



DDP 004/AI-PASS3/2024 – Annexe 1 :
Termes de références

« DIFFUSION DES COMMUNIQUES DE LA CNASS A
TRAVERS LES RADIOS LOCALES ET
COMMUNAUTAIRES »

I. INFORMATIONS GÉNÉRALES

La Caisse Nationale de Solidarité en Santé (CNASS) traduit la volonté du Gouvernement d'améliorer l'accessibilité financière des populations du secteur informel à des soins de santé de qualité et de contribuer à la couverture sanitaire universelle sur l'étendue du territoire à l'horizon 2030.

Le principe de solidarité en santé vise principalement les populations de l'économie informelle afin de remédier à l'une des plus grandes insuffisances des systèmes de santé, à savoir l'iniquité dans l'accès aux soins.

La CNASS a démarré ses activités, dans un premier temps, dans les zones pilotes suivantes : Sebkhia et Dar Naïm pour les Wilayas de Nouakchott ; Aleg, Boghé et Bababé pour la Wilaya du Brakna.

Le 07 septembre 2022, le décret portant création de la CNASS a été adopté en Conseil des ministres avec le statut d'établissement public à caractère administratif (EPA) bénéficiant, par dérogation, des règles d'assouplissement prévues à l'alinéa 3 de l'article 5 de l'ordonnance 90-09 du 04 avril 1990.

La Caisse Nationale de Solidarité en Santé (CNASS) souhaite lancer une campagne de diffusion de spots audio portant sur le parcours de soins et la période de tolérance. Cette initiative a pour objectif de sensibiliser davantage les populations cibles, en garantissant une large couverture locale grâce à l'utilisation de radios communautaires et locales.

Les stations sélectionnées pour cette campagne – Radio Mauritanie, Radio Aleg, et Radio Communautaire de la Vallée – sont reconnues pour leur présence régulière et leur proximité avec les populations dans les régions concernées. Ces radios jouent un rôle clé dans la transmission des messages, grâce à leur capacité à diffuser dans des langues accessibles comme le Hassania, le Pulaar et le Wolof. Leur portée significative garantit une diffusion efficace, adaptée aux spécificités linguistiques et socioculturelles des communautés locales, permettant ainsi de maximiser l'impact de la sensibilisation.

II. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Dans le cadre de la mise en œuvre de notre stratégie de communication, la diffusion de spots audio sur le parcours de soins et la période de tolérance revêt une importance cruciale pour sensibiliser efficacement les populations cibles. Ces messages visent à renforcer la compréhension et l'adhésion aux services proposés par la CNASS, contribuant ainsi à l'amélioration de l'accès aux soins de santé.

Cependant, la contractualisation directe avec certaines radios locales s'avère difficile en raison de l'absence de Numéro d'Identification Fiscale (NIF) et de comptes bancaires, ce qui complique les démarches administratives.

Pour surmonter ces contraintes, nous ferons appel à une agence spécialisée qui aura pour missions principales :

- La gestion de la contractualisation avec les radios locales identifiées.
- Le suivi rigoureux des diffusions pour garantir leur conformité.
- La fourniture d'un rapport détaillé attestant de la bonne exécution des diffusions, conformément aux termes définis dans le cahier des charges.

III. OBJECTIF GENERAL

Renforcer la sensibilisation des populations locales sur les services et avantages offerts par la CNASS, en assurant une large diffusion des messages clés à travers les radios locales et communautaires dans des langues adaptées aux spécificités sociolinguistiques des communautés ciblées.

IV. OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Assurer une diffusion cohérente et régulière des messages clés (parcours de soins, renouvellement des adhésions, période de tolérance) sur les radios identifiées.
- Garantir une couverture linguistique adaptée (Hassania, Pulaar, Wolof) pour toucher efficacement toutes les populations cibles.
- Impliquer les radios locales pour maximiser l'impact des campagnes de sensibilisation grâce à leur proximité avec les communautés.
- Évaluer l'efficacité de la diffusion à travers un suivi et un rapport final détaillé.

V. SERVICES DEMANDÉS

L'agence spécialisée aura pour missions principales :

- Gestion de la contractualisation avec les radios locales identifiées.
- Suivi rigoureux des diffusions pour garantir leur conformité.
- Fourniture d'un rapport détaillé attestant de la bonne exécution des diffusions, conformément aux termes définis dans le cahier des charges.

| Radio | Durée | Fréquence | Langues | Supports supplémentaires |
|-----------------------------|--------|-----------------|-------------------------|--|
| Radio Aleg | 2 mois | 2 fois par jour | Hassania, Pulaar, Wolof | Rosso et Boutilimit |
| Radio Communautaire (vallé) | 2 mois | 2 fois par jour | Pulaar, Hassania | Radio Demet, kaskas, Pathé galo et souska FM et Boghé FM |

Pertinence de travailler avec ces radios

- **Proximité avec les communautés locales** : Les radios sélectionnées disposent d'une audience fidèle et bien ancrée dans les zones rurales et semi-urbaines ciblées.
- **Diversité linguistique** : Leur capacité à diffuser en plusieurs langues permet de toucher des segments variés de la population.
- **Réseau étendu** : En plus de leur propre fréquence, elles collaborent avec d'autres radios (Demet Kaskas, Pathé Galo, Souska FM, etc.), assurant ainsi une couverture plus large.
- **Crédibilité et influence** : Les radios communautaires sont perçues comme des sources fiables d'information par les communautés locales.

VI. RÉSULTATS À ATTEINDRE

- Une diffusion complète et conforme des messages clés pendant deux mois dans toutes les zones ciblées.
- Une couverture linguistique adéquate assurant une large compréhension des messages par les différentes communautés.
- Un rapport final validé, comprenant les preuves de diffusion, les défis rencontrés, et les recommandations.
- Une sensibilisation accrue des populations locales sur les services de la CNASS, mesurée par des retours qualitatifs ou quantitatifs des communautés concernées.

VII. PROFIL EXPERTISE DEMANDÉE

Une Agence de communication avec :

- L'agence doit en avoir au moins 2 expériences dans la contractualisation avec les radios locales et communautaires, et ainsi s'assurer que les radios choisis diffusent les messages deux fois par jour pendant une période de deux mois
- Expérience (au moins 2) confirmée dans la diffusion de messages de sensibilisation ou campagnes similaires.

VIII. LIEU ET DURÉE

La prestation s'étend sur deux mois consécutifs, avec deux diffusions par jour sur chaque radio sélectionnée. Les messages devront être diffusés aux heures de forte audience, le matin et en soirée, afin de garantir un impact optimal auprès des populations cibles.

IX. RAPPORTS

Un rapport détaillé attestant de la bonne exécution des diffusions, conformément aux termes définis dans le cahier des charges, devra être fourni. Ce rapport sera rédigé en langue française