



**Ministère de l'Economie, de la Planification du Développement
et de la Coopération Internationale (MEPDCI)
Programme Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle (SAN)**

Stratégie et plan de communication/visibilité du Programme sécurité alimentaire et nutritionnelle (SAN)



Exemple de logos – Autres propositions dans ce document

Préparé par l'AT communication /visibilité :
Bruno DUMOULIN & Paulin NGARASSOUM

Version provisoire 1

Jun 2021

Programme multisectoriel impliquant les Ministères suivants :

- Ministère du Développement Agricole (MDA)
- Ministère des infrastructures et du Désenclavement (MID)
- Ministère de la santé publique (MSP)
- Ministère de l'Hydraulique Rurale et Urbaine (MHRU)



SOMMAIRE

ABRÉVIATIONS	3
1 PRÉAMBULE	4
2 CONTEXTE D'INTERVENTION	5
2.1 Bref historique et dates clés du SAN	5
2.2 Présentation du Programme SAN	5
2.3 Point sur la communication du Programme SAN	8
3 PAYSAGE MEDIATIQUE ET PRESTATAIRES	10
3.1 La HAMA	10
3.2 Médias (TV, radios, presse écrite et numérique)	10
3.2.1 Télévision et radiodiffusion	11
3.2.1 Presse écrite et numérique (en ligne)	12
3.3 Organisations faitières et réseaux	13
3.4 Télécommunication et Internet	14
3.4.1 Téléphonie fixe et mobile	14
3.4.2 Internet	14
3.5 Agences de communication et prestataires	16
3.5.1 Agence de communication, web et studio de production	16
3.5.1 Industries graphiques/Imprimerie	18
4 STRATEGIE DE COMMUNICATION	20
4.1 Prérequis de mise en œuvre de la C&V	20
4.1.1 Recrutement d'un expert local en communication	20
4.1.2 Identité visuelle du Programme SAN (Charte graphique)	20
4.1.3 Création d'une banque d'images et visuels	23
4.2 Structuration pour la mise en œuvre C&V	24
4.2.1 Axes et objectifs de la communication	24
4.2.2 Circuits simplifié de circulation de l'information	26
4.2.3 Choix des outils/supports, avantages et diffusion	27
4.3 Contenus de la communication, règles de base	28
5 MISE EN ŒUVRE DE LA COMMUNICATION (ACTIONS & OUTILS)	29
5.1 Outils et supports de communication	29
5.1.1 Site Internet du programme SAN	29
5.1.2 Kit harmonisé C&V	30
5.1.3 Réseaux sociaux	31
5.1.4 Supports de présentation du SAN	31
5.1.5 Supports promotionnels des résultats et impacts	33
5.1.6 Autres outils de communication/visibilité	35
5.1.7 Supports de capitalisation finale du SAN	36



5.2	Canaux et relais de communication.....	37
5.2.1	Site Internet et réseaux sociaux du SAN	37
5.2.2	Rencontres et réunions programme/partenaires.....	38
5.2.3	Événementiels du programme SAN	38
5.2.4	Médias (TV, radio & presse écrite et numérique).....	38
5.2.5	Autres canaux/relais de communication/visibilité	39
5.2.6	Groupes de discussion WhatsApp et campagnes emailing.....	40
5.3	Gestion documentaire.....	41
5.4	Communication et Covid 19	41
5.5	Rappel des consignes C&V.....	43
5.6	Formations et renforcement des capacités.....	44
5.6.1	Formation à l'administration du site Internet SAN	44
5.6.2	Initiation à la communication et utilisation Kit harmonisé C&V.....	44
5.6.3	Atelier participatif : rédaction et élaboration de contenus	44
5.6.4	Initiation aux techniques de prise de vues et réalisation de vidéo.....	45
5.6.5	Atelier de formation à la capitalisation.....	45
6	SUIVI & ÉVALUATION C&V	46
7	EQUIPEMENT DE PRODUCTION C&V	48
8	PLAN DE COMMUNICATION DU PROGRAMME SAN.....	49
9	CHRONOGRAMME DE MISE EN ŒUVRE	57
10	BUDGET INDICATIF	59
11	RECOMMANDATIONS	60
12	LISTE DES ANNEXES	61
	Annexe 1 : Liste des personnes rencontrées.....	62
	Annexe 2 : Références bibliographiques	66
	Annexe 3 : Liste des agences de communication	68
	Annexe 4 : Liste des agences de création de site web	69
	Annexe 5 : Liste des imprimeries au Tchad.....	70
	Annexe 6 : Grille tarifaire de la télévision nationale.....	71
	Annexe 7 : Grille tarifaire de la télévision nationale.....	73
	Annexe 8 : Grille tarifaire presse écrite (Le Progrès et autres).....	75
	Annexe 9 : Grille tarifaire Tchad infos	76
	Annexe 10 : Grille tarifaire Alwhida infos.....	77
	Annexe 11 : Membres du réseau des journalistes tchadiens en nutrition.....	81
	Annexe 12 : Devis Aubaine Graphic impressions SAN.....	84
	Annexe 13 : Devis AGB impressions SAN	86
	Annexe 14 : Devis Magic Graphics impressions SAN.....	87
	Annexe 15 : Devis La Fontaine impressions SAN	88



ABREVIATIONS

AàP	Appel à propositions
ANADER	Agence nationale de développement rural
AT	Assistance technique
CAMR	Composante accessibilité mobilité rurale
C&V	Communication et visibilité
CDA	Comité départemental d'Action
CEAH	Composante eau, assainissement et hygiène
COFIL	Comité de pilotage
CPA	Comité provincial d'action
CPNA	Comité provincial nutrition et alimentation
CSO	Comité de suivi opérationnel
CST	Comité de suivi technique
CSA	Composante sécurité alimentaire
CTPNA	Comité technique permanent de nutrition et d'alimentation
SN	Composante santé nutrition
CTPN	Comité technique permanent de la nutrition et de l'alimentation
DAO	Dossiers d'appel d'offre
DUE	Délégation de l'Union européenne
FAO	Food & agriculture organisation
FED	Fond européen de Développement
HAMA	Haute autorité des médias et de l'audiovisuel
IDH	Indice de développement humain
MDA	Ministère du Développement Agricole (MDA)
INSEED	Institut national de la statistique, des études économiques et démographiques
MEPD	Ministère de l'économie, de la planification du développement
MHRU	Ministère de l'Hydraulique Rurale et Urbaine (MHRU)
MITD	Ministères des infrastructures, des transports et du désenclavement
MOA	Maître d'ouvrage
MOD	Maîtrise d'œuvre délégué
MSP	Ministère de la santé publique
OCHA	Office for the coordination of humanitarian affairs (Nation Unies)
ODD	Objectif de développement durable
OMO	Opérateur de mise en œuvre
ON	Ordonnateur national
ONAMA	Office national des médias audiovisuels
ONG	Organisation non gouvernementale
OSC	Organisation de la société civile
PAM	Programme alimentaire mondial, en Anglais WFP(Word food program)
PDL	Plan de développement local
PIN	Programme indicatif national
PTF	Partenaires techniques et financiers
REACH	Renewed efforts against child hunger and under nutrition (Coordination des 4 Agences des Nations Unies : FAO, PAM, OMS et UNFPA)
RECOSAN	Réponse coordonnée de la santé et de la nutrition (groupement d'ONG)
RJTN	Réseau des journalistes tchadien pour la nutrition
SAN	Programme sécurité alimentaire et nutritionnelle
S&E	Suivi-évaluation
SISAAP	Système d'information sur la sécurité alimentaire et l'alerte précoce
SNRP	Stratégie nationale de réduction de la pauvreté
TDR	Termes de référence
UE	Union européenne
UNICEF	Fonds des nations unies pour l'enfance
URPT	Union des radios privées du Tchad



1 PREAMBULE

La présente mission s'inscrit dans le cadre de l'Assistance technique long terme du consortium AGRER-TYPSA-NIRAS-AEDES d'appui à la coordination nationale du Programme sécurité alimentaire et nutritionnel (SAN) et de ses composantes sectorielles.

Cette mission vise à l'élaboration de la stratégie et du plan de communication/visibilité du Programme SAN et s'est déroulée à N'Djamena du 17 mai au 09 juin. Elle a été conduite par une équipe composée d'un expert international en communication/visibilité et de son homologue national.

Le programme SAN est rattaché au Ministère de l'Economie, de la Planification du Développement et de la Coopération Internationale (MEPDCI) Ordonnateur National de FED (ON du FED) dans le cadre d'un financement du 11^{ème} FED signé entre la République du Tchad et l'Union européenne (Convention de financement signée en septembre 2014).

Cette stratégie et son plan de communication/visibilité figurent parmi les obligations contractuelles prévues dans la Convention de financement.

Le travail réalisé prend en compte les « Lignes Directrices de communication et de visibilité pour les actions extérieures de l'Union européenne » (1^{er} janvier 2018).

Ce document est le résultat des nombreux échanges avec les équipes de la Coordination nationale SAN (inclus AT), des Composantes sectorielles, des acteurs de la mise en œuvre...ainsi que des partenaires et prestataires potentiels¹ lors de rencontres individuelles et des focus groups. Et également à travers une revue documentaire fournie par le Programme SAN et collectée au cours de la mission².

L'équipe C&V tient à remercier tout particulièrement Madame la Coordinatrice nationale, Monsieur le chef de l'AT et l'ensemble de l'équipe SAN pour leurs disponibilités (nombreuses discussions/échanges) nécessaires au bon déroulement de la mission. Nous remercions également les responsables et équipes des quatre Composantes sectorielles du SAN pour leur intérêt et le temps accordé lors des rencontres.

Mais aussi bien entendu à l'ensemble des personnes rencontrées pour leur intérêt et pour toutes les informations fournies qui ont permis de construire la stratégie et le plan de communication/visibilité du SAN.

Le contenu de la présente publication relève de la seule responsabilité d'Agres et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant l'avis de l'Union européenne

¹ Annexe 1 : Liste des personnes rencontrées.

² Annexe 2 : Liste des documents consultés



2 CONTEXTE D'INTERVENTION

2.1 Bref historique et dates clés du SAN

L'insécurité alimentaire touche de manière récurrente et à différents degrés une proportion importante de la population tchadienne. En réponse à cette situation, le Gouvernement tchadien avec l'appui de l'Union européenne a décidé de concevoir un programme novateur multisectoriel afin de répondre efficacement aux problématiques liées à la sécurité alimentaire et nutritionnelle.

Issu d'une programmation concertée, le SAN s'inscrit dans le cadre du PIN (2014-2020) et du PND (2017-2021) qui reflète les orientations de la « Vision 2030, le Tchad que nous voulons. Ce programme s'inscrit dans le cadre d'un financement du 11^{ème} FED.

Quelques dates clés du SAN :

- Décision de financement : Octobre 2016
- Signature de Convention de financement MEPD-ON/UE : 07 septembre 2017
- Mise en place de la coordination nationale et des composantes sectorielles : 01 janvier 2018
- Première réunion du Comité de pilotage du Programme SAN : 28 avril 2020
- Lancement officiel du Programme SAN à N'Djamena : 30 mai 2020
- Lancement officiel du SAN dans les 5 Provinces : juillet 2020
- Date limite d'engagement (N+5) : 06 septembre 2022
- Date limite de la mise en œuvre opérationnelle : 07 novembre 2025 (8,2 ans)
- Date limite d'exécution : 07 septembre 2027

Les opérateurs de mise en œuvre (ONG, entreprises) sont tenus par les conventions signées d'assurer la communication/visibilité. Certains ont déjà préparé des panneaux (signalétique institutionnelle) et élaborent des plans de communication. Ils assureront notamment la communication de proximité et seront appuyés par la Coordination nationale pour l'harmonisation de la communication/visibilité (pack C & V SAN), le renforcement des capacités (initiation à la communication, techniques de rédaction, technique de prises de vues...). Ils contribueront aussi à alimenter la communication/visibilité (photos, témoignages/interview, résultats...) et à la diffusion des informations de veille informationnelle (auprès de médias et autorités locales).

2.2 Présentation du Programme SAN

Le Programme SAN est issu d'une démarche concertée et participative. Son approche novatrice multisectorielle et multi-acteurs souhaite apporter une réponse efficace en matière de sécurité alimentaire et nutritionnelle.

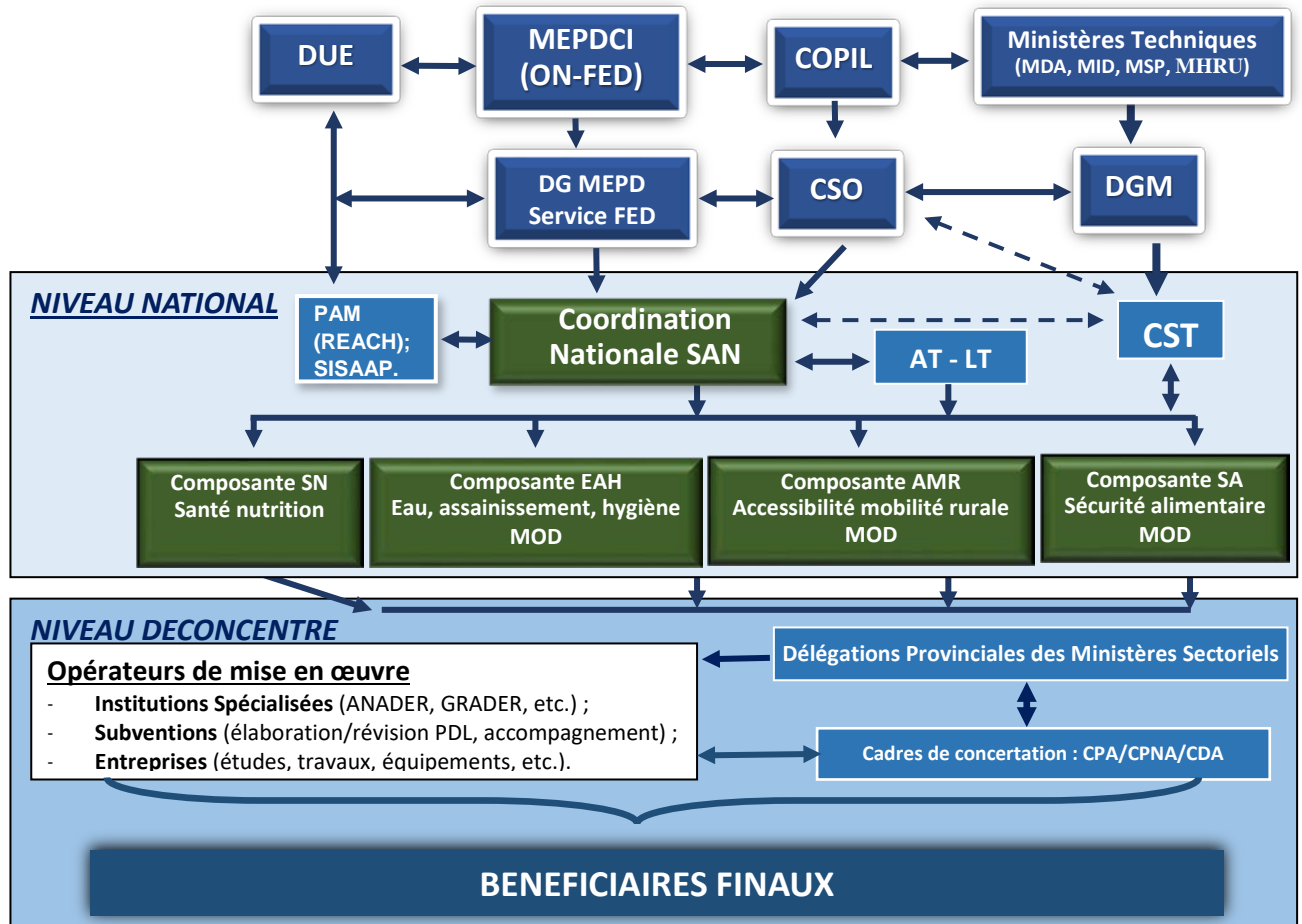
Le Programme SAN vise les objectifs suivants :

- **Objectif global** : Promouvoir le développement socio-économique du Tchad par une réduction de la malnutrition.
- **Objectif spécifique** : Contribuer à une réduction significative de la prévalence de la malnutrition chronique au Tchad.



Il s'agit d'un programme complexe dans sa coordination en raison notamment de son dispositif institutionnel et organisationnel (voir schéma ci-dessous). L'Assistance technique long terme souligne que certaines composantes ont encore du mal à s'identifier au Programme SAN et placent leurs interventions avant tout comme celles de leurs départements ministériels respectifs.

Dispositif opérationnel du Programme SAN



D'après graphique du PPT du Comité de Pilotage

Mieux que de longues explications, ce schéma montre à la fois la complexité (multi-acteurs) de mise en œuvre mais aussi les intérêts de cette approche multisectorielle de type développement rural intégré pour garantir la réussite des objectifs fixés.

Les **5 Provinces (30 sous-préfectures)** jugées prioritaires (parmi les plus touchées par la malnutrition chronique) retenues dans le cadre de la mise en œuvre du Programme SAN sont les suivantes :

- 1 - Logone Occidentale
- 2 – Tandjilé
- 3 – Guéra
- 4 – Ouaddaï
- 5 – Wadi-Fira





Rattaché au Ministère de l'économie et de la planification du développement (MEPD), la Coordination nationale du Programme SAN a mis en place **4 composantes sectorielles** rattachées aux Ministères concernés :

- 1. Mobilité et accessibilité rurale** : Ministère des Infrastructures et du Désenclavement (Direction générale des routes et pistes rurales et la cellule de suivi et de coordination des projets).
 - Désenclavement des bassins de production et ses marchés ruraux
- 2. Eau et assainissement** : Ministère de l'Hydraulique Rurale et Urbaine (Direction générale de l'hydraulique et de l'assainissement)
 - Amélioration de l'accès et l'utilisation de l'eau, assainissement et hygiène
- 3. Santé/nutrition** : Ministère de la Santé Publique (Direction générale des activités sanitaires, Direction pour la nutrition et les technologies alimentaires, Direction des statistiques et d'informations sanitaires et Direction de la santé environnementale et de la promotion de la santé).
 - Amélioration des soins de santé materno-infantiles.
- 4. Sécurité alimentaire** : Ministère du Développement Agricole, Agence Nationale de Développement Rural et dispositif national de gestion et prévention des crises alimentaires et nutritionnelles.
 - Maîtrise de l'eau agro-pastorale, la structuration de la société civile rurale et le renforcement des filières agricoles





La mise en œuvre du SAN dans les provinces est assurée par des partenaires (Entreprises, ONG...) recrutés suite à des appels d'offres, Appels à propositions (Travaux, services, fourniture et subventions) et avec l'appui des services déconcentrés de l'état (Délégations Provinciales des Ministères Sectoriels, institutions spécialisées : ANADER, GRADER... et Cadres de concertation : CPA/CPNA/CDA).

Présentations succinctes des résultats attendus :

A travers sa démarche novatrice et multisectorielle le Programme aborde les problèmes alimentaires et nutritionnels dans leur globalité. Ci-dessous les résultats attendus et un aperçu des actions prévues (non exhaustif) :

Résultat 1 : la gouvernance et la budgétisation sectorielles sont renforcées.

- Appui aux institutions pour le renforcement de la gouvernance nationale et sub-nationale et consolidation du dispositif national de prévention et de gestion des crises alimentaires et nutritionnelles...

Résultat 2 : les niveaux d'insécurité alimentaire et de malnutrition chronique parmi les populations vulnérables ciblées sont réduits.

- Aménagement/équipement /sites agricoles (7200 Ha dont 3000 GT)
- Etude sur les filières porteuses
- 1.000 Km de pistes réhabilitées et entretenues
- 9 Adductions d'eau potable
- 107 Unités de production hydraulique
- 3 Laboratoires d'analyse à appuyer (dont 1 à construire et 1 à réhabiliter)
- 633 Pompes à motricité Humaine
- 369 latrines
- 128 incinérateurs...

2.3 Point sur la communication du Programme SAN

La communication/visibilité est une activité transversale important tout au long du programme. Initialement prévue dès le démarrage du Programme SAN et suite à un appel d'offre infructueux pour le recrutement d'une Agence de communication, des TdR ont été préparés pour un recrutement dans le cadre de l'assistance technique d'Agreer. Il est donc urgent de démarrer les activités de communication/visibilité très rapidement car le programme SAN entre dans sa phase opérationnelle de mise en œuvre.

A l'initiative de Mme la Coordinatrice du Programme SAN divers outils de communication ont été produits (par la Société Preston Concept) notamment pour les Ateliers de lancement du SAN à N'Djamena le 30 mai 2020 (maximum 50 participants en raison des consignes sanitaires liées à la COVID 19) puis dans les 5 provinces concernées par le Programme SAN.



Supports Audiovisuels

- 1 documentaire de 13 mn
- 1 documentaire de 5 mn
- 1 spot TV
- 1 spot radio
- Photos (couverture de l'évènement)

Supports graphiques

- Dépliant
- Flyer
- Panneaux 4 x3
- Banderoles 5x1
- Tee-shirt et casquettes
- Autocollant
- Fond de scène
- 3 Kakemonos



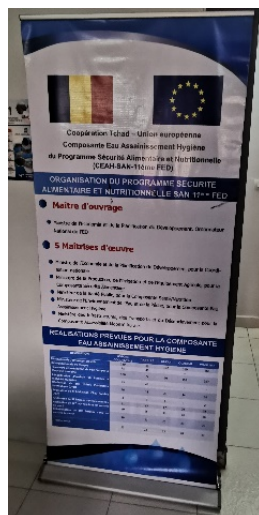
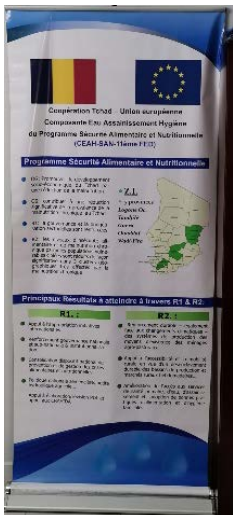
Dépliant promotionnel du SAN

Ne disposant pas d'images, ces supports ont été réalisés avec des visuels collectés sur Internet.

D'autres outils ont aussi été réalisés tels qu'une présentation PPT du Programme pour le COPIL ou encore un animatic (petite présentation animée) de vœux 2021.

Pour la coordination nationale ainsi que pour les composantes sectorielles du SAN des panneaux de signalisation ont été réalisés et installés.

La composante eau, assainissement et hygiène a aussi produit divers supports de communication notamment dans le cadre des journées mondiales de l'eau : 3 kakemonos, boîte à images, plaquette et fiches.



Les outils de communication/visibilité produits ont le mérite d'exister mais les nouvelles réalisations devront être harmonisées avec une « identité visuelle SAN » (sur la base d'une charte graphique) et les contenus améliorés (vulgarisation des informations et supports moins surchargés pour faciliter la compréhension et faciliter la mémorisation).



3 PAYSAGE MEDIATIQUE ET PRESTATAIRES

Ce chapitre offre un aperçu rapide et s'appuie principalement sur des informations recueillies lors de rencontres/discussions ainsi que de données collectés sur Internet.

3.1 La HAMA

La gestation du paysage médiatique au Tchad a été pour le moins qu'on puisse dire, laborieuse. Surtout avant les années 90, il n'existait que des médias publics, qui faisaient exclusivement échos de l'exercice politique du Gouvernement. L'avènement de la démocratie en 1990, qui confère la liberté d'expression en générale et celle de la presse en particulier et la libéralisation du secteur de l'audiovisuel en 2010, ont permis l'éclosion d'une autre figure pluri-médiatique. Ces industries médiatiques qui ont su prendre de la place dans le cœur des populations, sont aujourd'hui un instrument très important de sensibilisation et vulgarisation de l'information.

Ainsi, pour entre autres veiller à la liberté et la protection de la presse, garantir l'accès aux sources d'information et aux moyens publics d'information, veiller au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans la presse, la communication audiovisuelle et en ligne, le Haut Conseil de la Communication (HCC) est institué en son temps par la Loi 012/PR/94 du 09 avril 1994. A ce jour, devenu Haute Autorité des Média et de l'Audiovisuel (HAMA) au regard de la Loi 016/PR/2018 du 18 mai 2018.

Autorité administrative et indépendante dans l'administration de sa mission la HAMA élabore chaque année, depuis deux ans un annuaire des médias légalement enregistrés et autorisés à exercer au Tchad.

La HAMA a édité un « **Annuaire des médias du Tchad 2020** » (mai) avec les contacts regroupant la presse écrite, les médias en ligne, les médias audiovisuels publics et privés, les stations étrangères, les correspondants des médias internationaux au Tchad ainsi que les organisations faitières et réseaux. Ce document étant volumineux (72 pages) nous ne le mettons pas en annexe et vous invitons à la télécharger via le lien suivant : <https://hamatchad.org/annuaire-des-media-du-tchad/>

3.2 Médias (TV, radios, presse écrite et numérique)

ONAMA ex ONRTV (télévision et radios publiques) :
l'ONAMA (Office National des Médias Audiovisuels) regroupe la télévision, la radio publique et l'Agence Tchadienne de Presse et d'Édition (ATPE),





3.2.1 Télévision et radiodiffusion

La télévision tchadienne :

La télévision couvre 6 localités (dont N'Djamena), à noter que dans les régions et parfois même à N'Djamena, les gens se regroupent pour regarder ensemble la télévision. Même si l'accès peut s'avérer marginal, la télévision présente toutefois de l'intérêt pour le SAN d'atteindre notamment les décideurs tchadiens (diffusion de magazines sur le développement rural et la gestion des ressources naturelles, organisation de tables rondes, réalisation de reportages, couverture médiatique d'événements...).

La Radiodiffusion nationale tchadienne :

La radiodiffusion nationale à travers les ondes courtes couvrait l'ensemble du territoire tchadien. Actuellement ce canal de diffusion est en panne. Toutefois elle est présente dans 5 régions qui produisent et diffusent des émissions (sur la bande Fm) et effectuent aussi la diffusion en synchronisation des grands journaux nationaux. La radio nationale et les radios régionales diffusent conjointement dans 14 langues (dont le Français et l'Arabe). A ne pas oublier que la radio et télé nationales sont aussi présentes sur bouquet canal +.

Les radios communautaires et privés :

Depuis les années 2000, les radios communautaires se développent au Tchad. Ces radios (rayon d'émission 80/100 Km), répondent aux attentes des populations car elles offrent des informations de proximité et des émissions en rapport avec les besoins et les préoccupations des auditeurs. Elles émettent en français, arabe et dans les langues régionales.

Des expériences avérées, démontrent que les populations rencontrées ont majoritairement signalé écouter les radios communautaires au détriment des radios publiques. Seule une étude détaillée pourrait fournir des chiffres fiables mais il semble que les radios communautaires bénéficient de la préférence des auditeurs.

Les radios communautaires produisent et diffusent principalement des émissions liées au développement (santé, éducation, agriculture, élevage, culture traditionnelle...) et cela justifie l'engouement des auditeurs car elles répondent à leurs besoins.

Des données fournies par la HAMA (datant de 2021) répertorient une soixantaine de radiodiffusions sonores privées sur le territoire tchadien. Réparties dans 4 catégories à savoir : thématique, associative, commerciale et communautaire.

Pour les radios communautaires, les recettes publicitaires ne doivent pas dépasser 20 % du budget de fonctionnement. Elles nécessitent par conséquent des financements extérieurs. La majorité des RC trouvent leurs financements auprès des Diocèses (sans aucun prosélytisme) et/ou des Organismes Internationaux (Francophonie, Equal Access, USAID et HCR). Ces financements extérieurs peuvent fragiliser la pérennité de ces radios. En raison de la crise économique que traversent les sociétés au Tchad la HAMA vient juste en ce mois de Mai 2021 d'exonérer ces radios communautaires et associatives de la redevance audiovisuelles que celles-ci versent annuellement à l'Etat.

Ces radios de proximité peuvent constituer un excellent outil pour favoriser la dynamique locale autour du SAN. Elles peuvent informer de l'intervention du programme dans la région, réaliser des microprogrammes, des reportages sur les réalisations avancées du SAN (communication de proximité via les opérateurs de mise en œuvre du SAN).



Les productions TV et radio sur le SAN devront être obligatoirement diffusées aux heures de grande écoute (prime time). Plutôt dans la soirée pour ce qui est de la télévision. En ce qui concerne la radiodiffusion, tôt le matin ou en début de soirée semblent les meilleurs moments pour s'assurer d'atteindre un large auditoire.

3.2.1 Presse écrite et numérique (en ligne)

La presse écrite :

La Presse écrite se concentre principalement à N'Djamena. La liste fournie par la HAMA dénombre une trentaine de publications dont 15 éligibles pour bénéficier d'une aide financière de l'État tchadien. La non-éligibilité des autres tient du fait de leur parution irrégulière ou de leur trop jeune existence. Selon la HAMA les publications sont en français pour certaines publications et en arabe pour d'autres.

Sur toutes ces parutions juste 2 paraissent quotidiennement. On compte 1 bi--hebdo, 15 hebdo, 2 mensuels, 7 trimestriels, 3 bimensuels.

Le tirage pour l'ensemble de ces publications varie entre 30.000 et 45.0000 exemplaires soit à titre indicatif un tirage moyen compris entre 1.600 et 2.500 exemplaires par publication.

À noter qu'un journal acheté ne signifie pas un lecteur. Les tchadiens lettrés ont soif d'informations et chaque publication passe entre de nombreuses mains. Nous disons lettrés car il s'agit de support écrit mais cette soif d'information est présente chez tous les tchadiens mais pour beaucoup la radio est le principal moyen d'informations.

Quotidien « Le Progrès »

Avant la création du journal Le Sahel dans le paysage médiatique tchadien cette année, le Progrès était l'unique quotidien disponible. Créé en 1993, il était un hebdomadaire avant de devenir quotidien. A ce jour la publication est tirée à 2 000 exemplaires.

Vendu à 150 francs CFA l'exemplaire, le Progrès est l'une des publications la plus lue au Tchad. Le journal compte plus de 1000 abonnés qui reçoivent systématiquement un exemplaire à chaque parution.

Les circuits de vente sont variés : Dépôt pharmaceutique, Magasins, vendeurs ambulants. Journal d'informations générales et d'analyse, le progrès suscite beaucoup d'intérêt pour les grandes institutions, des ONG et les politiques, non seulement pour le contenu, mais aussi pour des insertions publicitaires.

C'est quasiment un rituel quotidien pour le journal d'arborer des Appels d'offre, des avis de vacance de poste, déclaration notarial...) Le quotidien est incontournable dans la communication publique en termes de relais d'informations. Le Progrès est distribué aussi en provinces, dans les principales villes du Tchad : Abéché, Moundou, Sarh et Mongo.

Aujourd'hui avec la crise, l'effectif du personnel est réduit à 6 permanents, 2 employés à temps partiel, et 5 correspondants provinciaux qui couvrent les zones de l'Est (Abéché), Sud (Sarh), Ouest (Mao) et Extrême-Nord (Faya Largeau).



Les médias en ligne :

En naviguant sur internet pour découvrir l'actualité tchadienne, on découvre rapidement les organes les plus actifs et les plus suivis. Sur 15 organes enregistrés dans le cadre régulier auprès de la HAMA, deux se démarquent des autres. Il s'agit de Tchad Infos (<https://tchadinfos.com/>) avec 663 752 abonnés et Al Whida Infos (<https://www.alwihdainfo.com/>) avec 73 893 abonnés.

Avec un flux d'information régulier, et du contenu aux formats variés (article, vidéo, breaking news, des directs...) ces deux organes qui traitent quotidiennement des sujets d'intérêt général et socio-politiques en particulier se talonnent en termes de followers. Ils sont sur le réseau social Facebook avec un nombre considérable de followers : 455 000 pour Al Wihda, et 581 017 pour Tchad infos.

Les interactions quasi-régulières entre les lecteurs sur les pages de ces organes, la constance dans les publications laissent deviner le sérieux et l'intérêt remarquable des internautes tchadiens des quatre coins du pays et aussi de la diaspora pour ces deux challengers.

Tchad infos

Plateforme de référence sur l'actualité tchadienne. Ce site se veut apolitique et indépendant, c'est un espace d'échanges et de débats démocratiques selon le fondateur Mamadou Djimtébaye.

Officiellement lancé en 2013, ce journal online touche sensiblement 6 millions de personnes par publications. Tchadinfos, c'est plus de 600 000 abonnés sur Facebook et 57 000 abonnés sur Twitter.

Le journal emploie 25 professionnels de la communication. Pour la plupart jeune.

Article, vidéo, breaking news, retransmission en direct etc...les formats de communication sont variés.

Al wihda Infos

Créé en 2009, Cet organe de presse est présent en physique et en ligne. Plus apprécié et suivi en ligne, la plateforme a 573 893 abonnés sur Facebook. 455 000 followers. Totalise, environ 478 250 likes par publication. En somme Al Wihda infos c'est environ 3 000 000 de personnes touchées par mois.

Deuxième média le plus lu et suivi en ligne au Tchad, après Tchad infos, Alwihda c'est un effectif de 15 personnes pour la ville de N'Djaména et un correspondant par provinces. En termes de collecte d'information la publication couvre toutes les provinces du Tchad. Hormis la collecte et traitement de l'information, Al Wihda a aussi une branche spécialisée dans le développement web.

3.3 Organisations faîtières et réseaux

Des associations de presse et radio tchadiennes sous l'impulsion de la Haute Autorité des médias et de l'Audiovisuel, de l'Observatoire de Déontologie et de l'Ethique des Médias du Tchad (ODEMET) avec l'appui du de DED (la coopération Allemande) ont mis en place la Maison des Médias du Tchad le 25 juillet 2009.

La Maison des médias est une interface des journalistes et hommes/femmes de médias envers les partenaires nationaux et internationaux. Un espace de dialogue et une plateforme de médias professionnels.



Elle regroupe en son sein les principales associations de journalistes (L'Association des Editeurs de la Presse Privée du Tchad ; AEPT, L'Union des Radio Privées du Tchad ; URPT, L'Union des Journalistes du Tchad ; UJT, L'Union des Femmes Professionnelles de la Communication du Tchad ; UFPCT, Ligue Tchadienne des Journalistes Arabophones ; LTJA, Association Tchadienne des Communicateurs, ATCOM, Société des Médias Africains ; SODEMA).

3.4 Télécommunication et Internet

3.4.1 Téléphonie fixe et mobile

Le Ministère des Postes, des Nouvelles Technologies de l'Information, et de la Communication (MPNTIC) via la Société des Télécommunications du Tchad (SOTEL), offre un accès au réseau téléphonique dans les principales villes du pays. Son utilisation concerne beaucoup plus les Institutions d'État, les Opérateurs économiques, les Organismes internationaux, les ONG, ...

Les abonnements de téléphonie fixe se réfèrent à la somme du nombre actif de lignes téléphoniques fixes analogiques. A noter qu'auparavant c'était la principale ligne téléphonique en fonctionnement.

Selon l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP) le nombre de souscription au téléphone fixe au Tchad s'élevait à 6524 en 2019. Par ricochet, le taux de souscription de téléphone fixe par 100 habitants est de 0,04%

Au Tchad, comme partout en Afrique, depuis le début des années 2000, la téléphonie mobile a enregistré une rapide croissance. Le taux de pénétration de la téléphonie mobile est ainsi passé de 0,07% en 2000 pour s'établir à 39,75% en 2014. Cette hausse du taux de pénétration s'est traduite par une hausse du chiffre d'affaires qui est passé de 110,6 milliards de FCFA en 2010 pour s'établir à 178 milliards de FCFA (271 millions d'€) en 2014, soit une croissance moyenne annuelle de l'ordre de 10% depuis bientôt 10 ans.)

La loi n°013/PR/2014 relative aux communications électroniques a attribué à l'ARCEP la mission de réguler les activités des opérateurs de téléphonie mobile au Tchad en vue de protéger les usagers.

Sous son arbitrage, quatre opérateurs au Tchad se partagent ce marché, il s'agit des deux multinationales Airtel et Moov africa puis les sociétés nationales Salam et Tawali.

En saison des pluies, certaines régions du Tchad sont inaccessibles et le téléphone portable permet de garder le contact. Pour les délégations administratives, sanitaires régionales du secteur public et la plupart des ONG, cet outil de communication est l'ultime moyen pour informer leurs Directions administratives sur les activités sur le terrain. Autre exemple, les correspondants des radios communautaires utilisent cet outil pour rapporter en temps réel des informations sur les événements importants dans les localités.

3.4.2 Internet

En Afrique, le Nigeria est le pays qui compte le plus grand nombre d'internautes. Ils sont évalués aujourd'hui à plus de 86 millions. En bas de l'échelle, 4 pays affichent des taux d'accès à Internet inférieurs à 2% : l'Erythrée, le Burundi, la Somalie et la Guinée. Trois autres pays sont en dessous de 3% : le Tchad, le Niger et la Sierra Leone.



Le réseau de téléphonie classique ne permet pas d'accéder à Internet dans des conditions satisfaisantes en outre le meilleur moyen de se connecter à Internet est satellitaire (VSAT) mais les coûts très élevés ne permettent pas un développement de ce système. Est considéré comme un accès Internet haut débit un accès à Internet offrant un débit d'au moins 500 kbit/s.

Aujourd'hui les FAI (Fournisseurs d'Accès Internet), Albideynet, Prestabist, Saonet, Ilnet Telecom, Miracle Telecom, Focom Net Telecom, Global Tech, Manono, Reindos Technologies, Rex, Moov africa, Airtel, Sotel Tchad, Suda-Chad, pour ne citer que ceux-là, commercialisent l'accès satellitaire.

Dans les régions, les seuls bénéficiaires de l'Internet sont les Organismes et Associations internationales en raison des coûts élevés des installations et abonnements. Ces derniers réservent ces accès à leur propre usage et éventuellement à celui de leurs partenaires.

Le nombre d'abonnés haut débit concerne le nombre de personnes titulaires d'un abonnement Internet haut débit. Cet abonnement pouvant être partagé par plusieurs personnes au sein d'un même foyer. Il est donc mécaniquement moins élevé que le nombre d'Internautes, qui recense le nombre de personnes se connectant à l'Internet.

En revanche, Les Sociétés de téléphonie mobile proposent l'accès à internet mobile via les smartphones et depuis quelques années, par des routeurs 4G. Permettant à ce jour une connexion de qualité optimum au-delà de 100 Mégabits/s. Le coût de l'abonnement reste encore très élevé (env. 70 euros/mensuel en illimité pour plusieurs utilisateurs) et donc réservé à une petite minorité de la population. Moov africa et Airtel proposent également des abonnements via les smartphones valable 1 mois pour environ 15€ et 7 Go de données.

Cependant, Il faut reconnaître que les opérateurs de la téléphonie mobile exerçant au Tchad, font face à un défi pas des moindres. La problématique de conciliation de leur objectif de réaliser des profits tout en offrant des services de meilleures qualités à des prix abordables aux consommateurs sur l'ensemble du territoire national. Quand on sait que l'environnement des affaires dans lequel ils évoluent maintenant leur impose d'importantes contraintes. A savoir la question liée à la pression fiscale qui pèse sur le secteur des TIC et la problématique de l'énergie en tant que facteur indispensable au développement de leurs activités.

À noter également que dans le cadre des projets pétroliers dans la région de Doba, une fibre optique de 24 filaments qui forment le bouquet transporté depuis le terminal camerounais à komé a été répartie par 3 x 4 brins (Compagnies pétrolières, Cameroun et Tchad). Bien que présente, cette fibre optique n'est pas à la portée du grand public.

« D'autre part, en 2024, le Tchad et le Niger devraient être interconnectés par fibre optique. Le chantier y afférent a été officiellement lancé le 24 novembre 2020. D'un coût de 28,7 millions d'euros, il devrait à terme contribuer au développement numérique des localités traversées par l'infrastructure à haut débit ». (Source : <https://www.agencecofin.com/gestion-publique/2611-82870-l-interconnexion-par-la-fibre-optique-du-tchad-au-niger-a-demarre>)

Selon un article publié en 2020 dans le journal Jeune Afrique, avec 7 millions d'abonnés mobiles, le pays a un taux de pénétration de 48 % pour le téléphone et de 5 % pour internet, soit l'un des plus faibles au monde. Un accord a été signé avec le chinois Huawei pour poser 2 300 km de fibre supplémentaire d'ici à la fin de 2021 afin de résoudre une partie des problèmes d'accessibilité et de qualité des services.



Certes, Internet n'est pas encore très développé au Tchad mais il constitue toutefois un outil de communication non négligeable. Il permet de communiquer et d'échanger avec les principaux partenaires (Institutions centrales et parfois régionales, les bailleurs de fonds, les regroupements d'ONG...).

3.5 Agences de communication et prestataires

Au Tchad, le marché pour les Sociétés de services reste limité. Des Sociétés se créent et d'autres disparaissent, nous avons essayé d'identifier les plus pérennes, connus et recommandés lors des rencontres.

3.5.1 Agence de communication, web et studio de production

On inventorie plus d'une dizaine d'agences conseil et communication³ qui conseillent et accompagnent leurs clients en matière de communication institutionnelle (interne/externe), publique et de proximité.

La communication interne permet d'informer et de diffuser à tous les salariés d'une entreprise ou d'une institution, les objectifs, les projets, les événements prévus, soit par la publication d'un journal interne, d'un site Internet ou de revues.

La communication externe sert à promouvoir l'image d'une structure auprès de ses clients et d'un public particulier qu'elle souhaite viser, par le biais des réseaux sociaux, de plaquettes commerciales ou d'un site Internet par exemple.

Bref les services proposés par ces agences sont variés : conseil, élaboration de plan de communication, accompagnement et mise en œuvre des campagnes et stratégie de communication, monitoring médias... Certaines offrent des services globaux allant du conseil au marketing.

Au Tchad, les agences qui proposent des services de webmaster⁴ ne sont pas nombreuses. Du moins celles qui sont formels. Pro Tchad, Sao média et le service FGS d'Al wihda Infos. Ces dernières proposent des services de création de site via WordPress avec une prise en main pour l'administration en back stage et une mise à jour régulière. On compte aussi pour certaines, des services spécifiques de production audiovisuelle et infographie. Entre autres, AG Partner, Open Union/Sao media, Fortius Communication, Studios Preston Concept ou Azimut Création.

Pro-Tchad

Développeur –web, l'agence est fondée en 2013. Dirigée par Monsieur Judicaël, elle est une structure qui compte 8 employés. Les activités sont orientées essentiellement dans le marketing online et le développement web. Un partenariat avec Afritic ; un groupe de sociétés américain œuvrant dans le développement web et hébergement de site internet, puis avec WatchAfrica une plateforme panafricaine de promotion et valorisation des pays africains sur la toile, renforce entre autres son image marketing. Il a une large palette variée de clients : les ONG, les ambassades, les Institutions des Nations unies, des sociétés, des particuliers, des associations et autres. (PARSET, PNUD, AMASOT, N CONSULTING...). Pro Tchad a à son actif une cinquantaine de sites développés.

³ Annexe 3 : Liste des Agence de communication à N'Djamena

⁴ Annexe 4 : Liste des Agence de création de sites Internet



La fourchette des tarifs de création va de quatre cent mille (400 000) FCFA à cinq million (5 000 000) de FCFA. Le service va de l'élaboration du cahier de charge au développement. Pro-Tchad donne un délai de trois semaines (3) maximums pour rendre disponible un site. La boîte offre aussi au client, des sessions de formations et prise en main pour l'administration des sites.

Open Union

Créée en 2012, Open Union est une agence de communication 360° ayant pour activité la création d'identité visuelle, l'élaboration de stratégie marketing et le conseil en communication globale. L'Agence dispose d'une jeune équipe dynamique et dévouée. Elle offre des services et des produits de qualité optimum, fournis clé en main. Elle a l'avantage de posséder l'un des médias online les plus suivis : Tchadinfos qui fait aussi de l'accompagnement avec un contenu assez attractif pour les internautes tchadiens. Un service de développement web avec une prise en main offerte au client. Open Union a déjà fourni plusieurs fois ses services aux grandes institutions internationales comme l'OMS, des partis politiques, plusieurs Institutions étatiques.

AG Partners

Cette Agence existe depuis 2011. Elle emploie une équipe jeune de 7 personnes. La moyenne d'âge est de 25 ans. Elle appartient au group AG Partner ayant des représentativités un peu partout en Afrique francophone (Cote d'ivoire, Maroc, Cameroun...) et en France.

Les offres de prestation sont :

Achat d'espace media, planification, Media monitoring, Relations clients, Infographie et élaboration de charte graphique, régie publicitaire, prestation en production audiovisuelle et photo, direction artistique, digital/Community management, dispose d'un partenariat avec une boîte de développement de site internet.

Les principaux clients de cette agence sont : CIMAF, PNL, BDT, CFAO MOTORS, CST, BDT, WESTERN UNION, ECOBANK, SGT, A SKY, TOTAL, AIRTEL...

Fortius communication

Spécialiste médias, relation publique et marketing, Fortius a été créé en 2013. L'agence emploie 6 personnes. Elle propose aussi des services de production, développement web.

Principaux clients : SGT, Fondation grand cœur, ENA, Service de communication de la présidence de la république du Tchad.

4 Lamy business consulting & communication

Agence de communication très active. Actuellement investie dans le développement de contenu TV. Initiatrice d'un talkshow à succès (O. Positif) en coproduction avec la télé Tchad.

L'agence dispose d'une unité de production audiovisuelle. (Capsules vidéo, films documentaires etc...)



3.5.1 Industries graphiques/Imprimerie

L'industrie graphique regroupe un ensemble de techniques permettant la reproduction en grande quantité, sur support matériel, d'écrits et d'illustrations, cela afin d'en permettre une distribution de masse. La matière la plus utilisée dans ce cadre est le papier ou le textile. L'ensemble de ces techniques forment ce que l'on appelle couramment la chaîne graphique. Elles vont de la composition des textes au façonnage (reliure, pliure, brochure...) en passant par le traitement des illustrations (photogravure), la relecture puis l'impression.

Avant les années 2000, les industries graphiques des pays voisins comme le Cameroun, se faisaient une telle aubaine avec les marchés d'impression. Seules l'imprimerie du Tchad (IDT) et les grandes imprimeries du Tchad (GIT) se partageaient la petite marge du marché local, en raison de l'indisponibilité de certains services et de la méconnaissance de ce secteur par les opérateurs économiques tchadiens. Le développement rapide des outils d'impression numérique et leur importation au Tchad a fini par faire exploser le marché de l'impression.

Des nouvelles structures⁵ sont nées et ont pris d'assaut le marché : Magic Graphics, AGB, Aubaine Graphics, Lalekou, pour ne citer que celles-là. La vingtaine qui existe de nos jours au Tchad précisément à N'Djamena, disposent d'une logistique impressionnante pour des services complets. Les machines d'impression numérique s'imposent face aux traditionnels offsets et autres.

La variété de services et les arguments commerciaux sont assez persuasifs et absolument concurrentiels (la provenance et le type de matériels et consommables, type d'impression, la sérigraphie, la gravure,) Autant d'éléments d'appréciation qui offrent une palette de choix de service au client.

Nonobstant, il faut reconnaître que comparativement aux pays côtiers, le coût d'impression des supports de communication et visibilité reste relativement cher. Du fait de l'enclavement du Tchad. Le coût d'importation depuis les Emirats arabes unies, la chine, le Brésil etc...et bien entendu les taxes ne facilitent guère les choses.

Aubaine Graphics

Aubaine Graphics fait partie des imprimeries les plus sollicitées au Tchad depuis le début des années 2000. Elle a été fondée en 1999. Aubaine emploie 72 personnes.

Dispose des services d'impression numérique, offset, Service de conception et édition. Elle imprime sur des supports variés : Du papier variable, vinyle, bâche de qualité importée du Brésil (très résistant aux intempéries selon son Directeur Général).

L'imprimerie a de nombreux clients : des banques, les opérateurs de la téléphonie mobile, l'Etat tchadien, les Institutions étatiques, paraétatiques, les ONG etc....

⁵ Annexe 5 : Liste des imprimeries au Tchad



Magic Graphics

Fondé il y a 10 ans déjà, cette imprimerie emploie une trentaine de travailleurs. Elle propose des services de branding automobile, de gravure, impression offset et numérique.

Les supports d'impression sont entre autres du plexiglass, du papier, vinyle, bâche.

Magic Graphics est régulièrement sollicitée par la BSIC, CBT, ESSO Tchad, UNICEF, MOOV pour la production des supports de communication et de visibilité.

AGB

L'imprimerie AGB est née en 1993. Organisée en trois départements, elle emploie une cinquantaine de personnes. Les offres de service vont de la PAO à la sérigraphie en passant par l'impression numérique et offset

Ses impressions sont faites sur divers supports papier, bâche, plexiglass....

Ses principaux clients sont Esso, Orabank, UBA, World Vision, OCHA, HCR, OIM, Tractafric, AFD, DUE, PNUD, Radisson Blu, Moov, SHT, UNFPA, JRS, MAG, CFAO MOTORS, Tchadia Airlines, CNC.



Imprimerie Magic Graphics N'Djamena Tchad



4 STRATEGIE DE COMMUNICATION

« Une stratégie de communication représente une condition sine qua non d'une planification et d'une mise en œuvre intelligentes. Elle est évolutive en fonction des attentes, besoins et orientations du Programme. Elle participe à augmenter les chances de succès des actions engagées et doit également contribuer à offrir une image positive Programme sécurité alimentaire et nutritionnelle. »

Une stratégie et son plan de communication/visibilité figurent parmi les obligations contractuelles prévues dans la Convention de financement. Le Comité de Pilotage tenu le 28 avril 2020 a recommandé le renforcement d'une communication tant de masse qu'institutionnelle autour du SAN, considéré par la DUE tout comme le Tchad comme un programme pionnier et innovant.

Cette stratégie et son plan de communication/visibilité veulent rester pragmatiques et permettre une mise en œuvre rapide et réaliste des actions et activités de communication. Les choix stratégiques sont construits sur la base des rencontres et échanges ainsi que sur une recherche documentaire tout au long de la mission.

4.1 Prérequis de mise en œuvre de la C&V

Pour garantir le succès de la communication du Programme SAN, il nous semble utile d'introduire quelques éléments qui doivent constituer les premières actions urgentes à mettre en œuvre et qui sont la base pour amorcer un travail de communication cohérent et efficace.

4.1.1 Recrutement d'un expert local en communication

Pour un démarrage rapide dans la mise en œuvre du plan de communication/visibilité du SAN, le recrutement d'un Expert national en communication est vivement recommandé. La communication ne doit pas se limiter à des appuis ponctuels mais accompagner le programme tout au long de sa mise en œuvre et ainsi contribuer à sa réussite.

Outres les compétences souhaitées et liées au poste d'Expert nationale en communication : expériences dans la mise en œuvre de stratégies/plans de communication, maîtrise de l'outils informatique (MS Office) et si possible les outils d'infographie (Adobe Creative Suite), maîtrise d'Internet et des réseau sociaux, d'excellentes qualités rédactionnelles (vulgarisation, esprit de synthèse et créativité), le candidat devra être autonome, avoir le sens de l'initiative et des responsabilités, être curieux, ouvert et dynamique.

Les avantages de disposer d'un expert national sur le programme plutôt que de recourir à des agences de communications sont : bonne connaissance du programme/ « culture d'entreprise », disponibilité et réactivité, meilleur suivi de la mise en œuvre C&V...

L'expert national en communication/visibilité associé à l'élaboration de ce document pourrait être considéré pour ce poste.

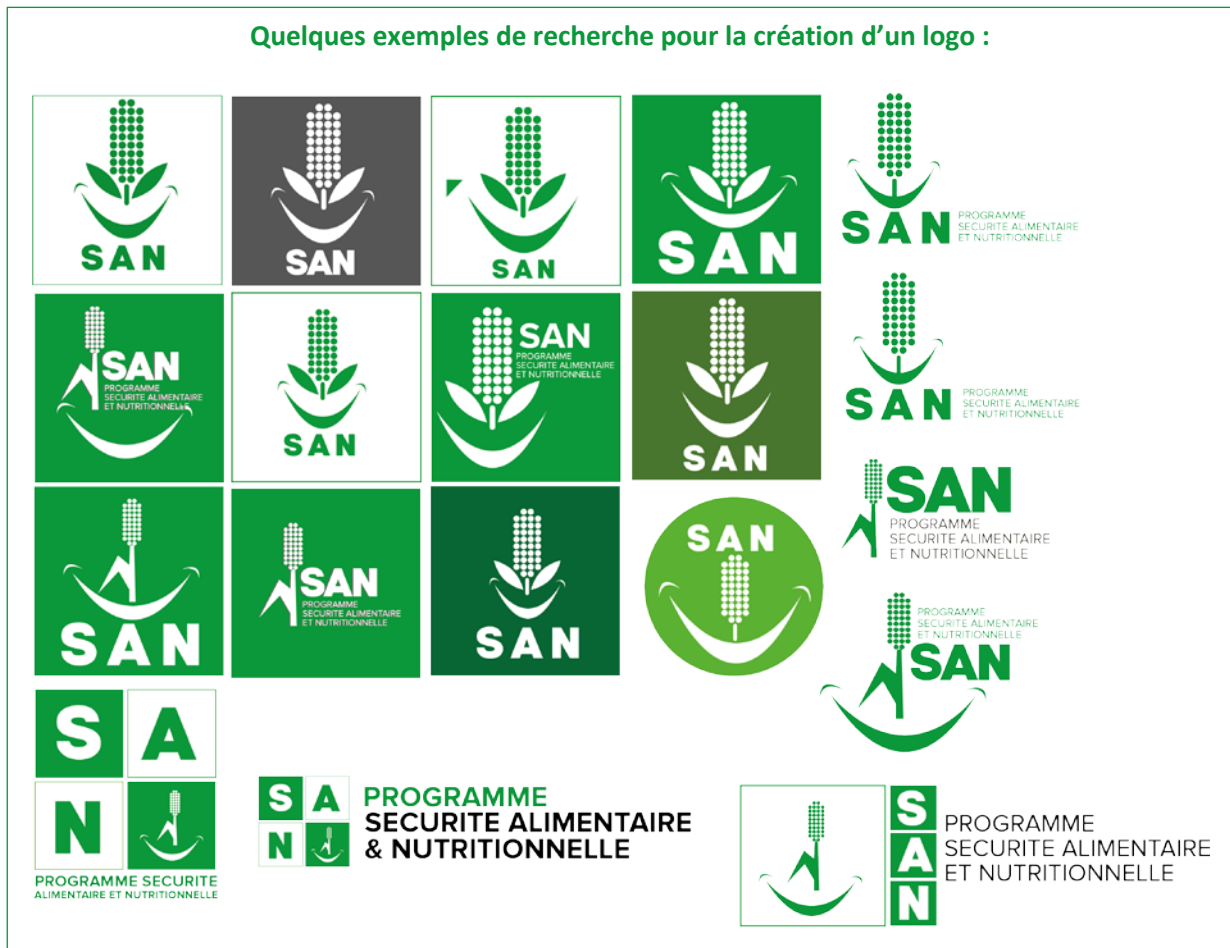
4.1.2 Identité visuelle du Programme SAN (Charte graphique)

Dans le but de créer une image forte, cohérente et harmonisée pour l'ensemble des acteurs impliqués dans le Programme SAN, il est fortement recommandé de créer une charte graphique. Cette identité visuelle permettra de renforcer l'impact de la communication/visibilité.



Outre le fait de renforcer et d'harmoniser la communication/visibilité, l'identité visuelle du SAN doit contribuer à créer un esprit de « culture d'entreprise » et de fierté pour les différents acteurs associés et impliqués dans un grand programme novateur et multisectoriel pour la sécurité alimentaire et nutritionnelle.

Quelques exemples de recherche pour la création d'un logo :



Rares sont les agences de communication rencontrées à proposer la création de charte graphique. Elles se limitent, le plus souvent, à la création de logos ce qui est insuffisant pour créer une véritable identité visuelle. Aussi, nous proposons que ce travail soit réalisé en interne par l'équipe C&V du programme SAN.

La charte graphique doit établir les règles visuelles (ex. : polices de caractères, codes couleurs, disposition des éléments : logo SAN, drapeau tchadien, emblème UE, logo opérateur, coordonnées du programme : site web, adresse, courriel, téléphone...) et de fournir des canevas de maquettes (ex. : Site Internet, études/rapports, affiches, dépliants, plaquettes, banderoles, produits de papeterie, présentations PPT, outils de communication par l'objet...).

Ce document permettra l'ensemble des acteurs du SAN et aux prestataires (Agence de communication, imprimeurs...) de conserver une cohérence dans les réalisations graphiques quels que soient les différents intervenants (Coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre du SAN) de la production et à terme de garantir la reconnaissance du programme auprès des différents publics.

Cette charte graphique est l'outil préalable à la réalisation des supports de communication/visibilité.



Un kit communication visibilité sera remis à l'ensemble des acteurs du SAN et comprendra notamment :

- Charte graphique SAN et les visuels : logo SAN, emblème UE, drapeau du Tchad + « jingle »
- Modèles de supports tels que : couverture publications (rapports, études...), template PPT, communiqués de presse, papeterie, panneaux, banderole, autocollant...

Lorsque cela est possible, supports intégreront les coordonnées du programme SAN, l'adresse du site internet du SAN et des réseaux sociaux retenus (ex : Facebook, LinkedIn...).

Remarques et conseils pour la charte graphique

Double intérêt de réaliser une charte graphique

- L'identité graphique reste intacte quelles que soient les réalisations graphiques, pour que programme SAN (qui est une somme d'individualités) parle « d'une seule voix ».

- La charte graphique permet au récepteur d'identifier facilement l'émetteur et, par habitude si la cohérence est respectée, de se repérer visuellement dans les différentes réalisations graphiques, et au sein même d'un même support graphique (ce qui facilite la lecture).

Généralités sur les chartes graphiques

Une charte graphique bien conçue doit laisser suffisamment de liberté en constituant des "métarègles" souples, c'est-à-dire en évitant les interdictions, et en envisageant le maximum de contextes où des règles doivent s'appliquer pour l'utilisation des signes graphiques de l'identité visuelle...

Chaque code graphique (logo, typographie, couleurs, autres éléments tels que les drapeaux...) utilisé par le programme est classé par thème en précisant son sens et en effectuant une liste des concepts qui s'y rattachent. Il ne s'agit pas systématiquement d'appliquer tous ces codes mais d'en sélectionner quelques-uns afin que tout nouveau document émis par le programme participe à la construction de son image. L'essentiel est de rester dans l'univers graphique, ou en l'occurrence de le créer.

La charte graphique s'applique à définir...

Le logotype : ses couleurs, sa position dans la page sur tous les supports (papier à en-tête, documents officiels, plaquettes, dossier et chemises, véhicules, etc.), la zone d'exclusion (espace protégé minimum autour du logo), ses déclinaisons sur des fonds blancs et de couleurs.

La charte doit également définir les interdits :

- Les interdits : par exemple l'interdiction d'apposer le logo sur un fond noir, de redimensionner le logo sans garder un rapport d'homothétie...
- Les polices de caractères utilisées dans les documents afin de permettre de créer différents niveaux de textes et d'apporter un bon confort de lecture. La typographie est l'une des composantes essentielles de l'univers graphique du SAN pour sa reconnaissance.
- Les jeux de couleurs déclinables sur les différents supports de communication.
- Les principes du choix des images et des illustrations.

Parmi les problèmes que doit prendre en considération la charte graphique, citons la photocopie et la télécopie (fax) : les documents doivent résister à ces traitements en restant lisibles et identifiables. La charte prévoit parfois à cet effet des versions simplifiées des logos, en noir et blanc ou avec des contrastes tranchés.

La charte graphique doit aussi mentionner les **typographies** à respecter et fournir quelques exemples de supports (Papier à en-tête, chemise de classement, carte de visite, enveloppe, lettre d'information, communiqué de presse, dépliant, plaquette, brochure, rapport, webdesign, modèle PPT, panneaux, affiches, calendriers, tee-shirt...).

Une fois la charte graphique conçue et validée, la réalisation des supports de communication devra suivre et respecter les règles établies.



Outre la charte graphique, nous recommandons fortement la création d'une **identité sonore**.

Jingle sonore du programme SAN

Le Tchad possède une forte tradition orale et le recours aux supports audiovisuels (TV, Radio, productions sonores et vidéos) est indispensable pour atteindre une grande partie de la population.

La création d'un jingle (durée 5 et 20'') permettra très rapidement aux auditeurs d'associer cette musique au SAN.

Un jingle est un petit thème musical (musique et/ou chant) qui introduit généralement une émission ou un spot publicitaire (TV et radio). Nous suggérons de recourir à des instruments traditionnels du Tchad.



Cet extrait musical doit l'être systématiquement utilisé pour tous les messages et productions sonores et audiovisuelles à diffuser (documentaire vidéo/audio, spots, clips, flashes d'information...).

4.1.3 Création d'une banque d'images et visuels

Afin de rendre la communication/visibilité attractive et plus efficace, il est important de constituer une banque d'images/visuels (photos, vidéos, graphiques, schémas...) pour la réalisation des outils et supports C&V. Dès à présent, il doit être demandé aux composantes sectorielles et aux opérateurs de mise en œuvre d'effectuer une sélection d'une vingtaine de leurs meilleures photos notamment avec une brève description de chacune d'entre elles.

Cette banque devra être régulièrement alimentée pour permettre de maintenir une production C&V (site web et réseaux sociaux, lettre d'information trimestrielle, supports audio-scripto-visuels...) tout au long de la mise en œuvre du programme SAN.

Nous souhaitons qu'il soit demandé (voire exigé) à chaque opérateur de mise en œuvre intervenants directement auprès des bénéficiaires finaux de fournir chaque mois :

- 5 photos (+ éventuellement des vidéos) numérotées (avec un bref descriptif pour chaque image)
- 1 descriptif de quelques lignes d'une réalisation et/ou action menée ou 1 témoignage/interview de bénéficiaire (10/15 lignes maxi) accompagné de 2 ou 3 photos.
- 1 liste (maxi 1 page A4) des principales réalisations et actions menées.

D'autres contributions à la C&V pourront être demandés en fonction des besoins.

Les photos prises avec smartphones pourront par exemple être envoyées par WhatsApp. Les divers documents peuvent aussi être transmis par courriel, remis lors de rencontres à la coordination nationale ou mis à disposition sur le « Cloud » (ex. : Dropbox, WeTransfer...).

La coordination nationale et les composantes sectorielle devront aussi effectuer des prises de vues lors de leurs visites des réalisations sur le terrain (voir si nécessité d'acquérir un appareil photo numérique). Si nécessaire, le programme SAN pourra aussi faire appel à un photographe professionnel.

Pour aider les acteurs du SAN des formations C&V seront organisées par la coordination nationale (ex. : initiation à la communication, techniques de rédaction, prise de vues, capitalisation...).

Les productions C&V réalisées (lettre d'information trimestrielle, supports audio-scripto-visuels, vidéos, podcasts...) devront être diffusées/relayées par les acteurs du SAN auprès de leurs interlocuteurs (ex : Ministères, médias de proximité, autorités locales, populations...).



4.2 Structuration pour la mise en œuvre C&V

Du fait de son approche novatrice, de sa complexité et de ses nombreux acteurs/partenaires, la mise en œuvre de la communication doit être constante et transversale tout au long du programme SAN.

Notamment par une **communication interne** pour renforcer l'harmonisation de la C&V et parler d'une « même voix » (Kit C&V et contenus harmonisés) et favoriser une « culture SAN » (fierté d'être acteur du programme).

Et aussi par une **communication institutionnelle** forte réalisée non seulement pour donner de la visibilité mais avant tout apporter de la lisibilité et compréhension du programme SAN. Ceci par un travail de vulgarisation permettant aux institutions (PTF, Ministères, services déconcentrés de l'état ? leaders d'opinion...) de comprendre le SAN, à éprouver un intérêt et si possible de s'impliquer.




Dernier point, la C&V SAN doit être accompagnée d'une **communication de veille informationnelle** pour montrer les avancées du travail mené et leur impact sur les populations bénéficiaires (témoignages/interviews). Cette communication de veille informationnelle s'adresse non seulement à la population Tchadienne (à travers les médias locaux, lettre d'information, supports de communications tels que les dépliants, affiches..., les événements tels que les journées mondiales thématiques, ...) mais aussi à la diaspora tchadienne, aux bailleurs/décideurs, et toutes personnes intéressées par la sécurité alimentaire et nutritionnelle et plus globalement le développement au Tchad (par le biais d'un site Internet, d'une page Facebook, d'une chaîne YouTube, d'un compte LinkedIn, des réseaux UE, OCHA, SUN...).

A noter que certains outils et canaux de communication/visibilité pourront être à la fois utilisés pour les différents axes de la communication du SAN.

La communication de proximité est à la charge des opérateurs de mise en œuvre. Un appui sera apporté pour l'harmonisation de la communication (kit C&V), le renforcement des capacités et les supports de communication pour des relais locaux auprès des médias, autorités, décideurs et services déconcentrés des Ministères.

4.2.1 Axes et objectifs de la communication

La mise en œuvre s'organisera autour de trois (3) axes de communication .

Axes	Objectifs généraux
1 - Communication interne 	Harmonisation et « culture SAN »
2 - Communication institutionnelle 	Favoriser l'adhésion/implication des acteurs
3 - Communication de veille informationnelle 	Offrir une information fiable et actualisée

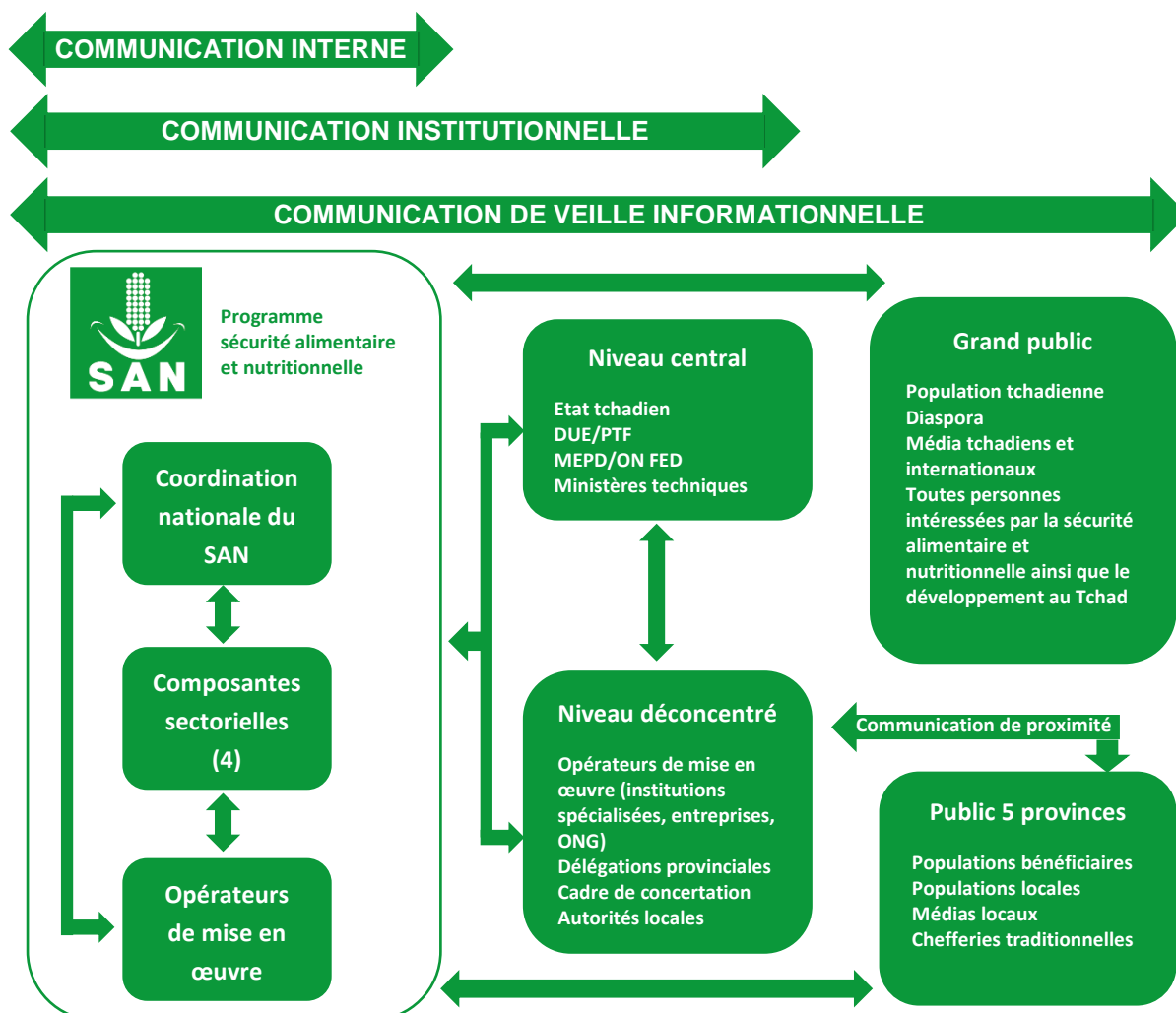
Sur la base de ces objectifs globaux, nous avons cherché à définir les objectifs spécifiques à prendre en compte pour une mise en œuvre efficace des actions et outils de communication.



Objectifs spécifiques	
Communication interne	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Harmoniser la communication/visibilité et « parler d'une seule voix » ✓ Favoriser une « culture SAN » ✓ Faciliter la compréhension de ce programme multisectoriel et multi acteurs ✓ Offrir des outils C&V communs à l'ensemble des acteurs SAN ✓ Faciliter la communication interne au programme ✓ Favoriser les échanges entre les différents acteurs (coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre) ✓ Améliorer la circulation des informations interne du programme. ✓ Garantir un même niveau d'information entre les acteurs ✓ Capitaliser le travail des différents acteurs et le partager
Communication institutionnelle	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Faire connaître le programme SAN auprès des décideurs ✓ Favoriser l'adhésion et l'implication des acteurs du développement au Tchad ✓ Améliorer la synergie dans les secteurs de la sécurité alimentaire et nutritionnelle en particulier et du développement rural d'une manière plus globale ✓ Contribuer à améliorer la synergie entre les partie-prenantes ✓ Instaurer un dialogue et une communication adaptée et efficace entre l'ensemble des acteurs du développement rural ✓ Améliorer la circulation de l'information entre les différents acteurs ✓ Favoriser les échanges et la collaboration entre les acteurs du développement rural ✓ Répondre le mieux possible aux préoccupations et attentes des différents acteurs ✓ Faciliter le relais de la communication à travers l'utilisation d'outils et réseaux de communication adaptés.
Communication informationnelle	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Montrer l'engagement de la République du Tchad et de l'Union européenne pour la sécurité alimentaire et nutritionnelle ✓ Donner de la visibilité au programme SAN et à l'Union européenne ✓ Offrir une image forte, dynamique et engagée du programme dans son approche intégrée de développement durable – Valoriser le SAN ✓ Susciter la curiosité et l'intérêt sur le SAN aussi bien au Tchad qu'à l'international (diaspora, décideurs, acteurs du développement...) ✓ Informer sur le travail en cours engagé par le programme SAN et ses partenaires ✓ Maintenir un bon niveau d'informations sur les actions entreprises et leurs évolutions ✓ Informer régulièrement sur les avancés et résultats atteints ✓ Montrer l'impact du programme sur les populations bénéficiaires et particulièrement sur les femmes et les personnes vulnérables (témoignages) ✓ Garantir un même niveau d'information et une harmonisation de celle-ci ✓ Favoriser la transparence dans les engagements du programme SAN

Ces objectifs spécifiques de communication s'intègrent dans les actions de mise en œuvre. Ils serviront aussi de base pour l'élaboration des contenus de la communication lors de l'Atelier d'initiation aux techniques de rédaction et de travail participatif (par groupe autour de thématiques des composantes sectorielles et sur les actions transversales de bonne gouvernance).

4.2.2 Circuits simplifié de circulation de l'information



Les outils, réseaux et canaux de la communication du programme pour alimenter ce circuit de communication sont développés dans le chapitre « mise en œuvre de la communication ».

Le programme SAN implique de nombreux acteurs et publics d'où l'importance de bien structurer et organiser le travail de communication/visibilité. Ce schéma offre un aperçu de la circulation de la communication auprès des divers publics. Pour optimiser la circulation des informations et les échanges, l'un des premiers travaux sera de constituer des bases de données détaillées et par groupes cibles.



4.2.3 Choix des outils/supports, avantages et diffusion

Outils et supports	Intérêts/Avantages	Diffusion
Site Internet et réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn et chaîne YouTube) du programme SAN	Fenêtre ouverte sur le monde Visibilité Internationale Exhaustivité des informations Actualités et informations sur le programme en permanence à jour Documents/outils téléchargeables Mémoire et capitalisation SAN Accès facilité sur smartphones	Adresse sur l'ensemble des outils/supports de communication et papeterie du programme Echange de liens avec les sites web des partenaires Référencement (méta tags –site web) pour renforcer la visibilité sur les moteurs de recherche...
Dépliant promotionnel programme SAN	Peut être lus et relus à volonté. Attrayant/bien illustré (textes/images). Offre les informations essentielles du SAN Facilite la compréhension et la mémorisation Harmonisation présentation du SAN Disponible à tout moment	Rencontres/réunions Événementiels : inaugurations, journées mondiales... Campagne d'envois : groupes WhatsApp & emailing Via réseaux partenaires Téléchargeable sur sites Internet
Film documentaire capitalisation Clips Vidéo réalisations & success stories/témoignages & Spots radios (sur base clips vidéos)	Réalité - crédibilité Montrent les réalisations et résultats Témoignages réels des bénéficiaires Facilitent la compréhension des actions menées pour la sécurité alimentaire et nutritionnelle Pas besoin d'être lettré	TV et radios locales Chaîne YouTube SAN Site web et réseaux sociaux SAN Réunions, journées mondiales... Relais par projection public via les équipes SAN et opérateurs de mise en œuvre DVD/clés USB pour partenaires et décideurs ...
Présentations PPT illustrées	Attractives grâce aux illustrations (photos, graphiques, schémas...) Concentrées sur l'essentiel Facilitent la compréhension/mémorisation Dynamisent la participation aux discussions Facilement modifiable et évolutives	Rencontres/réunions Événementiels, journées mondiales... Site web du SAN...
Affiches promotionnelles	Décoratives et attrayantes. Stimulent l'intérêt + curiosité du " spectateur ". Diffusion facile Restent en place dans les lieux de passage	Bureaux acteurs SAN et des parties prenantes : Ministères, Services déconcentrés, ONG, mairies, centre de santé...
Plaquettes et brochures du programme	Peuvent être lus et relus à volonté. Attrayantes/bien illustrées (textes/images). Offrent les informations essentielles du SAN Facilitent la compréhension et la mémorisation Support papier « prestigieux » et professionnel Disponible à tout moment	Diffusion auprès des décideurs et autorités locales Rencontres/réunions Événementiel : inaugurations, journées mondiale... Campagne d'envois : groupes WhatsApp & emailing Téléchargeable sur sites Internet
Lettres d'information trimestrielle du programme SAN	Maintiennent un lien entre les acteurs et parties prenantes (échanges/partage d'infos) Informent sur les avancées du SAN Economiques et attractives Implication des acteurs pour les échanges d'informations (challenge interne) Image renforcée/professionnalisme	Diffusion principalement par emailing et groupes WhatsApp aux parties prenantes, décideurs et autorités locales Téléchargeable sur site Internet du programme SAN
Kakemonos	Peu coûteux Synthétisent les points forts du programme Facile à déplacer et à utiliser Attractifs /Suscitent la curiosité	Entrée/salle de réunion Stand lors des événements Conférences/tables rondes Réunions diverses
Supports de communication par l'objet	Visibilité programme « Prestige » et image renforcée Suscitent la curiosité Peu coûteux et utile (suivant choix des « gadgets ») Intemporel	Remise lors des cérémonies officielles du programme SAN : réunions/rencontres, réceptions travaux, remises d'équipements, journées mondiale...

4.3 Contenus de la communication, règles de base

Nos publics sont avant tout des hommes et des femmes dont les niveaux d'éducation et de connaissances peuvent varier. Ils ont besoin d'informations non complexes, non techniques, faciles à comprendre, sans jargon et surtout pertinentes et précises.

Les concepts et les programmes peuvent parfois être complexes mais cela ne signifie pas que nous ne pouvons pas simplifier/vulgariser les contenus (informations) en nous efforçant de communiquer dans la « langue »⁶ de nos interlocuteurs et non pas celle des Experts/Spécialistes du développement et des thématiques sectorielles du programme.

Qualités d'un message efficace

- Une idée = Un message
- Simple et clair = facilité de compréhension
- Concis = Facilité de mémorisation
- Concernant = Adapté aux publics cibles

La communication doit être concernante, c'est-à-dire qu'elle doit présenter un intérêt pour les personnes à qui elle s'adresse, répondre à leurs questions (préoccupations) et apporter des informations concrètes et pertinentes.

Les contenus de la communication doivent être mis en valeur par une infographie attractive (respectant la charte graphique programme SAN), des « accroches » (phrases clés) et des illustrations abondantes (et « parlantes »).

Les contenus de la communication varient et se complètent à travers les différents outils et supports de communication.

Success Stories

Les « Success stories » permettent de montrer l'impact réel sur les bénéficiaires et par leur diffusion susciter l'intérêt et l'adhésion au programme SAN. La force du « success story » est de présenter des résultats concrets (visibles) et ainsi de construire une image positive du SAN (créer un capital sympathie). Ces témoignages sont facilement mémorisables et leur diffusion par « bouche à oreille » renforcée (tout le monde en parle !). Contribuant ainsi à montrer en exemple le programme SAN comme référence en matière de bonne gouvernance et de sécurité alimentaires et nutritionnelle.

Ces témoignages pourront être articulés autour de trois niveaux : Hier (situation de base), Aujourd'hui (Impacts) et Demain (Dynamique de projection vers l'avenir).



⁶ Nous entendons ici non seulement le terme langue au sens premier du terme (Français, Arabe tchadien...) mais aussi dans le sens des terminologies à employer (termes/mots compréhensibles).



5 MISE EN ŒUVRE DE LA COMMUNICATION (ACTIONS & OUTILS)

A ce stade du document, nous souhaitons apporter des éléments pour favoriser une bonne communication du programme SAN, il s'agit de propositions d'actions jugées pertinentes mais non figées. Certaines informations de ce chapitre resteront succinctes et devront être développées par l'Expert national en communication/visibilité en collaboration avec la coordination nationale, les composantes sectorielles et les opérateurs de mise en œuvre. Ainsi que lors des missions d'appui de l'expert international en communication.

5.1 Outils et supports de communication

Afin d'être attractifs et de faciliter la compréhension des informations, les outils et supports de communication devront être abondamment illustrés. Il est donc nécessaire de commencer dès à présent de constituer une banque d'images (photos, schémas, graphiques, dessins...) pour le SAN.

Tous les **supports de communication/visibilité** seront **soumis à un comité C&V** composé de la coordination nationale, du service FED et de la DUE **avant la postproduction et diffusion**.



Droit à l'image : Pour l'utilisation d'images fixes ou vidéo montrant des personnes sur des supports de communication destinés à la diffusion, il est vivement conseillé de demander à chaque individu son autorisation/consentement. Ceci en lui expliquant à quelles fins seront éventuellement utilisées les images (vidéo d'information, de sensibilisation et/ou de success stories, illustration d'affiches... destinées à montrer notamment l'importance du programme sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad. Dans le cas où il s'avèrerait difficile d'obtenir une autorisation écrite (analphabétisme, langues parlées...), nous conseillons alors de filmer la demande d'autorisation par exemple avec son téléphone portable (demande qui doit être par la suite sauvegardée par le SAN).

QR code

Pour les publications (brochures, affiches, dépliants, lettres d'information, kakemonos...), nous suggérons d'insérer un QR code⁷ qui permettra en étant scanné par un smartphone d'accéder directement au site internet du programme SAN.



5.1.1 Site Internet du programme SAN

Un site Internet est la « vitrine » ouverte sur le monde. Il reflète son sérieux, sa crédibilité et son professionnalisme. Il est donc fondamental de lui consacrer une attention toute particulière et d'assurer une mise à jour régulière. Le site Internet doit capter immédiatement l'attention du visiteur et lui donner envie de poursuivre sa navigation pour en savoir plus.

Le site du programme SAN doit constituer un outil de capitalisation et d'information répondant aux attentes des publics. Une attention particulière doit être accordée à l'ergonomie de navigation afin de faciliter la recherche d'informations par les visiteurs et ainsi répondre efficacement à leurs besoins.

⁷ Quick response code -> code à réponse rapide qui permet avec l'appareil photo d'un smartphone et une application spécifique d'accéder à des informations en ligne (sur Internet)



Pour être attractif, le site web du SAN devra être abondamment illustré (photos, graphiques, schémas...) et régulièrement mis à jour.

Pour la création du site Internet, nous recommandons d'utiliser un système de gestion de contenu (en anglais, CMS, pour Content Management system) qui permet de créer des sites dynamiques et évolutifs (possibilité d'insérer des modules et utilitaires complémentaires facilement). Actuellement, WordPress semble le CMS le plus utilisé par les sites web.

Concernant, les contenus du site Internet, nous proposons, à titre d'exemples, les menus/éléments suivants :

- Introduction du programme SAN (de manière vulgarisée pour faciliter la compréhension)
- Présentation détaillée du programme avec des sous-menus (bonne gouvernance, thématiques sectorielles SN, EAH, AMR et SA, ...).
- Actions dans les régions avec sous menus pour chacune des 5 régions
- Actualités du programmes SAN.
- Données et statistiques liées à la sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad
- Moteur de recherche interne
- Appels à propositions / offres d'emplois
- Espace documentaire (publications du projet et autres documents jugés utiles).
- Espace multimédias (photos, clips vidéos, supports de communication...).
- Liens des sites Internet des différents acteurs et partenaires du SAN et autres sites internet liés à la sécurité alimentaire et à la nutrition: Ministères, PTF, ONG, OCHA... (Réciprocité : ceux-ci devront aussi partager le lien Internet du SAN sur leurs sites Web).
- Inscription à la lettre d'information trimestrielle.
- Coordonnées du programme (Nous contacter avec formulaire de demande)

La réalisation du site Internet du programme SAN doit être confiée à un professionnel (Agence de communication digitale ou webdesigner) et être aussi adapté à une lecture sur smartphone (beaucoup utilisé par les Tchadiens pour l'accès à Internet).

Afin d'assurer la mise à jour du site Internet, deux ou trois personnes du projet devront être formées aux bases de l'administration du site.

Les sites internet disparaissent à la fin des programmes et ont donc une durée de vie limitée. Nous proposons que le nom de domaine ainsi que l'hébergement du site web SAN soit assuré jusqu'en fin 2027 (la date limite d'exécution actuelle est fixée au 07/09/2027). Une réflexion pourrait être envisagée par l'ON pour sa pérennisation.

Nous recommandons que ce site Internet soit le premier outil de communication réalisé par le Projet afin que les supports de communication réalisés par la suite intègrent l'adresse du site internet du programme SAN.

5.1.2 Kit harmonisé C&V

Afin d'harmoniser la communication/visibilité SAN des kits personnalisés seront réalisés et remis aux acteurs du SAN (fournissant le positionnement pour la visibilité du partenaire tel que le logo).

Ces kits seront composés notamment de :

- Charte graphique SAN et son logo
- « Jingle » sonore
- Modèles de supports : couverture publications (rapports, études...), template PPT, panneau de signalétique, communiqués de presse, papeterie, panneaux, banderole, autocollant...

Ce kit sera remis lors d'une formation d'initiation à la communication/visibilité et de présentation des outils du kit harmonisé C&V.



5.1.3 Réseaux sociaux

A l'ère du numérique, les réseaux sociaux sont devenus des outils de communication/visibilité incontournables, ils peuvent contribuer à une bonne visibilité et susciter de l'intérêt sur le programme SAN. Nous suggérons le recours aux réseaux suivants :

5.1.3.1 Facebook :

Facebook fait partie des réseaux sociaux les plus utilisés par le grand public et compte 2,44 milliards d'utilisateur mensuels actifs à travers le monde (fin 2019). Avec l'émergence des smartphones permettant un accès internet l'utilisation de ce réseau à une croissance très importante. Nous n'avons pas de statistiques d'utilisation au Tchad mais il semble que beaucoup de tchadiens lettrés disposent d'un compte Facebook.

La création d'une page Facebook et son actualisation régulière peut contribuer à faire connaître et donner de la visibilité au SAN « gratuitement ». Ce réseau social nécessite toutefois une vigilance et un suivi constant des commentaires publiés par les visiteurs (agressivité, dénigrement, « fake news » ...).

5.1.3.2 LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel lancé en 2003 qui dépasse fin 2020 les 700 millions de comptes. Créer un compte pour le Programme SAN et l'alimenter régulièrement offre la possibilité de toucher un nombre très important de professionnels intéressés par la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi que par le développement au Tchad.

5.1.3.3 Chaîne YouTube :

La création d'une chaîne YouTube permet d'offrir au SAN une visibilité pérenne de son travail avec la disponibilité des films et capsules vidéo produites tout au long de la mise en œuvre du Programme et montrant les résultats obtenus ainsi que l'impact sur les populations bénéficiaires. Contrairement au site Internet dont la durée de « vie » est liée à celle du SAN. Toutes personnes prospectant sur les moteurs de recherches (ou directement sur youtube) des vidéos sur le développement au Tchad trouveront ainsi les productions du SAN.

5.1.3.4 Twitter :

Twitter est un réseau social qui permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement des micro messages, appelés *tweets* ou gazouillis, sur internet, par messagerie instantanée ou par SMS. Un compte twitter du Programme SAN peut être envisagé.

5.1.4 Supports de présentation du SAN

Ces supports d'information sur le programme SAN pourront être utilisés lors de réunions, rencontres, événements (journées mondiales de l'alimentation, de la nutrition..., semaine de l'Europe...) organisées avec l'appui des acteurs du SAN et pour certains supports également par envoi courriels/WhatsApp (médias, PTF/Décideurs, Ministères, autorités locales...). Cela possède aussi l'avantage d'harmoniser la présentation du programme quels que soient les intervenants.

5.1.4.1 Dépliant de présentation du SAN :

Format A4, 3 volets, quadri, CB 120 grammes et 3.000 exemplaires (+ version numérique PDF)

Ce support est destiné à vulgariser le programme SAN. Il devra permettre à l'ensemble des acteurs et des partenaires des secteurs de la sécurité alimentaire et nutritionnelle de mieux comprendre le fonctionnement, les objectifs et intérêts offerts par le programme.



5.1.4.2 Plaquette de présentation du SAN :

Format A4, +/- 12 pages, quadrichromie, CB 160 grammes et 1.000 exemplaires (+pdf)

Plus détaillé que le dépliant, cette plaquette présentera de manière plus développée le programme SAN afin de permettre aux lecteurs de bien comprendre le caractère novateur du programme et les intérêts de cette approche multisectorielle et multi-acteurs. Suggestion : la première page de la brochure peut expliquer l'importance et les engagements de la coopération Tchad-UE.

Ce support sera principalement diffusé auprès des décideurs (Etat/Ministères, PTF/Bailleurs, Leaders d'opinions...).

5.1.4.3 Présentation PowerPoint du SAN :

20/30 diapositives

Basée sur les contenus de la brochure, cette présentation PPT présentera de manière succincte et efficace le programme SAN. Elle sera utilisée comme outil d'introduction et de rappel sur l'importance du projet lors de rencontres, réunions, journées portes ouvertes...

Le template de cette présentation PPT et certaines diapositives pourront être pour l'élaboration d'autres présentations sur les avancées et résultats du Programme SAN.

5.1.4.4 Kakemonos :

Impression quadri sur toile – 6 modèles x 2 exemplaires

Kakemono 1 : Présentation succincte du programme SAN

Kakemono 2 : Bonne gouvernance et appui institutionnel

Kakemono 3 : Santé nutrition

Kakemono 4 : Eau, assainissement et hygiène

Kakemono 5 : Accessibilité et mobilité rurale

Kakemono 6 : Sécurité alimentaire

Ces kakemonos devront être attractifs afin d'attirer l'attention des visiteurs lors des événements. Des informations plus détaillées seront apportées aux personnes intéressées par un « animateur SAN ».

Pour les événementiels, il est aussi nécessaire de prévoir des banderoles ainsi qu'un fond de scène. Les programmes ont l'habitude de produire ce type de supports et il n'est donc pas vraiment nécessaire d'apporter plus d'information sur le sujet. Un exemple de maquette de banderole sera fourni dans le kit C&V.



Exemple fond de scène



5.1.5 Supports promotionnels des résultats et impacts

5.1.5.1 Lettres d'information trimestrielles :

Format A4, recto/verso (8 pages ou + en fonction des informations) - Version numérique PDF

La lettre d'information trimestrielle du SAN permettra de fournir à l'ensemble des partenaires des informations sur les nouvelles et les avancées du programme. Elle pourra aussi servir d'outil d'échange entre les acteurs Ce support sera diffusé par courriel/groupes WhatsApp auprès des partenaires du projet, des Ministères, des services déconcentrés de l'état et des autorités locales. Il sera aussi téléchargeable sur le site Internet du programme SAN.

Certains articles pourront aussi être ré-exploités pour diffusion à travers les médias numériques.

5.1.5.2 Plaquettes annuelles des résultats et impacts :

Format A4, +/- 12 pages, quadrichromie, CB 160 grammes et 500 exemplaires + numérique

Cette plaquette abondamment illustrée présentera les principales réalisations, les résultats et impacts du programme SAN obtenus au cours de l'année concernée.

Ce support sera principalement diffusé auprès des décideurs (Etat/Ministères, PTF/Bailleurs, leaders d'opinions...). Ainsi que par emailing (ex. : médias) et téléchargeable sur le site web du SAN.

5.1.5.3 Documents thématiques produits durant la mise en œuvre du Programme :

Format A4, +/- Quantité et nombre de pages à définir, quadrichromie, CB 160 grammes et 500 exemplaires + numérique

Divers documents seront produits (exemple : étude sur les filière porteuses) durant la période de mise en œuvre et diffusés auprès des publics concernés.

5.1.5.4 Clips vidéo et spots audio de témoignage des bénéficiaires :

Quantité : 40 clips/spots (10 par composante) – Durée : 2/3 minutes – Full HD 1080

L'un des meilleurs moyens d'attirer un capital sympathie du programme est de montrer l'impact des actions du programme SAN sur les bénéficiaires. Chaque production pourra intégrer plusieurs témoignages. Les témoignages étant en langues locales, il sera nécessaire de prévoir surtout pour les vidéo un doublage ou sous-titrage en français.

Ces réalisations pourront être diffusées par l'ONAMA (en prime time avant les actualités), sur le site web et réseaux sociaux du SAN, par les réseaux humanitaires (ex. : OCHA), par les opérateurs de mise en œuvre (projections publiques, radios communautaires...) et diffusion lors des événementiels.

Avec des applications pour smartphone de type Kinemaster, il est possible de réaliser de courtes vidéo. Nous encourageons tous les acteurs du SAN (et surtout les opérateurs de mise en œuvre) à produire de vidéo promotionnelles du SAN dont le format est idéal pour les réseaux sociaux (ex. : Facebook, LinkedIn...). Ces productions seront réalisées par les Opérateurs de mise en œuvre du Programme SAN.



5.1.5.5 Affiches de témoignages des bénéficiaires :

Quantité : 20 affiches (5 par composante) - Format A2, quadrichromie, CB 240 grammes et 500 exemplaires chaque.

Sur la base des interviews/témoignages réalisés lors de clips vidéos ou fournis par les opérateurs de mise en œuvre notamment pour la lettre d'information trimestrielle du SAN, une sélection devra être effectuée pour la réalisation d'une vingtaine d'affiches.

Pour l'impression, nous suggérons que soient utilisées des encres résistantes à la chaleur et au soleil pour augmenter la durée de vie de l'affichage. Ne pas oublier le « droit à l'image » (accord des personnes sur les affiches)

Pour les affiches, nous suggérons de mettre un texte court en français (phrase marquante, extrait de l'interview sur l'appui du SAN). Elles devront être attractives et les personnes intéressées trouveront toujours une personne de leur entourage pour traduire les textes courts.

Ces affiches seront apposées dans les lieux de passage : Ministères impliqués, bureaux des acteurs du SAN, centres de santé, établissements scolaires, espaces jeunesse, mairies, services déconcentrés de l'état...

5.1.5.6 Communiqués de presse :

Format A4 – 1 page maximum – Nombre en fonction des événements

Les communiqués de presse vers l'ensemble des médias pour faire connaître les avancées du SAN ainsi que les résultats et informer sur les événements (ex. : Inauguration des travaux de construction/rénovation d'infrastructures, journées mondiales thématiques...), dans la vie du Programme sont importants pour faciliter la diffusion des bonnes informations.

Ces communiqués de presse pourront être accompagnés de photos afin de permettre aux journalistes d'illustrer leurs articles. A travers les communiqués de presse, les journalistes seront aussi invités à participer aux événements.

Les communiqués de presse ainsi que les lettres d'information peuvent aussi permettre aux journalistes (médias classiques et numériques) de « boucler » leurs éditions sans obligatoirement payer pour les publications.

La constitution des listes des médias pourra être réalisée à partir de l'annuaire des médias de l'HAMA, de la liste des contacts humanitaires de l'OCHA qui contient une liste des médias et leurs contacts, la liste du réseau RJTN... Ces listes pourront être complétées par les contacts médias disponibles auprès de différents acteurs du SAN.



5.1.6 Autres outils de communication/visibilité

5.1.6.1 Calendriers chevalets :

Papier cartonné 320 grammes, quadrichromie, 1 semestre par face et 500 exemplaires. Support renouvelé chaque année.

Le calendrier chevalet est un outil de visibilité intéressant car on le retrouve sur tous les bureaux et les possesseurs y « jettent un coup d’œil » au moins une fois par jour (même inconsciemment).

Ces calendriers seront diffusés auprès des acteurs et partenaires du programme SAN (Ministères, ONG, PTF, décideurs, services déconcentrés de l’état, leaders d’opinion...). Des contenus différents seront à définir par l’équipe du SAN chaque année.

5.1.6.2 Signalétique bâtiments et des réalisations :

La signalétique et les panneaux contribuent à la visibilité du programme SAN et du fait que la mise en œuvre a déjà démarrée un certain nombre de panneaux sont déjà en place (coordination nationale, comités sectoriels et opérateurs de mise en œuvre). Si jugés nécessaire pour certains, ces panneaux seront en Français et en arabe tchadien (recto/verso)

Nous recommandons que tous ces panneaux soient refaits dans le respect de la charte graphique du SAN. Un modèle pourra être fourni dans le kit harmonisé C&V du SAN.

5.1.6.3 Autocollants programme SAN sur véhicules :

Comme pour les panneaux de signalétique, nous recommandons de refaire les autocollants des véhicules « aux couleurs » du SAN pour une visibilité globale, harmonieuse et homogène.

5.1.6.4 Quizz du SAN :

Cette activité n’est pas essentielle mais pourrait susciter la curiosité et faire connaître/comprendre le SAN.

Ce concours national gratuit, de type « Grand quizz du SAN », lancé sur le site web SAN (et relayé par les médias et acteurs du SAN) proposera de nombreuses questions sur le programme. Les réponses seront à rechercher sur le site web et les réseaux sociaux du SAN.

La remise des lots aux gagnants sera médiatisée. Les prix pourraient être par exemple : un weekend pour 2 dans une aire protégée (ex. : zakouma), une visite de terrain avec une équipe du SAN pour découvrir des réalisations, des casquettes et tee-shirt...)

5.1.6.5 Affichette COVID 19 :

Format A3, quadrichromie, CB 240 grammes et 1.000 exemplaires

La pandémie liée à la covid 19 étant toujours d’actualité, il est nécessaire de réaliser une affichette avec les gestes barrières illustrés (distanciation sociale, port du masque, lavage des mains et éviter de se serrer les mains). Elle mentionnera aussi le numéro gratuit à contacter (1313) en cas de signes tels que fièvre, toux, éternuement et difficulté respiratoire.



Ce support devra être affiché dans tous les lieux d'intervention du SAN (bureaux de la coordination et des composantes sectorielles, bureaux des entreprises et ONG, centres de santé, CLA...).

5.1.6.6 Communication par l'objet :

Ces supports destinés principalement aux événementiels (rencontres, salons, journées mondiales...) ne sont pas prioritaires mais contribuent à la bonne visibilité du projet.

Quelques exemples :

- Tee-Shirts, polos et casquettes
- Bloc-notes, agendas et crayons
- Sacs/pochettes
- Chemises à rabat
- Pagne imprimé
- Etc... (prioriser les supports de visibilité utilisables par les bénéficiaires).



Ex. : Veste journaliste

Des tenues pour les équipes impliquées dans le SAN (ex. : polo) qui contribue à la « culture d'entreprise » (appartenance) ou pour les journalistes impliqués (ex.: veste/ gilet) pourraient être envisagés. L'exemple de veste/gilet pour les journalistes peut être adapté pour le personnel du SAN.

5.1.7 Supports de capitalisation finale du SAN

A la fin de la mise en œuvre du programme, il est important de faire un bilan du travail effectué, de montrer les réalisations et résultats ainsi que les impacts sur les populations bénéficiaires. Les supports de communication produits seront remis aux participants lors de l'atelier de capitalisation finale du Programme SAN.

5.1.7.1 Présentation PPT des résultats du programme SAN

30/40 diapositives

Cette présentation PPT résumera en quelques diapositives le programme SAN, expliquera les points forts, les difficultés rencontrées ainsi que les solutions mises en œuvre. Bien entendu, elle présentera le bilan des actions réalisées et les résultats obtenus.

5.1.7.2 Brochure de capitalisation finale des résultats du programme

Format A4, +/- 40 pages, quadrichromie, CB 160 grammes et 1.000 exemplaires (+ pdf)

Sur la base de la présentation PPT, cette brochure expliquera de manière détaillée les actions réalisées et les résultats obtenus. A travers les leçons tirées et les expériences, ce document apportera des perspectives pour la sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad.

5.1.7.3 Brochure de témoignages des bénéficiaires

Format A4, +/- 40 pages, quadrichromie, CB 160 grammes et 1.000 exemplaires (+ pdf)

Brochure donnant la parole aux bénéficiaires finaux classée par thématiques du SAN : bonne gouvernance, santé-nutrition, eau-assainissement-hygiène, accessibilité-mobilité rurale et sécurité alimentaire.



5.1.7.4 Film documentaire de capitalisation du SAN

Durée 26 minutes et tournée en 4K (format diffusion full HD 1080)

Ce film racontera l'histoire du programme SAN à travers les actions menées, les témoignages des acteurs et des bénéficiaires. Le but est de montrer le travail réalisé à grâce une approche innovante, multisectorielle et multi-acteurs dans le domaine de la sécurité alimentaire et nutritionnelle. Cette approche novatrice et intégrée vise promouvoir le développement socio-économique du Tchad par une réduction de la malnutrition.

Pour ce type de documentaire des prises de vues aériennes (par drone) présentent un intérêt important. Il sera donc nécessaire que la coordination nationale fasse une demande officielle au Ministère de la communication (qui sera ensuite transmise à l'agence nationale de sécurité).

5.1.7.5 Clé USB de capitalisation (brochures et documents, vidéos...).

Une clé USB de capitalisation regroupera l'ensemble des documents et outils de communication réalisés tout au long de la mise en œuvre du SAN (Brochure de capitalisation finale, brochure de témoignages des bénéficiaires, film documentaire, clips vidéo, plaquettes annuelles des résultats, lettres d'informations, étude filières porteuses et autres documents thématiques, rapports et documents divers du SAN). Elle sera associée à un porté clé « aux couleurs » du SAN.

5.2 Canaux et relais de communication

Produire des outils/supports de communication ne suffit pas, encore faut-il en assurer la diffusion le plus largement possible. Cette partie montre divers canaux et relais à exploiter.

Nous rappelons ici que la communication de proximité sera relayée lors de visites de terrain de la coordination nationale et des composantes sectorielles et surtout par les opérateurs de mise en œuvre (qui fourniront aussi de la matière : photos, vidéo, interviews, publiereportages... afin d'alimenter la communication notamment de veille informationnelle).

5.2.1 Site Internet et réseaux sociaux du SAN

Le site Internet et les réseaux sociaux du SAN (Facebook, LinkedIn et chaîne YouTube) permettront de faire connaître le programme et maintenir une veille informationnelle. Elles contribueront aussi à relayer les productions C&V du SAN. Les adresses de ces réseaux seront mentionnées sur les publications du SAN.

La création et la gestion d'un site Internet (et de réseaux sociaux) pour le SAN présente de nombreux intérêts outre le fait d'offrir une visibilité internationale (notamment pour la diaspora tchadienne à travers le monde et toutes personnes intéressées par la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi le développement locale).

Afin de drainer de nombreux visiteurs, un site Internet doit être correctement référencé sur les principaux moteurs de recherche (Yahoo, Google, MSN...). La création de liens notamment sur les principaux sites Internet tchadiens (Ministères, Service FED...) pourra aussi augmenter de manière très significative le nombre de visiteurs.



5.2.2 Rencontres et réunions programme/partenaires

Les rencontres et réunions entre le programme SAN et ses partenaires sont l'occasion de conforter la dynamique du SAN et de diffuser les supports de communication : Dépliants promotionnels, plaquette de présentation du SAN, plaquettes annuelles des résultats et impacts, lettres d'information trimestrielles (imprimées pour l'occasion), ...

Les acteurs et partenaires doivent être sollicités pour relayer les informations du SAN sur leurs propres réseaux.

5.2.3 Événementiels du programme SAN

Pour une bonne visibilité des actions menées par le programme SAN, les médias tchadiens seront informés (communiqués de presse et invitations) lors des événements importants (ex. inaugurations) dans la vie du programme (réhabilitations de pistes, aménagement/équipement de sites agricoles, adductions d'eau potable, forages et pompe manuelles, laboratoires d'analyse, incinérateurs...). Les célébrations des journées mondiales sont aussi l'occasion de participer afin de donner de la visibilité et faire connaître le Programme SAN. Quelques exemples :

- 8 mars : journée internationale des droits des femmes
- 22 mars : journée mondiale de l'eau
- 07 avril : journée mondiale de la santé
- 9 mai : journée de l'Europe (Union européenne)
- 16 octobre : journée mondiale de l'alimentation

5.2.4 Médias (TV, radio & presse écrite et numérique)

Le Tchad dispose d'un large panel de médias utiles dans la communication informationnelle pour offrir une large visibilité et faire connaître le programme SAN. Les campagnes médiatiques nécessitent des budgets importants, Il conviendra donc de déterminer les organes médiatiques offrant le plus d'audience.

L'ONAMA (**Radio et TV nationales**) diffusent sur l'ensemble du territoire tchadien (à noter que l'émetteur en ondes courtes pour la radio est actuellement en panne). L'ONAMA ne possède pas de mesure d'audimat et il semble que le public regarde/écoute principalement les informations nationales avant de « zapper » sur d'autres médias (TV privées et internationales, radios de proximité). L'ONAMA actualise en ce moment ses grilles de programmes.

Le meilleur moment (prime time) pour communiquer par les canaux de l'ONAMA est juste avant les journaux télévisés. Une tranche d'antenne de 10 minutes est disponible.

Les tarifs de diffusion sont relativement élevés pour la TV⁸ et la radio⁹ nationales mais négociables notamment par un système de préachat.

La **presse écrite** fonctionne difficilement et avec un tirage limité. Le principal quotidien « Le Progrès » tire en 2.000 exemplaires et compte environ 1.000 abonnés, les autres ventes se font par des vendeurs dans les rues de Ndjamena. Des envois dans les provinces sont aussi effectués par le biais « d'agences de voyages » et avec quelques jours de retard. Concernant le prix des publications sur le Progrès se reporter à l'annexe¹⁰

⁸ Annexe 6 : Grille tarifaire de la télévision nationale

⁹ Annexe 7 : Grille tarifaire de la radiodiffusion nationale

¹⁰ Annexe 8 : Tarifs de publications du quotidien « Le Progrès » (et autres journaux)



Les **médias numériques** sont de nouveaux outils incontournables (les médias traditionnels s'y convertissent et disposent souvent également d'un site Internet et/ou d'une page Facebook). Ces médias au départ consultés surtout par les jeunes touchent aujourd'hui un large public. L'utilisation des smartphones favorise l'accès à tout moment et en tous lieux à l'information.

Nous avons identifié deux médias d'actualités numériques qui bénéficient d'une très large audience, « Tchadinfos » (<https://tchadinfos.com/>) et Alwihda info (<https://www.alwihdainfo.com/>). Du fait de leur notoriété, ces deux médias numériques proposent des tarifs « publicitaires » relativement élevés.^{11& 12}

Pour l'ensemble des médias, nous recommandons d'envoyer régulièrement des communiqués de presse (et si possible la lettre d'information trimestrielle du SAN) qui peuvent pour certaines rédactions aider à boucler une édition.

Pour plus d'informations sur les médias se reporter au chapitre « Paysage médiatique ».

5.2.5 Autres canaux/relais de communication/visibilité

Bien entendu, il y a les réseaux de la DUE au Tchad et sa page internet (https://eeas.europa.eu/delegations/tchad_fr) ainsi que le service communication/visibilité pour les actions extérieures de l'Union européenne.

Ainsi que les sites internet des acteurs du SAN (Ordonnateur national, Ministères, opérateurs de mise en œuvre).

Et Les autres réseaux des partenaires (dont ceux de l'OCHA) :

<https://www.humanitarianresponse.info/en/operations/chad> : en bas de page, vous trouverez un lien pour vous abonner à notre newsletter hebdomadaire ainsi que l'essentiel des produits de communication publiés par la communauté humanitaire au Tchad.

<https://reliefweb.int/country/tcd>

Site Internet de l'ANADER <http://anader-tchad.com/>

En mai 2013, le Tchad a rejoint le mouvement SUN (Scaling Up Nutrition - <https://scalingupnutrition.org/fr/pays-sun/tchad/>), ce mouvement mondial dans lequel sont actuellement engagés 63 pays mène des actions pour mettre fin à la malnutrition sous toutes ses formes. A noter que la page liée au Tchad n'a pas été actualisée/mise à jour depuis novembre 2017.

La création (dans le cadre du mouvement SUN) de 8 réseaux à savoir :

- Le Réseau des Nations Unies dont son initiative REACH
- Le Réseau des Bailleurs sous le leadership de la Délégation de l'Union européenne
- Le Réseau des Parlementaires Amis de la Nutrition
- Le Réseau des Scientifiques pour la Nutrition
- Le Réseau des Champions pour la Nutrition
- Le Réseau des Journalistes Tchadiens pour la Nutrition
- Le Réseau de la Société civile pour la Nutrition
- Le Réseau du Secteur Privé pour la Nutrition

¹¹ Annexe 9 : Grille tarifaire Tchad Infos

¹² Annexe 10 : Grille tarifaire Alwihda Info



A noter que nous avons rencontré Monsieur le Président du réseau des journalistes tchadiens pour la nutrition (RJTN) qui nous a remis la liste de ses membres¹³. Sur 65 membres seuls 18 ont communiqué leur adresse courriel mais aucun numéro de téléphone pour l'ensemble.

5.2.6 Groupes de discussion WhatsApp et campagnes emailing

Lors des nombreuses rencontres effectuées pour l'élaboration de cette stratégie et plan de communication, nous avons pu constater que les groupes WhatsApp étaient largement utilisés par les acteurs et partenaires dans le cadre de leur travail.

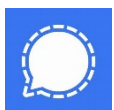


WhatsApp est une application mobile multiplateforme qui fournit un système de messagerie instantanée chiffrée de bout en bout. C'est un outil intéressant pour communiquer (appels vocal et vidéo, messagerie et partage de fichiers/documents/photos/vidéo joint) qui comptabilisait plus de 2 milliards d'utilisateurs (source : <https://fr.statista.com>) à travers le monde en février 2020. WhatsApp permet de communiquer à faible coût (prix d'une communication locale ou sur les réseaux wifi sans utiliser son forfait mobile).

Cet outil nécessite un smartphone. Un point fort de cette application mobile est de pouvoir créer de groupes (messagerie groupée).

Nous recommandons vivement la création de groupes de discussion et d'échange WhatsApp comme par exemple :

- Groupe Coordination nationale et composantes sectorielles
- Groupe Coordination nationale et partenaires (PTF, Ministères et décideurs)
- Groupe coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre
- Groupe Coordination nationale et médias : presse écrite et numérique, TV et radios (notamment pour l'envoi des communiqués de presse)
- Groupe composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre
- Groupe opérateurs de mise en œuvre et autorités locales
- Groupe opérateurs de mise en œuvre et médias locaux
- ... etc...



Une alternative intéressante à WhatsApp est l'application Signal. Contrairement à WhatsApp qui appartient à la société américaine Facebook, Signal est soutenu par une fondation indépendante qui est structurée en tant qu'organisme à but non lucratif. Suite aux nouvelles conditions générales d'utilisation (partage des données d'utilisateur avec Facebook entre autre) beaucoup d'utilisateurs ont abandonné WhatsApp pour utiliser exclusivement Signal. C'est le cas notamment depuis une année de la Commission européenne et tout dernièrement du Parlement européen.

Le programme SAN pourra également et en fonction des besoins demander à ses partenaires de relayer les informations sur leurs propres groupes WhatsApp.

Sur le même principe que pour WhatsApp, il convient de préparer des listes d'adresses courriels pour des campagnes d'emailing.

¹³ Annexe 11 : Liste des membres du réseau des journalistes tchadiens pour la nutrition



5.3 Gestion documentaire

Un dispositif de gestion électronique de documents (GED) est en cour de développement pour la coordination nationale du SAN avec la Société Tomato mais n'est pas encore totalement opérationnel et doit être adapté aux besoins du Programme. Cet outil d'archivage numérique est prévu sur un serveur externe avec le développement d'outils spécifiques de collecte de données.



Outre le GED, il nous semble fortement souhaitable de prévoir un espace de stockage des documents sur le « cloud ». Nous suggérons par exemple de prendre un abonnement Dropbox pour collaborer avec l'ensemble des acteurs du SAN (coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre) depuis n'importe quel appareil connecté (ordinateur, tablette numérique, smartphone) et depuis n'importe quel lieu. Ce service coûte une environ une quinzaine d'euros par utilisateur et par mois pour un stockage illimité mais il conviendra d'étudier les solutions et types d'abonnement les mieux adaptés aux besoins du programme.

Ce type d'outil permet de :

- Partager les fichiers
- Stocker et sauvegarder
- Synchroniser les appareils
- Simplifier la signature électronique
- Protéger et sécuriser
- Gagner en productivité



Un gros avantage de ce système de stockage est de permettre à l'ensemble des acteurs du SAN d'avoir facilement accès à l'ensemble des documents (rapports, études...) liés au SAN et à ses thématiques. Et de pouvoir fournir rapidement une documentation pertinente et adaptée aux Consultants notamment sans avoir à rechercher la documentation sur divers ordinateurs des acteurs du SAN.

Pour la communication/visibilité, cela facilite le transfert des informations/contenus (photos, vidéos, schémas, graphiques, synthèse des résultats, publiereportages...) fournies par les acteurs du SAN nécessaires pour alimenter les outils C&V (site web, réseaux sociaux/professionnels, lettre d'information, brochures...). Les photos et petites vidéos réalisées par smartphone peuvent aussi être transmises directement via WhatsApp.

Pour le transfert de fichiers volumineux, nous recommandons aussi d'utiliser à des services en ligne gratuits comme par exemple Wetransfer (<https://wetransfer.com/>) .

5.4 Communication et Covid 19

Le Tchad est un pays faiblement touché par la pandémie de corona virus. Le Gouvernement a toutefois pris mesures de prévention sanitaires (confinements, obligation de port du masque, couvre-feu, distanciation sociale, utilisation du gel hydro alcoolique...) qui ont été respectés. Actuellement, on constate un certain relâchement dans le respect des gestes barrières mais les cas de contamination au covid 19 restent très faibles. Le Ministère de la santé public publie chaque jour les chiffres de la situation. L'expert international a été surpris de trouver sur sa page Facebook le communiqué sur la situation épidémiologique du covid 19 au Tchad.





Toutefois, la pandémie covid 19 reste toujours d'actualité et le Ministère de la santé publique conseil la vigilance et le strict respect des mesures barrières notamment :

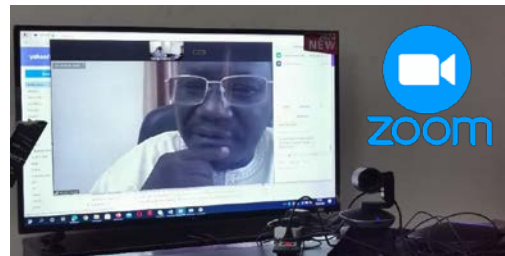
- Distanciation physique d'un moins un mètre
- Port du masque
- Lavage fréquent des mains à l'eau et au savon
- Eviter de serrer les mains lors de salutations

En cas de signes tels que fièvre, toux, éternuement et difficulté respiratoire appeler gratuitement le 1313 ou se rendre dans un service de santé le plus proche.

Une affiche d'information abondamment illustrée sur les consignes et gestes barrières à respecter doit être réalisée et visible dans tous les lieux d'interventions du programme SAN.

De la mesure du possible, il est vivement recommandé de recourir au télétravail et de limiter les rencontres/réunions.

La coordination nationale a mis en place des équipements de visioconférence fonctionnant avec zoom pour favoriser les réunions à distance. Cet outil de travail est aussi pratique pour faciliter les échanges avec l'ensemble des acteurs du SAN et notamment les opérateurs de mise en œuvre sur le terrain.



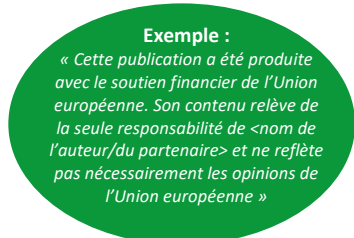
5.5 Rappel des consignes C&V



Toutes les actions menées dans le cadre du SAN doivent obligatoirement respecter l'identité visuelle (Charte graphique) et son jingle audio pour les productions audio & vidéo.



L'indication du financement (ou co-financement) de l'UE doit être visible (Publications, équipements, sites web & réseaux sociaux, productions audiovisuelles, papeterie...). Les polices de caractère associable avec l'emblème de l'UE sont Arial, Calibri, Garamond, Trébuchet, Tahoma ou Verdana.



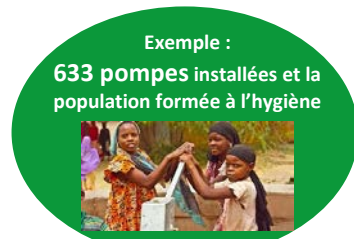
Toutes les publications (Rapports, brochures, dépliants, site Internet, réseaux sociaux, productions audiovisuelles...) des partenaires doivent indiquer la non-responsabilité de l'UE sur les contenus et informations diffusés.



La communication et visibilité doit être attractive et donnée envie aux destinataires d'en savoir plus. Un message + un visuel accrocheur. Les personnes sur les photos et vidéos doivent donner leur autorisation/accord (droit à l'image).



Les contenus et messages doivent être adaptés aux publics à qui ils sont destinés. Ils doivent être simples, clairs et concis pour faciliter la compréhension et mémorisation. Les acronymes et le « jargon professionnel » doivent être évités autant que possible. On n'utilise pas le même langage que dans les rapports, les informations doivent être vulgarisées.



La communication/visibilité autour du programme SAN doit valoriser les résultats : chiffres clés, impacts sur les populations vulnérables, success stories (témoignages)...

La communication et visibilité de programme SAN doit aussi véhiculer les valeurs de l'UE qui sont de réduire la pauvreté, de contribuer à la paix et à la prospérité dans le monde. Il est aussi important de montrer l'approche globale de l'appui de l'UE à travers le programme multisectoriel et multi-acteurs SAN.



5.6 Formations et renforcement des capacités

Pour faciliter la bonne réalisation du travail en communication, cinq (5) formations ont été identifiées.

Afin faciliter la mémorisation des apprentissages, nous recommandons que des aide-mémoires abondamment illustrés soient préparés par les formateurs et remis aux participants des formations.

Pour les formations, nous recommandons de ne pas dépasser des groupes de 20 personnes pour une bonne qualité de travail et d'apprentissage.

5.6.1 Formation à l'administration du site Internet SAN

Durée : 2 à 3 jours

Public : Expert national C&V + 2 autres personnes de Coordination nationale SAN

Cette formation sera animée de préférence par la Société ayant réalisé le site Internet du Programme si elle dispose des compétences pédagogiques nécessaires ou alors par une société spécialisée dans le domaine. Cette formation sur la gestion et l'administration du site Internet intégrera notamment les éléments suivants : Serveur FTP, panneau de contrôle, messagerie électronique, mise à jour des contenus, création de menus...

Outre la théorie, cette formation sera accompagnée d'exercices pratiques sur une version hors ligne du site Internet du programme SAN.

A l'issue de la formation, l'équipe devra être autonome pour effectuer les mises à jour (insertion de textes/images, ajout de documents téléchargeables...) et les modifications de bases (ex. : création de nouveaux menus/sous menus) du site Internet SAN.

5.6.2 Initiation à la communication et utilisation Kit harmonisé C&V

Durée : 1 jours

Public : Coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre

Cet atelier de travail participatif se composera de deux parties :

Initiation à la communication à travers des modules de bases courts (ex. : Introduction à la communication, présentation des différentes approches en communication (IEC, plaidoyer, approche participative et réponse locale), techniques de communication interpersonnelle (mieux se connaître pour mieux comprendre les autres, écoute/questions/relances), persuasion/argumentation et technique d'animation.

Présentation du Kit harmonisé C&V du SAN et discussion sur l'utilisation des différents outils fournis.

5.6.3 Atelier participatif : rédaction et élaboration de contenus

Durée : 2 jours

Public : Coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre

Cet atelier axé sur les messages et contenus doit contribuer à rendre plus attractifs et percutants les supports de communication/visibilité conçus dans le cadre du programme SAN.



Cette formation doit permettre aux participants d'améliorer la qualité de leurs écrits, de favoriser l'esprit de synthèse, d'apprendre à vulgariser les informations (la rendre compréhensible et claire), de donner envie aux lecteurs.

Elle traitera donc des techniques de rédaction et d'élaboration des contenus de la communication/visibilité.

L'atelier de travail participatif intégrera des travaux de groupes sur les thématiques du programme : bonne gouvernance, mobilité-accessibilité rurale, eau-assainissement hygiène, santé-nutrition et sécurité alimentaire.

A partir de quelques supports courants, il conviendra de définir les éléments importants à retenir, en fonction des outils de communication, créer des messages et titres « accrocheurs », structurer et vulgariser les contenus, renforcer l'attractivité et améliorer la compréhension (photos, dessins, schémas, graphiques...).

Ces travaux serviront à l'élaboration de contenus dans la communication du programme SAN.

A l'issue de l'atelier, chaque groupe présentera les résultats de son travail lors d'une séance plénière.

5.6.4 Initiation aux techniques de prise de vues et réalisation de vidéo

Durée : 1 jours

Public : Coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre

Pour alimenter la communication/visibilité, il est nécessaire de disposer de photographies et vidéos de qualité satisfaisante. Cette formation apportera les bases sur les techniques de prises de vues photographiques et vidéo.

Et sera complétée par un apprentissage au montage vidéo avec le logiciel pour smartphone Kinemaster. Cet outil permet de réaliser facilement des vidéo courtes dont le format est intéressant pour diffusion notamment sur les réseaux sociaux. Cet outil est recommandé par la coordination des réseaux de communication des DUE à l'Union européenne.

5.6.5 Atelier de formation à la capitalisation

Durée : 1 à 2 jours

Public : Coordination nationale, composantes sectorielles et opérateurs de mise en œuvre

Cette formation se basera sur 3 modules :

- Formation à la capitalisation : Valoriser les expériences du SAN
- Méthode SEPO
- Outil d'aide à la capitalisation

Et sera suivi de travaux de groupes sur les thématiques du SAN suivis d'une séance plénière

Cette formation permettra aussi de mieux maîtriser les techniques de témoignages et de préparations de success stories.



6 SUIVI & EVALUATION C&V

La mise en œuvre d'une stratégie et d'un plan de communication ne suffit pas, il est important de s'assurer régulièrement de l'efficacité et de l'impact du travail réalisé.

Le suivi et évaluation de la communication/visibilité à adopter par le Programme SAN se résume en quatre principaux groupes d'indicateurs, le premier quantitatif (activités réellement mises en œuvre et nombre d'outils utilisés et/ou diffusés pour chacune d'entre elles), le second qualitatif (normes, formats couleurs impressions, retours, impacts...), le troisième les délais (les périodes prévues pour les réalisations) et la quatrième l'impact important mais pas toujours facile à mesurer, il concerne la bonne compréhension .

Les indicateurs (quantitatif et délais) sont assez facilement mesurables car ils s'appuient notamment sur le respect du plan de communication et son chronogramme des activités. Le second (qualitative) demande à ce que les acteurs de la mise en œuvre soient attentifs à l'accueil des publics des actions de communication et à leur bonne compréhension des contenus de la C&V et de l'intérêt/implication obtenues).

Une colonne avec les indicateurs spécifiques par actions/activités est intégrée dans le plan de communication.

Quatre critères d'évaluation : Quantité – Qualité – Délai - Impact

La quantité

Conformément au plan de communication, les quantités des outils et moyens de communication doivent être vérifiées conformes :

- Site Internet, dépliants, affiches, kakemonos, clips vidéo, spots radios...
- Événementiels et animations (Conférences, inaugurations, Journées portes ouvertures, animations/rencontres...)
- Couverture médiatique et mobilisation des médias.
- Diffusion des productions audioscripto-visuelles médias, Internet, réseaux sociaux, opérateurs de mise en œuvre, Ministères/Directions et services déconcentrés de l'état, partenaires, leader d'opinion ...etc...

La qualité

La qualité de chaque produit ou outil est prédéfinie notamment par des spécificités techniques et de critères divers:

- Contenu (messages à passer)
- Format (tailles)
- Respect de la charte graphique (logotype, taille, norme, couleurs) et du « jingle ».
- Réalisation
- Impression...



Pour vérifier la qualité, c'est souvent le Bon à Tirer (BAT) qui est exigé aux prestataires. Après observations et corrections portées sur quelques exemplaires, on donne le BAT quand elles sont prises en compte.

La qualité peut également se mesurer par rapport à la participation et la satisfaction des cibles, leur appropriation du message et leur capacité de proactivité et de réaction grâce aux impacts de la communication.

Les délais

Les délais sont également mentionnés dans le plan de communication. Il s'agit de la période qui caractérise le début et la fin de chaque réalisation. Ces délais sont souvent liés à l'efficacité et aux impacts attendus de chaque activité de communication. Le suivi-évaluation doit veiller au respect des délais.

L'impact

La communication et visibilité est liée à des objectifs et il est donc nécessaire d'essayer de mesurer l'impact sur les publics concernés. Quelques exemples de critères :

- Contacts et retours des publics suite aux actions C&V (ex. : demandes d'informations)
- Dynamiques de participations et intérêts suscités par la C&V.
- Adhésions et participations au programme des acteurs partenaires et société civile.
- Implication des autorités locales et des bénéficiaires.
- « Like », « followers » et relais de l'information.
-





7 EQUIPEMENT DE PRODUCTION C&V

Pour être plus autonome et éviter le recours à des prestataires extérieurs nous suggérons l'acquisition des équipements suivants. L'expert local C&V devra maîtriser l'utilisation de ces équipements et outils. Bien entendu, un bureau et une bonne connexion internet seront nécessaires pour l'expert C&V.

Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Prix total	Image
PC portable gamer HP de16 Go de ram, disque dur SSD 500 Go / Processeur core i7	1	1500,00 €	1500 ,00€	
Imprimante multifonction M234sdw HP LaserJet.	1	350,00€	350,00€	
Encre toner HP M234 Sdw	10	70,00€	700,00€	
Disque SSD SanDisk Extrême Portable. 2T grâce à sa connectique USB 3.1, offre des transferts à haute vitesse pouvant aller jusqu'à 550 Mo/s tant en lecture qu'en écriture. Il sera ainsi facile de transférer rapidement des photos et des vidéos hd.	2	520,00 €	1040,00€	
Clés USB adaptateur. 10 Go. USB AC WUSB6400M met instantanément à jour le signal Wi-Fi de votre ordinateur portable ou PC Windows.	10	50,00 €	500,00 €	
Pack Microsoft office	1	150,00 €	150,00 €	
Drone DJI Mavic 2 Pro - Drone avec Caméra Hasselblad L1D-20c, Vidéos 4K HDR 10 bits.	1	2000,00 €	2000,00 €	
Carte mémoire SD : Lexar pro 1066x UHS I-SILVER Series 128 Go.	2	60,00 €	120,00 €	
1 Kit lumières, Led Neewer 660 Bi-Couleur Réglable avec Support en U et Barndoor (3200-5600K, CRI 96+).	1	350,00 €	350,00 €	
Camera Canon 5D Mark IV, boîtier nu.	1	2100,00 €	2100,00 €	
Objectif canon 24/105 mm.	1	1 750 €	1 750 €	
Enregistreur H4N Pro.	1	200,00 €	200,00 €	
Kit de 2 Micro-cravate de marque Boya.	1	250,00 €	250,00 €	
Abonnement pour 5 Logiciels de la suite Adobe Master Collection CC 2020 (In design, Photoshop, Illustrator, Première pro, After effects).	5	360,00 €	1800,00 €	
1 trépied	1	280,00 €	280,00 €	
Total :				13.090€



8 PLAN DE COMMUNICATION DU PROGRAMME SAN

Ce plan de communication est donné à titre indicatif (sur 5 ans), tout dépendra des choix retenus, de son niveau d'adoption, de la période de démarrage et des moyens pour sa mise en œuvre effective.

Le plan de communication devra s'adapter et suivre la mise en œuvre du SAN. Le recrutement d'un expert national en communication/visibilité pour la Coordination nationale du SAN est vivement recommandé (temps pleins ou partiel) afin d'accompagner un démarrage rapide du plan de communication.

Avant leur diffusion, les supports/contenus de la communication seront étudiés par le groupe C&V (Coordination nationale/DUE/Service FED) pour observations/approbations. Dans ce cas, il conviendra de fixer un délai de révision (72 h ?) afin de ne pas retarder les travaux de communication.

PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
Actions prioritaires/Urgentes (la mise en œuvre de la C&V est liée à ces premières activités)					
1 –Elaboration d'une stratégie d'un plan de communication pour le PROGRAMME SAN	Expert international en communication/Visibilité et expert national communication (AT C&V) En collaboration avec Coordination nationale SAN	17 mai 2021	3 semaines 1/2	Draft remis à temps Représentativité des personnes rencontrées. Pertinence de la stratégie proposée Faisabilité et intérêts du plan com Choix des actions et outils de com Validation Coordination nationale SAN, DUE et Service FED (ON)	Mission d'Assistance Technique AGRER
2 – Recrutement d'un Expert national en communication /visibilité	Coordination nationale SAN AT LT Agrer	Juin 2021	ASAP	Qualité des candidatures reçues Compétences et expériences des candidats. Polyvalence (infographie, compétence photos/vidéo, qualité rédactionnelle Rapidité du recrutement	Trouver un bon candidat contribuera à une mise en œuvre rapide de la stratégie et du plan de communication/visibilité. La communication doit être une activité transversale tout au long du programme et contribuer à sa réussite



PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
3 – Création de la Charte graphique du programme SAN	Expert national avec appui expert international C&V ou agence de communication Coordination nationale SAN, DUE, Service FED	Juillet 2021	1 mois	Esprit de créativité et nombre d'idées Qualité propositions de logos Cohérence création de l'identité visuelle (logo avec charte graphique complète) Validation et adoption rapide	Voir point 4.1.2 du présent document Souhaitable pour contribuer à construire une image forte du Projet
4 – Création d'une identité sonore – « Jingle » pour les production audio et audiovisuelle du SAN	Expert national Studio de production Coordination nationale SAN, DUE, Service FED	Fin-Juin 2021	1 à 2 semaines	Esprit de créativité Qualité propositions de jingles sonores Cohérence création de l'identité visuelle (logo avec charte graphique complète) Validation et adoption rapide	Privilégier l'utilisation d'instruments de musiques locaux
5 – Constitution d'une banque d'images	Expert national C&V Coordination nationale SAN Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre	Mi-Juin 2021	Constant tout au long du programme	Qualité des images/visuels Quantités fournit par les acteurs du SAN Diversité pour les illustrations Visuels en lien avec les thématiques du SAN (bonne gouvernance, santé-nutrition, eau-assainissement-hygiène, accessibilité-mobilité rurale, sécurité alimentaire)	Indispensable pour rendre attractifs les supports de communication/visibilité. Dans un premier temps, nécessaire pour rendre attractif le site internet du SAN
6 – Site Internet du programme SAN et mise en ligne	Société spécialisée /Webdesigner Expert national C&V Coordination nationale SAN Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre	Juillet 2021 (Doit respecter la charte graphique)	1 à 2 mois Actualisation régulière	Qualité d'ergonomie et de navigation Pertinence dans le choix des menus Qualité des contenus et de la vulgarisation des informations Nombre de visiteurs sur le site	Un travail préalable doit être effectué (avant intervention d'une société spécialisée) afin de définir l'architecture. Un atelier devrait être organisé avec les acteurs afin de préparer/rédiger les premiers contenus Le site doit aussi être bien référencé : choix « mots clés » pour la balise méta tag Appliquer charte graphique



PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
Renforcement des capacités/formations					
7 – Formation à l’administration du site Internet de l’équipe de la coordination nationale	Société ayant réalisé le site Expert national en communication/visibilité	Dès que le site web est finalisé, validé et mis en ligne Fin août 2021	2 à 3 jours	Capacité de vulgarisation technique Pertinence des exercices pratiques Autonomie de travail web des personnes formées Qualité de l’aide-mémoire remis	Formation pour expert national en communication et 1 à 2 personnes de la coordination. Un aide-mémoire abondamment illustré sera remis en fin de formation
8 –Initiation à la communication et utilisation Kit harmonisé C&V	Expert international et/ou expert national C&V Coordination nationale, composantes et opérateurs	Fin septembre / début octobre 2021	1 jour	Intérêt des modules de formation Pertinence des éléments contenus dans le Kit harmonisé C&V Nombre et représentativité des participants Adoption/respect de l’identité visuelle San par les acteurs	Etant donné que la C&V a pris du retard et que la mise en œuvre opérationnelle a déjà démarré, il pourrait être judicieux de regrouper ces 3 formations durant la même période
9 –Atelier participatif : rédaction et élaboration de contenus	Expert international et/ou expert national C&V Coordination nationale, composantes et opérateurs	Fin septembre / début octobre 2021	2 jours	Qualité de la formation Nombre et représentativité des participants Qualité des travaux de groupes Qualité des documents remis	Cet Atelier pourrait, si nécessaire, être réalisé aux cours de la 2 ^{ème} mission de l’expert internationale C&V
10 –Initiation aux techniques de prise de vues et réalisation de vidéo	Expert international et/ou expert national C&V Coordination nationale, composantes et opérateurs	Fin septembre / début octobre 2021	1 jours	Qualité des modules de formation Nombre et représentativité des participants Qualité des documents remis Mise en pratique de la formation par les participants	
11 –Atelier de formation à la capitalisation	Expert en capitalisation Coordination nationale, composantes et opérateurs	Janvier 2022	1 à 2 jours	Intérêt des modules de formation Nombre et représentativité des participants Pertinence et intérêt des outils de capitalisation fournis Adoption et utilisation par les acteurs du SAN des techniques de capitalisation	Outre le suivi/évaluation, la capitalisation est importante tout au long de la mise en œuvre du programme



PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
Actions et supports de communication/visibilité du SAN					
12 – Création du Kit harmonisé C&V du SAN	Experts communication Coordination nationale DUE Service FED	Mi-septembre 2021	1 semaine	Qualité et pertinence du contenu du kit Intérêt des maquettes fournis Adoption identité visuelle et sonore par les acteurs du SAN	Harmonisation de la C&V du SAN quel que soit les intervenants Visibilité et lisibilité renforcée
13 – Réseaux sociaux : <ul style="list-style-type: none">▪ Page Facebook SAN▪ Compte LinkedIn SAN▪ Chaîne YouTube SAN	Expert national C&V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs mise en œuvre DUE et Service FED	Novembre 2021	Actualisation régulière des réseaux	Pertinence dans le choix des informations diffusées Régularité d'actualisation Nombre de visiteurs, nombre de « like » et nombre de partage des publications...	Comme tous les supports C&V, le comité C&V SAN validera les informations avant publication. Tous les acteurs SAN devront contribuer à alimenter ses réseaux Demande d'être vigilant notamment sur les commentaires Facebook
14 – Dépliants de présentation du SAN	Expert national C &V Coordination nationale DUE – Service FED Imprimeur	Janvier 2022	1 semaine	Qualité de vulgarisation des infos Choix des illustrations (photos, dessins, graphiques...) Pertinence des contenus et messages Attractivité des supports Intemporel (utilisation au fil des années) Diffusion	Large diffusion : Sites web SAN, réunions/ rencontres, journées mondiales, événementiels, groupes WhatsApp, campagne emailing... Respect charte graphique
15 – Plaquette de présentation du SAN	Expert national C &V Coordination nationale DUE – Service FED Imprimeur	Janvier 2022	4 à 6 semaines	Attractivité (illustrations, messages...) Qualité de synthèse de présentation Exhaustivité des informations programme Diffusion	La plaquette est destinée particulièrement au PTF, institutionnels, décideurs
16 – PowerPoint de présentation du SAN	Expert national C &V Coordination nationale DUE – Service FED	Février 2022	1 semaine	Qualité de synthèse et de vulgarisation Attractivité Nombre d'utilisation	Utilisation lors des rencontres, réunions et événementiels Diffusion site web SAN
17 – Kakemonos (6) : Présentation succincte SAN Bonne gouvernance et appui institutionnel, santé nutrition, eau-assainissement-hygiène, accessibilité - mobilité rurale sécurité alimentaire)	Expert national C &V Coordination nationale Composantes sectorielles DUE – Service FED Imprimeurs	Mars 2022	2 semaines	Complémentarité texte & images Attractivité des kakemonos Intemporel (utilisation au fil des années) Respect charte graphique Fréquence d'utilisation	Entrée bureau programme SAN, salle de réunion, rencontres, événementiels...



PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
18 – Lettres d’information trimestrielles du SAN	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre DUE – Service FED	A partir de juin 2022 Trimestriel	2 à 3 semaines par publication	Qualité de réalisation Pertinence des infos et contenus Intérêt des visuels et graphiques Qualité rédactionnelle Implication/participation des acteurs Diffusion	Diffusion auprès des partenaires (Ministères, Directions/service de l’état, PTF, autorités, médias...) Diffusion par WhatsApp, emailing & site Web Projet Respect charte graphique
19 – Plaquette annuelle des résultats et impacts du SAN	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre DUE – Service FED Imprimeurs	Janvier 2022 Tous les ans	1 mois	Qualité de réalisation Bonne synthèse /bilan de l’année Intérêt des visuels et graphiques Qualité rédactionnelle Implication/participation des acteurs Diffusion	Diffusion auprès des partenaires (Ministères, Directions/service de l’état, PTF, autorités locale, médias...) version imprimée Diffusion plus large par WhatsApp, emailing & site Web Projet Respect charte graphique
20 – Documents thématiques (exemple : étude sur les filières porteuses)	Coordination nationale Consultants domaines traités Expert national C&V DUE – Service FED Imprimeurs	A définir	En fonction thématiques	Qualité de réalisation Qualité rédactionnelle (vulgarisation) Pertinence des thématiques Diffusion	Diffusion auprès des publics concernés des versions imprimées Diffusion plus large par WhatsApp, emailing & site Web Projet Respect charte graphique
21 – Clips/spots vidéo et audio : réalisations et success stories du SAN (quantité 40)	Opérateurs de mise en œuvre du SAN Equipe tournage Coordination nationale Composantes sectorielles DUE – Service FED	Septembre/octobre 2022 (en fonction des conditions climatiques)	1 mois par série 2022 (10) 2023 (15) 2024 (15)	Qualité des productions Horaires de diffusions (prime time) Nombre de diffusions et TV/radios Nombre d’autres circuits de diffusion utilisés Nombre global de diffusions Feed-back des auditeurs	Ces productions doivent aussi être diffusées sur le site web et chaîne YouTube du programme SAN. Diffusion lors des événementiels Diffusions locales par opérateurs de mise en œuvre (ex. : projections publiques de clips, diffusions sur les radios de proximités des spots/podcasts) Diffusion sur médias online
22 – Affiches promotionnelles : réalisations/témoignages des bénéficiaires (20)	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre	Octobre 2022	2 semaines par série 2022 (10) 2023 (10)	Accroche visuelle/Choix illustrations Complémentarité texte & image Réaliste (ex. : photo et témoignage) Pertinence des contenus et messages Intemporel (utilisation au fil des années)	Implantation dans les lieux de passage : Ministères, DUE, Service FED, Centres de santé, écoles, bureaux des acteurs du SAN...



PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
	DUE – Service FED Imprimeurs			Respect charte graphique Choix des lieux d’affichage/visibilité Quantité et diffusion	
23 – Affichette prévention COVID 19	Expert national C & V Coordination nationale DUE – Service FED Imprimeurs	Juillet 2021	2 jours	Faciliter de compréhension des gestes barrières (illustrations/dessins) Compréhensible par personne non lettré Diffusion	Affichage sur l’ensemble dans l’ensemble des bureaux des acteurs du SAN et dans les lieux d’intervention du programme (centres de santé...)
24 – Communiqués de presse	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles DUE – Service FED	En fonction des événements de la vie du SAN (inaugurations, publication de résultats...)	1 à 2 heure par communiqué	Visibilité du programme SAN Réactivité en matière d’information Pertinence informations/thématiques Nombre diffusions par média + global	Diffusion par groupes WhatsApp et emailing auprès des médias
25 – Calendriers chevalet programme SAN	Expert national C & V Coordination nationale DUE – Service FED Imprimeurs	Novembre 2022 Puis chaque année (2023,2024 et 2025)	Conception 1 semaine	Attractivité (visuel & message) Diffusion & visibilité sur bureaux Liste de diffusion Respect charte graphique	Diffusion auprès des acteurs du SAN, des Institutions, des PTF et des partenaires
26 – Signalétique bâtiments et réalisations	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre Fabricants panneaux	A partir d’octobre 2021	1 semaine par panneau	Respect de la charte graphique Accroche visuelle Pertinence du choix des lieux d’installation Visibilité programme SAN et UE Nombre panneaux installés	Rénovation des panneaux déjà existants / Mise en conformité avec identité visuelle du SAN
27– Autocollants véhicules du programme SAN	Expert national C & V Coordination nationale, composantes et opérateurs de mise en œuvre Imprimeurs	A partir d’octobre 2021	1/2 journée pour la conception	Respect de la charte graphique Accroche visuelle Tous les véhicules aux couleurs du SAN	Appliquer sur tous les véhicules (anciens et nouveaux) Contribue à une bonne visibilité du SAN
28 – Grand quizz du SAN (concours national)	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre	Mars 2023	Conception 1 mois Durée du concours 3 mois	Pertinence de questions Exhaustivité des questions par rapport aux thématiques du programme Médiatisation du concours Nombre de participant	Ce concours a pour objectif d’éveiller la curiosité et de susciter un intérêt des tchadiens sur le programme. Et aussi de renforcer la compréhension sur le travail engagé



PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
	DUE et Service FED Huissier de justice				pour la sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad
29 – Médiatisation et événementiels du programme SAN	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre DUE et Service FED Médias	En fonction des avancées du programme et des événements importants : inaugurations, remise d'équipement, travaux diffusion réalisations C&V dans les médias, journées mondiales...		Nombre d'événement organisés Nombre de diffusions et publications dans les médias Accueil des publics sur le programme SAN Retour du public (nombre de contacts, demandes d'informations...)	Les étapes marquantes dans la vie du programme SAN et activités transversales avec médiatisation importante
30 – Supports de communication par l'objet : tenues de travail, tee-Shirts et casquettes, bloc-notes et crayons, sacs/pochettes, chemises à rabats...	Expert national C & V Coordination nationale DUE et Service FED	A partir d'octobre 2021 (identité visuelle SAN) En fonction besoin		Qualité des supports Attractivité (visuel & message) Intemporel (utilisation au fil des années) Diffusion	Notamment pour les grands événements (inaugurations, journée mondiales...)
31 – Présentation PPT des résultats du SAN (capitalisation)	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles DUE – Service FED	Janvier 2025	2 semaines	Qualité de synthèse, vulgarisation et de capitalisation du programme SAN Dynamique de participation du public Attractivité	Pour Atelier de capitalisation final du programme SAN
32 – Brochure de capitalisation finale des résultats et impacts du SAN	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre DUE – Service FED Infographiste Imprimeurs	Janvier/février 2025	1 mois	Qualité de synthèse des résultats et impacts du programme SAN Attractivité Diffusion	Pour Atelier de capitalisation final du programme SAN
33 – Brochure de témoignages des bénéficiaires		Février/Mars 2025	1 mois	Attractivité (illustrations, infographie...) Qualité de synthèse de présentation Exhaustivité des informations programme Diffusion	Diffusion auprès des PTF, décideurs, institutions...
34 – Film documentaire de capitalisation finale du Programme SAN	Expert national C & V et équipe de tournage Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre	Mars 2025	1 mois	Qualité des productions Nombre de diffusions et TV et autre médias audiovisuels Nombre d'autres circuits de diffusion utilisés Nombre global de diffusions	Possibilité de coupler avec collecte témoignages brochure Diffusion médias audiovisuels, site web, page Facebook, chaîne YouTube, réseaux DUE et autres



PLAN DE COMMUNICATION PROGRAMME SAN					
ACTIONS/OUTILS	RESPONSABILITÉS	Date initiale	TEMPS ESTIME	INDICATEURS	OBSERVATIONS
	DUE – Service FED			Feed-back des spectateurs	Projection lors de l'Atelier de capitalisation final
35 – Clé USB de capitalisation finale (documents, film, clips vidéo, brochures, plaquettes, lettres trimestrielles d'information...)	Expert national C & V Coordination nationale Composantes sectorielles Opérateurs de mise en œuvre DUE – Service FED	Avril 2025	1 semaine	Exhaustivité des productions/ documents Qualité de classements	Clé USB de grande capacité (64 Go) pour contenir toutes les productions du SAN Diffusion lors Atelier de capitalisation finale
36 – Revues de presse et suivi médias sur la sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad	Expert national C&V	Juillet 2021	1h par jour	Qualité synthèse des revues presse hebdomadaires préparées Diffusion auprès du personnel Exhaustivité du fichier médias constitué	Diffusion d'une synthèse chaque semaine auprès de l'équipe du programme SAN
37 – Révision et actualisation annuel du plan de communication du programme SAN	Expert national C & V Coordination nationale DUE et Service FED	Décembre 2021 Puis chaque année	1 semaine par an	En accord planification programme SAN Prise en compte des leçons à tirer de l'année précédente. Réalisme dans le choix des actions/activités Intérêt et innovation dans le choix des nouvelles activités de communication & visibilité proposées	Un plan de communication/visibilité n'est pas figé, il évolue avec le programme pour répondre à ses besoins et priorités
38 – Evaluation, capitalisation et rapports C&V du programme SAN	Expert national C & V Coordination nationale DUE et Service FED	Janvier 2022	Régulier Transversal tout au long du programme	Qualité de synthèse et d'analyse du travail réalisé Bases d'informations collectées et traitées Mesure correctives prises Périodicité des rapports	Permet de tirer les leçons du travail réalisé et de prendre les mesures nécessaires pour progresser Rapport trimestriel d'avancement et annuel



10 BUDGET INDICATIF

Ce budget est estimatif et dépendra des actions retenues et mises en œuvre

Activités	Désignation	Spécifications	Quantité	Coûts €
1 – Elaboration stratégie / plan de communication/visibilité SAN	Stratégie/plan C&V	Document validé/opérationnel	1	AT LT AGRER
2 – Recrutement d'un Expert national C&V	Recrutement	Expert national C&V	1	
3 – Création de la Charte graphique du programme SAN	Identité visuelle SAN	Charte graphique détaillée	1	800
4 – Création d'une identité sonore – « Jingle »	Jingle sonore SAN	Durée 5 et 20 secondes	2	400
5 – Constitution d'une banque d'images	Banque d'images SAN	Photos, vidéo, graphiques...	1	Equipes SAN
6 – Site Internet du programme SAN	Conception/mise en ligne/mise à jours	Conception 2 mois	1	6.000
7 – Formation à l'administration du site Internet	Formation webmaster	3 jours	1	1.000
8 – Initiation com. et utilisation Kit harmonisé C&V	Formation com et kit	1 jour	1	AT C&V
9 – Atelier participatif : rédaction/élaboration contenus	Formation écriture	2 jours	1	AT C&V
10 – Initiation prise de vues et réalisation de vidéo	Formation photo/vidéo	1 jour	1	AT C&V
11 – Atelier de formation à la capitalisation	Formation capitalisation	2 jours	1	AT C&V
12 – Création du Kit harmonisé C&V du SAN	Kit harmonisé C&V SAN	Charte, jingle et outils C&V	1	AT C&V
13 – Réseaux sociaux	Création comptes	Facebook, LinkedIn et YouTube	3	AT C&V
14 – Dépliants de présentation du SAN	Conception/impression	A4, 3 volets, quadri, CB 120 gr. et 3.000 exemplaires (+PDF)	1	1.500
15 – Plaquette de présentation du SAN	Conception/impression	A4, +/- 12 pages, quadri, CB 160 gr. et 1.000 exemp. (+PDF)	1	2.000
16 – PowerPoint de présentation du SAN	Conception	20/30 diapositives	1	AT C&V
17 – Kakemonos (6)	Conception/impression	Impression quadri sur toile – 6 modèles x 2 exemplaires	6	1.400
18 – Lettres d'information trimestrielles du SAN	Conception/diffusion	A4 - 8 pages ou + en fonction des infos) – Numérique PDF	12	AT C&V
19 – Plaquette annuelle des résultats et impacts du SAN	Conception/impression	A4, +/- 12 pages, quadri, CB 160 gr ,500 exemplaires + PDF	4	3.000
20 – Documents thématiques (ex. : Etude filières porteuses)	Conception/impression	A4, quadri, CB 160 gr ,500 exemplaires + PDF	A déterminer	20.000
21 – Clips/spots vidéo et audio (quantité 40)	Réalisation/diffusion	40 clips/spots - Durée : 2/3 minutes – 4K + full HD	40	28.000
22 – Affiches promotionnelles (20)	Conception/impression	20 affiches, format A2, quadri, CB 240 gr. et 500 ex. chaque.	20	4.500
23 – Affichette prévention COVID 19	Conception/impression	A3, quadrichromie, CB 240 grammes et 1.000 exemplaires	1	1.000
24 – Communiqués de presse	Conception/diffusion	Format A4 – 1 page maximum	X	AT C&V
25 – Calendriers chevalet programme SAN	Conception/impression	320 gr, quadri, 1 semestre par face et 500 ex.,chaque année.	4	3.000
26 – Signalétique bâtiments et réalisations	Conception maquette	Actualisation/harmonisation	X	Subv. Opérateurs
27 – Autocollants véhicules du programme SAN	Conception maquette	Actualisation/harmonisation	X	Subv. Opérateurs
28 – Grand quizz du SAN (concours national)	Organisation concours	Organisation, lots et médiatis.	1	10.000
29 – Médiatisation et événementiels du programme SAN	Média et événements	Organisation et participation	En fonction	200.000
30 – Supports de communication par l'objet	Divers tenues & gadgets	Divers : tenues, objets...	Non défini	50.000
31 – Présentation PPT des résultats SAN (capitalisation)	Conception	30/40 diapositives	1	AT C&V
32 – Brochure capitalisation des résultats/impacts SAN	Conception/impression	A4, +/- 40 pages, quadri, CB 160 gr et 1.000 exempl. + pdf	1	5.000
33 – Brochure de témoignages des bénéficiaires	Conception/impression	A4, +/- 40 pages, quadri, CB 160 gr et 1.000 exempl. + pdf	1	5.000
34 – Film documentaire de capitalisation finale du SAN	Réalisation/diffusion	26 minutes et tournée en 4K (format diffusion full HD)	1	10.000
35 – Clé USB de capitalisation finale (avec porte clé San)	Capitalisation produits	Clés 64 go	60	1.800
36 – Revues presse sécurité alimentaire/nutritionnelle	Suivi médias		Hebdo	Expert C&V
37 – Révision et actualisation annuel du plan C&V SAN	Actualisation C&V		Annuel	Expert C&V
38 – Evaluation, capitalisation et rapports C&V du SAN	Suivi & rapports C&V		Périodique	Expert C&V
39 – Equipements de production C&V pour coordination	Achat équipements	Matériel divers (chapitre 7)	Lot équip.	15.000
Total €				369.400 euros



11 RECOMMANDATIONS

Le plan de communication n'est pas un document figé. Les actions de communication et de visibilité pourront être revues et évoluer en fonction des priorités (et des événements importants) dans la vie du programme SAN. Et aussi, par les leçons à tirer acquises au cours des diverses actions de communication/visibilité menées.

Procéder au recrutement de l'Expert national en communication/visibilité afin de démarrer dans les meilleurs délais la mise en œuvre de la C&V du SAN.

Diverses suggestions de logos sont proposées dans ce document. Le comité C&V (Coordination nationale, DUE et Service FED) doivent choisir ou alors donner des suggestions pour la création du logo SAN. Une fois le logo choisi, une charte graphique sera développée afin de créer une identité visuelle forte du programme SAN et assurer une bonne cohérence pour l'ensemble des productions C&V (site Internet, productions audiovisuelles, supports scriptovisuels...). La création d'une identité sonore est aussi fortement recommandée pour les productions audio et audiovisuelles.

La création du site Internet du programme SAN doit être lancée dès la validation de la charte graphique puis être mis en ligne. Tous les outils et supports de communication produit par la suite devront indiquer l'adresse de ce site Internet.

Les images sont indispensables pour donner de l'attractivité et de la crédibilité aux actions de communication et visibilité. De fait, il est indispensable de constituer une banque d'images (photographies de qualités et de préférence en haute résolution). Dès à présent, il doit être demandé aux composantes sectorielles et aux opérateurs de mise en œuvre d'effectuer une sélection d'une vingtaine de leurs meilleures photos (+ graphiques et schémas si disponibles) notamment avec une brève description de chacune d'entre elles. Cette banque d'images devra ensuite être régulièrement enrichie par un envoi régulier (mensuel) de visuels par les acteurs du SAN.

La qualité de rédaction des messages et contenus est primordiale. Il ne s'agit pas de faire du copier/coller de conventions de financements, des documents du programme, des rapports, ou encore de rédiger dans le langage des spécialistes de la sécurité alimentaire et nutritionnel (ou plus largement des spécialistes du développement), les informations doivent être attractives et faciles à comprendre. Nous suggérons d'organiser une formations d'initiation sur les techniques de rédaction et de vulgarisation des informations.

Pour faciliter les échanges et relayer les informations/communication, il est nécessaire de constituer des bases de données (notamment groupes courriels et groupes WhatsApp) : acteurs du programme SAN, Ministères/Directions, service décentralisés de l'état, PTF/décideurs, médias, autorité locales... Ce travail demande un peu de temps mais est indispensable pour une communication efficace et ciblée.

L'expert international en communication/visibilité apportera un appui à l'expert national ainsi qu'aux équipes par un suivi à distance et des missions au Tchad (suivi, conseil, appui à la mise en œuvre et renforcement des capacités) tout au long de la mise en œuvre du programme SAN.



12 LISTE DES ANNEXES

- Annexe 1 :** Liste des personnes rencontrées
- Annexe 2 :** Références bibliographiques
- Annexe 3 :** Liste des agences de communication au Tchad
- Annexe 4 :** Liste des agences de création de sites Internet au Tchad
- Annexe 5 :** Liste des imprimeries à N'Djamena
- Annexe 6 :** Grille tarifaire de la télévision nationale tchadienne
- Annexe 7 :** Grille tarifaire de la radiodiffusion nationale tchadienne
- Annexe 8 :** Grille tarifaire presse écrite (Le Progrès et autres journaux)
- Annexe 9 :** Grille tarifaire Tchad infos
- Annexe 10 :** Grille tarifaire Alwida info
- Annexe 11 :** Liste des membres du RJTN
- Annexe 12 :** Devis Aubaine Graphic impressions SAN
- Annexe 13 :** Devis AGB impressions SAN
- Annexe 14 :** Devis Magic Graphics impressions SAN
- Annexe 15 :** Devis La Fontaine impressions SAN

Trop volumineux pour être mis en annexe, nous recommandons de télécharger les 2 documents suivants :

« **Annuaire des médias du Tchad 2020** » (mai) avec les contacts regroupant la presse écrite, les médias en ligne, les médias audiovisuels publics et privés, les stations étrangères, les correspondants des médias internationaux au Tchad ainsi que les organisations faitières et réseaux (72 pages). Lien :

<https://hamatchad.org/annuaire-des-media-du-tchad/>

« **Liste de contacts humanitaires au Tchad** » (mai 2021) avec les contacts des agences des nations unies, des ONG internationales, des ONG nationales, des services étatiques et administrations, des bailleurs humanitaires et de développement, des autres organisations internationales et projets, des ambassades et des médias (70 pages). Lien :

<https://www.humanitarianresponse.info/en/operations/chad/document/tchad-liste-des-contacts-humanitaires-mai-2021>



Annexe 1 : Liste des personnes rencontrées

Prénom et NOM	Fonction/structure	Adresse courriel	Téléphone
Khadîdja Clémence DAMBAO	Coordonnatrice du Programme SAN	kadidja.dambao@yahoo.fr	66 29 68 29
Jean Bosco ALLARAMADJI DJERINGA	Chef AT du Programme SAN	a.djeringa@agrer.com	68 99 73 73
Paulin NGARASSOUM	Expert national communication Programme SAN – Directeur Studio PRESTON CONCEPT	ndinga2210@gmail.com	63 36 21 21
Largue DABOUA KORBE	Ingénieur de suivi Hyda à la CEAH/SAN 11 ^{ème} FED		66 26 29 27
Hachim MAHAMAT SALEH	Ingénieur de suivi/ Assainissement CEAH/SAN	hachim@yahoo.fr	66 45 09 09
Fatimé Zara ABDEL-AZIZ	Gestionnaire AF.CEAH/SAN	fatimabdel1212@gmail.com	66 42 22 02
Issaka DAHAB	Responsable bonne gouvernance – Programme SAN	dahabissaka2011@yahoo.fr	66 24 22 81
Dr Karar MAHAMAT	Chef de composante CCSM/SAN	karar40@hotmail.com	66 26 89 93
Ahmat IZZADINE GASSI	SP en nutrition CSM.SAN	izzadinegassi@gmail.com	66 27 54 52
Dr Kanika DJENARGONE	CSN/SAN/ SPSP	djenargone@yahoo.fr	66 29 67 75
Dr TSHIULA LUBANGA Albert	CSN/SAN/ AT	atshiula@aedes-international.com	68 99 92 10
Adel – AZIZ BOUBA	Chef composante CEAH/SAN	abelaziz_bouba@yahoo.fr	66 26 05 65
Abdoulaye THIAM		oumarthiam@yahoo.fr	90 48 48 83
Haroun	Comptable Coordination SAN		66 19 11 65
MADJIMBAYDJE Judicael	Afritic/ Watch Africa Development /Manager Chad	info@afriticgroup.com	66 35 56 65 91 67 50 61
Ramla DJONOUMA	Directrice commerciale Magic Graphics	contact@magicgraphics.org	66 90 42 85
Abdel BASSIT	DG Imprimerie Magic Graphics		66 97 14 14 99 97 14 14
Mamadou DJIMTÉBAYE	Founder & CEO	mamadou@tchadinfos.com mamadou@openunion.net	66 51 04 04 92 51 04 04



Prénom et NOM	Fonction/structure	Adresse courriel	Téléphone
			+33 07 88 94 27 03
Maria Winnubst	DUE/ Responsable SAN	maria.winnubst@eeas.europa.eu	
YLENIA ROSSO	DUE/ Attaché développement rural - Sécurité alimentaire	ylenia.rosso@eeas.europa.eu	60 89 86 36
Mahamat ABDERAMAN MAHAMAT	Imprimerie Aubaine Graphic/ DG	dg@aubaine-graphic.com mhtamht@gmail.com	66 20 04 95 99 84 08 39
N'Dobalet MBAOTIA EMMANUEL	Imprimerie AGB/ Infographiste et directeur technique	agbimprimerie@yahoo.fr manundobalet@gmail.com	66 28 71 24 99 94 07 88
Abdoulaye ALI AHMAT	Coordonnateur /Régisseur DPP SERVICE FED	abdoulaye.a.ahmat@servicefed-tchad.org abdaliahmat64@gmail.com	66 26 37 55 99 24 26 26
Gozzo MITHAN ABEL	SERVICE FED/ Responsable service évaluation	gozzo.m.abel@servicefed-tchad gozzo.m.abel@gmail.com	66 23 39 87 99 67 90 29
Brahim ALLANDIGUIMBAYE	SERVICE FED/ Chargé de Com/ Visibilité		66 28 50 01
Kodmadjingar André	Président du comité de gestion de la Maison des Médias	kod.andre@gmail.com	66 32 62 04
Adam MAHAMAT YOUSOUF	Directeur de Cabinet de la HAMA	adamtyou1980@gmail.com	66 36 65 75
Betel MIAROM	Directeur du Département de Développement des medias	m.betel77@gmail.com	66 27 62 65 95 27 62 65
Mahamat ALLAMINE AHMAT ALHABO	Coordonnateur National du SISAAP	alhaboallamine@gmail.com allamine_alhabo@yahoo.fr	63 64 97 96 99 44 96 36
Hugues	SISAAP/ Assistant statisticien	beralhugues@gmail.com	66 40 88 61
Madina Abdoulaye AFFADINE	SISAAP/ Assistante Agropastoraliste	dinaaffadine@gmail.com	63 80 81 28
Brahim EGREY	Composante AMR/SAN //Ingénieur Génie-civil	egremi2001@gmail.com	66 40 88 61
Hissein	Chef composante AMR		66 42 44 03
Mariam Honorine Dounia	Composante AMR/SAN /Gestionnaire administrative et financière	mariamhono@yahoo.fr psanamr@gmail.com	66 27 37 54 22 52 37 09
LONODJI Pulcherie	DORIVAN CONSULTING GROUP/ DG	pulcherielonodji@gmail.com doryanivan90@gmail.com	66 20 75 97 77 32 14 14 93 15 69 59



Prénom et NOM	Fonction/structure	Adresse courriel	Téléphone
DJAMIL AHMAT	AL WIDHA INFOS/ DG	d@alwhida.com	60 31 78 10
Djimet Wiche	AL WIDHA INFOS/ DP	djimetwiche@gmail.com	62 88 32 77
Djamal AL FAROUKH	COMPOSANTE SECURITE ALIMENTAIRE/ Chef de Composante.	djamalfarouk@gmail.com djamalfarouk@yahoo.fr	66 24 04 02 99 17 69 80 77 24 04 02
Laminou SAIDOU	SAN	saidoulaminou@yahoo.fr	
Moustapha BABA ABATCHA	Moov Africa/ Chef de service vente	Baba.moustapha@moovafrika.com	95 10 05 93
Ali NARGAYE	Moov A.Chef de division Moov Business	Ali.nargaye@moovafrika.td	99 90 01 21
RHEMADJI Florence	Moov Africa/Attachée Commerciale	Rhemadji.florence@moovafrika.td	95 10 05 62
Rhovys MARDOCHEE	ADES/ Resp com & stratégies	rhovys@ades-international.org	68 70 26 78 90 22 75 82
Hervé RANODJAL	AG PARTNERS TCHAD/Responsable pays	Hervé.ranodjal@partners.com	63 19 67 99 93 99 95 54
Richard BIZIMANA	CARE TCHAD/ Chef de zone Est	richardbizimana@care.org	66 12 43 39
ADRENE NGARTOLABAYE	CARE TCHAD/assistant de coordination	ngartolabaye@gmail.com	66 45 78 95
Hamza Ben HASSAN	Chief Executive 4LAMY Business Consulting & Communication	consulamy@gmail.com	66 10 96 44
Romain PHILIBERT	PREMIERE URGENCE INTERNATIONALE Chef de mission	cdm@premiere-urgence.td	66 29 09 56 91 00 35 52
Dr Hyppolite GNAMIEN	PREMIERE URGENCE INTERNATIONALE Coordinateur médical	med.coord@premiere-urgence.td	98 92 80 29 65 81 47 26
ABEL NAYALTA	Le Progrès/ Secrétaire de rédaction	Neyalta.abeltodssi@yahoo.fr	60 70 39 06 98 18 98 70
Dr HIMEDA MAKLOUF	PAM/REACH		66 37 47 56
Boel TINAN	Ministère de la Santé/Nutritionniste	boeltinan@yahoo.fr boeltinan@gmail.com	66 35 26 57 99 82 00 73 92 09 95 04
Luc AZINA	Pdt du Réseau des Journalistes Tchadiens pour la Nutrition	lucazinadandjaye@yahoo.fr lucazinadandjaye@gmail.com	66 35 12 98 66 98 98 12 99 81 15 52



Prénom et NOM	Fonction/structure	Adresse courriel	Téléphone
Chloé LECONTE	IRC/ Grants Manager	Chloe.leconte@rescue.org	+235 225 117 21 65 21 81 60
Mahamat ALL AMIN TADJADINE	Ministère de la Santé. Directeur de la Communication	Mhttadj7@yahoo.fr	66 22 11 12 99 25 22 08
MOUCHTAR Ahmat Ouchar	Min Infrastructure. Cellule de suivi de coordination des Projets/ Coordonateur	m.ouchar@yahoo.fr	66 23 77 21 99 92 46 65 22 52 27 71
Cherif ADOUDOU ARTINE	FORTIUS/ DG-Planner strategique	fortius.tchad@gmail.com cherif@fortiustchad.net	62 77 42 63 9975 38 44
Achta Moctar Diphane	Ministère de l'eau/ Direction Assainissement/ Directrice adjointe	adiphane81@gmail.com	66 71 64 71 92 00 87 82
Sarah Sakatni	Reporting and Advocacy Officer, Public Information Unit United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs (OCHA) - Tchad	sarah.sakatni@un.org	60 95 31 15



Annexe 2 : Références bibliographiques

- Commission Européenne : Etablissement de la situation de référence du Programme SAN, SIEA 2018, 2019/406-112/1 Rapport Final. 17 September 2019
- Assistance technique en appui au programme SAN : Coordination Nationale & Composantes Sectorielles Contrat No FED/2020/1422, EuropeAid/139-744/IH/SER/TD/IH/SER/TD, Rapport Intermédiaire N°2 : 1er août 2020 au 31 janvier 2021.
- AECOM International Development Europe SL, Allons-nous faire la différence dans la malnutrition au Tchad ? Formulation d'un dispositif de suivi et évaluation d'impact pour le programme SAN 11ème FED, Projet N° 2017/386416/1, RAPPORT FINAL Décembre 2017.
- Commission européenne/direction générale du développement et de la coopération EuropeAid (DEVCO), rapport pré-final, 18 juin 2020, audit de systèmes, Conception et efficacité opérationnelle du système de contrôle interne, du Projet 'FED/2016/38874 Sécurité alimentaire et nutritionnelle – SAN, (Subvention prévue pour ANADER ex ONDR)
- Programme Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle (SAN) 11ème FED, Composante Eau, Assainissement et Hygiène, Maitrise d'œuvre Déléguée, Rapport semestriel n°2, Période : avril 2020-septembre 2020, octobre 2020
- Commission européenne, contrat Etude de sous-ciblage pour la mise en œuvre du projet Sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad (SAN) financé sous le 11ème FED rapport final. Contrat-cadre bénéficiaires 2013 – lot n°1 : développement rural et sécurité alimentaire, EuropeAid/132633/C/SER/multi, Contrat Cadre 2017/384-935, Date : 26/01/2018, Tchad, Etude
- Haute Autorité des Médias et de l'Audiovisuel, annuaire des media du Tchad 2020,
- RECO SAN/Fiche projet, réponse coordonnée de la santé et de la nutrition en faveur des femmes et des enfants dans le district sanitaire de Moundou.
- UNICEF, la situation des enfants dans le monde 2019, Bien grandir dans un monde en mutation.
- OCHA, Liste des contacts humanitaires, OCHA Tchad, Mai 2021
- PNUD, Rapport sur le développement humain 2020, La prochaine frontière Le développement humain et l'Anthropocène.
- Coopération Tchad – Union européenne, Ministère de l'Economie et de la Planification du Développement, (MEPD), Programme Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle (SAN-11ème FED), 1ère réunion du comité de pilotage (CP), l'Hôtel Radisson Blu, N'Djamena, le 28 avril 2020



- Programme Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle SAN, Cellule de Coordination Nationale, rapport de présentation à la 1ère réunion du comité de pilotage (CP 1), Tenue à N'Djamena à l'Hôtel RADISSON BLU
- Délégation de l'union européenne au Tchad.

- Assistance technique d'appui transversal au démarrage des activités du programme SAN, Tchad, Rapport FINAL, Project N° 2017/389-697, Document n°8, Version : 1.0, Date : 30/09/2018, Période couverte du 30/11/2017 au 30/09/2018, Rédigé par François PERROT, Expert 1 et Jean TALEKEUDJEU, Expert 2, Contrôlé par Christophe de JAEGER (Prospect), Approuvé par Tatiana EDGARD (COWI)

- Mis en œuvre par ARS Progetti SPA –Contrat Cadre Bénef 2013
Assistance Technique d'appuis spécifiques au démarrage des activités du programme SAN, Lettre de Marché N° 2017/388923, Rapport final intégré Juillet 2018. **Ce rapport a été rédigé par les experts internationaux** : M. Philippe De Poorter, Chef de mission, M. Mario Milanese, expert en hydraulique rurale, M. Norbert Counet, expert en développement rural

- REACH, UN NETWORK, projet de renforcement de la gouvernance et de la coordination de la nutrition et de la sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad, Rapport du projet, Couvrant la période de juillet 2019 à juin 2020, Projet financé par la Délégation de l'Union Européenne, au Tchad, N'Djamena le 01/07/2020

- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Urbanisme et de l'Habitat, projet d'appui au développement local, opérateur ensemblier, BDPA – AFVP – SATEC, Mission d'appui à l'Opérateur Ensemblier du PROADEL, Actualisation de la méthodologie de planification locale, Intégration de l'Aspect gestion des ressources naturel et environnement au niveau local.

- Programme d'appui au Développement local et à la gestion des Ressources Naturelles PADL – GRN de L'Union Européenne pour le Tchad. Rapport final de mission : « Rédaction du plan de communication et mise en place d'un système approprié d'échange entre les différents intervenants du Programme » Bruno DUMOULIN, Chef de mission, Enoch GUELMBANG MONGBE, Consultant National

- Ministère de la Santé Publique, Direction de la Nutrition et de Technologies Alimentaires (DNTA) stratégie de plaidoyer et de communication en faveur de la nutrition au Tchad.

- Dieudonne Bamouni, Chef de bureau, OCHA Tchad : ocha-chad@un.org Aristide Delwende Parcouda, Coordonnateur du Cluster Nutrition : dparcouda@unicef.org Francesco Mazzarelli, Coordonnateur du Cluster Sécurité Alimentaire : francesco.mazzarelli@fao.org Tchad : Situation alimentaire et nutritionnelle, Note de plaidoyer en faveur d'une réponse coordonnée et inclusive en matière de sécurité alimentaire et nutritionnelle au Tchad, Mai 2021

- Ministère de la Santé Publique, Rapport final, enquête nationale de nutrition et de mortalité rétrospective chez les enfants et la population GENER.

- Et nombreuses recherches sur Internet



Annexe 3 : Liste des agences de communication

Achire communication

Quartier moursal - N'Djamena
(+235) 60 44 45 44 & 66 20 01 30
info@achire.net
www.achire.net

AG Partners Tchad

BP. 5782 - ndjamena
(+235) 66 28 72 79 & 99 28 72 79
abdoulaye.bilal@ag-partners.com
www.ag-partners.com

AGIC Com

BP. 4584 - N'DJAMENA
(+235) 66 29 95 19
contact@agcommunication.net
www.agcommunication.net

Azimuts créations

Avenue Mobutu - N'Djamena
(+235) 22 70 70 69
azimutscreations@yahoo.fr
www.azimutscreations.com

BHB Tchad

Quartier paris Congo - ndjamena
(+235) 63 00 03 01
contact@annonces-tchad.com
www.annonces-tchad.com

Djaman technology

BP. 1786, sabangali ave corniche -
N'Djamena
(+235) 60 35 10 77 & 91 49 77 65
djamantechnology@gmail.com
www.djamantechnology.com

Domino communication Tchad

N'Djamena
(+235) 65 51 65 11
contact@agencedomino.com
www.agencedomino.com

Fortius

BP. 41 - N'Djamena
(+235) 99 75 38 44 & 66 28 89 06
fortius.tchad@gmail.com
www.twitter.com/fortius0

Guide Tchad

(+235) 60 69 69 69
sdjaranabi@yahoo.com

Icon prod

Rue de la corniche, face ESG sabangali -
N'Djamena
Voir les téléphones et les emails.
(+235) 63 36 57 40
assengngong@yahoo.fr

Studio Preston concept

Quartier chagoua – ndjamena - (non loin
de la paroisse sainte famille de dembé)
Tél : +235 63 36 21 21
infos@prestonconcpet.com
paulin11preston@gmail.com
<https://www.linkedin.com/public-profile>

Open Union

Quartier Clémat – N'Djaména- Face Cinéma
Normandie)
Tél : +23566510404
contact@openunion.net
www.openunion.net



Annexe 4 : Liste des agences de création de site web

Watchad

Avenue Mobutu, immeuble Amasot - N'Djamena

(+235) 60 28 56 09 & 91 67 50 61

info@protchad.com

www.watchad.com

Web Tchad

Rue des 40m - N'Djamena

(+235) 66 61 71 14

contact@webtchad.com

www.webtchad.com

Sysnet

BP. 3005 - N'DJAMENA

(+235) 22 51 82 51 (+235) 22 51 82 50

gtp@intnet.td

Miracle télécom

BP. 6084 - N'Djamena

(+235) 60 79 92 92 & 95 56 82 82 & 60 50 53 54

info@miracletelecom.net

www.miracletelecom.net

Satech

BP. 6084 - N'Djamena

(+235) 60 62 85 81 / +235 92 09 75 09

contact@satech-tchad.com.

Easytech

+235 66 73 39 76

easytech@easytech-tchad.com

<http://www.easytech-tchad.com>

Local host Digital

Terminus St Michel – Douala

+237 69 95 56 021

contact@localhostkmer.xyz

<https://localhostkmer.xyz/nos-realizations/>



Annexe 5 : Liste des imprimeries au Tchad

Imprimeries Abba press

BP. 550 - N'Djamena
(+235) 22 51 41 11

AGB imprimerie

BP. 2052 - N'Djamena.
(+235) 22 51 62 67 & 66 32 33 33 & 66 33
44 47
agbimprimerie@yahoo.fr

Magic Graphic

Avenue Maldom Bada Abbas – N'Djaména
BP : Tél : (+235) 68 63 00 06
contact@magicgraphics.org

Al qualam

BP. 3055 - N'Djamena
(+235) 22 51 55 86

Aubaine Graphic

BP. 1180 - N'Djamena
(+235) 22 52 77 06 & 99 84 08 39 & 66 20
04 95 (+235) 22 51 77 06
contact@aubaine-graphic.com
www.aubaine-graphic.com

Bingo imprimerie

BP. 4335, ave 10 octobre - N'Djamena
Voir les téléphones et les emails.
(+235) 66 29 35 02 & 66 63 00 57 & 68 24
26 73
contact.impbingo@gmail.com

Design Graphic

Djambalbar - N'Djamena
(+235) 62 90 90 98 & 93 01 01 45 & 66 29
97 89
idg.tchad@gmail.com

Editions Sao

BP. 2863 - N'Djamena
(+235) 66 22 19 93 & 99 97 31 30
baoularing@gmail.com
www.editionsao.blogspot.com

Grande imprimerie du Tchad

BP. 691 - N'Djamena
(+235) 22 52 51 59 (+235) 22 52 51 59
git@intnet.td

IDT imprimerie du Tchad

BP. 456 - N'Djamena
(+235) 66 29 14 69 & 66 29 15 64 & 22 52
44?40 (+235) 22 52 28 60
imprimerietchad@yahoo.fr

IGT almahri group

BP. 3061 - N'Djamena
(+235) 22 51 63 69 (+235) 22 51 06 86
graphic@yahoo.fr
www.almahrigroup.com

Imprimerie INT

BP. 691 - N'Djamena
(+235) 22 52 31 10

ISSED

BP. 743 - N'Djamena
(+235) 22 51 84 59
(+235) 22 51 61 75
issed@intnet.td

Koubia imprimerie

BP. 6112 - N'Djamena
(+235) 66 30 34 48 & 95 81 69 94
koubia72@yahoo.fr

La fontaine

BP. 1223 - N'Djamena
(+235) 66 29 98 37
kakolesamuel@yahoo.fr

Maxi service


Avenue Charles de gaulle - N'Djamena
(+235) 66 35 44 44
www.facebook.com/maxxi-service

Risay international chad

BP. 743 - N'Djamena
(+235) 62 41 10 11 (+235) 62 41 10 10
rams@risaygraphic.com
www.risaygraphic.com



Annexe 6 : Grille tarifaire de la télévision nationale

REPUBLIQUE DU TCHAD PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE MINISTERE DE LA COMMUNICATION OFFICE NATIONAL DES MEDIAS AUDIOVISUELS DIRECTION GENERALE DIRECTION COMMERCIALE ET MARKETING		UNITE - TRAVAIL - PROGRES وحدة - عمل - تقدم  ONAMA Office National des Medias Audiovisuels الهيئة الوطنية للإعلام السمعي والبصري		جمهورية تشاد رئاسة الجمهورية وزارة الإعلام الهيئة الوطنية للإعلام السمعي البصري الإدارة العامة الإدارة التجارية والتسويق
GRILLE TARIFAIRE ONAMA 2021 (TELE)				
قائمة التسعيرة للهيئة الوطنية للإعلام السمعي البصري 2021 (التلفزيون)				
	CATEGORIE I الدرجة الأولى	CATEGORIE II الدرجة الثانية	CATEGORIE III الدرجة الثالثة	
DIFFUSION SPOT AUDIOVISUEL بث الدعاية السمعي البصري (المدة: ثانية إلى 55 ثانية، البث: 1، باللغة الواحدة) (Durée : 1 seconde à 55 secondes, Diffusion : 1, Langue : 1)				
Avant le journal télévisé du soir	قبل النشرة المسائية المتلفزة	30 000	75 000	
Avant les flashes dans la journée	قبل الموجز	20 000	50 000	
Une tranche dans la journée	فقرة واحدة في اليوم	15 000	40 000	
Avant ou dans les feuillets	قبل وداخل	35 000	85 000	
DIFFUSION MICROPROGRAMME AUDIOVISUEL بث البرامج السمعية البصرية الصغيرة (المدة: دقيقة إلى 2 دقيقة و 30 ثانية) (Durée : 1 minute à 2 minutes 30 secondes)				
Après le journal télévisé	بعد النشرة التلفزيونية	50 000	150 000	
DIFFUSION SPOT AUDIOVISUEL/PACKAGE بث الدعايات السمعية البصرية/الباقات (المدة: ثانية إلى 55 ثانية) (Durée : 1 seconde à 55 secondes)				
Un package de 10 diffusions	صفحة لـ 10 بث	250 000	600 000	
REALISATION ET DIFFUSION PUBLI REPORTAGE AUDIOVISUEL اخراج وبث الاخبار الدعائية السمعية البصرية				
3 minutes	3 دقيقة	250 000	600 000	
5 minutes	5 دقيقة	350 000	1 000 000	
Page 1 sur 2				

B+



DIFFUSION PUBLI REPORTAGE AUDIOVISUEL بث الخبر الدعائي السمعي البصري			
3 minutes	3 دقيقة	150 000	250 000
5 minutes	5 دقيقة	250 000	350 000
MAGAZINE (DIFFUSION) المجلة (البث)			
5 minutes	5 دقيقة	150 000	250 000
13 minutes	13 دقيقة	250 000	400 000
26 minutes	26 دقيقة	350 000	500 000
52 minutes	52 دقيقة	500 000	750 000
MAGAZINE (REALISATION ET DIFFUSION) المجلة (الإخراج والبث)			
5 minutes	5 دقيقة	350 000	400 000
13 minutes	13 دقيقة	500 000	600 000
26 minutes	26 دقيقة	500 000	750 000
52 minutes	52 دقيقة	1 000 000	1 000 000
BANDE PASSANTE إعلان في شريط الأخبار			
		50 000	75 000
SPONSORING D'UNE EMISSION رعاية برنامج			
		A DISCUTER قابل للنقاش	A DISCUTER قابل للنقاش
			A DISCUTER قابل للنقاش

CATEGORIE I : les religieux, les artistes nationaux, les écoles, les associations ...

CATEGORIE II : les ministères, les institutions publiques, les ONG nationales, les PME

CATEGORIE III : les sociétés nationales, les multinationales, les ONG internationales, les Projets ...

NB : Des offres spéciales sont proposées en fonction du nombre de diffusions ou la durée du contrat de diffusion

الدرجة الأولى : الدينيين، الفنانين الوطنيين، المدارس، الجمعيات
الدرجة الثانية : الوزارات، المؤسسات العامة، المنظمات الوطنية، والشركات الصغيرة والمتوسطة
الدرجة الثالثة : الشركات الوطنية، والمتعددة الجنسيات، المنظمات الدولية، والمشاريع

ملاحظة : الأعمال الخاصة تم اقتراحها بناء على عدد البث، أو مدة عقد عدد البث

N'Djamena, le 01 février 2021

Le Directeur Général de l'ONAMA المدير العام للهيئة الوطنية للإعلام السمعي البصري

Dr MAHAMAT BORGOU HASSAN د/ محمد بورقو حسن

OFFICE NATIONAL DES MEDIAS AUDIOVISUELS (ONAMA)

BP : 5146 Tél : 22 52 60 71

DIRECTION COMMERCIALE & MARKETING - TEL: +235 22 51 42 52 Email : onamadcm@gmail.com N'DJAMENA -TCHAD



Annexe 7 : Grille tarifaire de la télévision nationale

REPUBLICQUE DU TCHAD
 PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE
 MINISTERE DE LA COMMUNICATION
 OFFICE NATIONAL DES MEDIAS AUDIOVISUELS
 DIRECTION GENERALE
 DIRECTION COMMERCIALE ET MARKETING

UNITE - TRAVAIL - PROGRES
 وحدة - عمل - تقدم

جمهورية تشاد
 رئاسة الجمهورية
 وزارة الإعلام
 الهيئة الوطنية للإعلام السمعي البصري
 الإدارة العامة
 الإدارة التجارية والتسويق

ONAMA
 Office National des Medias Audiovisuels
 الهيئة الوطنية للإعلام السمعي والبصري

GRILLE TARIFAIRE ONAMA 2021 (RADIO)
 قائمة التسعيرة للهيئة الوطنية للإعلام السمعي البصري 2021 (الإذاعة)

	CATEGORIE I الدرجة الأولى	CATEGORIE II الدرجة الثانية	CATEGORIE III الدرجة الثالثة
CONCEPTION ET REALISATION SPOT/MICROPROGRAMME AUDIO إعداد وإخراج الدعاية / البرامج الصوتية الصغيرة (المدة : 1 ثانية إلى 45 ثانية ، باللغة الواحدة) (Durée : 1 seconde à 45 secondes, Langue : 1)	50 000	50 000	50 000
DIFFUSION SPOT AUDIO بث الدعاية الإذاعية (المدة: من ثانية إلى 45 ثانية، البث بلغة واحدة) (Durée : 1 seconde à 45 secondes, Diffusion : 1, Langue : 1)			
Avant le journal du matin midi et soir قبل الأخبار الصباحية والظهرية والمسائية	5 000	10 000	15 000
DIFFUSION MICROPROGRAMME AUDIO بث البرامج الصوتية الصغيرة (المدة: دقيقة إلى دقيقتين) (Durée : 1 minute à 02 minutes)			
Après le journal بعد النشرة	10 000	15 000	20 000
REALISATION ET DIFFUSION PUBLI REPORTAGE AUDIO إخراج وبث الأخبار الدعائية الصوتية			
3 minutes 3 دقائق	150 000	200 000	250 000
5 minutes 5 دقائق	200 000	250 000	300 000
DIFFUSION PUBLI REPORTAGE AUDIO بث الأخبار الدعائية الصوتية			
3 minutes 3 دقائق	50 000	75 000	100 000
5 minutes 5 دقائق	75 000	100 000	150 000
MAGAZINE AUDIO (DIFFUSION) (البث) المجلة الصوتية			
13 minutes 13 دقيقة	100 000	150 000	200 000

Page 1 sur 2



26 minutes	26 دقيقة	200 000	200 000	300 000
52 minutes	52 دقيقة	350 000	350 000	500 000
MAGAZINE AUDIO (REALISATION ET DIFFUSION) (المجلة الصوتية (الإخراج والبث)				
13 minutes	13 دقيقة	150 000	200 000	300 000
26 minutes	26 دقيقة	250 000	300 000	500 000
52 minutes	52 دقيقة	450 000	500 000	750 000
TABLE RONDE الطاولة المستديرة				
30 minutes	30 دقيقة	250 000	300 000	500 000
01 heure	ساعة	350 000	500 000	1 000 000
SPONSORING D'UNE EMISSION رعاية برنامج				
		500 000	750 000	2 000 000
COMMUNIQUÉS الإعلانات				
		Une demi-page	Une page	Deux pages
Avis de décès	بلاغات الوفيات	2 500	2 500	5 000
Avis de recherche	بلاغات البحث	2 500	5 000	10 000
Communiqué – Institutions publiques, ONG, Projets et autres	إعلانات – المؤسسات العامة، المنظمات غير الحكومية، المشاريع وغيرها	10 000	15 000	20 000
Communiqué à caractère commercial	الإعلان ذات الطابع التجاري	15 000	20 000	25 000

CATEGORIE I : les religieux, les artistes nationaux, les écoles, les associations ...
CATEGORIE II : les ministères, les institutions publiques, les ONG nationales, les PME
CATEGORIE III : les sociétés nationales, les multinationales, les ONG internationales, les Projets ...

NB : Des offres spéciales sont proposées en fonction du nombre de diffusions ou la durée du contrat de diffusion
 ملاحظة : الأعمال الخاصة تم اقتراحها بناء على عدد البث، أو مدة عقد عدد البث

N'Djamena, le 01 février 2021

Le Directeur Général de l'ONAMA المدير العام لهيئة الوطنية للإعلام السمعي البصري

Dr MAHAMAT BORGOU HASSAN / د/ محمد بركو حسن

OFFICE NATIONAL DES MEDIAS AUDIOVISUELS (ONAMA) **الهيئة الوطنية للإعلام السمعي البصري**
 BP : 5146 Tél : 22 52 60 71
 DIRECTION COMMERCIALE & MARKETING - TEL: +235 22 51 42 52 Email : onama@onama.td

Page 2 sur 2

**Annexe 8 : Grille tarifaire presse écrite (Le Progrès et autres)**

Tarifs d'insertion des journaux membres
de l'Association des Editeurs de la Presse
Privée du Tchad (AEPT)

Pour les organisations du système des Nations unies(UN),
 les ONGS Internationales, les sociétés pétrolières, les
 entreprises de téléphonie, les banques, les
 concessionnaires, les projets, les ambassades....

Espace publicitaire	Tarifs en noir et blanc	Tarifs en couleurs
Une page	500 000 FCFA	650 000 FCFA
Demi-page	250 000 FCFA	400 000 FCFA
Quart page	200 000 FCFA	350 000 FCFA
Bandeau à la Une	140 000 FCFA	290 000 FCFA
Oreille à la Une	60 000 FCFA	180 000 FCFA
Publi-page intérieur	500 000 FCFA	650 000 FCFA
Publi-page Dernière page	650 000 FCFA	750 000 FCFA
Publi½page intérieur	300 000 FCFA	450 000 FCFA
Publi 1/2 page Dernière page	400 000 FCFA	550 000 FCFA
Publi¼page intérieur	250 000 FCFA	400 000 FCFA
Publi1/4 page Dernière page	350 000 FCFA	500 000 FCFA

Précision: ces tarifs sont en hors taxes. Il faudrait prévoir 18% de TVA.

Le Temps,
 Le Progrès,
 Audy Magazine,

N'Djamena Bi Hebdo,
 L'Observateur,
 Tchad et Culture

Le Miroir,



Annexe 9 : Grille tarifaire Tchad infos

GRILLE TARIF TCHADINFOS 2021

Désignation	Dimension	Coût					
		1 Semaine		2 Semaines		1 Mois	
Bannière principale		1 000 000	FCFA	1 700 000	FCFA	3 000 000	FCFA
Bannière à la Une	758 x 90	500 000	FCFA	700 000	FCFA	1 000 000	FCFA
Bannière Intérieure	300 x 300	300 000	FCFA	500 000	FCFA	700 000	FCFA
Bannière Intérieure	250 x 300	250 000	FCFA	350 000	FCFA	500 000	FCFA
Bannière Intérieure	468 x 60	250 000	FCFA	350 000	FCFA	500 000	FCFA
Bannière Latérale Droit	250 x300	250 000	FCFA	350 000	FCFA	500 000	FCFA
Bannière Latérale Droit	300 x300	250 000	FCFA	350 000	FCFA	500 000	FCFA
Intro Vidéos	15 sec	2 000 000	FCFA	N/A			
L'habillage du site		1 000 000	FCFA	N/A			
Appels d'offres		350 000	FCFA	600 000	FCFA	750 000	FCFA
Annonces		300 000	FCFA	550 000	FCFA	700 000	FCFA

*Partenaires : une ristourne de 10 à 15% est applicable selon le cas



Annexe 10 : Grille tarifaire Alwhida infos



Offre de Partenariat de Communication Institutions, ONG & Projets

Offre complète de couverture médiatique, de campagne de sensibilisation et de communication digitale stratégique

N/Réf: ALW/OPC/IOP/2021

Afin de vous apporter une plus-value significative dans la réalisation de vos activités sociales et institutionnelles contribuant aux développements économique, sociale et humain au Tchad, nous souhaitons vous accompagner au mieux dans votre stratégie de communication.

En effet, que vous soyez une structure institutionnelle, une ONG ou un Projet de développement, la communication de vos activités inscrites sur une longue durée mériterait d'atteindre un large public.

Ainsi, miser dans la communication grand public et de façon permanente, c'est aussi « informer », « sensibiliser » et donner une grande visibilité sur le cœur de votre activité, son importance et ses enjeux aux bénéficiaires, citoyens, acteurs, institutions politiques ou apolitiques et bailleurs internationaux. Ce qui rentre aussi dans le périmètre de vos activités. Aujourd'hui, la communication digitale vous offre indéniablement cette possibilité.

Fort d'une audience capitalisée de 42.746.279 de pages « lus » en 2020 sur notre site internet Alwhida info (ci-après www.alwihdainfo.com + Cf. [Alwihda Statistiques 2020](#)), et des millions de vues et impressions sur nos différentes pages, contenus et réseaux sociaux (474.000 likes et 550.000 abonnés sur Facebook), nous proposons de mettre à votre disposition nos espaces de communication visuels disponibles sur nos différents canaux de communications (site internet et réseaux sociaux) afin d'y insérer vos différents supports visuels et audiovisuels à tout moment pendant la durée d'exécution du contrat.

Aussi, nous vous proposons de couvrir l'ensemble de vos évènements sur une durée annuelle et publier l'ensemble de vos annonces et communiqués ainsi que toute autre communication destinée à la visibilité vis à vis du public et des cibles que constituent nos lecteurs et lectrices. Nous souhaitons ainsi mettre à votre disposition toute notre expertise en matière de communication stratégique, contenus digitaux ciblés et sponsorisés (articles et supports audiovisuels) et marketing institutionnel pour le compte de votre structure. Nos équipes vous accompagneront tout au long de cette nouvelle année civile contractuelle de 2021, ou sur la durée que vous souhaiteriez afin d'assurer la parfaite exécution de ce partenariat.

Veillez trouver ci-dessous notre offre chiffrée imbattable qui comprend un ensemble de prestations de services que nous exécuterons pour le compte de votre structure pendant toute la durée de votre contrat et sur votre demande :



• **Couverture médiatique et communication (1 à 12 mois) :**

<ul style="list-style-type: none"> • Couverture des évènements institutionnels ou sociaux programmés ou à programmer par votre structure en collaboration directe avec le ou les responsable(s) de communication au sein de votre structure ; • Publication gratuite et groupée sur notre site internet et nos pages Facebook et Twitter, de toutes vos annonces et communications quel que soit le nombre de pages et d'annonces. Contrairement aux journaux papiers, chaque publication, vise un plus grand nombre de lecteurs, reste en ligne indéfiniment dans le fil d'actualité et reste visible dans l'ensemble de nos canaux de communications ; • Préparation, rédaction et publication des différents articles de couverture en page premium, en publication express en moins de quelques heures sur nos différentes pages avec sponsorship à la demande* : <ul style="list-style-type: none"> • Sur notre site : www.alwihdainfo.com (au moins 42.746.279 pages visitées en 2020) avec une publication prioritaire et express. • Sur nos pages Facebook (au moins 474 000 likes & 550.000 abonnés), Twitter (32.070 followers) et Instagram (8.560 followers) – avec possibilité d'épingler la publication jusqu'à 10/15 jours. • Forte audience cumulée sur l'ensemble de nos vidéos. • Sur nos applications mobiles Android (disponible depuis janvier 2021) et IOS (en cours de validation par Apple). • Mobilisation d'au moins un journaliste d'Alwihda Info lors de vos évènements**. • Analyse des différents communiqués, communications, notes d'information et offres promotionnelles avant diffusion pour sécuriser l'image de marque institutionnelle de votre structure ; et • Libre accès à une tribune d'expression pour des interviews, publi-reportages et démentis ainsi que droits de réponses. 	<p><u>Prix & Durée :</u></p> <p>1.500.000 FCFA <i>(Durée de 1 mois)</i></p> <p>3.500.000 FCFA <i>(Durée de 3 mois)</i></p> <p>5.500.000 FCFA <i>(Durée de 6 mois)</i></p> <p>8.500.000 FCFA <i>(Durée de 12 mois)</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>* Le budget de sponsorship est librement déterminé par le Client en fonction de son budget de campagne publicitaire, sous certaines réserves. La sponsorship ne peut s'effectuer que sur nos Pages Facebook, Twitter et Instagram.</i> • <i>**Les frais liés aux déplacements et compensation financière modeste ne sont pas inclus dans notre offre.</i> 	



• **Placement dans nos espaces visibles des supports visuels et audiovisuels dans l'ensemble nos canaux de communications pour une durée d'un (1) mois à douze (12) mois :**

Quel que soit le message de sensibilisation ou la communication stratégique que vous souhaitez mettre en valeur, nous vous réserverons prioritairement pour la durée contractuelle ponctuellement et/ou en continue, l'ensemble des espaces publicitaires mentionnées ci-dessous et placerons vos supports directement sur votre demande en fonction de vos campagnes publicitaires :

<p>Sur notre site internet (www.alwihdainfo.com) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Placement publicitaire institutionnelle « interstitielle » en continue de votre communication au choix dans chaque article publié sur notre site internet (positionnement automatique en fin d'article) ; 	<p><u>Prix & Durée :</u></p> <p>1.500.000 FCFA <i>(Durée de 1 mois)</i></p> <p>4.500.000 FCFA <i>(durée de 3 mois)</i></p>
---	---



<ul style="list-style-type: none"> • Placement publicitaire institutionnelle en continue sur le carré côté droit dans notre site internet ; • Placement publicitaire institutionnelle de votre vidéo ou spot audiovisuel en « preroll » - ouverture automatique de la vidéo pour chaque connexion sur notre site internet. Un petit cadre vidéo sur la droite du site internet se déroule automatiquement à la hauteur du lecteur et se déclenche automatiquement ; • Placement publicitaire institutionnelle « habillage site complet » sur une durée exclusivement ponctuelle de 5 à 20 jours « offerts » à répartir en fonction de vos campagnes publicitaires institutionnelles et de sensibilisation ; • Placement publicitaire institutionnelle « Bannière du bas » sur une durée exclusivement de 20 jours « offerts » à répartir en fonction de vos campagnes de communication ; et • Publication de 5 à 10 articles sponsorisés et « sur-mesure » portant sur des analyses pertinentes et indépendantes des activités sociales de terrain et bilan de votre structure. Les articles seront soumis à votre accord avant publication. L'objectif étant de booster auprès du public la notoriété de votre marque institutionnelle. <p>Sur notre page Facebook et autres réseaux sociaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Placement publicitaire institutionnelle en continue dans notre bannière de couverture sur nos pages Facebook et Twitter de vos supports visuels ou audiovisuels ; • Publication de vos communications vidéo sur nos pages Facebook, Twitter et Instagram ; • Placement de votre communication vidéo en « preview » en fonction des disponibilités dans chacune de nos vidéos publiées pendant toute la durée du contrat (dans les premières secondes, au milieu ou à la fin de chaque vidéo) ; • Publication des articles sur Facebook, Twitter et Instagram avec faculté de sponsoring conformément à la demande et au budget affecté par votre structure ; • Publication épinglée sur nos pages Facebook et Twitter à votre demande pour chaque produit et par tranches de 72 heures ; et • Couverture en direct sur notre page Facebook de vos points de presses et communications institutionnelles (en fonction de la pertinence médiatique, institutionnelle et/ou commerciale). • NOUVEAU : Affichage de votre communication (vidéo ou autre support audiovisuel) lors de nos prochains débats ou diffusion en direct sur notre page Facebook (dernière diffusion vidéo en direct, la plus lue = 1 million de vues). <p>Sur nos chaînes YouTube et Dailymotion :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publication de toutes vos vidéos promotionnelles sur nos chaînes YouTube et Dailymotion. <p>Sur notre application Android et bientôt application IOS :</p> <p>Placement publicitaire dans les meilleurs emplacements avec relais des articles et vidéos publiées (mise à jour automatique).</p>	<p><i>(Durée de 3 mois)</i></p> <p>6.500.000 FCFA <i>(Durée de 6 mois)</i></p> <p>9.500.000 FCFA <i>(Durée de 12 mois)</i></p>
--	--

■ ■ ■ **Publication de vos annonces et communications sur l'ensemble de nos canaux de communications (10 avantages) :**

Parce que les médias digitaux et en ligne n'ont pas moins de mérite que nos confrères des journaux de la presse écrite papier, nous vous proposons de publier toutes vos annonces, avis d'appels d'offres, avis à sollicitation ou manifestation d'intérêt, avis de recrutement, communiqués de presses, publi-reportages au prix standard au même que les journaux de la presse papier et ce avec l'assurance d'un meilleur rapport qualité/prix.



En effet, vous gagnerez dix fois plus en publiant dans nos canaux de communications digitaux.

- **Voici les avantages :**

1. Vos annonces seront lues par **beaucoup plus de lecteurs** par rapport aux journaux de la place qui éditent entre 1000 et 2000 exemplaires par parution. L'efficacité du digital n'est plus à remettre en cause même avec le coût élevé d'internet. Nos statistiques en attestent ;
2. Vos annonces seront **publiées en ligne, sur Facebook et sur Twitter** ;
3. Vos annonces **resteront indéfiniment (à vie)** dans le fil d'actualité et circuleront par effet de partage en ligne et dans les réseaux sociaux ;
4. Vos annonces pourront être **épinglées en première page et republiées plusieurs fois** pour remonter dans le fil d'actualité jusqu'à la date de clôture des soumissions ou dans le délai souhaité de **30/45 jours** ;
5. **Vous pouvez procéder à une modification ou suppression de votre annonce à tout moment et demander une nouvelle publication et ce gratuitement** ;
6. A chaque fin de publication, vous aurez **le bilan des statistiques** des vues, lectures et impressions de vos annonces publiées afin d'avoir une vision précise de l'impact généré ;
7. Si vous n'êtes pas satisfait du service, **nous vous rembourserons la totalité du prix payé dans un délai de 30 jours** ;
8. Privilégier le digital par rapport au journal papier c'est aussi **préserver l'environnement** et défendre la responsabilité sociale et environnementale qui nous incombe à tous ;
9. Nous pouvons **sponsoriser votre annonce à votre demande** ; et
10. Vous ne payerez pas plus cher que le prix standard proposé par les journaux papiers de la place.

<ul style="list-style-type: none"> • Publication gratuite et groupée sur notre site internet et nos pages Facebook et Twitter, de toutes vos annonces et communications quel que soit le nombre de pages et d'annonces. Contrairement aux journaux papiers, chaque publication, vise un plus grand nombre de lecteurs, reste en ligne indéfiniment dans le fil d'actualité et reste visible dans l'ensemble de nos canaux de communications ; • Sur notre site : www.alwihdainfo.com (au moins 42.746.279 pages visitées en 2020) avec une publication prioritaire et express. • Sur nos pages Facebook (au moins 474 000 likes & 550.000 abonnés), Twitter (32.070 followers) et Instagram (8.560 followers) – avec possibilité d'épingler la publication jusqu'à 10/15 jours. • Forte audience cumulée sur l'ensemble de nos vidéos. • Sur nos applications mobiles Android (disponible depuis janvier 2021) et IOS (en cours de validation par Apple). 	<p><u>Prix par publication :</u></p> <p>Entre 150.000 FCFA et 650.000 FCFA</p> <p>n fonction du format de l'annonce (quart, demi ou page entière).</p>
--	---

Pour nous joindre :

68.57.41.82 / 60.09.90.65 / 90.83.81.89

commercial@alwihdainfo.com

WhatsApp : 00 33 7 53 50 40 90 (24/24 & 7j7).

Siège social – Bâtiment Mahamat Yacoub Dabio – Quartier Diguel - Ndjaré « Blamatom » (à proximité du Lycée Toumaï et derrière le nouveau commissariat de Police)



Annexe 11 : Membres du réseau des journalistes tchadiens en nutrition



Bureau Exécutif (9 personnes)

N°	NOM ET PRENOMS	FONCTION	ORGANE
1	LUC AZINA DANDJAYE	Président	ONRTV lucazinadandjaye@yahoo.fr
2	SENOUSSI ABDELAZIZ AHMAT	Vice-président	ONRTV Abéché
3	GUINABEI PHILEMON	Secrétaire Général	Radio Bargadjé Kélo gphilemon2000@yahoo.fr
4	ERIC GUEDI	Secrétaire Adjoint	Radio Effata Laï ericguedi@yahoo.fr
5	NECKA SOUA TCHEN-LONA H.	Ch.Info.et Comm.	Radio RTN Bongor neckasoua2008@yahoo.fr
6	OUMAR MOUSSA MAITCHARI	Trésorier Général	ONRTV Moussoro adaladou@yahoo.fr
7	ABAKAR BEUTEL	Trésorier adjoint	ONRTV Moundou rohotol_cheriff@yahoo.fr
8	ABDELHAZIZ DAOUDA ABASSI	1 ^{er} Conseiller	Radio Soleil Pala
9	DJONINGAR NGARINAN	2 ^{ème} Conseiller	ONRTV Sarh

Les membres (27 personnes)

N°	NOM ET PRENOMS	ORGANES	LOCALITES
10	ABDELHADI MHT SALEH BABA YARO	F.M 92.5	N'Djaména abdelhadibabayaro@yahoo.fr
11	ADELIL DOUMOULLAH CHOGAR	Radio Mongo	Mongo
12	ADOUM ABDELKADER	ONRTV	N'Djaména



13	ADOUMBEYE HORTENSE	ONRTV	N'Djaména
14	AICHA AHMAT DOUGI	ONRTV	N'Djaména sabihatallkad@hootmail.fr
15	ALI YOUSOUF IDRIS	Bissam	Mondo
16	ALLARABAYE MAMADOU	Le Temps	N'Djaména allaramamadou@gmail.com
17	AMANE ISSAC AZINA	F.M 92.5	N'Djaména
18	ANGAL TOCLOCK	ONRTV	N'Djaména
19	ANNOUAR AMINE AL SADAT	ONRTV	N'Djaména Annouar.amine@yahoo.fr
20	APPOLINE GANI	ONRTV	N'Djaména
21	BABIKIR MAHAMAT AHMAT	Al-Adwa	N'Djaména babitchad@yahoo.fr
22	BENDIBAYE ROMINGAR	L'Union	N'Djaména romingarben@gmail.com
23	BENEDICTE TOUADE	ONRTV	N'Djaména
24	BRUNO MANDIDJO ALOUMA	ONRTV	N'Djaména
25	CHOROMA ABDRAMANE	ONRTV	N'Djaména
26	CHOUKI MAHAMOUT	Radio Com. Nokou	Nokou
27	DIGNEDJIMTI DJIMASSAL	Radio Tchad	N'Djaména
28	DJASRABE NDINGAMNDOH	LE VISIONNAIRE	N'Djaména
29	DJENOM JOSIANE	ABBA GARDE	N'Djaména
30	DJETODA KOULANOUDI CONSTANT	FM 91.0	N'Djaména
31	DJONDANG PABAME	ONRTV	N'Djaména
32	FATMA DAOUDA ALHIHEMIR	ONRT V	N'Djaména
33	FIRMINE TOMTE	ETV	N'Djaména
34	GEDEON NGARTO WALA	Le Progrès	N'Djaména gedeon@yahoo.fr
35	HAROUN ABBA ADAM	ONRTV	N'Djaména
36	ICHIRAKHA	ONRTV	N'Djaména
37	IDRISS BRAHIM BELE	Al-nadjah	Ati radio.alnadjah@yahoo.fr
38	ISHAKA ALAFOUZA	Voix du Ouaddai	Abéché issakha212@yahoo.fr
39	KHADIDJA BOUSSA	ONRTV	N'Djaména kadiboussa18@yahoo.com
40	KHADIDJA OUSMAN GONDJE	JRC	N'Djaména
41	KHALIL HASSANE	ONRTV	N'Djaména



42	LACHACBE PABAME DESIRE	RJAE	N'Djaména lachacbepabame@yahoo.fr
43	MAHAMAD TAHIR	Al Bayane	N'Djaména
44	MAHAMAT ABDELAZIZ ATTAHIR	Dar Badja	Amti-man izzadineattaher@gmail.com
45	MAHAMAT RAMADANE	Al Wihda	N'Djaména ramadane10@yahoo.fr
46	MAHAMAT SALEH OUMAR	Radio Tchad	N'Djaména
47	MARIATNA EMMANUEL	Radio Tchad	
48	MAXIME MARADAS	ONRTV	N'Djaména
49	MBAIGUEDIM CALVIN	Voix du Paysan	Doba
50	MBAIRAM KOULARAMBAYE	Le Pays	N'Djaména
51	MICHAEL NAMALA	L'Observateur	N'Djaména
52	MINAWIN DAGACHE	FM Liberté	N'Djaména
53	MINGA SAMALHEOU	ONRTV	N'Djaména
54	MOUSSA MAHAMAT	Djimy	Mao
55	NADJIDOU MABE KALDOR	Radio Tchad	N'Djaména nadjikaldor@yahoo.fr
56	NDOMADJI NDODEGUE	ATPE	N'Djaména.
57	NEDOUMBAYEL JUNIOR	FM Liberté	N'Djaména
58	NGOMDJITA MICHAEL	Kadaye	Bol
59	OUMAR INZZANE	ONRTV	N'Djaména
60	RAMAT ANGUINI	ONRTV	N'Djaména
61	RONEL GLORIA	E.T.V	N'Djaména
62	SOUMAINE DEKESSIA	ONRTV	N'Djaména
63	VARE LADJE DONGSTANT	FM 92.5	N'Djaména
64	WANG-NAMOU SENEKNA	Gaya Tcholwa	Gounou-Gaya douringuelandi@gmail.com
65	YO-HOUNKILAM JULES DANIEL	TCHAD INFO	



Annexe 12 : Devis Aubaine Graphic impressions SAN



N'Djamena 07 Juin 2021

DEVIS N° 00208/AG/06/2021

SAN

Commercial : ALLATOINGAR JEREMIE
 Contact : 66 30 15 32 /91 21 45 70

65 71 79 84

Monsieur,

Nous vous remercions pour cette demande de cotation, veuillez trouver ci-dessous notre meilleure offre pour la réalisation de:

Ordre	Désignation	Qté	Prix Unit.	Prix total
01	IMPRESSION DES DEPLIANTS DE PRESENTATION DU SAN A TROIS VOILETS FORMAT : A4 PAGES : Recto/Verso SUPPORT : Couché 120 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Coupé et emballé	3 000	324	972 000
02	IMPRESSION DES PLAQUETTES DE PRESENTATION DU SAN FORMAT : A4 PAGES : 12 R/V PAPIER : Couché brillant 160 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Coupé et emballé	1 000	1 115	1 115 000
03	IMPRESSION DES KAKEMONOS FORMAT : 2 M x 1 M PAGES : Recto PAPIER : Bache IMPRESSION : Numérique FINITION : Avec support	6	100 000	600 000
04	IMPRESSION DES PLAQUETTES ANNUELLES DES RESULTATS ET IMPACTS DU SAN FORMAT : A4 PAGES : 12 R/V PAPIER : Couché brillant 160 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Coupé et emballé	2 000	914	1 828 000
05	IMPRESSION DES AFFICHES PROMOTIONNELLES FORMAT : A2 PAGES : Recto	10 000	224	2 240 000

Av. Charles De Gaulle - B.P. 1180 N'Djaména - Tél. +235 22 52 77 06 - Fax +235 22 51 77 06 - R.C.C.M. TC / NDJ / 08589 - NIF : 900121
 Comptes Bancaires : CBT : 37100346501-65 / BSIC : 30025700010 / SGT : 02020053101-35 / ECOBANK : 32100041455 / BCC : 37 117615101-27 / UBA : 7020036
 Courriels : aubaine@intnet.td - contact@aubaine-graphic.com - www.aubaine-graphic.com - (TCHAD)



	PAPIER : Couché brillant 135 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Coupé et Emballé			
06	IMPRESSION DES AFFICHETTES PREVENTION COVID 19 FORMAT : A3 PAGES : Recto PAPIER : Couché brillant 135 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Coupé et Emballé	1 000	417	417 000
07	IMPRESSION DES CALENDIERS CHEVALETS PROGRAMME SAN FORMAT : A5 PAGES : Recto/Verso PAPIER : Couché 350 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Rainé, collé et emballé	2 000	1 224	2 448 000
08	IMPRESSION DES BROCHURES CAPITALISATION DES RESULTAT/IMPACTS SAN FORMAT : A4 PAGES : 40 R/V PAPIER : Couché brillant 160 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Piqué à cheval et Emballé	1 000	1 538	1 538 000
09	IMPRESSION DES BROCHURES DE TEMOIGNAGES DES BENEFICIAIRES FORMAT : A4 PAGES : 40 R/V PAPIER : Couché brillant 160 grs IMPRESSION : Quadri FINITION : Piqué à cheval et Emballé	1 000	1 538	1 538 000
	DELAI DE LIVRAISON: 07 Jours après la reception du bon à tirer VALIDE DE L'OFFRE : 30 Jours			
				HT 12 696 000
				TVA 18 % 0
				TOTAL HT 12 696 000

Arrêté le présent devis à la somme de : Douze millions six cent quatre vingt seize mille francs Cfa hors taxes


IMPRIMERIE AUBAINE GRAPHIC



[Handwritten signature]



Annexe 13 : Devis AGB impressions SAN



Imprimerie AGB
Avenue du Général Kerim Nassour
BP 2052
N'Djaména - Tchad
Tél./Fax : (235) 22 51 62 67
e-mail : agbimprimerie@yahoo.fr
NIF : 600 000 141
N° RCCMTC/NDJ/13B717

N'Djaména, le 07/06/2021


Facture Proforma 17535
PROGRAMME SAN

Qt	Désignation	Prix Un.	Total HT
3000	Impression dépliants de présentation du SAN. Format A4 sur papier couché 135 grs.	200	600 000
1000	Exemplaires de plaquettes présentation du SAN 12 pages. Format A4/ Impression quadri sur papier couché 170 grs.	1 900	1 900 000
12	Kakemonos. Impression numérique sur bache. 6 x 2 visuelles	75 000	900 000
2000	Exemplaires de plaquettes annuelle des résultats et impact du SAN. 12 pages dont 500 x 4. Format A4 Impression quadri sur papier couché 170 grs.	1 700	3 400 000
10000	Affiches A2 dont 500 x 20 visuelles. Impression quadri sur papier couché brillant 240 grs.	1 150	11 500 000
1000	Affichettes COVID-19. Impression quadri sur papier couché brillant. Format A3.	700	700 000
2000	Calendriers chevalets Programme SAN.. Soient 500 x 4. 1 semestre par face. Impression quadri sur papier couché 320 grs.	850	1 700 000
1000	Brochures Capitalisation des résultats impact SAN 40 pages. Impression quadri sur papier couché 170 grs.; Format A4 couverture sur couché 250 grs.	2 600	2 600 000
1000	Brochures Les témoignages des bénéficiaires 40 pages. Impression quadri sur papier couché 170 grs.; Format A4 couverture sur couché 250 grs.	2 600	2 600 000

Délais de livraison :

Total général 25900000

Le Responsable Administratif et Financier




CPte ORABANK : 91159714 / ECOBANK 371 70 30 46 01 90 / BCC 371 101 31301-01 / CBT 3710030500117 / SGT 020 104 70 701-37 / BSSIC 300 200 000 10/ UBA 70 2003 000 74/BHT : 920400013762



Annexe 14 : Devis Magic Graphics impressions SAN

SAN			
Description	Quantité	Prix unitaire	Montant
on de dépliants de présentation du 4, en 3 volets, recto/verso, en quadri 70g	3 000	154	462 000
on de plaquette de présentation du A4, de 12 pages, recto/verso, en sur CB 170g	1 000	1 169	1 169 000
ion de Kakemono ft 0,85x2m sur en quadri	6	70 000	420 000
ion de Plaquette annuelle des ts et impacts du SAN ft A4, de 12 pages adri, recto/verso, sur CB 170g	500	809	404 500
sion d'affiche sur CB 250g, en quadri	500	463	231 500
sion d'affiche prévention COVID 19 sur g, en quadri ft A3	1 000	231	231 000
rier chevalier de table " Programme	500	2029	1 014 500
ure capitalisation des résultats/impacts t A4, de 40 pages sur cb 170g, en quadri to/verso.	1 000	4082	4 082 000
ure de témoignages des bénéficiaires ft e 40 pages, en quadri sur cb 170g et /verso	1 000	4082	4 082 000
			12 096 500 FCFA
			2 177 370 FCFA
			14 273 870 FCFA



IMPRESION NUMERIQUE
 NIF : 600009636 / Registre de Commerce TC/NDJ/11 B 303
 16 88 18 / 98 97 14 14 / E-mail : contact@magiographics.org / magiographics_tc@yahoo.fr
 TAL de 5.000.000 FCFA - Siège Social : Avenue Maldoom BADA ABBAS / N'Djaména - Tchad

SIGNALETIQUE



Annexe 15 : Devis La Fontaine impressions SAN



COMMERCE GENERAL
 B.P. : 1223 N'Djamena – RC N° 63/A/83
 Cpte bancaire N° 000 300013000 BSIC
 NIF 9000 165Y – Tel : 629 27 70 / 629 56 92

N'Djamena : 08/06/2019

**FACTURE proforma
 SAN**

N/Réf. : 60/EF/2021

Objet :

Monsieur,

Nous vous remercions pour la confiance que vous nous accordez, aussi veuillez trouver

Ci- après notre offre pour :

N°	Description	Dimension	Quantité	Prix Unitaire	Prix Total
01	depliant de presentation du SAN A4 3volets,quadri CB 120gr		3000	800	
02	plaquette de 12pages A4+/- 12pages CB 160gr		10 000	3600	
03	kakemono		12	75 000	
04	plaquette annuelle des res resultats et impact du SAN A4+/-12pages		500	5000	
05	Affiches promotionnelles(20) format A2 quadri, CB 240gr		500	5000	
06	affichette prévention covid 19 A3, quadrichromie, CB 240gr		1000	2000	
07	calendriers chevalet programme SAN 320gr, quadri, 1 semestre par face		500	25 000	
08	brochure capitalisation des résultats/impacts A4+ /- 40 pages, quadri, CB 160gr		1000	1900	
09	brochure de témoignages des bénéficiaires A4+/-40pages,quadri,CB 160gr		1000	2000	
Montant Total					
remise 10%					
Montant total					

Arrêtée la présente facture à la somme de

CONDITION DE VENTE

Paiement :

Le Fournisseur

 LA FONTAINE
 Advertising