

JOURNEES MONDIALES

PLUS DE

4000

BONNES OCCASIONS DE COMMUNIQUER DANS L'ANNEE

Conseils pratiques pour communiquer efficacement en direction de ses cibles à l'occasion des journées mondiales.

PP.17-25

ACTU C4D P.05

VIOLENCES EN MILIEUX JEUNES

le MINAS appelle à la responsabilité des parents

DECRYPTAGE P.28

COVID-19

Quelle communication pour quel impact ?

FICHE PRATIQUE P.32

10 COMMANDEMENTS

pour augmenter l'impact d'un message

AVEC LE SOUTIEN DE LA CRTV
ET DU PROJET MEMVE'ELE



**3^{ème}
édition**

Yaoundé, Hôtel Hilton

Thème :
**« Communication et décentralisation :
quels enjeux pour le développement
des territoires? »**



Inscrivez-vous dès maintenant en nous envoyant un mail sur :
www.interactivconsulting.com/c4d-online
contact@interactivconsulting.com

Sous le parrainage



Avec la participation



Sponsor officiel



Gabin Nguidjol

Dans notre précédente édition (Voir C4DMAG N°7, page 24), **Thierry NSIMI NOMO** soulignait dans la rubrique Opinion, le peu d'impact que suscitaient les journées mondiales (JM) dans les esprits. Le mois de mai nous en donne prétexte. En effet, avec une vingtaine de dates « marqueurs », après mars et octobre, c'est la période qui cumule le plus grand nombre de JM... Des journées au cours desquelles le monde s'arrête pour prendre fait et cause pour une question qui impacte la planète. L'immersion dans les JM du mois de mai aurait pu nous offrir une bonne expérimentation in vivo. Seulement, l'impact du Covid-19 est tel que beaucoup de ces journées sont passées inaperçues. Sans s'en laver les mains, certaines se sont réinventées pour faire barrière à la pandémie tout en donnant de la voix pour leurs causes. L'idée étant d'occuper au forceps la scène publique, prendre le peu de parole restant pour se faire entendre.

Crise ou pas, la question est restée intacte. Les organisations les plus engagées dans l'exploitation des journées mondiales comme outils de communication sont-elles encore audibles ? Exploitent-elles ces journées à bon escient ? Bref, que vaut la commémoration des JM par nos institutions ? Dans le **Focus** qui leur est consacré, **Alphonse ATEBA NOA** pointe quelques pratiques pour mieux nous montrer le potentiel derrière ces véritables leviers de communication (pp 17-25).

Tenu par l'actualité sanitaire, **Thierry N. NOMO** oriente le **Décryptage** sur

les réponses apportées par la communication pour faire face au Covid-19 (pp 28-30).

Un écho au livre blanc publié par Inter'Activ Consulting, ce guide de référence, destiné à encadrer la communication sur le Covid-19 au Cameroun.

Dans cette contribution bénévole de Inter'Activ Consulting, chacun peut y trouver des sources d'inspiration pour mieux orienter et adapter sa stratégie de communication dans un contexte d'urgence ou non.

Sur un plan plus opérationnel, la production de message reste une des préoccupations de nos fidèles lecteurs et professionnels de la C4D. Nous l'avons compris et dans la rubrique **Fiche pratique**, **Emile EVODO** liste pour vous les 10 commandements d'un message impactant (page 32). Des orientations qui devraient permettre aux acteurs de la C4D de proposer des messages qui portent. Et comme désormais dans chaque édition, dans la rubrique **Actu**, **Louis Blaise ONGOLO** a rassemblé quelques activités de C4D en lien avec les objectifs de développement durables (ODD). La part belle est certes consacrée à la santé et le bien-être (ODD3), ce numéro restitue aussi la communication faite autour des activités sur l'environnement (ODD 11&15), sur les droits humains (ODD 5&16). Dans **La C4D online**, **Armand KOUAYEP** a compilé pour vous des campagnes vues depuis la toile et au fil des textes. **Jeanne Alice MONSO** pour sa part, accroît le vocabulaire de la C4D, dans la rubrique qui lui est consacrée: **les Mots de la C4D**.

Bonne lecture



**Journées mondiales :
460 raisons de
communiquer**

Sommaire



EDITO 03

ACTU C4D 05

FOCUS 17

DECRYPTAGE 28

FICHES PRATIQUES 32

ECHOS DU WEB 36

MOTS & EXPRESSIONS
DE LA C4D 39



C4D Magazine N° 008 - Juin 2020

Trimestriel d'information sur la Communication pour le développement (C4D)

Directeur de publication

Alphonse ATEBA NOA

Conseil éditorial

Martial ONGONO

Redacteur en chef

Gabin NGUIDJOL

Secrétaire de rédaction

Louis Blaise ONGOLO

Equipe de rédaction

Alphonse ATEBA NOA, Gabin NGUIDJOL,

Thierry NSIMI NOMO, Louis Blaise ONGOLO,

Armand KOUAYEP, Jeanne Alice MONSO

Emile EVODO

Maquette et mise en page

Douglas NYOUBI

Relations publiques

Serge NZIE, Adeline GUIAKAM

Finances

Roland TOFFON

Version webzine : www.interctivconsulting.com

Tél. : (+237) 242 67 62 85

E.mail : Contact@interactivconsulting.com - interactivconsulting@yahoo.fr



C4D MAGAZINE
N° 008 - Juin 2020

InterActiv CONSULTING

JOURNÉES MONDIALES

PLUS DE
400
BONNES OCCASIONS DE
COMMUNIQUER DANS L'ANNEE

Conseils pratiques pour communiquer efficacement en direction de ses cibles à l'occasion des journées mondiales.

ACTU C4D 05
VOLONTÉS EN
AFRIQUE
LA FINANCE
DEVELOPPEMENT

DEVELOPPEMENT C4D
COVID-19
DANS L'AFRIQUE
DU NORD

FICHES PRATIQUES C4D
LE COMMUNIQUÉ
DANS L'AFRIQUE

GRATUIT

Lutte contre le Vih/Sida

LE CNLS SE DOTE DE SUPPORTS DE COMMUNICATION ADAPTÉS AUX CIBLES

Leur élaboration et production sont à l'actif de Inter'Activ Consulting qui a par ailleurs proposé des stratégies pour leur diffusion.

Quarante-cinq jours ont suffi à Inter'Activ Consulting, agence spécialisée en communication pour le développement, pour livrer au Comité National de Lutte contre le Sida (CNLS), les supports de communication commandés pour une campagne de lutte contre le VIH et le Sida en direction des populations vulnérables. Il s'agit des affiches de A3, pour un affichage de proximité. En plus, l'agence a élaboré une stratégie de diffusion auprès de cinq groupes de cibles, constitués d'adolescents, d'enfants, des travailleuses de sexe, des camionneurs, des hommes en tenue. Les affiches ainsi produits par groupe de cibles, portent des messages incitatifs à l'adoption des bons comportements.

Pour arriver à ce résultat, la démarche méthodologique de Inter'Activ consulting a tourné autour de trois actions principales: la récupération de la banque des messages validés par le CNLS, la définition des cibles de la communication, la sélection et la mise en forme des messages les plus pertinents, suivant les objectifs 90-90-90 (90% des personnes infectées qui ne connaissent pas leur statut sont dépistées, 90% des personnes testées positives ont accès au traitement et 90% des personnes sous traitement atteignent une charge virale indétectable). Les objectifs 90-90-90 sont préconisés par ONUSIDA.

L'ensemble du processus quant à

Ministère de la Santé Publique
Comité National de Lutte contre le SIDA

Ministry of Public Health
National AIDS Control Committee

Mes 3 réflexes pour une vie positive

- 1** Si je fais son test de dépistage, je connais son statut sérologique.
- 2** Si il est séropositif, je lui donne son traitement et il reste en bonne santé.
- 3** Si je lui fait prendre son traitement en continue, le virus est neutralisé.

Les antirétroviraux maintiennent en vie

lui, a fait appel au brainstorming, aux travaux de groupes et à des séances de restitutions en interne.

Dans l'optique d'atteindre les objectifs de cette campagne et de cultiver un effet auprès de la cible, il a été recommandé au CNLS, une diversification des canaux de diffusion, aussi d'éviter de se focaliser sur le digital.

La séance de validation desdits supports avait été présidée par le Secrétaire Permanent Adjoint du CNLS, le mardi 28 janvier 2020 en compagnie des responsables des services de la communication et des programmes en direction de la prévention chez les adolescents et jeunes

LBO

CATALOGUE DE MESSAGES PAR GROUPE CIBLE

Pour les adolescents : « Avec le dépistage, je connais mon statut », « je maîtrise mes résultats et je vis positivement », « Avec les ARV, je reste en bonne santé », « je continue mon traitement et je reste en bonne santé », « avec mon traitement continu, le virus est maîtrisé », « mon traitement est efficace et je vis positivement ».

Pour ce qui est de la cible enfant, les messages suivants sont mis en valeur : « Avec le dépistage, je connais le résultat de mon enfant », « je maîtrise ses résultats et il vit positivement », « avec les ARV, il est en bonne santé », « je continue son traitement et il vit positivement », « avec un traitement continu, le virus est maîtrisé », « son traitement est efficace et il vit positivement ».

Enfin, pour les travailleuses de sexe, ces supports parlent par les messages suivants ont été retenus : « Avec le dépistage, je connais mon statut », « je maîtrise mes résultats et je vis positivement », « avec les ARV, je reste en bonne santé », « avec un traitement continu, le virus est maîtrisé », « Mon traitement est efficace et je vis positivement ».

RECONNAISSANCE

TROIS AMAZONES DU LEADERSHIP COMMUNAUTAIRE DISTINGUÉES

Olivia NGOU milite contre le paludisme, tandis que Divina MALOUM combat l'extrémisme, et que Aissa DOUMARO plaide pour l'égalité hommes-femmes. Découverte.

Olivia NGOU

UN ENGAGEMENT CONTRE LE PALUDISME

Fondatrice et Directrice executive de « *Impact Santé Afrique* », une Organisation non gouvernementale qui rassemble les acteurs de lutte contre le paludisme, Olivia NGOU a reçu le 19 novembre 2019, le « *Reach Award* », prix qui consacre son leadership et son engagement en faveur de l'élimination des maladies évitables au sein des communautés, à l'instar du paludisme. Le prix lui a été décerné par **Reaching the Last Mile**, une organisation qui milite contre les maladies évitables qui affectent les communautés les plus pauvres et les plus vulnérables dans le monde entier. Ladite organisation aide également des millions de personnes à mener une vie saine et digne.

Olivia NGOU est une militante engagée et passionnée pour l'éradication du paludisme au Cameroun, son pays d'origine, ainsi que dans d'autres pays à travers le monde. Son action est axée sur le plaidoyer auprès des parlementaires et l'engagement avec un large éventail de parties prenantes, pour les amener à percevoir l'importance et le rôle de chacun dans l'élimination du paludisme.

Qualifiée dans le domaine, la distinguée est l'ancien « *Country Director* » de Malaria No More, une ONG américaine spécialisée dans la lutte contre le paludisme au sein de laquelle elle a passé plus de dix ans. « *Je crois que l'élimination du paludisme ne sera possible que si les communautés locales et la société civile sont pleinement engagées...* », laisse-t-elle entendre.



Impact Santé Afrique with a new face and better ownership of health issues in Africa

Constituted of a multi-talented team with young dynamic women having complementary backgrounds, Impact Santé Afrique's main objective is to contribute to the improvement of the health of populations.

The African non-governmental organisation Impact Santé Afrique (ISA) is based in Cameroon. Setting up the first global network of Civil Society Organisations for Malaria Elimination (CS4ME), ISA is ensuring the coordination of work with local organisations addressing malaria issues. Working with approach and tools as advocacy, strategic communication, training and capacity building of SCOs, social mobilisation and strategic partnership.

ISA has built up the Civil Society for Malaria Elimination (CS4ME) for a meaningful contribution of community actors to end malaria in Africa. Among the areas of intervention of CS4ME, there is connecting civil society organisations and communities affected by/at risk of malaria on a single platform and strengthening capacities to enable south-south collaboration. Also, CS4ME aims to champion and secure community-based programs and reinforce the sense of urgency for malaria elimination, besides advocating for sufficient and sustained resource mobilisation and soliciting for an effective multisectoral response for malaria elimination with an empowered civil society and communities as stakeholders.

Any civil society organisation engaged in the fight against malaria can join the CS4ME powered by Impact Santé Afrique. Simply fill in the registration form on www.cs4me.org
The Head of Impact Santé Afrique is Ms. Olivia NGOU.

Divina MALOUM

COMBATTANTE DE L'EXTRÉMISME

Divina MALOUM est définitivement sortie de l'anonymat le 20 novembre 2019 dans la ville de Haye au Pays-Bas, où la jeune Camerounaise de quinze ans a reçu le Prix international de la paix 2019. Un prix au nom du militantisme de son association « Children for peace » pour la cause des jeunes victimes de violences extrémistes, bien que son action soit surtout en direction des jeunes des Régions du Nord Cameroun en proie aux attaques de la secte islamiste Boko Haram. Ce prix lui a été décerné par l'organisation néerlandaise KidsRights qui souhaite que les efforts déployés par les enfants pour améliorer leur propre situation soient reconnus et récompensés.

En 2014, alors adolescente, « elle a fondé le mouvement « Enfants pour la paix » pour travailler au profit des enfants victimes de la terreur, et avec ces derniers. Elle a ainsi organisé un camp intercommunautaire avec les enfants pour la paix. Elle a créé des clubs de la paix dans les mosquées. Avec d'autres enfants, elle a fait une déclaration des enfants contre l'extrémisme violent », rappelle KidsRights. Son action au sein des communautés consiste à parler aux enfants à leurs droits et à leur expliquer combien il n'est pas bien de se laisser entraîner dans la violence.



Aïssa DOUMARA

AU NOM DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Aïssa Doumara Ngatansou est née en 1972. A 47 ans, elle a reçu le 08 mars 2019, le premier prix Simone-Veil de la République française, pour son militantisme contre les violences faites aux femmes et surtout, l'égalité femmes-hommes. Elle a reçu ce prix pour sa résilience, sa détermination et son dévouement auprès des jeunes filles et des femmes victimes de violences sexuelles dans la région de l'Extrême-Nord au Cameroun.

A cette occasion, elle a dédié son prix « à toutes survivantes des actes d'agression, aux rescapés des exactions de la secte Islamiste Boko Haram, aux femmes et filles du monde entier », tout en formulant son rêve, celui « d'un monde sans violences, où toutes les filles, les femmes, les hommes et les garçons pourront vivre ensemble en toute égalité et dans le respect mutuel, un monde où tous pourront exprimer leur libre arbitre sans être réprimés ».

Et c'est peu dire que ce rêve, Aïssa Doumara travaille chaque jour à le voir se réaliser dans la Région septentrionale du Cameroun. Une Région enclavée entre le Nigeria et le Tchad. L'Association de lutte contre les violences faites aux femmes (ALVF), qu'elle dirige depuis 1998, y a deux centres de vie, à Maroua et à Kousséri, où des bénévoles écoutent celles

qui ont été violées et leur assurent un appui légal, médical et social. Elles protègent les jeunes filles venues s'y réfugier pour échapper à la pression de leur famille ou fuir un époux violent, tentent une médiation avec les parents et parviennent souvent à les convaincre de renoncer à marier leur fille et à les scolariser. « A chaque fois qu'on échoue à leur rendre justice, mon cœur se serre et je suis saisie d'un profond découragement », avoue Aïssa Doumara, sans cependant baisser les bras.

Réalisé par Louis Blaise ONGOLO

Événementiel

LE PNLP FAIT UNE ÉVALUATION PLAIDOYER DE SES ACTIVITÉS

Le Programme national de lutte contre le paludisme a réuni ses partenaires dans le cadre d'une réunion de coordination pour évaluer le plan de travail annuel 2019 et l'état de mise en œuvre technique des activités des partenaires.



L'objectif de la rencontre tenue le 05 juillet 2019 à Yaoundé, à l'initiative du Programme national de lutte contre le paludisme (Pnlp), était d'évaluer la mise en œuvre des activités à mi-parcours, d'en déterminer les goulots d'étranglement et d'envisager les actions qui devront être réalisées en 2020 pour mieux répondre à l'éradication du paludisme au Cameroun.

En termes de résultats, les données montrent une tendance à la hausse sur les cas de maladies et de décès liés au paludisme avec un taux de morbidité de 25.4% en 2015 à 28.0% en 2019, et un taux de mortalité de 18.7% en 2015 à 18.9% en 2019. Ce taux est faible chez les enfants de moins de 5 ans et élevé chez les autres tranches d'âges. Quelques chiffres clés sont à noter : 3 405 000 ménages atteints (couverts), 8 382

376 MILDA distribués, 20% de tests de diagnostic rapide paludisme effectués ; 95% de cas testés avant le traitement. Les régions du Nord, de l'Extrême-Nord, de l'Adamaoua, affichent des indicateurs positifs. L'Adamaoua par exemple affiche 84.7% de cas simples traités, 82% testés au niveau communautaire et 90.6% des cas traités au plan communautaire par les agents de santé communautaire (ASC). Chez les femmes enceintes, 84% ont été reçues en traitement préventif intermittent (TPI).

Bailleurs

Par contre, la Région du Littoral affiche une faible couverture où il a été relevé quelques faiblesses de l'état de mise en œuvre du PNLP telles que : le retard dans la mise en œuvre de la campagne MILDA ; la rupture des stocks des intrants dans les FOSA et au niveau des ASC ; l'insuffisante promptitude

des données de routine ; la faible communication et sensibilisation dans certaines régions; la procédure longue et complexe de passation des marchés de l'État. Six acteurs qui accompagnent le PNLP, à l'instar de Project Impact Malaria, Vector Link, Breakthrough Action et GHSC-PSM, ont restitué l'état de mise en œuvre des activités en 2019.

Le PNLP met œuvre le 5ème Programme stratégique national de lutte contre le paludisme (PSLNP) 2019-2023. Les objectifs généraux sont de réduire de 60% la morbidité liée à la situation de 2015 et réduire de 60% la mortalité liée à la situation de 2015. L'appui financier provient de 4 bailleurs : le Fonds Mondial, USAID via le President 's Malaria Initiative (PMI), l'Oms et l'Unicef.

JAD

Plaidoyer

LE MINEPDED POUR LA PRESERVATION ET LA VALORISATION DES ZONES HUMIDES

Le ministère de l'Environnement, de la Protection de la nature et du Développement durable (Minepded) en fait une priorité et l'a clamé par une sensibilisation de la population à l'occasion de la Journée mondiale des zones humides commémorée le jeudi 20 février 2020.



Zones humides et biodiversité », c'est le thème de la journée mondiale des zones humides, édition 2020, commémorée le jeudi 20 février 2020.

Au Cameroun, le ministère de l'Environnement, de la Protection de la nature et du Développement durable (Minepded) n'a pas manqué l'occasion de porter haut son plaidoyer en faveur des zones humides. « *Le thème de cette édition est capital* », a expliqué Barthelmy NDONGO, Inspecteur Général au Minepded à l'ouverture de la commémoration sur les berges du lac Ossa à Dizangué, dans la Région du Littoral. Présentant le contexte des activités du jour, Barthelmy NDONGO a rappelé que, le lac Ossa et le plus grand lac du Cameroun avec une superficie de 4500 hectares, et qu'il regorge d'une importante biodiversité. D'où l'opportunité en cette journée, d'interpeller les populations sur la nécessité de maintenir la capacité de production des biens et services et de préserver la biodiversité qui se trouve dans ce lac. « *La valeur économique des zones humides intérieures est cinq fois plus élevée que les moyens à mettre en jeu pour les conserver* », a rappelé Barthelmy



Le lac OSSA. L'une des zones humides à préserver

NDONGO, qui dénonce par ailleurs les nombreuses pressions qui sont exercées sur ces milieux.

Outre les changements climatiques en cours, la situation empire avec l'urbanisation galopante et l'abus d'usage des lieux par les bergers. Un chapelet de récriminations portées par le Minepded à cette occasion, à l'assistance constituée d'autorités administratives, traditionnelles, religieuses. Pour ce qui est du lac Ossa en lui-même, Aristide TOUKAM, expert en zones humides, déplore son envahissement par la salvinia modesta, nom scientifique d'une plante aquatique qui a des effets néfastes sur la production du poisson. Ladite plante, explique-t-il, réduit les nutriments des mammifères aquatiques.

Convention

Compte tenu de ces désagréments sur cet écosystème stratégique, le gouvernement a entrepris un certains nombres d'actions qu'il est bon de porter à la connaissance du public. Notamment : le classement

de certaines zones humides en sites Ramsar, en rapport avec la convention sur les zones humides qui deviennent par la suite des territoires à gestion et statut particulier; l'aménagement de façon à favoriser leur conservation tout en encourageant l'utilisation rationnelle de leur territoire. D'après l'Inspecteur Général du Minepded, le Cameroun à ce jour, compte sept sites Ramsar couvrant 8270,6 km². Barthelmy NDONGO a insisté sur la prise de conscience de chaque citoyen pour l'importance des zones humides et la protection de la biodiversités. Le plaidoyer du Minepded a été relayé par les médias locaux tels que le quotidien gouvernemental « Cameroon tribune » les chaînes de télévision Crtv et Canal 2 international qui en ont fait un sujet d'actualité avec un écho favorable.

Source, Cameroon tribune, ed du 24 février 2020

Information et sensibilisation

LE PRECASEM LÈVE LES CRAINTES SUR LE LEVÉ GÉOPHYSIQUE AÉROPORTÉ

Le Projet de renforcement des capacités dans le secteur minier a mis en œuvre une campagne de sensibilisation et d'information pour lever les craintes de survol d'avions à basse altitude dans les Régions du Centre, du Sud, de l'Est, de l'Adamaoua, du Nord, de décembre 2019 à avril 2020.

La campagne de communication menée par le Projet de renforcement des capacités dans le secteur minier (PRECASEM) visait à informer et à sensibiliser les populations des Régions du Centre, du Sud, de l'Est, de l'Adamaoua et du Nord. L'opération en elle-même consistait en un survol d'avions à basse altitude desdites Régions entre avril 2019 et juin 2020. Il s'est agi de survols à une altitude de 100 à 150 mètres du sol et dont l'objectif était de détecter par photographie aérienne les richesses du sous-sol. Lesdits survols pouvant susciter peur et inquiétudes au sein des populations, il a été convenu d'informer et de sensibiliser au préalable celles-ci sur la non dangerosité de l'opération afin de lever les équivoques et permettre que ladite opération se déroule sans heurts et sans interruption des activités locales.

Trois approches

«La campagne a mis à contribution



Les membres des communautés locales de Meïganga (Adamaoua) participant à un atelier de sensibilisation et d'information.

trois approches de communication, à savoir : le plaidoyer, la communication interpersonnelle, la communication média.» explique Louis Blaise ONGOLO, le consultant recruté pour cette mission. C'est pour répondre à cette logique que les outils suivants ont préalablement été conçus et produits : des spots radio et télé bilingues (français et anglais) d'une durée de 45 secondes, les affiches A2, un

dépliant à deux volets, les crawls, les insertions presses d'une demie page de tabloïd chacune.

Outre la diffusion de ces supports dans les médias à grande audience que sont la CRTV télé, la CRTV radio, Canal 2 International, pour ce qui est des médias audiovisuels, la presse écrite a également été mise à contribution par le biais des bihebdomadaires « *Défis Actuels* », « *l'œil du Sahel* », « *The Post* », le quotidien « *le jour* », qui ont procédé chacun à des diffusions d'insertions publicitaires.

Pour faire plus complet, des ateliers de sensibilisation au sein des communautés ont accompagné l'affichage de proximité. Ces actions de communication combinées ont permis l'atteinte des objectifs de communication visés par le PRECASEM et ses bailleurs. Elles ont également assuré une grande visibilité au Projet.



L'équipe de sensibilisation avec un chef du Lamidat du Rey-Bouba (Region du Nord)

Émile EVODO

Sensibilisation

ANTICIPER SUR LES EFFETS ET CONSÉQUENCES DES VIOLENCES EN MILIEUX JEUNES

Tel est le message du ministère des Affaires Sociales au sortir de la célébration de l'édition 2020 de la journée internationale de la femme.



Désormais sujet d'actualité, les violences en milieu jeunes préoccupent au premier chef le ministère des Affaires Sociales (Minas). C'est à ce titre que ledit ministère s'est penché sur la préoccupation lundi le 2 mars 2020 à Yaoundé, par des activités liées aux festivités de la célébration de la journée internationale de la femme. Pour cette édition 2020, le Minas a tenu à capitaliser le thème : « *Responsabilité de la gente féminine dans la prévention et la lutte contre les violences juvéniles* ». Un questionnement lors d'une table ronde conduite par Jean Pierre EDJOA, le Directeur de la Protection Sociale de l'Enfance au Minas.

Mais, c'est davantage les causes approuvées des violences juvéniles que Jean Pierre EDJOA, dans sa posture de psychologue, a présenté à la gente féminine. Quatre de ces causes sont à retenir de son expo-

sé : la carence affective maternelle ; l'insuffisance d'éducation et de suivi parental ; les familles monoparentales ; l'exposition des enfants à la violence et au châtement corporel. Des causes qui, d'après Jean Pierre EDJOA, appellent à une gestion positive des conflits sociaux générés par les enfants. A titre de conseils, il a été demandé aux participants à ladite table-ronde d'éviter de fustiger tout de suite les enfants. Et surtout, de prodiguer les conseils par anticipation sur les effets et conséquences des violences en évitant de frustrer régulièrement l'enfant, éviter les jugements de valeur et les critiques trop acerbes à l'endroit des enfants.

Cette table-ronde bien courue a fait l'objet d'un large partage par les différentes productions éditoriales qui ont suivi dans les colonnes et rubriques de divers journaux.

Source : Cameroon tribune
du mercredi 4 mars 2020

Prévention routière

Quand la gente féminine s'y met

C'est dans le cadre de la célébration de la journée internationale de la femme, que le personnel féminin du ministère des Transports, mené par Valérie ZOGO, Conseiller Technique N° 1 dans ledit département ministériel, a entrepris le mardi 3 mars 2020, de sensibiliser les usagers de la route sur les causes des accidents de la route. Elles ont à cet effet procédé par une marche à travers les rues de Yaoundé, capitale politique du Cameroun, en distribuant des prospectus le long de leur itinéraire.

Ces prospectus véhiculaient trois principaux messages : « *Piéton, prenez votre sécurité en main* », « *Je dis non à la surcharge* », « *Je ne dois pas manipuler le téléphone en marchant* ». Élèves, étudiants, conducteurs de voitures et de motos, vendeurs à la sauvette, riverains, sont interpellés au premier chef dans cette initiative. Il leur a été rappelé une multitude d'attitudes irresponsables récurrentes sur la route. Aussi, un appel au changement de comportement leur a été lancé.

Prévention du VIH

LES JEUNES EN MODE « DIS-MOI TOUT »

L'application lancée le 29 novembre 2019, participe à renforcer la prévention des infections sexuellement transmissibles et VIH en milieux jeunes.

Les jeunes du Cameroun sont désormais en mode e-santé, grâce à l'application dénommée « Dis moi tout », dont le lancement officiel s'est déroulé le vendredi 29 novembre 2019 au Lycée Technique et commercial de Yaoundé. L'application gratuite, dit vraiment tout en terme de sensibilisation contre le VIH et le sida en direction des adolescents et jeunes du Cameroun.

« Dis-moi tout » est l'œuvre de l'Organisation non gouvernementale « Femme santé et développement » (FESADE) avec l'appui de la Cameroon National Association for family Welfare (CAMNAFAW) et de deux autres partenaires, notamment Presse jeune développement et APRODHFAM.

Il s'agit d'une technologie mobile qui met à la disposition des jeunes, des informations utiles et pertinentes sur la santé de reproduction, les



maladies sexuellement transmissibles, les risques auxquels ils sont exposés, pour les aider à mieux prévenir les maladies et les risques sur leur santé sexuelle et de reproduction. « Dis-moi tout » donne un accès aux jeunes à une cartographie des formations sanitaires de prise en charge du VIH et autres IST, assure les informations sur la santé et droits sexuels et reproductifs, aux formats interactifs, vidéos incluant des liens vers des communautés et réseaux sociaux ou leurs pairs interagissent. On peut citer à titre d'exemple Facebook, « Ma Vie Sans IST.VIH2.0 ». Ils peuvent discuter via WhatsApp ou SMS.

Vulgarisation

D'après Guy Victor Mbogba, Coordonnateur Central chargé des Programmes de FESADE, « Toutes les

préoccupations sur la santé sexuelle et de reproduction des adolescent(e)s et jeunes du Cameroun seront désormais adressées grâce à des mise à jour des informations, des nouveaux programmes interactifs et d'autres surprises en faveur de la santé des jeunes à travers « Dis-Moi Tout » renchérit-il. Le lancement de « Dis-moi tout » s'est fait en prélude au « Mois Camerounais du Sida », l'occasion étant à la célébration de la journée mondiale de lutte contre le sida dont la dernière édition s'est tenue le 1^{er} décembre 2019.

« Dis-moi tout » est disponible gratuitement sur Play store et compte une centaine de téléchargements à ce jour. Ceux-ci sont cependant en nette augmentation, la vulgarisation sur l'ensemble du territoire national ayant continué depuis le lancement de l'application. Ce qui pourrait également permettre de prévenir 90% de nouvelles infections chez les jeunes.

Jeanne Alice MONSO

LA JEUNESSE : UNE PRÉOCCUPATION PERMANENTE DANS LA LUTTE CONTRE LE VIH-SIDA

Les jeunes sont au cœur des campagnes de sensibilisation autour des fléaux qui minent la société. Cela s'explique par le fait que les indicateurs de santé sont critiques chez les jeunes. A l'instar de la prévalence du VIH qui continue de se féminiser. Cette prévalence est de 1.2%, avec un pic chez les jeunes filles âgées entre 15 et 24 ans. Elles sont neuf fois plus infectées que les garçons de la même tranche d'âge, soit 2.0% contre 0.4 % chez les garçons. Les chiffres actuels justifieraient des comportements à risques comme des relations sexuelles précoces et non protégées, celles forcées ou violentes sans préservatif, le multi partenariat et ceci s'avère être plus grave en milieu urbain. En outre, il est estimé que 60% des jeunes âgés entre 20 à 25 ans ont déjà consommé la drogue au moins une fois. D'après le rapport 2019 du Comité national de lutte contre la drogue, environs 12 000 jeunes âgés de moins de 15 ans sont concernés par l'usage des stupéfiants et psychotropes tels que le cannabis.

LBO

Radio communautaire

OLAMZE TIENT SA FRÉQUENCE LOCALE

Cette localité de la Région du Sud Cameroun et ses environs sont officiellement couvertes depuis le lundi 09 mars 2020 par la fréquence 98.00 FM, identité de Radio communautaire « Nku Nnam Fm » d'Olamze.



La communication, véritable outil de développement », comme le réitère Christophe GUILHOU, l'Ambassadeur de France au Cameroun, va davantage se donner de la voix, au profit des populations d'Olamze et ses environs, dans le département du Ntem, Région du Sud. Celles-ci sont servies par l'intermédiaire de la Radio communautaire Nku Nnam qui émet officiellement depuis le lundi 09 mars 2010 au profit de 12 000 âmes environs qui vivent dans cette localité.

« Le tam-tam du village », comme on se plaît à l'appeler ici, axe ses programmes sur le monde rural et les activités agropastorales.

Pour Christophe GUILHOU. « ce sont des programmes appropriés à une zone où l'agriculture occupe une part conséquente de l'activité économique et où les enjeux de santé et d'éducation restent essentiels ». Dans l'ensemble, « Nku Nnam Fm » propose une offre de programmes variée dont les plus écoutés traitent des thématiques liées à la vie rurale, l'économie familiale, les activités agropastorales, la vie au sein des communautés, la santé. Des programmes dont certains se font

en langues locales telles que le Ntumu, le Bulu, l'éwondo. Mais aussi en français et en anglais, pour satisfaire l'audimat des deux langues officielles du Cameroun. L'espagnol, langue officielle de la Guinée Équatoriale, pays voisin dont quatres communes sont couvertes par « Nku Nnam Fm », est également pris en compte. D'après Jolinon Daniel EBOZO'O, le Chef de station, « ces programmes répondent aux besoins des populations locales ». Bien qu'inaugurée le 09 mars 2020, elle émet depuis le 4 septembre 2017, soit depuis deux ans environs. Ce temps a permis de procéder à tous les réglages et de pourvoir la radio en équipements adéquats.

« Nku Nnam Fm » fait partie d'un projet qui compte douze radios créées et huit autres réhabilitées à travers le triangle national grâce aux financements du Programme National de développement participatif (PNDP). La radio a été inaugurée par Christophe GUILHOU, en présence de Marie Madeleine NGA, Coordonnatrice du Programme national de participation au Développement (PNDP).

Louis Blaise ONGOLO

Sensibilisation sur la santé bucco-dentaire

La sensibilisation a été à l'ordre du jour le 20 mars 2020, à l'occasion de la célébration de la journée mondiale de la santé bucco-dentaire. Les parents étaient au premier chef concernés par cette sensibilisation, parce que « beaucoup de parents exposent leur progéniture à la carie dentaire. Notamment avec des aliments sucrés tels que les bonbons, biscuits, chocolats, crèmes, jus entre autres », explique le Dr Chantal TANKOU-SOUNOU, la présidente de l'ordre national des chirurgiens-dentistes du Cameroun.

En l'absence de consultations fréquentes des spécialistes, les bactéries qui se transforment en microbes perforant les dents et créent petit à petit la maladie. « La carie dentaire se manifeste tout d'abord par une sensibilité. Quand vous prenez de l'eau chaude ou de l'eau froide, vous avez une sensibilité au niveau de la bouche. Si l'on ne se fait pas consulter, si elle n'est pas soignée rapidement, cette sensibilité va commencer à devenir un petit trou, puis un grand trou qui va toucher les nerfs et s'approfondir jusqu'aux racines et à l'os », renchérit Dr Chantal TANKOU-SOUNOU.

Publication

LE PRODEL LIVRE SA SEPTIÈME LETTRE D'INFORMATION

Elle passe en revue les activités prioritaires du Projet pour le compte de l'exercice 2019.

La publication bilingue en français et en anglais est rendue à sa septième édition. Elle met en exergue six activités exécutées par le Projet de développement de l'élevage (Prodel). Pour son coordonnateur, il s'agit du bilan 2019 des activités de l'institution, lesquelles englobent la production laitière, les résultats des premières inséminations artificielles sur les vaches, l'assistance aux jeunes pour leur autonomisation par l'élevage des caprins, la participation du Projet à la « onzaine de la jeunesse » qui s'est déroulée au Palais Polyvalent des sports à Yaoundé le 09 février 2019. A cette occasion, le Projet a tenu un stand attractif et achalandé de prospectus et dépliant

tant et informant sur ses activités. A côté de ces supports, il faut ajouter le kakémono de circonstance installé à l'entrée du stand, et la banderole annonçant la participation du Prodel à l'événement. Toutes choses qui ont drainé une foule de jeunes venus s'enquérir des conditions à remplir pour bénéficier des appuis du Prodel.

Mutations

La septième édition de la lettre d'information du Prodel rend compte de cinq autres activités de terrain du Projet, notamment : la vaccination des chèvres et moutons dans le septentrion, le financement des organisations de producteurs des trois filières (bovin-lait, bovin-viande, volailles), le financement de la filière chèvres et moutons, l'insémination

artificielle des vaches, l'accompagnement des éleveurs à la foire à bétail de Ngaoundéré.

Pour toutes ces activités, le Projet fait usage dans les communautés, des supports de proximité tels que les affiches, les banderoles, les notes d'information. Il s'agit par ces voies, de communiquer, d'informer et de sensibiliser les parties prenantes pour leur présence et intérêt qu'elles ont à adhérer à ces activités. Pour capitaliser davantage ces informations, le Prodel se fait accompagner par certains médias tels que la CRTV télé, la CRTV Radio, Canal 2 international, pour ce qui est du volet audiovisuel ; Cameroon tribune, Mutations, pour ce qui est de la presse écrite.

LBO



- ½ page d'insertion publicitaire : 300 000 FCFA
- Page entière d'insertion publicitaire : 500 000 FCFA
- Abonnement de soutien : 1 000 000 FCFA / an (10 numéros offerts à chaque édition et une page d'insertion publicitaire)



Coupon de souscription à remplir et à retourner à Inter'Activ Consulting

Identification

Nom de l'institution.....

Nom du souscripteur.....

Fonction au sein de l'institution.....

Tél.....

E-mail.....

Souscription

- Abonnement de soutien
- 1 page publicitaire
- ½ page publicitaire

Modalités de paiement (Chèque certifié, virement, espèces)

Montant total de la souscription(en chiffres) FCFA HT

(En toutes lettres)

Je soussigné(e).....

déclare officiellement m'astreindre à respecter les engagements pris dans le cadre de cette souscription.

Fait à..... le

N° de compte bancaire :

BICEC 10001 - 06860 - 57059260001 - 51

Signature et cachet du souscripteur



retournez par courrier,

Fax ou E.mail à :

Inter'Activ Consulting

Tél. : (+237) 242 67 62 85

Fax : (+237)242 20 65 26

E.mail : contact@interactivconsulting.com

interactivconsulting@yahoo.fr



Pour un changement social durable

Déjà parus



AGENCE SPÉCIALISÉE EN
COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

JOURNÉES MONDIALES

Focus

Dossier réalisé par
Alphonse ATEBA NOA



PLUS DE 460 BONNES OCCASIONS DE
COMMUNIQUER DANS L'ANNÉE

Plusieurs fois dans l'année, le Cameroun se joint au reste du monde pour célébrer « **de concert avec la communauté internationale** » la journée mondiale de X ou de Y, à grand renfort de médiatisation, notamment par les médias publics. Des activités sont alors organisées à travers le pays, avec une mobilisation généralement à la mesure de la notoriété de la journée célébrée ou de l'institution qui la porte. Pagne de célébration, t-shirts, casquettes sont alors distribués aux participants à côté d'autres marches, tables-rondes, dîners-débat, activités sportives organisées en prélude ou en marge du clou de la célébration.

Qu'est-ce qu'une journée mondiale ? D'où est partie cette tendance mondiale de célébrer ces journées ? Quelles significations donner à ces célébrations et pour quel impact ? Quels enseignements en tirer pour le Cameroun et quels conseils donner à ceux qui veulent saisir ces opportunités pour communiquer en direction de leurs cibles ?

C4D Magazine propose dans cette édition, quelques éléments de réponse.

1

Qu'est-ce qu'une journée mondiale (ou internationale) ?

Une journée internationale (ou journée mondiale) est un jour de l'année dédié à un thème particulier à un niveau international ou mondial. C'est un moment au cours duquel le monde tout entier s'arrête pour célébrer, commémorer, ou réfléchir (à) une cause précise ayant une incidence à l'échelle mondiale. Lorsqu'une célébration se limite à un pays, on parle de journée nationale, et elle n'est alors célébrée que dans ce pays.

2

A quoi servent les journées mondiales ?

Une journée internationale concerne une cause ou un problème d'intérêt mondial et a pour but d'attirer l'attention à son sujet. Les journées mondiales permettent ainsi de sensibiliser le public à certaines thématiques primordiales relevant de divers secteurs tels que la santé, l'environnement, les droits humains, la religion... Selon l'Onu, « *les journées internationales servent à aborder des aspects essentiels de la vie humaine, des enjeux importants du monde ou de l'Histoire et à sensibiliser le public (...). Les thèmes ont toujours un lien avec les principaux champs d'action des Nations unies, à savoir le maintien de la paix et de la sécurité internationales, la promotion du développement durable, la protection des droits de l'homme...* ».

3

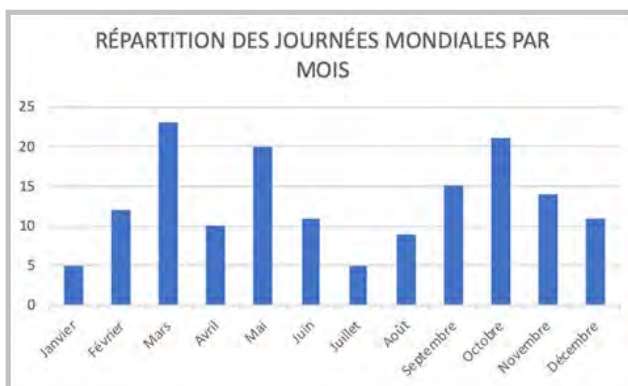
Qui peut instituer une journée internationale ?

Beaucoup de journées mondiales sont instituées par l'Assemblée générale des Nations unies, le Conseil économique et social des Nations unies, l'Unesco, l'Organisation mondiale de la Santé et d'autres organisations comme l'Union internationale des Télécommunications, l'Organisation des Nations unies pour l'Alimentation et l'Agriculture, l'Organisation Mondiale de la Propriété intellectuelle, le Programme des Nations unies pour l'Environnement, l'Organisation maritime internationale et l'Organisation de l'aviation civile internationale.

Cependant, toute autre organisation humaine ou sociale, voire toute personne souhaitant le faire, peut instituer une journée mondiale, l'enjeu étant de savoir la promouvoir pour qu'elle devienne populaire et adoptée par tous les pays ou presque. Ce qui né-

FICHE TECHNIQUE

EN 5 QUESTIONS



MOIS	NOMBRES DE JOURNÉES
Janvier	5
Février	12
Mars	23
Avril	10
Mai	20
Juin	11
Juillet	5
Août	9
Septembre	15
Octobre	21
Novembre	14
Décembre	11
TOTAL	156

LES JOURNÉES MONDIALES



cessite patience et importants moyens relationnels, humains et financiers.

4

Combien de journées mondiales compte-t-on dans l'année ?

Le calendrier de l'Organisation des Nations unies prévoit plus de 140 journées mondiales (ou internationales). La première, instituée en 1950 — la journée mondiale des droits de l'homme — fut fixée au 10 décembre. Mais de manière beaucoup plus large, on comptabilise aujourd'hui plus de 460 journées mondiales (source, www.journee-mondiale.com)

5

Existe-t-il un label officiel Journée mondiale ?

La réponse à cette question est, fort logiquement, non. Les journées mondiales se sont mises en place peu à peu, grâce aux efforts de communication de leurs promoteurs et aucune instance officielle n'est chargée de distribuer un label « *Journée Mondiale* ». Chacun peut donc y aller de son bon vouloir et travailler par la suite pour rendre populaire et imposer sa jour-

née comme un rendez-vous mondial qui fait courir les foules. Cependant, s'agissant des journées mondiales instituées par l'ONU, chaque journée est votée par une résolution dans laquelle sont détaillées les raisons de l'importance d'une telle journée. Dans son texte, l'ONU invite tous les États membres, les autres organisations internationales et régionales et la société civile, les particuliers à célébrer cette journée. Autant dire que ces journées s'imposent à tous les États membres de cette organisation mondiale.



Journée mondiale

UN PUISSANT OUTIL DE COMMUNICATION

Tout le monde peut y trouver matière à communiquer, à condition cependant de savoir s'y prendre.

Les organisations, entreprises et même des individus utilisent ou peuvent utiliser les journées mondiales comme un puissant levier de communication pour se faire voir (notoriété/visibilité), se faire entendre (information, sensibilisation), ou se faire désirer et adopter (adhésion, conversion, engagement).

Vu sous cet angle, les journées mondiales sont une opportunité de communication à saisir à tout prix, à condition cependant de savoir les exploiter, en partant du thème générique qui est retenu pour l'année, et en sachant choisir les bons canaux et les bons supports pour atteindre le plus efficacement possible les différents publics ciblés par ces journées. Pour ce faire, tous les canaux sont exploitables : les mass média traditionnels, les nouveaux médias et en l'occurrence le digital, le hors médias, les médias socio-traditionnels, le canal commercial, etc.

Les organisations les plus engagées dans l'exploitation des journées mondiales comme outils de communication sont les organisations qui travaillent généralement dans les problématiques d'intérêt général : les Agences des Nations-unies et autres organisations internationales de la même mouvance, les administrations publiques à forte charge sociale, les organisations de la so-

ciété civile (ONG, associations, organisations à base communautaire, divers lobbies et groupes de pression, etc.), les confessions religieuses. Leurs approches de communication les plus courantes sont notamment celles qui relèvent de la communication pour le développement : le plaidoyer, la mobilisation sociale, la communication pour le changement de comportement, le renforcement des capacités.

valeurs morales

Même les entreprises commerciales et les marques utilisent ces occasions pour se faire connaître et/ou «pousser» leurs produits. Les actions RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises), et autres actions de relations publiques traditionnelles telles que le sponsoring et le mécénat apparaissent ainsi à leurs yeux comme un terrain de prédilection. Plusieurs activités en lien avec la cause mise en relief et le thème de la journée sont alors ini-

tiées et exécutées en direction de leurs zones de chalandise et de leurs cibles marketing directs ou indirects. On verrait volontiers une entreprise brassicole organiser à cette occasion (Journée de l'enfant africain le 16 juin par exemple), une campagne de prévention contre l'alcoolisme en milieu jeune dans les établissements scolaires, ou un concessionnaire de véhicule de tourisme mener une campagne de prévention du cancer en direction des cadres des banques et les sociétés d'assurances à l'occasion de la journée mondiale contre le cancer (4 février).

Bref tout prétexte est bon à ces occasions pour marquer les esprits, bien que la polémique enfle de plus en plus au sein d'une certaine opinion qui, au nom de l'éthique, de certaines valeurs morales, ou d'une certaine croyance religieuse, remettent en cause ces pratiques, même lorsqu'elles se révèlent bénéfiques pour les communautés auxquelles elles s'adressent.



Journées mondiales au Cameroun

QUELLES PRATIQUES POUR QUEL IMPACT ?

Quand le folklore dame le pion à la communication.



Promotion de l'égalité et protection des droits de la femme : faire le bilan des actions entreprises et fixer un nouveau cap ».

Tel était le thème de la Journée Internationale de la Femme célébrée le 8 mars 2020 au Cameroun. Un thème qui en veut, mais qui a sonné creux tout au long des festivités marquant cette célébration qui une fois encore, a focalisé l'intérêt de tout le pays sur le pagné (le fameux pagné) du 8 mars, le défilé très endiablé présidé à Yaoundé par la première dame camerounaise, Chantal Biya, et dupliqué dans tout le pays par les excroissances de l'administration publique, et les réjouissances populaires dans les bars, et au mieux dans les restaurants (pour celles qui se sont « comportées »).

Quid de l'évaluation des « actions entreprises » et de la réflexion stratégique pour « fixer le nouveau cap » ? Elles se sont diluées dans de petites tables-rondes organisées çà et là, et dans de tous petits extraits des discours politiques prononcés par des officiels de service. Au final, le public, les mouvements féministes

et de promotion du Gender, autant d'ailleurs que l'ensemble du public camerounais, n'ont pas été plus édifés par ce qui a été fait jusqu'ici et ce qu'il y a à faire à court, moyen et long termes pour la « promotion de l'agilité des droits de la femme ».

Premières causes

Quelques semaines plus tard, c'est la fête du travail (1er mai) qui devait prendre le relais : défilés tous azimuts dans le pays, repas du personnel dans les entreprises et les organisations, une fois de plus exhibition des pagnes d'entreprise et distribution des T-shirts, casquettes et polos, etc., le travailleur camerounais devait être à l'honneur. Même les prises de paroles rendues aphones de quelques leaders syndicalistes n'auraient pas réussi à installer dans le public le débat sur la condition du travailleur au Cameroun. Posez la question à 100 ouvriers triés sur le volet pour savoir quel était le thème de cette journée et quels enseignements ils en auraient tirés de cette célébration, très peu, pour ne pas dire aucun d'entre eux, ne vous auraient donné la réponse attendue.

A quelque chose malheur est bon, Covid-19 s'est invité aux festivités, et la fête n'a pas eu lieu.

La journée internationale de la liberté de la presse célébrée le 3 mai aurait dû faire légèrement bouger les lignes, avec notamment quelques revendications des hommes des médias, relais nationaux des grandes revendications initiées par les lobbies des médias et des groupes de pression au niveau international tel que Reporters sans frontières. Mais une fois de plus, la pandémie du Corona Virus a tout fait basculer dans la silence total.

Dans quelques jours et quelques mois, d'autres journées internationales ou mondiales seront célébrées au Cameroun, « de concert avec la communauté internationale ». On aura quelques marches urbaines, convenues et bien encadrées de quelques acteurs de la santé à l'occasion du 1er décembre (journées mondiale contre le SIDA), si la crise sanitaire le permet, mais sans impact réel sur la sensibilisation de l'opinion sur ces grandes causes sanitaires. Pas plus qu'on aura amorcé de manière décisive aucun processus visant à accroître l'action publique en faveur de la protection des populations contre ces pandémies qui figurent encore hélas parmi les premières causes de mortalité au Cameroun. On n'a pas déjà fait mieux à l'occasion de la journée internationale de la langue maternelle (25 février) et on ne fera pas non plus mieux à l'occasion de la journée internationale de la femme rurale (15 octobre) ou à celle de la journée internationale de la gentillesse (3 novembre). Que d'occasions de communication manquées, bon dieu !

PLUS DE 460 JOURNÉES MONDIALES RECENSÉES

L'ONU à elle toute seule en a déjà institué 140. Revue des troupes
(Liste non exhaustive)

JANVIER

- 1er janvier** : journée mondiale de la paix
- 4 janvier** : journée mondiale du braille
- 21 janvier** : journée internationale des câlins
- 24 janvier** : journée internationale du sport féminin
- 27 janvier** : journée internationale de commémoration en mémoire des victimes de l'Holocauste (ONU)

FÉVRIER

- 2e lundi de février** : Journée internationale de l'épilepsie
- 2 février** : journée mondiale des zones humides
- 4 février** : journée mondiale contre le cancer (ONU)
- 6 février** : journée internationale contre les mutilations génitales féminines
- 6 / 8 février** : journée mondiale sans téléphone portable
- 11 février** : journée internationale des femmes et des filles de science (ONU)
- 12 février** : journée Darwin
- 13 février** : journée mondiale de la radio (UNESCO)
- 14 février** : journée internationale de sensibilisation aux cardiopathies congénitales
- 15 février** : journée mondiale contre le cancer chez l'enfant
- 21 février** : journée internationale de la langue maternelle
- 27 février** : journée mondiale des ONG

MARS

- 3e vendredi de mars** : journée internationale du sommeil
- Dernier samedi** : une heure pour la planète
- 1er mars** : journée internationale de la protection civile
- 3 mars** : journée mondiale de la vie sauvage (ONU)
- 8 mars** : journée internationale des femmes (ONU), également appelée journée internationale des droits des femmes
- 11 mars** : journée mondiale de la plomberie
- 14 mars** : journée de pi
- 20 mars** :
 - journée mondiale du bonheur (ONU)
 - journée internationale de la Francophonie
 - Équinoxe (20 ou 21 mars) : Jour de la Terre (ONU)

21 mars :

- journée internationale des forêts (ONU)
- journée internationale pour l'élimination de la discrimination raciale (ONU)
- journée mondiale de la marionnette
- journée mondiale de la poésie
- journée mondiale de la trisomie 21 (OMS, ONU)
- 22 mars** : journée mondiale de l'eau (ONU)
- 23 mars** : Journée météorologique mondiale (OMM)
- 24 mars** : journée mondiale de lutte contre la tuberculose (OMS)
- 25 mars** :
 - journée mondiale de la procrastination
 - journée mondiale pour la fin de la pêche
- 27 mars** : journée mondiale du théâtre
- 30 mars** : journée mondiale des troubles bipolaires
- 31 mars** : journée internationale de visibilité transgenre



AVRIL

2 avril : journée mondiale de la sensibilisation à l'autisme (ONU).

7 avril : journée mondiale de la santé (ONU)

8 avril : journée internationale des Roms

À partir du 20 avril : semaine mondiale de la vaccination (OMS)

22 avril : Jour de la Terre (ONU)

23 avril :

- journée mondiale du livre et du droit d'auteur (ONU)
- Célébration de la 4e Journée internationale du jazz (UNESCO, 2015)

25 avril : journée mondiale du paludisme (ONU)

29 avril : journée internationale de la danse

30 avril : journée internationale du jazz

MAI

1er mai : journée internationale des travailleurs

3 mai : journée mondiale de la liberté de la presse (ONU)

4 mai :

- journée Star Wars
- journée internationale des pompiers

5 mai :

- journée de l'Europe du Conseil de l'Europe

6 mai : journée internationale sans régime

7 mai : journée mondiale des orphelins du SIDA

9 mai : journée de l'Europe de l'Union européenne

12 mai :

- journée internationale de l'infirmière
- journée mondiale des maladies d'origine environnementale : électro sensibilité (EHS), syndrome de fibromyalgie (FM), syndrome d'hypersensibilité chimique multiple (MCS), encéphalomyélite myalgique (ME) ou syndrome de fatigue chronique (SFC), syndrome d'intoxication aux métaux lourds

- **16 mai** : Journée internationale du vivre-ensemble en paix (ONU)

17 mai :

- journée mondiale de la société de l'information (ONU)

- journée mondiale contre l'homophobie et la transphobie

18 mai : journée internationale des musées

20 mai :

- journée mondiale des abeilles (ONU)
- journée mondiale de la métrologie

21 mai : journée mondiale pour la diversité culturelle, le dialogue et le développement (ONU)

22 mai : journée internationale de la biodiversité (ONU)

25 mai : journée internationale des enfants disparus

29 mai : journée internationale des Casques bleus (ONU)

31 mai : journée mondiale sans tabac (ONU)



JUIN

- En juin** : journée mondiale anti-contrefaçon
- 4 juin** : journée internationale des enfants victimes innocentes de l'agression (ONU)
- 5 juin** : journée mondiale de l'environnement (ONU)
- 8 juin** : journée mondiale de l'océan (ONU)
- 9 juin** : journée internationale des archives
- 14 juin** : journée mondiale du donneur de sang (OMS)
- 16 juin** : journée de l'enfant africain
- 20 juin** : journée mondiale des réfugiés (ONU) (depuis 2001)
- 21 juin** : fête de la musique
- 23 juin** : journée des Nations unies pour la fonction publique
- 26 juin** : journée internationale contre la torture (ONU)

JUILLET

- 1er samedi** : journée internationale des coopératives (ONU)
- 11 juillet** : journée mondiale de la population (ONU)
- 18 juillet** : journée internationale Nelson Mandela (ONU)
- 30 juillet** : journée mondiale de la dignité des victimes de la traite d'êtres humains (ONU)
- 31 juillet** : journée mondiale de la femme africaine

AOÛT

- 1er vendredi d'août** : journée internationale de la bière
- 8 août** : journée internationale du chat
- 9 août** : journée internationale des populations autochtones (ONU)
- 12 août** : journée internationale de la jeunesse (ONU)
- 13 août** : journée internationale des gauchers
- 19 août** : journée mondiale de l'aide humanitaire (ONU)
- 22 août** : journée internationale de commémoration des personnes victimes de violence en raison de leur religion ou de leurs convictions (ONU)
- 27 août** : journée mondiale pour la fin du spécisme
- 30 août** : journée internationale des victimes de disparition forcée (ONU)

SEPTEMBRE

- 3e week-end** : journées européennes du patrimoine
- Durant la dernière semaine** : journée mondiale des sourds



- 1er septembre** : journée mondiale de prière pour la sauvegarde de la Création
- 8 septembre** : journée internationale de l'alphabétisation (ONU)
- 10 septembre** : journée mondiale de la prévention du suicide (ONU)
- 12 septembre** : journée des Nations unies pour la coopération Sud-Sud (ONU)
- 18 septembre** : journée internationale du bambou (ONU)
- 19 septembre** : International Talk Like a Pirate Day (ITLAPD, en français la Journée internationale du parler pirate)
- 21 septembre** : journée internationale de la paix (ONU)
- 22 septembre** : Journée internationale sans voitures
- 23 septembre** : journée de la bisexualité
- 26 septembre** : journée européenne des langues (Conseil de l'Europe)
- 27 septembre** : journée mondiale du tourisme (Organisation mondiale du tourisme)
- 28 septembre** : journée mondiale de la rage
- 30 septembre** : journée internationale de la traduction (Fédération internationale des traducteurs, reconnue par l'Unesco)

OCTOBRE

- 1er octobre** : journée internationale pour les personnes âgées (ONU)
- 2 octobre** : journée internationale de la non-violence
- 4 octobre** : journée mondiale des animaux
- 5 octobre** : journée mondiale des enseignants (ONU)
- 10 octobre**
 - journée mondiale de la santé mentale (ONU)
 - journée mondiale contre la peine de mort (Union européenne)
- 11 octobre** : journée internationale de la fille (ONU)
- 12 octobre** : Journée de la langue espagnole (ONU)

15 octobre : journée internationale de la femme rurale (ONU)

16 octobre : journée mondiale de l'alimentation

17 octobre : journée internationale pour l'élimination de la pauvreté (ONU)

18 octobre : journée mondiale de la ménopause (OMS)

20 octobre :

- journée mondiale de la statistique (ONU)

- Journée Mondiale contre l'Ostéoporose

22 octobre : journée internationale de sensibilisation au bégaiement

24 octobre :

- journée des Nations unies (ONU)

- journée mondiale d'information sur le développement (ONU)

25 octobre : journée européenne de la justice

26 octobre : journée de la visibilité intersexe

27 octobre : journée mondiale du patrimoine audiovisuel (ONU)

28 octobre : journée mondiale du cinéma d'animation (Association internationale du film d'animation)

NOVEMBRE

3e jeudi : journée mondiale de la philosophie (ONU)

Dernier week-end : Journée mondiale sans achat

1er novembre : journée mondiale du véganisme

2 novembre : journée mondiale pour le droit de mourir dans la dignité

3 novembre : journée internationale de la gentillesse

8 novembre : journée internationale de la radiologie

12 novembre : journée mondiale de la pneumonie (ONU)

16 novembre : journée internationale de la tolérance (ONU, créée en 1996)

19 novembre :

- Journée internationale de l'homme (créée en 1999)

- journée mondiale des toilettes (créée en 2001 par l'Organisation mondiale des toilettes)

20 novembre :

- journée internationale des droits de l'enfant (ONU)

- journée du souvenir trans (créée en 1999)

25 novembre : journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes (ONU)

29 novembre : journée internationale de solidarité avec le peuple palestinien (ONU)

DÉCEMBRE

1er décembre : journée mondiale de lutte contre le sida

3 décembre : journée mondiale des personnes handicapées

7 décembre : journée de l'aviation civile internationale (ONU)

10 décembre :

- journée internationale des droits de l'homme (ONU)

- journée internationale pour le droit des animaux

15 décembre :

- journée de l'espéranto

- journée internationale du thé

17 décembre : journée internationale pour l'élimination des violences faites aux travailleurs du sexe

18 décembre :

- Journée internationale des migrants (ONU)

- journée mondiale de la langue arabe

21 ou 22 décembre : journée mondiale de l'orgasme

Source : www.wikipedia.org



LA CONDUITE EN ETAT D'IVRESSE



Inter'ACTIV



LA CONDUITE EN ETAT D'IVRESSE TUE

Jean-Christophe est un jeune homme marié et père de quatre enfants. Vendredi soir après le travail, il va prendre un pot avec ses collègues. L'ambiance devient de plus en plus bonne et les verres se multiplient. Jean-christophe est déjà à cinq bières. Comme on dit chez nous « il est déjà avancé ». Il décide de rentrer chez lui dans cet état. Titubant, aucun de ses copains ne se propose de l'accompagner, ni de l'empêcher de prendre le volant dans cet état. Il dit aurevoir et s'en va. Une heure plus tard, son épouse appelle ses collègues. Elle a reçu un appel de la police lui signalant que son mari vient de faire un violent accident de la circulation. Il est en soins intensifs aux urgences d'un hôpital de la ville. Son rétablissement est incertain.



CONSEILS PRATIQUES

La conduite sous l'emprise de l'alcool est l'une des principales causes des accidents de la route. Au-delà des ennuis judiciaires que l'alcool occasionne, il nuit gravement à notre santé, et sème la mort sur nos axes routiers.

Heureusement, il y a des moyens de prévention pour lutter contre ce comportement dangereux.

- Evitez de consommer de l'alcool lorsque vous devez conduire ;
- Ne laissez pas vos proches prendre le volant en état d'ivresse ;
- Quand votre collègue a trop bu, confiquez lui ses clés ;
- Proposez lui d'être raccompagné ;

Vous aimez vos proches, alors, ne les laissez pas boire avant de prendre le volant. Ne soyez pas responsable de la mort d'un proche.



COVID-19 : ALERTE AU VIRUS !

En décembre 2019, une flambée épidémique causée par un virus inconnu provoque de nombreux cas de décès parmi les populations de la ville de WUHAN en Chine. Très vite, le virus va se répandre les semaines suivantes dans le monde créant dans tous les pays une panique et une situation d'urgence de santé publique de portée internationale.

L Le virus inconnu, finalement identifié comme faisant partie de la famille des coronavirus sera baptisé temporairement «2019-nCoV» puis par la suite COVID-19 (acronyme anglais signifiant coronavirus disease 2019) ou SARS-CoV-2. Du fait de la fulgurance de sa propagation, le nouveau coronavirus sera très vite classé par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) au rang de pandémie mondiale.

Autour de cette pandémie, ce sont de nombreux enjeux et défis auxquels doivent faire face les Etats, au premier rang desquels se trouve l'enjeu sur les changements de comportement pour la préservation de la vie humaine. Il s'agit de s'organiser autour d'un discours crédible, coordonné et mobilisateur, pour lequel le temps et la « discipline personnelle » constituent des facteurs de succès de premier ordre. La communication de ce point de vue se trouve en première ligne dans la riposte des États et des organisations face à la menace Covid-19.

Au Cameroun, la réaction des pouvoirs publics ne s'est pas faite attendre. Le communiqué du Ministre de la Santé Publique du 28 janvier 2020, faisant état de l'existence en Asie du sud-est d'un nouveau virus mortel à propagation rapide ainsi que de son mode de transmission montrait déjà les premiers pas de la prise de conscience du Cameroun sur les dangers de ce fléau. Le paragraphe portant sur « *le renforcement de la surveillance épidémiologique aux points d'entrée aériens et maritimes, la communication sur les risques et le renforcement du mécanisme national pour faire face à une éventuelle pandémie de grippe due à ce nouveau type de virus...* », montrait clairement que la riposte camerounaise était engagée et que



la primauté de l'information sur la lutte contre le Covid-19 revenait à l'Administration en charge des questions de santé publique.

Direct sur la CRTV

La compilation des outils et supports émis par le ministre de la Santé Publique du point de vue de l'information, mis en place pour une réponse sanitaire des pouvoirs publics comprend principalement des communiqués, comptes rendus de réunions, lettres circulaires..., le tout relayé par les médias audiovisuels et la presse écrite en l'occurrence les médias d'État, sans compter la presse cybernétique. Un dispositif est tout de même mis en place pour donner un meilleur écho de l'information sur le nouveau coronavirus. Il comprend : un numéro vert (le 1510), les hashtag #covid19, #Barrons la route, un Centre national des opérations d'urgence sanitaire opérationnelle 24/24





pour rendre compte de l'évolution de la pandémie... A cela, il faut ajouter le site web du ministère de la Santé Publique, plus dynamique quant à son contenu. Il faut également ajouter le compte personnel du Ministre de la Santé Publique sur twitter, mis à contribution pour davantage renforcer le leadership du gouvernement sur la prise de parole sur la sensibilisation sur le Covid-19.

Dans un mécanisme « top and down » et sur un ton directif et informatif invitant à plus de vigilance et de responsabilité, la prise de parole des pouvoirs publics porte principalement sur la connaissance de la pathologie Covid-19 : ses symptômes, le mode de transmission, les bonnes pratiques pour éviter une contamination, l'inventaire des cas dépistés, quelques mesures restrictives arrêtées par les autorités chacune dans son domaine de compétence. Une foire aux questions ainsi qu'un guide de bonnes pratiques sont accessibles sur le site du ministère de la Santé Publique. Sur son compte personnel, le Ministre publie en temps réel la progression de la contamination au Cameroun.

La démarche administrative adoptée par les pouvoirs publics pour la sensibilisation des camerounais va atteindre son point culminant avec la sortie du Premier Ministre, retransmise en direct sur les antennes de la chaîne de télévision nationale, CRTV. Une sortie au cours de laquelle, le Chef du Gouvernement informera le public des 13 me-

sures prescrites par le Chef de l'État pour l'adoption des gestes barrières en vue de stopper la propagation de la maladie.

Au fil des jours, la prise de parole sur le coronavirus va se diversifier, avec l'interventions de nouvelles institutions notamment celle du ministère des Relations Extérieures sur la restriction des mouvements transfrontaliers des hommes ; la diffusion en interne au ministère de la Défense d'affiches de proximité sur les bonnes pratiques pour éviter la maladie ; la note pastorale de l'Archevêque de Yaoundé sur les nouvelles pratiques de la liturgie.

Les médias de masse (radio, télévision, presse écrite...) pour leur part aménagent des plages spéciales pour donner de la visibilité à plus d'acteurs (experts, analystes...) afin d'enrichir les connaissances du public sur la maladie. La CRTV sur sa chaîne en ligne, CRTV web, diffuse en continu des informations sur la pathologie et autres dispositions pratiques, mais également accueille sur le plateau de sa chaîne-mère, de nombreux intervenants. La chaîne Canal 2 International quant à elle organise des débriefes sur le sujet avec également l'intervention de nombreux analystes. Sur ses antennes, la station de radio ABK de Douala fait aussi intervenir des analystes et des témoignages sur la thématique de la lutte contre le nouveau coronavirus.

Réseaux sociaux

Du côté des entreprises, la Caisse Nationale de Prévoyance Sociale sera l'une des premières organisations à reprendre à son compte, les mesures préventives visant à stopper la propagation du coronavirus. Sur son compte Facebook, l'entreprise para-publique diffuse une vidéo sur les mesures préventives contre la contamination. Les

Laboratoires Biopharma pour leur part n'ont pas manqué de revenir au-devant de la scène à travers une vidéo de sa marque ombrelle Bactol (désinfectant à base de solution hydro alcoolique), diffusée sur Facebook, dans laquelle elle rappelle en six points les gestes utiles pour éviter toute contamination par des virus et autres bactéries. Le Groupe Kadji ne fait pas moins dans une autre vidéo visible sur son site internet et sa page Facebook. De manière générale, ce sont les plateformes digitales (réseaux sociaux, sites web...) qui sont régulièrement sollicitées par les entreprises pour inciter le public à adopter des gestes barrières susceptibles de stopper la propagation du Covid-19.

La riposte contre le Covid-19 est donc effective au Cameroun. De nombreux acteurs (administrations, entreprises publiques, para-publiques et privées) se mobilisent pour sensibiliser les populations en vue d'adopter des comportements responsables.

Mais cette riposte reste dans un contexte de réaction. Et comme l'a si bien remarqué Jean Paul Tchomdou, Président de l'Association Camerounaise des Professionnels du Marketing et de la Communication (ACPMC) et expert en communication, « la réactivité ne suffira pas. Seule la proactivité nous sauvera ».

Au regard des nombreux enjeux qui gravitent autour de la lutte contre le Covid-19, en l'occurrence les enjeux cliniques et sanitaires, économiques, commerciaux et financiers, les enjeux liés aux habitudes quotidiennes et collectives, les composantes linguistiques ... la communication de ce point de vue

LE CORONAVIRUS
(COVID-19)
EST UNE RÉALITÉ
Protégez vos proches,
protégez-vous!





devrait épouser cette diversité afin de proposer un mécanisme cohérent mais surtout en mesure de rassurer chacun des acteurs sociaux selon son statut et ses attentes.

Comment expliquer que pour une campagne de mobilisation d'une telle ampleur, il n'existe pas un slogan fort et fédérateur, ni une identité visuelle pour fixer les consciences sur la mobilisation de toute une nation dans la lutte contre un fléau qui menace sa survie ? Comment justifier l'absence de visibilité sur la mobilisation, l'engagement et la disponibilité du personnel soignant ? La mise en avant de cette catégories d'acteurs n'est-elle pas déterminante pour rassurer les populations ? Pourquoi la communication financière qui pourrait renseigner sur la capacité des pouvoirs publics à faire face à la pandémie du point de vue de la logistique, la communication et la prise en charge de tous les intervenants est-elle absente ? Cette même communication pourrait aussi renseigner l'opinion sur les mesures d'accompagnement mises en place suite aux nombreuses restrictions imposées par la pandémie.

Point focal de l'information

Il est vrai que la réponse des pouvoirs publics face à la pandémie du Covid-19 s'est faite dans une situation inattendue, d'où les réactions quelques peu dispersées observées dans les prises de paroles qui parfois laissent entrevoir des contradictions et même des insuffisances. C'est la preuve que la démarche des pouvoirs publics jusqu'ici ne s'appuie pas sur une démarche proactive soutenue par un fil conducteur qui permettrait de bien percevoir les objectifs à atteindre et rallier l'ensemble des parties prenantes à la lutte.

Du fait de ces nombreuses zones d'ombre, le leadership du Ministère de la Santé Publique en tant que point focal de l'information sur le Covid-19 au Cameroun a rapidement été battu en brèche par ce que l'OMS qualifie d'« infodémie », c'est-à-dire « une quantité excessive d'informations sur un problème qui rend difficile l'identification d'une solution ». En effet, la pandémie du Covid-19 trouve de nombreuses sources d'informations généralement répandues sur les réseaux sociaux mais aussi dans les médias classiques (les stations de radios, les chaînes de télévision, la presse écrite). Ici, le public qui, très souvent est émetteur et récepteur de l'information partage un flux d'informations où l'on retrouve à la fois des fakes,

des recettes sur la guérison, le déni de la gravité de la maladie ou la dérision. Très vite, le ministère s'est retrouvé sur la défensive et régulièrement obligé d'apporter des démentis sur des publications erronées.

En se cantonnant sur le canal administratif lors de ses premières prises de parole, le ministère de la Santé Publique a voulu afficher son positionnement en tant que principale source de la bonne information sur le nouveau coronavirus. Mais il a quelque peu perdu de vue la rapidité de la succession des événements et l'ampleur du phénomène. Ce qui a très vite mis en exergue les limites de la campagne, caractérisée par un choix de support très étroit.

Toutefois il y a lieu d'affirmer que la communication autour de la pandémie Covid-19 se peaufine davantage et gagne en diversité au fil des jours. De nouveaux canaux de diffusion sont pris en compte, notamment l'affichage routier. Des affiches au format 6x3 et des banderoles ont fait leur apparition dans les rues des grandes villes. C'est une campagne signée par l'agence de communication CBM. Elle confirme la réalité du Covid-19 au Cameroun, mettant en avant les thèmes sur la prévention, la vigilance... Des personnages réels ont été choisis pour porter le message et confirmer que la pandémie est une réalité. D'autres canaux ont été aussi mis à contribution, à savoir la bande dessinée, le sketch vidéo, mais rien n'indique qu'il s'agit de l'initiative du ministère de la Santé Publique.

En guise de résultat, il y a lieu de saluer la rapidité avec laquelle la pandémie a obtenu de la notoriété et déclenché les premiers gestes barrières. Dans la plupart des locaux ouverts publics, comme privés ouverts au public, un dispositif pour se désinfecter les mains est installé, faisant office de passe-droit pour accéder dans l'enceinte du bâtiment. L'implication de nombreuses organisations peut aussi compter parmi les acquis de la campagne. Peut-être l'approche par le drame notamment avec l'annonce du décès de Manu Dibango, icône mondiale de la musique et de la culture permettra de renforcer la prise de conscience des masses populaires sur la gravité de cette pandémie.

Thierry NSIMI NOMO

MINSANTE - CELLULE DE COMMUNICATION

CORONAVIRUS

POUR TOUT CAS SUSPECT, APPELONS L'UN DE CES NUMEROS

Coronavirus "COVID-19" Cameroun.
Useful numbers / Numéros utiles

- 1510**
- 677 89 93 69**
- 677 89 43 64**
- 677 89 76 44**
- 677 90 01 57**

@MINSANTE.pageofficielle
 @MinsanteC
 Site Web : www.minsante.cm

FICHE PRATIQUE

LES 10 COMMANDEMENTS

POUR AUGMENTER L'IMPACT D'UN MESSAGE



Casse-tête pour les uns, parcours du combattant pour les autres, l'élaboration d'un message efficace en communication est un exercice qui peut paraître difficile quand on ne maîtrise pas la bonne formule. Voici les 10 commandements, inspirés des écrits du publicitaire Nicolas Bordas qui vous aiderons à augmenter l'impact de vos messages.



Retrouvez-nous sur le web !

Inter'Activ CONSULTING

Marketing social | Communication pour le changement de comportement | Responsabilité sociale des entreprises (RSE)

AGENCE SPÉCIALISÉE EN COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

Agence Spécialisée en Communication pour le Développement

Créée en 2010, Inter'Activ Consulting est une agence conseil spécialisée dans tous les métiers de la communication globale. Très réactive et à l'écoute totale de nos clients, nous travaillons à rendre plus attractive votre image et vos produits et services par des propositions concrètes adaptées à vos besoins. Grâce à la transversalité de nos domaines d'expertise, nous avons développé en très peu de temps un portefeuille clients riche et diversifié. Notre territoire d'interventions s'étend au-delà des frontières camerounaises.

NOS ATOUTS

VIBREZ

CREEZ **REALISEZ**

CHOIX DES CLIENTS | GESTION ÉVÉNEMENTIELLE | PARTAGE | SATISFACTION CLIENTÈLE

NOS DERNIERS PROJETS

Port de la ceinture de sécurité | ART CAMEROON TELECOMMUNICATIONS REGULATORY BOARD | STRATEGIE

afp | afe | European Union | UNICEF

Inter'Activ CONSULTING

L'agence

Les GRANDS PAS de la communication

Félix ZOGO : Une initiative inédite
Par Admin le 26/03/2018
Félix ZOGO : Une initiative inédite

C4D Mag: magazine spécialisé dans la communication pour le développement
Par Douglas nyoubi le 26/03/2018
C4D Mag: magazine spécialisé dans la communication pour le développement

Nos offres et services

Notre portefeuille

Nos derniers projets

Notre actualité

Nos infos sur la C4D



AGENCE SPÉCIALISÉE EN COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

B.P.: 16257 Yaoundé Tél : (237) 242 676 285

Web : www.interactivconsulting.com

Email : contact@interactivconsulting.com
interactivconsulting@yahoo.fr



ILS RECRUTENT DANS LA C4D

Synthèse de Jeanne Alice MONSO

Association Camerounaise pour le Marketing Social (ACMS) mobilise la C4D

Dans le cadre du projet 'Prévention du VIH/Sida en Afrique Centrale, Phase V (PPSAC V) l'Agence d'Exécution du projet a ouvert le recrutement d'une agence de Régie publicitaire pour l'affichage classique ; affichage XXL et la diffusion sur écran LED ainsi que l'impression des affiches. Cette activité rentre dans le cadre de la coopération entre RFA et la CEMAC financée par la Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) à travers l'Organisation de la Coordination pour la lutte contre les Endémies en Afrique Centrale (OCEAC).

Association Camerounaise pour le Marketing Social (ACMS) reste 100 % jeune

Dans le cadre du projet 'Prévention du VIH/Sida en Afrique Centrale, Phase V (PPSAC V) l'Agence d'Exécution du projet a lancé le recrutement d'une agence d'imprimerie pour la production mensuelle du magazine bilingue 100% Jeune. Cette activité rentre dans le cadre de la coopération entre République Fédérale d'Allemagne et la CEMAC à travers l'Organisation de la Coordination pour la lutte contre les Endémies en Afrique Centrale (OCEAC).

C4D sensibilisation campaigns

Douala City Council in collaboration of the French Development Agency launched the recruitment of a consultant to elaborate C4D sensitisation campaigns.

The Douala City Council has launched the recruitment of a communication consulting agency on the 8th of 2019, to carry out a study towards the designing and implementation of a Communication Plan of the Douala rainwater drainage project. Some of the objectives of the mission were to sensitise the target populations of the activities, value the involvement of various stakeholders such as C2D,

Le Ministère de la Santé Publique active la C4D pour stopper le paludisme

Dans le cadre de la subvention du Fonds Mondial de lutte contre le Sida, la Tuberculose et le Paludisme. Le Ministère de la santé publique a recruté au terme d'un processus très compétitif, Inter'Activ Consulting comme agence conseil en communication. La mission du cabinet sera d'accompagner le Programme National de Lutte contre le Paludisme dans la conception, production, diffusions des produits de communication. En outre, l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie de communication de la campagne MILDA.

Chargé(e) regional(e) de communication

Promouvoir les bonnes pratiques en gestion et assainissement d'eau auprès des populations de la sous-région Afrique Centrale.

Le Partenariat Mondial de l'Eau, en anglais Global Water Partnership (GWP) a lancé le recrutement d'un(e) chargé(e) Régional(e) de communication et de la gestion des connaissances. Pour son bureau basé à Yaoundé. Le chargé de la communication devra assurer la mise à jour et la mise en œuvre de la stratégie de communication régionale en cohérence avec les orientations mondiales du réseau, et les besoins spécifiques de la région ; appuyer les PME de la Région dans le développement de leur stratégie de communication, et gestion des partenaires.

Les candidatures devaient être soumises par voie électronique au plus tard le 15 Février 2020. C4D Mag suivra biensur le profil retenu.

Strengthening the work and role of Doctors Without Borders

Doctors Without Borders in French [Médecins Sans Frontières] launched the recruitment of a field communication officer (FCO) in the North West Region. His or her main goal will be contributing to the implementation of operational communication strategy in the mission according to Doctors Without Borders (DWB/MSF) standards. Aiming at building DWB's visibility, acceptance and leverage inside the country with the particular focus in the North West region of Cameroon. Focusing on media alert, local media management and content diffusion.

The deadline was on the Friday 29th January 2020.

LA C4D ONLINE

Synthèse de Emile EVODO & Jeanne Alice MONSO



« CERTAINES VICTOIRES ONT UN GOÛT AMER... ».

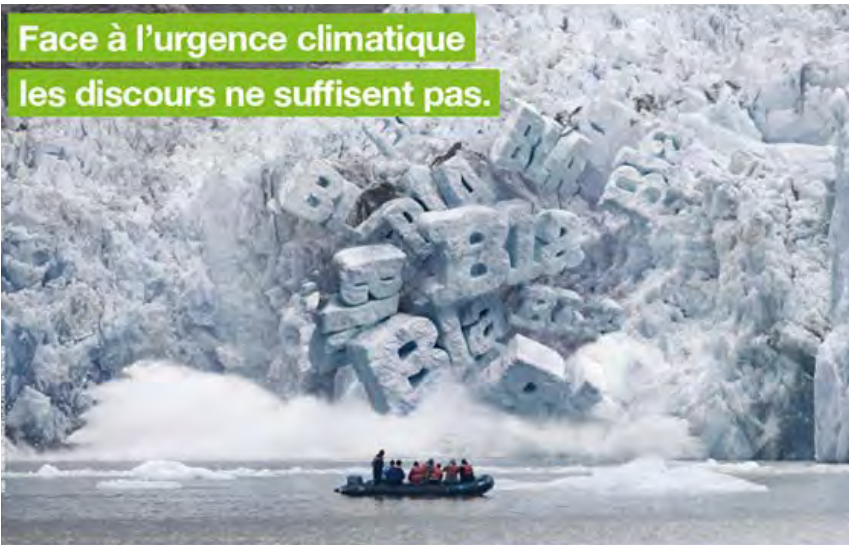
« TROPHY », LA CAMPAGNE ANTITHÈSE DE LES LABORATOIRES BIOPHARMA.

A l'occasion de la Journée Internationale des Droits de la Femme édition 2020, rien ne vaut « une campagne décalée » pour attirer l'attention de l'opinion publique sur un ensemble de problèmes/fléaux/inégalités qui sont des réalités dans le quotidien des femmes dans notre société. La campagne est signée Les Laboratoires Biopharma avec ce slogan qui laisse à réfléchir « CERTAINES VICTOIRES ONT UN GOÛT AMER... ».



Climat

LA NOUVELLE CAMPAGNE DE GREENPEACE REFUSÉE DANS LE MÉTRO ET EN SALLES



Greenpeace France lance aujourd'hui une nouvelle campagne de communication conçue avec l'agence Strike pour dénoncer l'inaction climatique des décideurs politiques. Malgré l'urgence de la situation, la régie Mediatransports et plusieurs cinémas n'ont pas accepté de diffuser cette campagne.

À travers un film de 60 secondes, un dispositif d'affichage et une diffusion numérique, cette nouvelle campagne illustre le décalage entre les discours et les actes des décideurs politiques.

Différentes séquences mettant en scène l'aggravation des événements climatiques extrêmes font apparaître les mots « BLA BLA » en glace, en bois, en plastique, en métal, qui s'effondrent, s'envolent dans des tornades, sont emportés par des inondations ou brûlent dans de gigantesques incendies, avec en contrepoint sonore des extraits de discours ambitieux sur le climat des présidents Nicolas Sarkozy, François Hollande et Emmanuel Macron.

Source

<https://www.greenpeace.fr/espace-presse/climat-la-nouvelle-campagne-de-greenpeace-refusee-dans-le-metro-et-en-salles/>

Le gouvernement doit agir.

Mobilisons-nous sur [greenpeace.fr/mob-climat](https://www.greenpeace.fr/mob-climat)

GREENPEACE

Campagne de communication
« Stop aux dépôts sauvages »

« CE N'EST POURTANT PAS COMPLIQUÉ ! »

A travers un visuel à forte dominance textuel la nouvelle campagne de sensibilisation signée Pontivy Communauté explique, étape par étape, la démarche responsable à adopter pour lutter contre les dépôts sauvages des ordures au centre-ville. Respecter ces bons gestes, « *Ce n'est pourtant pas compliqué!* ».

03

STOP AUX DÉPÔTS SAUVAGES

- 1  **JE PRENDS MON SAC POUCELLE**
- 2  **JE ME RENDS À L'UN DES 12 SITES DE COLLECTE**
- 3  **JE PASSE MA CARTE ET JE DÉPOSE MON SAC**

CE N'EST POURTANT PAS COMPLIQUÉ !

Le dépôt sauvage est un acte répréhensible passible d'une amende pouvant atteindre 1500€

Pour obtenir votre carte d'accès, Rendez-vous à Pontivy Communauté Ou en Mairie de Pontivy.



Appel du 08 mars

DES HOMMES PARLENT AUX HOMMES

MAIS C'EST VOTRE COPINE NON ?

C'EST VOTRE FEMME ELLE PEUT COMPRENDRE QUAND MÊME

VOUS ÊTES UN HOMME APRES-TOUT NON ?

Ces dernières années, de nombreuses campagnes ont fait prendre la mesure de la gravité des violences sexistes et sexuelles en faisant le constat alarmant de leur universalité, sous de multiples formes.

« L'Appel du 8 mars » a pour ambition de passer à une seconde phase de communication qui vise, après l'étape de l'indignation, à modifier les comportements machistes dus à une structure sociale patriarcale. Tous les hommes, de toutes conditions et de tous âges, ont été structurés par l'idéologie de la domination masculine et ce, jusqu'à dans les moindres interactions avec les femmes, visibles tant dans la sphère privée que publique.

L'objectif de la campagne est d'essayer d'établir une connivence avec les hommes pour mieux dénoncer la violence des comportements machistes et de situations fréquentes du quotidien, qui s'avèrent être du harcèlement ou des violences sexistes et sexuelles.

ZÉROMACHO Madame Bovary

« Messieurs, on va pas se mentir, pour que les choses changent, va falloir qu'on change. »
À l'occasion du 8 mars, Journée internationale des femmes, Zéromacho lance une campagne adressée aux hommes et réalisée par l'agence de communication Madame Bovary. La campagne vise à interpeller les hommes sur le rôle dans la promotion des égalités liées au genre.

Source : <https://zeromacho.wordpress.com/2020/03/06/action-76-6-mars-2020/>

Communiqué de presse
4.3.2020

À l'occasion du 8 mars, Zéromacho lance un appel aux hommes à travers 3 vidéos imaginées par l'agence Madame Bovary



L'APPEL DU 8 MARS

DES HOMMES PARLENT AUX HOMMES

ZÉROMACHO Madame Bovary

04

ZÉROMACHO

DES HOMMES CONTRE LE SEXISME ET POUR L'ÉGALITÉ

Zéromacho est un réseau international d'hommes de tous âges, pays et professions qui ont fait de la lutte contre le machisme un combat public et ce, notamment au travers d'un engagement contre le système patriarcal et pour l'égalité homme-femme. Zéromacho œuvre au quotidien pour sensibiliser les hommes au sujet des comportements sexistes.

À l'occasion du 8 mars, Journée internationale des femmes, Zéromacho lance l'appel du 8 mars « Des hommes parlent aux hommes ». C'est un appel à lutter contre le sexisme, à prendre conscience de la toxicité de certains comportements associés et à les changer.

ZÉROMACHO Madame Bovary



Barrage Hydroélectrique de Memve'e

Une grande réussite ... De grandes opportunités

En phase d'essai depuis le **14 AVRIL 2019** ... De l'**ENERGIE** électrique disponible.

« Notre contribution additionnelle à l'offre énergétique du Cameroun »

BP : 6883 Yaoundé
Tél. : +(237) 222 20 84 88 / Fax : +(237) 222 20 84 90
Site web: www.projetmemveele.org / Email projet_memveele@yahoo.fr



1. GOOD PRACTICE

A best practice is a solution that have been designed and applied successfully 1. La stratégie d'IEC (Information Education et Communication)

Il s'agit d'un plan cadre d'une campagne d'interventions sélectionnées, les plus susceptibles d'avoir un impact sur des problèmes liés aux changements d'attitudes ou de comportements par rapport aux composantes, selon un chronogramme précis et avec des ressources claires.

2. INTERVENANTS

Il est question ici des membres des communautés, des groupes communautaires, les autorités locales ou régionales, les organisations non gouvernementales, les services gouvernementaux ou toute autre organisation œuvrant au niveau communautaire, ainsi que les responsables qui sont engagés, ou devraient l'être dans une initiative de développement et de communication pour le développement.

3. COMMUNICATION PARTICIPATIVE.

C'est une expression qui désigne une action planifiée, fondée d'une part sur les processus participatifs et d'autres part sur les médias et la communication interpersonnelle, qui facilite le dialogue entre différents intervenants réunis autour d'un problème ou but commun de développement. Ceci dans le but d'identifier et mettre en œuvre une initiative concrète visant à solutionner le problème.

4. FACILITATION

C'est une manière nouvelle de mener les initiatives de développement. En communication pour le développement, le chercheur ou l'agent de développement intervient à titre de facilitateur dans le processus qui implique différentes parties prenantes. La facilitation donc est un moyen d'établir la compréhension, le partenariat et les synergies avec et entre les intervenants au projet de développement. Ainsi, il faut apprendre à écouter, savoir emmener les gens à exprimer leurs points de vue, les aider à atteindre un consensus et à dresser un plan d'action.

5. SANTÉ COMMUNAUTAIRE

C'est une approche de résolution des problèmes de santé fondée sur l'engagement des communautés. Elle intègre des services de santé préventifs, promotionnels curatifs et ré-adaptatifs destinés aux communautés et délivrés par les communautés elles-mêmes sous la supervision du personnel de santé publique. Elle vise à étendre les prestations sanitaires à la périphérie géographique et sociale du pays, structure et renforce la gouvernance sanitaire locale et le partenariat entre les communautés et les structures de santé.

6. COMMUNICATION INTERPERSONNELLE (CIP)

Une interaction orale entre deux ou plus intervenants dans une communauté pour des échanges directs sur les besoins et ou le problème de développement. Elle se caractérise effectivement comme un dialogue, et non un monologue, où l'un parle et l'autre écoute. Comme dialogue, conversation, la communication doit être participative, et comprendre un échange d'informations et de sentiments pour permettre une compréhension mutuelle, un consensus ou au moins un compromis. En communauté les CIP peuvent se faire sous forme de groupes de discussions, discussions face-à-face et ou individuelle.

7. CHAMPION COMMUNAUTAIRE :

Des champions communautaires sont des intervenants identifiés dans la communauté avec des rôles spécifiques à jouer dans le cadre de la sensibilisation pour un projet pour atteindre des objectifs spécifiques. Parmi ces objectifs ils contribuent à améliorer la disponibilité et la qualité des informations au niveau communautaire ; recenser les connaissances des communautés et identifier les freins aux changements de comportement ; faciliter l'appropriation communautaire et améliorer les relations et la collaboration entre les équipes sanitaires (région/district), les organisations de la société civile et les acteurs communautaires. Un champion communautaire a pour rôle entre autres de sensibiliser les populations clés ; de créer un réseau d'agents de changement et d'assurer le suivi des activités dans la communauté.

8. SET-SETAL:

C'est une activité de sensibilisation communautaire qui vise à une prise de conscience de la communauté de l'importance de l'hygiène et l'assainissement dans la lutte contre le paludisme et à susciter l'implication et l'investissement de toutes les couches de la population pour un cadre de vie sain. Elle s'organise une fois par mois en saison sèche et 1 fois tous les 15 jours en saison des pluies. Elle cible généralement toutes les couches de la population capables de faire évoluer la situation dans le sens de l'amélioration du cadre de vie. Les activités portent sur la lutte antivectorielle plus précisément sur l'hygiène et l'assainissement du cadre de vie afin d'éliminer les gîtes larvaires.


9. MARKETING SOCIAL :

Il s'agit d'un outil pour réaliser les campagnes de prévention ou de changement de comportement. Employé par des gouvernements, des organisations non gouvernementales organismes à but non lucratif pour informer le public, modifier les comportements contrairement au marketing commercial qui recherche la vente de ses produits et services à l'effet de générer du profit.

Synthèse de Jeanne Alice MONSO



Venez, Vivez

 CRTVweb



VOTRE NOUVELLE CHAÎNE DE S
DISPONIBLE SUR CANA

SPORTS
ENTERTAINMENT

Vibrez !

CRTV_web



www.crtv.cm



SPORTS ET DE DIVERTISSEMENTS
AL SAT AU NUMERO 393

Confiez votre communication à de vrais professionnels

Formation
Audits de communication

Coaching
Publications & supports de communication

Digital

Campagnes de communication
Sites web

Réseaux sociaux

Stratégies de communication
Événementiel

Chartes graphiques
Merchandising

Marketing social

Communication pour
le changement de
comportement

Responsabilité sociétale
des entreprises (RSE)

AGENCE SPÉCIALISÉE DANS LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

Inter'Activ ✓
CONSULTING

We can lead change...

B.P.: 16257 Yaoundé Tél : (237) 242 676 285

Email : contact@interactivconsulting.com - interactivconsulting@yahoo.fr

Web : www.interactivconsulting.com