans le cadre d'une approche territoriale, alignée au plan national de riposte à la COVID-19, cinq communes pilotes (Ndiaffate, Ndiob, Bargny, Mont-Rolland, Sandiara) qui serviront de modèles pour inspirer un plan de généralisation ont été accompagnées par le PNUD

qui a engagé des efforts de reprogrammation de ses activités, pour élaborer des plans communaux de riposte à la COVID-19. Les plans sont articulés autour de : i) renforcement des capacités d'accueil et d'isolement des personnes infectées ; ii) renforcement de l'application des mesures barrières par la sensibilisation, la mobilisation communautaire et la mise à disposition de kits d'hygiène ; iii) renforcement de la résilience économique et sociale de la commune.

Le plan communal de riposte de Bargny, assorti d'un important volet de communication sociale, est conçu pour les acteurs locaux comme un outil complet, fédérateur et mobilisateur pour la prévention et la gestion de la pandémie, au niveau territorial. Il constitue un outil important de relance des économies locales, pour une décentralisation effective des politiques publiques, afin de soutenir l'Agenda 2030.



Le Représentant Résident du PNUD et les Maires de Ndiob, Sandiara, Ndiaffate, Bargny et Mont-Rolland à l'occasion de la cérémonie de remise de kits d'hygiène le 5 juin 2020.

Rappel du contexte

Au Sénégal, depuis le premier cas de contamination à la COVID-19 le 02 mars 2020, le Gouvernement a pris des mesures d'ordre sanitaire, sécuritaire et social vulgarisation des mesures de prévention sanitaire au sein des communautés, traitement des malades, instauration de l'état d'urgence assortie d'un couvre-feu et plusieurs mesures d'aide économique et alimentaire. À ce jour, même si l'on enregistre un bon taux de guérison, les cas d'infection sont en progression continue, avec une montée des cas de contamination communautaire qui suscite l'inquiétude.

Pour une meilleure implication des collectivités territoriales, des dispositions institutionnelles et réglementaires ont été prises. Trois lettres circulaires initiées par le Ministère des Collectivités territoriales, du Développement et de l'Aménagement du Territoire ont invité les exécutifs locaux à définir des stratégies pour mettre en évidence leur rôle essentiel dans la lutte contre la COVID-19, et pour participer activement à la préparation de la reprise des enseignements et apprentissages dans les établissements scolaires par des actions de protection sanitaire.

Dans les territoires, des initiatives, certes limitées en raison de l'insuffisance des ressources financières mobilisées et du caractère isolé, sans logique d'harmonisation, sont portées par plusieurs catégories socio-professionnelles pour assurer une riposte multisectorielle. Il s'agit de la mise à disposition d'équipements et matériels, la mobilisation des ressources pour financer les actions de riposte, la sensibilisation de masse et de proximité, la mise en place de comités d'alerte et de sécurité, le suivi du respect des mesures d'hygiène avec la mobilisation des facilitateurs et assistants de collectivités territoriales.

Pour ne pas être davantage soumis à la progression de la COVID-19, les territoires revendiquent la nécessité d'avoir, en temps réel, une réelle maîtrise des informations concernant l'évolution de la crise, les moyens nécessaires à la riposte, et le comportement des populations impactées ou susceptibles d'être impactées par la crise.

En dehors des difficultés d'ordre sanitaire, une autre menace plus insidieuse guette la communauté et les acteurs économiques en particulier, avec des risques de pertes d'emploi, d'activités et de revenus. Cette situation laisse entrevoir une crise sociale massive à laquelle il convient de réfléchir et d'anticiper dès maintenant, pour assurer la résilience sociale et économique post COVID-19. Cette pandémie de la COVID-19 intervient également dans un moment de crise des valeurs, se traduisant par des attitudes individuelles et collectives pouvant retarder la prise de conscience et la nécessité d'un changement de comportement, pour une réponse opportune.

Communiquer dans ce contexte est essentiel pour assurer :

- Un positionnement stratégique clair et cohérent des collectivités territoriales pilotes pour contribuer efficacement à la riposte contre la pandémie ;
- Le développement d'outils de communication et de plaidoyer devant renforcer l'impact et les résultats des collectivités territoriales en mettant l'accent sur des thématiques pertinentes ;
- Le développement de messages ;
- Le développement des partenariats pour la répliquabilité de cette initiative pilote ;
- Le renforcement du plaidoyer et du dialogue politique.

En effet, avec la montée des cas de contamination communautaire, les territoires se présentent comme les échelons les plus pertinents pour assurer la sensibilisation, l'engagement communautaire, la conduite d'actions de riposte et de résilience. Ce constat prend plus de relief dans un contexte marqué par les mesures de distanciation sociale et d'extrême survie des communautés. Pour atteindre les collectivités territoriales, l'effectivité de toute l'opération au niveau communautaire devra être portée par la « commission santé élargie du conseil municipal » et comprend plusieurs acteurs issus de différentes catégories socio-professionnelles.

Le PNUD, soucieux d'un alignement sur les priorités nationales et les objectifs de développement durable, compte apporter une contribution au double plan stratégique et opérationnel, par l'instruction d'une opération à vocation territoriale pour faire face à la situation d'urgence.





Méthodologie

La démarche méthodologique mise en œuvre pour mener à réaliser ce plan de riposte a été :

1. La revue documentaire, notamment l'exploitation du Plan de Développement Communal de Bargny, les statistiques de l'Agence Nationale des Statistiques et de la démographie, l'analyse situationnelle de la commune réalisée par l'équipe du PNUD ;

2. Les entretiens téléphoniques avec les maires et leur équipe municipale ;

3. Les entretiens et séances de travail avec le point focal désigné par le Maire ;

4. La confection d'un questionnaire et d'un canevas de collecte des données qui ont été partagés par e-mail avec les communes-cibles ;

5. La réalisation de la situation de référence en matière de communication sur la base des fiches transmises ;

6. La confection et l'administration d'une enquête en ligne relative à la communication (Jotform). Ainsi, l'analyse de la situation, l'identification des enjeux et orientations stratégiques, axes et objectifs stratégiques, des cibles, des messages, et actions prioritaires ont permis l'élaboration de la stratégie de communication ;

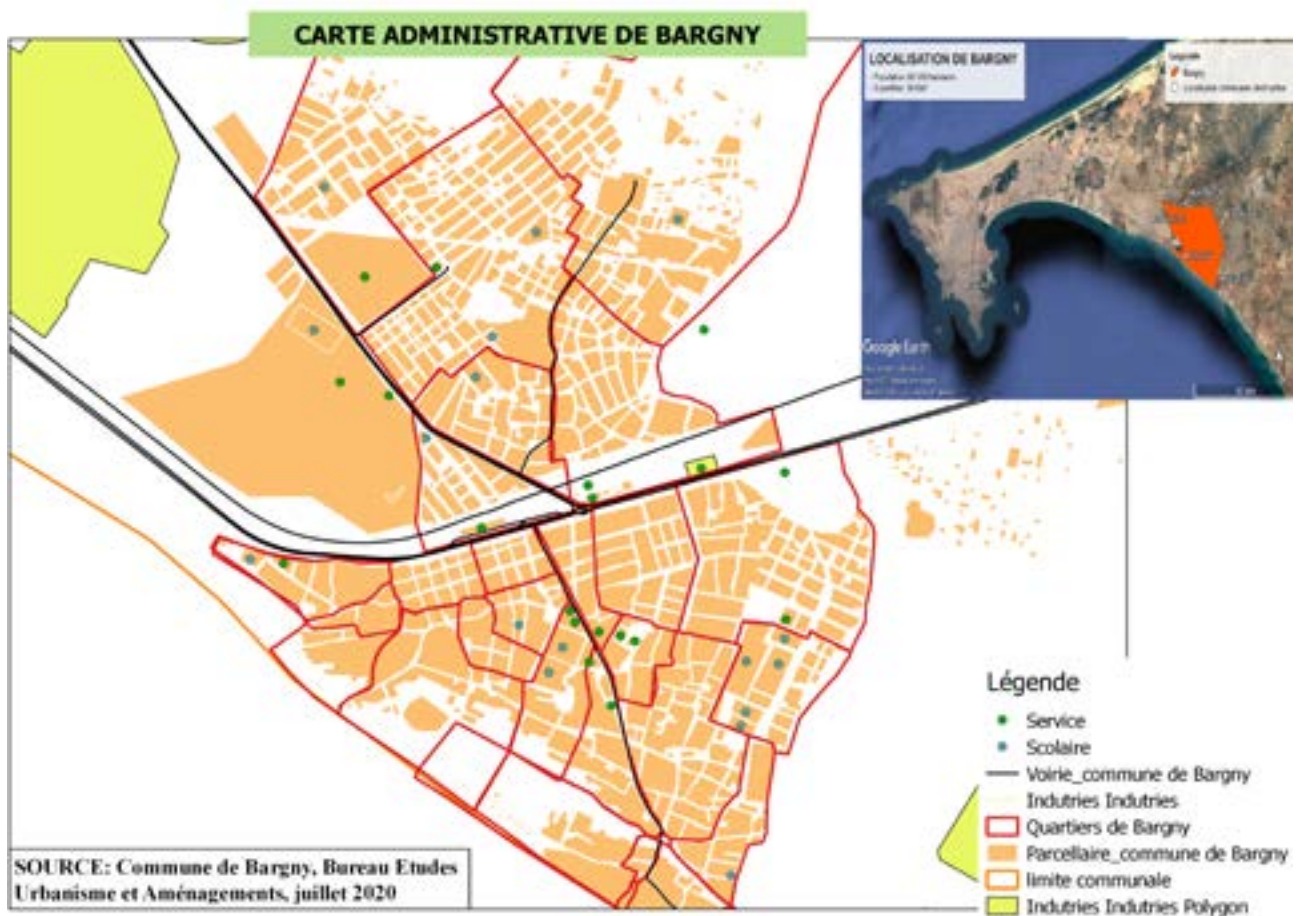
7. L'analyse et l'interprétation des données recueillies et la consolidation du plan d'actions ;

8. L'organisation de réunions virtuelles avec les acteurs : certains éléments contenus dans le questionnaire ont été précisés suite à des entretiens téléphoniques avec l'équipe municipale.

Brève présentation de la Commune de Bargny

En 2011, le Décret n° 2011-429 du 29 mars 2011 détache le village de Sendou de Bargny pour l'ériger en commune.

La commune de Bargny est située au sud-est de la région de Dakar, à une trentaine de kilomètre du centre-ville de Dakar. Elle est limitée au Nord et à l'Est par la commune de Sendou et la commune de Diamniadio, à l'Ouest par la commune de Rufisque-Est et au Sud par l'Océan Atlantique. La route Nationale 1, le chemin de fer Dakar-Thiès et l'autoroute la traversent d'Ouest en Est sur 2 kilomètres, la divisant en deux parties entre lesquelles la circulation est très difficile.



La commune de Bargny abrite une population estimée à 70.000 habitants en 2019. La ville s'étend sur 27,96 km², ce qui donne une densité moyenne de 2503 habitants au km². Bargny est caractérisée par le grand nombre de personnes qui vivent dans des concessions. En effet, si la moyenne nationale du Sénégal avoisine 10 personnes par ménage, ce chiffre est dépassé dans le Bargny traditionnel.



source : <http://www.bargnyproject.com>

Analyse situationnelle de la COVID-19 : Forces et faiblesses

Des infrastructures de santé déficitaires

Au plan de la santé, la commune compte 04 postes de santé, 01 case de santé, 02 maternités, 02 cliniques et 02 cabinets médicaux. La couverture de ces structures sanitaires est en deçà des normes de l'OMS par rapport à la population de Bargny qui dépasse les 70 mille habitants.

Une économie dominée par la pêche, l'artisanat et le commerce

Le secteur de la pêche occupe une place dominante dans l'activité économique locale. Ainsi, le parc piroguier du CLPA de Rufisque/Bargny est important avec environ 801 pirogues au total dont 486 à Bargny (Rapport SDP, 2012). La pêche occupe une part importante dans l'économie locale et constitue une source de revenus conséquente pour les ménages.

Il en est ainsi des activités de transformation de produits halieutiques, réparties dans trois sites (Xelcom, Ngadié-Domine Ba), employant une grande partie de la gente féminine. L'artisanat (tailleurs, menuisiers, coiffeurs, ...) est aussi dynamique dans la commune.

Ces trois secteurs ont été fortement impactés par la COVID-19.

- Les pêcheurs n'ont pas pu faire de sorties en mer ;
- L'activité commerciale au ralenti, du fait de la rareté des sources d'approvisionnement, de la revue des heures d'ouvertures et de fermetures des marchés, mais aussi du semi confinement ;
- Les interdictions de rassemblement ont fortement réduit les revenus des tailleurs et coiffeurs, qui tiraient leurs revenus des cérémonies de mariages, baptêmes et autres.

Les écoles, en première ligne

D'après l'exploitation du diagnostic du PDC en cours d'élaboration, la commune de Bargny compte des établissements scolaires au nombre de vingt-sept (27). La ville compte douze (12) écoles élémentaires publiques, six (06) écoles préscolaires dont quatre (04) privées, un (01) centre d'enseignement moyen pratique, sept (07) collèges d'enseignement moyen général (dont 04 privés) et 01 lycée. Au niveau de ces écoles, les classes d'examen recevront à partir du 25 juin 2020, 3 249 écoliers, le personnel d'enseignement et d'administration. Même s'il est préconisé de ne

pas avoir plus de 20 élèves par classe, le risque de contagion est bien réel, raison pour laquelle il est nécessaire que les équipements de protection et d'hygiène soient disponibles en qualité et en quantité.

Bargny, une ville de mosquées

La concentration de mosquées dans la commune de Bargny est extraordinaire. Le nombre est estimé à plus d'une quarantaine. Chaque quartier possède au moins une mosquée, mais les six plus grandes (Castors 3, Missirah, Médinatoul Mounawara, Kipp Carrières, Bargny Guedj et Ngoude), servent de cadre à la prière du vendredi. Cette concentration de mosquées peut-être un facteur de propagation de la maladie, surtout pour les personnes âgées. D'où la nécessité de les sensibiliser davantage sur les gestes barrières, la distanciation physique et le port des équipements de protection.

L'assainissement, un secteur à développer

En matière d'assainissement la commune de Bargny est confrontée à un déficit notable lié à l'absence de réseau d'assainissement des eaux de pluviales. Le drainage y est de type naturel. Les opérations d'assainissement se limitent à la collecte des ordures ménagères et la mise en place de latrines publiques dans les quartiers. Le service d'enlèvement des ordures ménagères se limite au ramassage des ordures au niveau des dépotoirs placés le long des artères principales. La commune a récemment entrepris la mise en place d'un Point de Regroupement Normalisé (PRN) et de points de collecte dans le cadre d'un partenariat avec l'UCG.

L'inexistence de canaux pose un sérieux problème d'évacuation des eaux de ruissellement qui suivent des chenaux naturels. Ce problème se pose avec plus d'acuité dans les quartiers de Missirah, Kip Carrière et Bargny Guedj. Cette situation est aggravée par la dégradation du barrage de Kip Carrière. Dans ce contexte d'épidémie, la gestion des déchets devrait être davantage renforcée.

Une communication digitale à plein régime, au service de la communauté

La commune a bien pris en compte la dimension communication dans son Plan de riposte. Avec une particularité bien réelle de garantir une pleine exploitation du digital. Les actions de communication et de sensibilisation ont une touche numérique qui bénéficient de l'instantanéité dans la diffusion de l'information sur un réseau de partenaire au moyen de Facebook, WhatsApp, etc. Aussi, avec l'existence d'une équipe de communication ayant éprouvé certains outils de communication, la commune de Bargny conserve tout l'avantage de bénéficier de la proximité avec la capitale Dakar. L'absence de radios communautaires pour une population de 70 000 âmes est un frein à une communication de masse surtout en période de crise.

Les acteurs territoriaux s'accordent sur la démarche participative et une consultation large de tous les acteurs garantissant la réussite du plan de communication. Ce dernier devrait se baser sur des messages incontestables. Il est donc très important d'avoir des données qui permettent de démontrer les évidences de l'opération menée avec l'accompagnement du PNUD. Enfin, des acteurs recommandent l'implantation d'une radio communautaire pour l'atteinte des objectifs poursuivis.



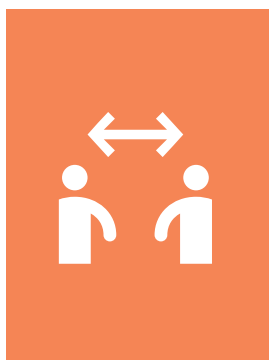
COMMUNE
FRANCY

Axes stratégiques du plan de riposte



Renforcer les capacités d'accueil et d'isolement

des personnes infectées de la COVID-19 au niveau des postes et cases de santé avant leur référencement aux structures sanitaires dédiées pour leur prise en charge médicale ;



Renforcer l'application des mesures barrières

par la sensibilisation, la mobilisation communautaire et la mise à disposition de kits d'hygiène



Renforcer la résilience économique et sociale

de la Commune pour lui permettre de faire face à la pandémie présente, mais aussi en cas de survenue future d'autres crises sanitaires, notamment.

Plan d'actions communal

Dans la commune de Bargny, département de Rufisque, un dispositif de guerre est mis en place autour du Maire, Monsieur Gaye Abou Ahmad Seck. Dès le 05 mars, une réunion publique a été organisée et a l'issue de laquelle un Comité de riposte a été mis en place regroupant les badienou gokh, les ICP, les imams, les Délégués de quartiers, les Président des Conseils de quartiers, les ASC, les OCB, les GPF,

Le comité s'est engagé depuis le début et avance dans un combat stratégique et responsable. Une série de mesures importantes ont été prises et les actions se concrétisent sur le terrain. Les mosquées, le marché, la mairie, le poste de police, les postes de santé, la guérite, le complexe culturel, les maternités, le stade, l'état civil secondaire et les grandes artères de la ville ont été désinfectés. Les horaires d'ouverture et de fermeture du marché sont également respectés conformément à l'Arrêté du Maire numéro 0018/CB/SM/SSP du 8 mars 2020, de même que le lavage des mains supervisés par les agents municipaux et l'UCG local. Enfin, les conditions d'accès au marché sont maintenant satisfaisantes, après des débuts un peu difficiles.

Dispositions prises par la commune

Le plan de résilience de la mairie s'articule autour des axes majeurs suivants :

AXE 1 : RENFORCEMENT DES MESURES SANITAIRES ET SENSIBILISATION DES POPULATIONS

Cet axe porte sur les dotations de produits sanitaires, destinés notamment aux structures sanitaires. L'enveloppe prévue est 8 195 230 F dont 4 897 000 FCFA, déjà achetés distribués. Le montant restant le sera dans les prochaines semaines. Il faut juste rappeler que le combat ne fait que commencer et que les dotations en matériels vont se poursuivre. A ce jour, plus de 5000 masques (don du PNUD inclus) ont été distribués. Les gels, lavoirs, savons, gants ont été distribués aux 37 daaras de Bargny, aux postes de santé, aux institutions comme la mairie, la police, aux imams ratib, aux écoles, le marché central, les marchés de poche, entre autres. Ces produits sont quotidiennement utilisés. Aussi, 5 000 000 FCFA sont prévus pour la dotation des postes de santé en médicaments. S'agissant de la sensibilisation, divers canaux sont utilisés pour informer les populations sur le respect des mesures barrières (voir sur l'axe de la communication).

AXE : 2 ACCOMPAGNEMENT DES MÉNAGES

Le plan prévoit, en sus de l'aide de l'Etat, deux dispositifs : l'achat de denrées alimentaires (25 000 000 FCFA) et un fonds social (45 000 000 FCFA) pour donner des chèques aux ménages. A la suite des discussions, il a été décidé de remplacer les chèques par des denrées. L'équipe municipale a estimé que la meilleure solution est d'octroyer des denrées alimentaires à la place des chèques. A ce jour, plus de 3000 ménages ont reçu un kit alimentaire (1 sac de riz de 50kg et 2l d'huile) pour la première phase (du 02 au 19 mai 2020) et deuxième phase (06 au 09 juillet 2020). Des réflexions sont en cours pour octroyer 500 kits alimentaires supplémentaires aux ménages.

En fin, avec l'appui du Comité départemental (1 000 000 FCFA et denrées), la diaspora (3 366 600 FCFA) et l'international sénégalais Ibrahima SECK (1 059 200 FCFA) et de beaucoup d'autres associations et personnalités, la municipalité a pris en charge la « cuisine daaras » durant tout le mois de Ramadan.

Cependant, il faudra identifier d'autres moyens pour une prise en charge des daaras dans la durée.

AXE 3 : ACCOMPAGNEMENT ÉCONOMIQUE

Cette crise sanitaire est aussi une crise économique. L'activité économique est au point mort. C'est pour cette raison que la municipalité a mis en place un fonds de relance de l'activité économique. Le montant total prévu est de 41 766 000 FCFA. Une partie de l'enveloppe (30 millions) sera consacrée au PRODAB (Programme de Développement de l'Artisanat Bargnois) afin d'accompagner les artisans (tailleurs, chauffeurs de clando, etc.). Il convient de noter la gratuité de la location des cantines au profit des commerçants du marché central. A ce jour, 99 taxis ont reçu 50 litres de carburant chacun. Les 44 professionnels des métiers de la mode et de l'esthétique (salons de beauté) ont déjà reçu du matériel d'une valeur de 6 217 000 FCFA, subventionné par la municipalité à hauteur de 35%.

Les procédures de passations de marchés sont en cours pour la construction et l'équipement d'une Maison de l'artisanat dédiée aux métiers du bois.

En outre, un recensement des pirogues est en cours pour une dotation de carburant. A ce jour, plus de 400 sont ciblées.

Pour ce qui des métiers de la confection, 216 entreprises ont été recensées et 100 d'entre elles seront dotées (avant la fête de la Tabaski) de machines à coudre subventionnées à hauteur de 50% par la Commune pour la première phase.

SUR LE PLAN DE LA COMMUNICATION ET DE L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

L'atteinte des résultats se base sur des interventions combinant plusieurs approches pour toucher le maximum de cibles. Ainsi, la commune de Bargny aura recours aux approches développées ci-dessous.

- **La communication de masse** utilisant la chaîne câblée locale, la radio communautaire de Diamniadio, les supports écrits (affiches), les réseaux sociaux, les taximens, les artisans locaux (tailleurs, coiffeuses, etc..) afin d'apporter un changement social et de comportement ;
- **La mobilisation sociale** à travers la communication interpersonnelle (CIP), les visites à domicile, une à deux campagnes d'information ciblées sur la COVID-19 et les différentes thématiques y afférentes ;
- **Le renforcement des capacités des points focaux** et des media qui sont des cibles secondaires jouant un rôle important pour atteindre chacun des objectifs stratégiques. Il sera crucial que ces cibles aient d'abord une bonne compréhension des enjeux de la pandémie, pour pouvoir porter la sensibilisation et le débat sur ces questions majeures ;
- **Le plaidoyer** pour amener le Maire, les leaders religieux et traditionnels, et les acteurs territoriaux, notamment les volontaires de la communication sociale (VOCOS) à s'engager en faveur de l'application des mesures de prévention et de gestion de la pandémie ;

- **La production de supports d'information et l'utilisation des TIC** restent des éléments clés pour positionner les mesures de prévention, faire le plaidoyer et alimenter en informations de première main tant les cibles primaires que les cibles secondaires, élargir l'accès aux informations de qualité, surtout aux différents acteurs, de façon directe.

Déclinaison de l'approche de communication

1. Au niveau territorial, la commune de Bargny devra, de par ses résultats, être en première ligne. Spécifiquement, le Maire (au besoin, le Point focal) porte l'essentiel des initiatives en communication. Subséquemment, l'infirmier chef de poste ou le directeur d'établissement, les personnes ressources, en fonction des thématiques, se positionneront pour des éclairages techniques et scientifiques. Le PNUD ainsi que d'autres partenaires joueront un rôle en termes d'accompagnement technique et financier.
2. Au niveau des quartiers, il s'agira d'accompagner les acteurs des territoires à rendre visibles les résultats poursuivis. Les acteurs territoriaux recevront une délégation de responsabilité. Les relais communautaires sont les personnes morales pour la diffusion des résultats. La déclinaison des actions de communication se basera sur les relais communautaires choisis parmi les personnes les mieux indiquées.

Pour assurer une cohérence entre le niveau national et au niveau des territoires, une parfaite synchronisation devra s'observer. Dans tous les cas, le maire, en lien avec le point focal désigné, devra s'affirmer comme le garant de toute l'appropriation des activités, en veillant à une bonne articulation entre les principes, la démarche et les résultats.

Ciblage et segmentation des acteurs

La segmentation de la cible est une activité particulière qui permet de mieux maîtriser les relations et interrelations entre acteurs. En outre, elle permet de mieux préciser l'outil à concevoir pour atteindre les objectifs. Trois variantes sont notées.

- **La cible directe.** La segmentation laisse apparaître plusieurs catégories et familles d'acteurs. Naturellement ce sont tous les bénéficiaires des actions au niveau du territoire. Il s'agit des élus locaux et du corps médical.
- **Les cibles secondaires.** Il s'agit des acteurs non étatiques, des badienou gokh, des chefs coutumiers et religieux, des hommes et femmes d'influence, le réseau des taximen, les artisans locaux, les groupements féminins et des media. Cette cible a besoin d'une information maîtrisée sur les tendances lourdes de la mise en œuvre des activités.
- **Les cibles tertiaires.** Elles sont constituées par les autorités administratives, les agents des services techniques déconcentrés et les partenaires de la collectivité territoriale. La communication vers cette cible sera fondée sur les procédures qui facilitent le dialogue institutionnel et le plaidoyer.

Canaux/Supports de communication

Les canaux qui seront utilisés dans cette démarche multimédia sont variés et se concentrent autour de :

1. **Canal territorial et socio-traditionnel :** ce sont les élus locaux, le corps médical, les Acteurs non étatiques, les Agents des services techniques déconcentrés, les leaders communautaires et religieux, les établissements scolaires. Ils développent une réelle proximité avec les acteurs territoriaux. Ce sont les courroies de transmission des messages vers les publics généralement difficiles d'accès. Nous allons les utiliser pour une démarche participative.

2. **Canal mass média** : ces canaux et tous supports confondus (radios communautaires et privées, Télévisions, réseaux sociaux, etc., SMS, téléphonie), les supports de sensibilisation, de promotion et de visibilité : kakémonos, affiches, banderoles, casquettes, t-shirt, flyers, etc. Une combinaison judicieuse entre les différents supports et canaux permettra d'optimiser les effets escomptés de l'approche de communication. Mais la prudence s'impose dans leur usage et cela nécessite un préalable : le renforcement des capacités des acteurs des mass media ainsi que leur fidélisation, à travers, un pacte à définir.

Structuration des messages/ éléments de langage de la COVID-19

Les messages qui traversent les actions de la COVID-19 sont pluriels. Ils ont une connotation technique et techniciste assez élevée. Leur compréhension requiert un reformatage dans un souci de simplicité et de souplesse. Dans cette stratégie, nous allons nous baser sur les résultats attendus de l'intervention pour proposer des axes de messages mobilisateurs. Les messages mettent l'accent sur les avantages pour toutes les cibles autour des activités.

Gestes barrières

- La COVID-19 est une maladie mortelle.
- Le Virus est encore présent parmi nous.
- Nous devons nous protéger en appliquant de façon systématique les mesures barrières en tout temps et en tout lieu.
- En l'absence d'un remède sérieux, j'applique les mesures barrières pour me protéger et protéger ma famille ainsi que mon entourage.
- J'applique les mesures barrières pour retrouver une vie normale.
- (Je suis jeune,) j'applique les mesures barrières pour protéger mon entourage.

Économie

- Si la COVID-19 se prolonge, nous courrons vers une famine.
- Prévenir la COVID-19 chez les femmes et les jeunes, c'est assurer la disponibilité d'une force de travail motrice du développement économique et social des communautés.
 - Cela apporte des avantages substantiels tant pour l'entrepreneur et pour l'économie locale et la société en général.
 - Il s'agit d'un impératif économique et social pour relever le défi du chômage des jeunes, notamment dans la collectivité territoriale.
 - Il est démontré que la promotion d'une économie forte et solidaire est une opportunité pour la création de richesses et d'emplois pour les jeunes et les femmes.

Démographie

- La COVID-19 tue particulièrement les personnes âgées et souffrant d'une maladie chronique.
- Investir dans la prévention de la COVID-19, c'est assurer à ses parents une longévité et un accompagnement dans l'avenir. Cela permet de créer les conditions adéquates pour faciliter une transition démographique rapide, essentielle pour réaliser la croissance au sein de ma communauté.

Textes sacrés

- La COVID-19 est une pandémie. Pour nous prémunir, nous devons revoir nos comportements et attitudes pour être en phase avec les recommandations du Coran et de la Bible.
 - Pendant les épidémies, l'Islam propose des orientations fondamentales, parmi lesquelles :
 1. Se confier entièrement à Allah et croire fermement à la Volonté divine, tout en se pliant à Sa Puissance. Il dit : « Dis : « Rien ne nous atteindra, en dehors de ce qu'Allah a prescrit pour nous ».
 2. La nécessité de prendre des précautions avant l'apparition d'un quelconque mal. La Charia va dans le même sens, lorsqu'elle édicte des mesures préventives à prendre. Le Prophète (PSL) a fait état de la nécessité de se garder de se déplacer vers des gens ou des endroits atteints par une maladie contagieuse.
 - Cette situation inattendue ne nous dispense pas de prier et de continuer à vivre notre foi, selon la Bible. Le cœur et la conscience sont véritablement le lieu propice où Dieu nous parle. Charge à nous comme Église de nous ajuster, de nous adapter à la crise et d'inventer de nouvelles manières de vivre notre foi et de rendre compte de l'espérance qui est en nous (Pierre 3, 15-17).
 - Face à la « guerre » contre le coronavirus, nous sommes appelés à nous armer de patience et de courage, tout en gardant la foi en continuant à prier sans cesse.
 - Jésus-Christ, qui a expérimenté la souffrance avant nous, nous soutient dans cette marche, lui qui est passé de la mort à la résurrection. Et sa résurrection est la réponse de Dieu face à ce qui lui est arrivé : passion et mort. C'est la victoire du bien sur le mal. Le mal ne saurait jamais triompher.

Developpement :

Pour promouvoir une gouvernance locale inclusive, compétitive, porteuse d'un développement local harmonieux, la collectivité territoriale doit investir dans les secteurs sociaux essentiels tels que la santé et l'éducation.

- En tant que collectivité territoriale, je vais désormais orienter des investissements prioritaires vers la santé et l'éducation pour mieux prendre en charge ces compétences partagées et préparer les populations à une meilleure résilience aux chocs futurs.

Le développement des axes stratégiques

L'atteinte des objectifs de la stratégie passe par le déploiement de plusieurs activités qui peuvent être regroupées en deux axes majeurs. Chaque axe comporte des activités qui concourent à modifier les comportements et attitudes et à promouvoir des changements structurels.

RESSOURCES HUMAINES ET MATÉRIELLES

Les principaux acteurs de la mise en œuvre de l'approche de communication se composent du maire et des membres de l'équipe municipale désignés, des leaders d'opinion, du PNUD (spécialiste en communication, consultants), le facilitateur, la collectivité territoriale, les partenaires d'exécution, les relais. Le renforcement des ressources humaines au niveau local est primordial pour la réussite de l'approche: un point focal dédié à la communication, représentant du Conseil municipal est essentiel pour la mise en œuvre de certaines activités. C'est le cas dans la collectivité territoriale.

Axe stratégique n°1 : La prévention par la sensibilisation et la mobilisation sociale des acteurs territoriaux

AXE : PREVENTION

Objectif

Améliorer l'engagement, l'implication et le soutien des principales parties prenantes, y compris les bénéficiaires finaux, dans la mise en œuvre des activités.

Stratégie : l'adoption de comportements favorables pour la mise en œuvre des mesures de prévention

Approches	Canaux/supports	Idées de messages	Ton	Responsables
Mass médias Mobilisation sociale Plaidoyer	Spots radio et TV Affiches Émissions radio Internet et médias sociaux, Campagnes communautaires	Gestes barrières Economie Démographie Textes sacrés Développement	Informatif Sensibilisation Educatif Dissuasif	Lead : Communicant territorial Co-responsables : Volontaires de la communication sociale
Cibles Maire	Activités : <ol style="list-style-type: none"> 1. Mettre en œuvre le « JoG Xeex COVID-19 » ; 2. Mettre en place une guérite « Point Santé » à l'entrée et à la sortie de la Commune » ; 3. Mettre en place un centre d'appel d'alerte : 19-19 pour les cas suspects ; 4. Organiser et sponsoriser des récompenses, des événements et d'autres initiatives pour reconnaître et encourager l'initiative autour des domaines thématiques de la COVID-19 ; 5. Se doter d'un affichage numérique pour le partage des messages de prévention ; 6. Se doter d'une radio communautaire, et faire une convention avec un média social, une TV ; 7. Se doter de supports de communication bandes annonces/spot radio, (plaques d'information) et les positionner au niveau des endroits stratégiques. 			
Communicant territorial (Point focal)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produire et distribuer du matériel de marque de la collectivité territoriale avant, pendant et après des événements, des campagnes et des activités ; 2. Produire une courte vidéo et un documentaire sur les meilleures pratiques et le contenu axé sur les résultats, les preuves ; 3. Organiser et planifier les émissions thématiques radiophoniques ; 4. Maintenir et gérer un référentiel / archive de tous les produits, témoignages discours, déclarations des leaders communautaires (audiovisuels) ; 5. Élaborer des critères et primer la meilleure initiative issue des quartiers et des villages. Faire une capsule de 3 min sur cette initiative ; 6. Mettre en place le réseau des communicants territoriaux des 5 collectivités territoriales. 			
Infirmier Chef de poste	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organiser des formations et des après-midi cognitifs pour les membres des comités d'engagement citoyen afin de les familiariser avec les mesures de prévention, les thématiques COVID-19 et les messages clefs. 			
PNUD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Appuyer la conception d'un plan de mobilisation des ressources destiné aux partenaires et aux donateurs ; 2. Concevoir un Guide didactique pour la prévention de la COVID-19 ; 3. Concevoir une stratégie de mise à l'échelle des initiatives dans une démarche partenariale ; 4. Organiser une journée « table ronde des partenaires et des donateurs » ; 5. Renforcer et mettre à l'échelle des collectivités territoriales une stratégie digitale ; 6. La dotation des différentes collectivités territoriales d'un dispositif informatif (ordinateurs et de connexion Internet, vidéoprojecteur, téléphone, licence Zoom) ; 7. La prise en charge du plan de communication de chaque collectivité territoriale. 			

Axe stratégique n°2 : la gestion de la pandémie

AXE : GESTION COVID ET PARTENARIAT

Objectif

Faciliter l'appropriation des mesures de prévention et de gestion de la pandémie, par une démarche partenariale.

Stratégie : le développement des partenariats stratégiques pour une mobilisation accrue de ressources

Approches	Canaux/supports	Idées de messages	Ton	Responsables
Mass médias Mobilisation sociale Plaidoyer	Spots radio et TV Affiches Émissions radio Internet et médias sociaux, Campagnes communautaires	Gestes barrières Economie Démographie Textes sacrés Développement	Informatif Sensibilisation Educatif Dissuasif	Lead : Communicant territorial Co-responsables : Volontaires de la communication sociale
Cibles	Activités			
Maire Communicant territorial (Point focal)	1. Animation du cadre de concertation mis en place sur la base des thématiques identifiées ; 2. Organiser, en fin juillet 2020, une journée d'interpellation citoyenne pour la redevabilité sur la gestion de la COVID-19.			
Infirmier Chef de poste	1. Organisation, tous les vendredis, d'une réunion d'évaluation et de traitement des informations par les volontaires de la communication sociale.			
Comité d'engagement citoyen (badienou gokh, Relais dans les quartiers, villages, ASC, Elèves, Enseignants...)	1. Mettre en œuvre le plan d'action de la communication dans les quartiers et les villages.			
PNUD	1. Le développement d'une application accessible aux 05 collectivités territoriales pour la gestion de la COVID-19.			

En définitive, les moyens dégagés pour les trois volets du plan sont estimés à **119 961 230 FCFA**.

Tableau récapitulatif des contributions des partenaires à la riposte COVID-19 dans la commune de Bargny

Rubriques	Commune	PNUD	Comité départemental	Diaspora	Responsables
Dotation de produits sanitaires et matériels de protection (gels, lavoirs, savons, thermoflashes, masques, eau de javel, blouses de protection, etc.)	4 487 000	22 169 000	En nature	En nature	En nature
Dotation en médicaments des structures sanitaires	5 000 000	-	-	-	-
Mise à disposition de matériels médicaux et informatiques	-	12 938 422	-	-	-
Octroi de denrées alimentaires à plus de 3 000 ménages	52 500 000	-	-	En nature	En nature
Prise en charge de la « cuisine daaras » durant tout le mois de Ramadan	600 000	-	1 000 000	-	1 059 200
Appui aux artisans (tailleurs, chauffeurs de clando, métiers du mode et de l'esthétique)	16 217 000	-	-	-	-
TOTAL	78 804 000	35 107 422	1 000 000	-	1 059 200
TOTAL GÉNÉRAL	115 970 622				

Les facteurs de succès

Les points de satisfaction suivants ont été notés :

- À Bargny, le couvre-feu est respecté et la commune constate aussi une plus grande prise de conscience des populations dans la gestion des événements familiaux (baptême, décès, etc.). Les voitures sonorisées circulent pour les besoins de sensibilisation.
- Le plan de gestion des daraas est en cours d'exécution sur la base du travail effectué par la dynamique citoyenne des 100 volontaires en partenariat avec les badienou gokh, faisant suite à la distribution de produits antiseptiques (savons, lave-main, eau de javel etc.), initiée par le comité. Le Maire a proposé de confier la préparation des repas livrés aux daaras aux badienou gokh. Cette mesure phare va démarrer incessamment pour une sécurité des enfants, mais aussi pour éviter la propagation de la maladie.
- On note également une relative bonne application par les taximen des mesures prises par le Ministre des Transports. Ces acteurs de la mobilité urbaine ont été les premiers à bénéficier d'une importante dotation de gel, masques, savon, eau de javel. Cette opération de distribution a touché tous les endroits publics tels que : les postes de santé, les femmes vendeuses au niveau de la route nationale, les sites de transformation de produits halieutiques, les maternités et en grande partie chez les vendeuses de légumes localisées dans les quartiers.
- Des dons d'un montant de 10 000 000 FCFA répartis en bons d'achat de 25 000 FCFA ont été partagés à plus de 300 femmes transformatrices de poisson exerçant aux limites immédiates de la centrale à charbon de Bargny. Il s'agit notamment de celles évoluant sur le site Xelcom. Une initiative qui est à mettre à l'actif de la Compagnie d'électricité du Sénégal et des autres actionnaires de la centrale. Elle s'inscrit dans ses actions d'entraide et de partage opérées de longue tradition et durant chaque mois de Ramadan.
- Le PNUD a mis à la disposition de la commune, dans le cadre de la riposte territoriale à la Covid-19, un important lot de matériels composé de : 15 000 masques, 400 bouteilles de gels hydroalcooliques, 100 gants, 50 blouses de protection pour le personnel sanitaire, 100 thermo flash, 8 000 savons et 8 000 bouteilles deau de javel. Aussi, des équipements médicaux (14 lits d'hôpital et 10 tables d'accouchement) et du matériel informatique (04 ordinateurs et 03 imprimantes) ont été remis par le PNUD à la commune.

Coût du plan de riposte COVID-19

La commune a évalué le coût de son plan de riposte à la somme de **cent soixante-seize millions huit cent vingt mille (176 820 000) de FCFA**. Le récapitulatif du plan de riposte est le suivant :

Récapitulatif du plan d'actions de riposte de la Commune de Bargny

Principales activités	Résultats attendus	Calendrier	BUDGET
AXE 1 : RENFORCEMENT DES MESURES SANITAIRES ET SENSIBILISATION DES POPULATIONS			
Dotations de produits sanitaires, 5000 masques, gels, savons, gants	Les populations sont protégées (école, mosquées, marchés...)	juin	8 000 000
Dotation des postes de santé en médicaments.	Les agents de santé et les populations sont protégés.	juin	5 000 000
ET SENSIBILISATION DES POPULATIONS			
Mise en œuvre du Concept #JogXeexCovid : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Campagne de sensibilisation ▪ Médiatisation / visibilité au sein des collectivités territoriales (prise en charge des média) 	Les gestes barrières sont appliquées	juin-juillet	1 500 000
Production de : <ul style="list-style-type: none"> ▪ 0 émissions radiophoniques de 60 min ▪ 01 spot radio de 30 s ▪ 01 vidéos de 3 min ▪ 01 documentaire de 7 min 	La collectivité territoriale dispose de supports de communication	juin-juillet	5 000 000
Production de supports (kakémonos, plaques d'informations en fer vinyl, plaque d'affichage numérique)	La collectivité territoriale dispose de supports de communication	juin-juillet	3 000 000
Consultant en communication pour le renforcement des capacités des relais en technique de communication de crise/ réseaux sociaux / TIC	La collectivité territoriale dispose d'un outil de diffusion des informations	Toute la période	300 000
Équipements / Fournitures de moyens de communication (ordinateurs, connexion, vidéoprojecteur, imprimantes, téléphone)	La collectivité territoriale dispose d'un outil de diffusion des informations	juin-juillet	3 000 000
Appui aux volontaires	La collectivité territoriale dispose d'un rapport documenté	juin-juillet	120 000
Coordination Suivi par les points focaux	La collectivité territoriale dispose d'un rapport documenté	juin-juillet	400 000
Développement d'une application/ plateforme virtuelle commune aux 05 collectivités territoriales	La collectivité territoriale dispose d'un outil de diffusion des informations	Toute la période	1 000 000
Mettre en place une radio communautaire (donner plus de détails sur les principales rubriques)	La collectivité territoriale dispose d'un outil de diffusion des informations	Toute la période	17 500 000

AXE : 2 ACCOMPAGNEMENT DES MÉNAGES			
Achat des 3000 kits alimentaires	Les familles vulnérables reçoivent des denrées	Début juin	52 000 000
Prise en charge des cuisines daaras	Les repas des pensionnaires des daaras sont assurés	juin-septembre	20 000 000
AXE 3 : ACCOMPAGNEMENT ÉCONOMIQUE			
Fonds de relance de l'activité économique	Les acteurs économiques reçoivent un appui financier	juin-septembre	20 000 000
Programme de développement de l'artisanat bargnois	Les artisans, chauffeurs de clando...sont accompagnés financièrement	juin-septembre	30 000 000
Location gratuite des cantines	Les commerçants sont exonérés de paiement de la location	juin-septembre	10 000 000
COÛT DU PLAN			176 820 000



Suivi-évaluation du plan

Le plan de riposte à la COVID-19 fera l'objet d'un suivi régulier assuré par le Comité Local de Riposte mis en place par le Maire de la commune. Des réunions périodiques seront organisées pour définir et évaluer les actions qui sont entreprises dans la commune dans le cadre de la riposte et organiser le déploiement des équipes sur le terrain pour la sensibilisation. Le comité collectera les données et documentera la gestion de l'épidémie au niveau communal.

Dans le domaine de la communication, des indicateurs de suivi des activités sont proposés.

Une évaluation du plan d'actions sera réalisée à l'issue de 03 mois de mise en œuvre et plus tard à six mois pour voir les effets dans la lutte contre la propagation de la COVID-19, mais aussi dans la capacité de la résilience de la commune en cas de survenue de risques sanitaires.





English to Malay

English	Malay	Malay	Malay	Malay	Malay
English	P.C	English	English	English	S.V.T
English	Malay	English	English	English	English
English	Malay	English	English	English	English

Class

English	Malay	Malay	Malay	Malay
English	Malay	Malay	Malay	Malay
English	Malay	Malay	Malay	Malay
English	Malay	Malay	Malay	Malay

Protocole de la communication

L'établissement des modalités clefs d'intervention sous la forme de « protocole de la communication » permet de mieux situer les rôles et l'enchaînement des procédures et étapes dans la mise en œuvre et la coordination des activités. Le protocole de communication permet d'améliorer la planification, la mise en œuvre et la coordination avec les communicants territoriaux et les autres acteurs.

Activités	Méthode d'intervention	Responsables
NIVEAU TERRITORIAL		
Point focal en communication	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifier un point focal communication parmi les collaborateurs, responsable de l'activité en mettant en avant le critère engagement et motivation ; 2. Délibérer et acter la désignation du Point focal. 	Maire
Volontaires de la communication sociale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informer d'abord sur l'objet des « volontaires de la communication sociale » au niveau des acteurs ciblés ; 2. Désigner un représentant au niveau de chaque : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quartier ; ▪ Village ; ▪ Badienou gokh ; ▪ ASC ; ▪ Matrone ou agent de santé ; ▪ Commission santé et sociale de la collectivité territoriale ; ▪ Etc. 3. Délibérer et acter la désignation des membres ; 4. Elaborer un modèle d'engagement des Volontaires ; 5. Signature des déclarations d'engagement par les volontaires pour l'appui à la mise en œuvre du Plan ; 6. Faire élaborer par le point focal une feuille de route pour l'accompagnement de la mise en œuvre du plan de communication ; 7. Tenir une réunion hebdomadaire d'évaluation et de traitement des données dirigée par le Point focal ; 8. Faire élaborer par le point focal, un rapport hebdomadaire de la situation de mise en œuvre ; 9. Développer une bandothèque (vidéos et photos) ; 10. Faire évaluer au terme de la mission par le Point focal, la mission des volontaires de la communication sociale. 	Maire

Concept « Jog Xeex COVID »	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planifier sur une semaine les activités du concept ; 2. Faire élaborer par le Point focal les termes de référence ; 3. Partager les objectifs du concept avec les volontaires ; 4. Concevoir et diffuser 10 émissions interactives à la radio communautaire sur les thématiques et les messages clefs à choisir ; <ul style="list-style-type: none"> ▪ La prévention (avec les gestes barrières) ; ▪ L'argumentaire religieux (Islam et Christianisme) ; ▪ Le rôle de la Collectivité territoriale dans le cadre de la riposte ; ▪ La dimension communautaire de la riposte : la place des relais ; ▪ Les défis sanitaires et économiques de la COVID-19 ; ▪ La gestion de la COVID-19 par la communauté ; ▪ La prévention en milieu scolaire ; ▪ La dimension genre de la COVID-19 dans les collectivités territoriales ; ▪ Vivre en présence de la COVID -19 : le changement de comportement des populations face à la COVID-19 ; ▪ La stigmatisation en cas de COVID-19. 5. Faire sponsoriser ces émissions pour faire participer la population avec des cadeaux ; 6. Organiser une caravane avec le Maire le jour du Louma pour sensibiliser les populations. Mettre à contribution les équipes du SNEIPS pour harmoniser les messages ; 7. Faire un focus durant le sermon du vendredi et les prêches du dimanche, sur la prévention de la maladie ; 8. Faire tenir des visites à domicile si possible avec la participation du Maire ; 9. Inviter la TV nationale (RTS), les radios locales et privées, et assurer un reportage au JT de la RTS pour diffusion, avec une interview du maire ; 10. Elaborer une note de presse à transmettre aux media, au moins deux (02) jours avant l'évènement ; 11. Poster la note de presse, un jour avant l'activité ; 12. Compte rendu de media, suivi et monitoring de l'activité ; 13. Archiver les éléments contenus durant cette semaine. 	Point focal
Engager les Leaders communautaires	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le maire liste les personnes cibles et les informe de l'objet ; 2. Le maire se déplace pour avoir un engagement communautaire à s'impliquer dans la riposte ; 3. Le PNUD accompagne les leaders communautaires dans la conception de messages forts à diffuser au sein de la communauté. 	Maire
Point Santé	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le maire identifie un lieu à l'entrée et à la sortie ; 2. Le maire délibère et engage les travaux de réalisation d'une guérite ; 3. Le maire identifie deux personnes pour assurer la permanence et délibère sur l'objet ; 4. Le maire prévoit une motivation symbolique pour la pérennité de l'activité. 	Maire
Centre d'appel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le maire prend contact avec la SONATEL pour les modalités pratiques de mise en place d'un centre d'appel pour la gestion des cas suspects. 	Maire

Elaboration de supports de communication (affichage numérique, plaques, kakémonos visuels, spot radios, vidéo, plateforme web)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le point focal élabore les spécifications techniques avec l'appui du facilitateur ; 2. Le choix de l'opérateur est fait et validé par le Maire ; 3. La réalisation et réception des supports est constatée ; 4. Les supports sont diffusés par le Point focal ; 5. NB : Pour une convention, le point focal soumet au maire un projet de convention qui est signée par les deux parties. 	Point Focal
Mise en œuvre du Plan de communication	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organiser une rencontre de restitution du plan de communication aux volontaires ; 2. Organiser un atelier de compréhension des messages à diffuser ; 3. Chaque message, ou accroche doit faire l'objet d'un consensus au niveau des volontaires ; 4. Choisir des messages avec un usage multi-langue. 	Point Focal
	<ol style="list-style-type: none"> 5. Prendre en charge financièrement les plans de communication des collectivités territoriales pilotes ; 6. Acheter des supports informatique et audiovisuels (Ordinateur et Vidéoprojecteur, Connexion, Téléphone) suivant procédure PNUD. 	Partenaires
Suivi-capitalisation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Valider un format normalisé pour les rapports, le suivi et ainsi que le contenu proposé par le facilitateur/ la messagerie des centres d'appel ; 2. Tenir un rapport hebdomadaire des activités visées ; 3. Transmettre chaque Lundi le rapport au facilitateur ; 4. Favoriser une communication axée sur les résultats. 	Point focal
Guide didactique COVID	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborer un mémo et une requête à l'attention du Directeur du SNEIPS 2. Inclure le coût de la prise en charge de cette activité ; 3. Elaborer les termes de référence pour l'élaboration du guide didactique ; 4. S'attacher les services de spécialistes pour l'élaboration du guide ; 5. Concevoir et valider le contenu du guide et le traduire en langue locale (Ouolof et Sérère) ; 6. Procéder à la diffusion du guide didactique ; 7. Faire un appel à concurrence d'une Agence de communication sur une longue période. 	PNUD
NIVEAU EXTERNE		
Stratégie digitale et Stratégie de duplication	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborer un mémo et une requête de financement ; 2. Inclure le coût de la prise en charge de cette activité ; 3. Elaborer les termes de référence pour l'élaboration des documents de stratégie ; 4. S'attacher les services de spécialistes pour l'élaboration des stratégies ; 5. Concevoir et valider le contenu des stratégies ; 6. Procéder à la mise en œuvre. 	PNUD



Abou Ahmed SECK

Directeur de Cabinet de Monsieur Oumar Gueye
Ministre en charge des Collectivités Territoriales
Maire de la commune

gayeseck@yahoo.fr

+221 78 372 76 76



**Programme des Nations Unies pour le
développement**

Bureau du Sénégal

Route du Méridien Président,
Almadies Immeuble Wollé Ndiaye

Dakar, Sénégal - BP 154