



Pays/REGION Right2Grow



MALI

Partenaire responsable

AJCAD Mali

Titre de l'activité :

Prix des meilleures productions médiatiques sur l'Eau/Assainissement/Hygiène (EAH) et la Nutrition (Thématique Deuxième édition) : Prix des meilleures productions médiatiques en matière de Nutrition, changement climatique et genre

À quel objectif ou à quel chemin de la théorie du changement du pays cette activité est-elle liée ?

L'objectif de cette activité était de faire une grande campagne d'information et de sensibilisation autour des thématiques WASH et Nutrition au bénéfice de la population en impliquant les médias Communautaires tout en suscitant leur intérêt pour les thématiques.

Thématique E2 : L'objectif de cette activité était de faire une grande campagne d'information et de sensibilisation autour des thématiques Nutrition, changement climatique et genre au bénéfice de la population en impliquant les médias communautaires tout en suscitant leur intérêt pour les thématiques

Mots clés (#)

#Prix #meilleureproductionwashetnutrition
#Right2Grow #journeemondialedele-alimentation

Durée approximative

10 jours

Budget en EUR ou CFA

8765 EUR (pour ce genre d'activité il est nécessaire d'avoir au minimum 10 000 euros pour garantir une bonne communication autour de l'activité depuis la phase d'appel à candidature jusqu'à la fin mais aussi pour mieux récompenser les gagnants et diversifier les catégories tout en augmentant le nombre de gagnants) et ensuite renforcer les lauréats sur la thématiques du projet

Contact

Fousseini DIOP, Responsable programme engagement civique f.diop@ajcadmali.org 66 93 52 17

CONTEXTE

L'activité intitulée « Prix des meilleures productions journalistiques sur le WASH et la nutrition » s'inscrit dans le cadre du projet Right2Grow. Le but est de promouvoir les bonnes pratiques nutritionnelles et Wash en favorisant l'adoption de bonnes politiques et textes en la matière à travers notamment l'augmentation du budget alloué aux deux secteurs vitaux dans notre pays. D'autres objectifs, non des moindres, visent à la sensibilisation des communautés cibles dans les zones d'intervention du projet par le biais de campagne médiatique avec des contenus accessibles pouvant susciter chez elles un changement de comportement. C'est dans ce contexte que cette activité a été organisée pour contribuer à réduire les taux de prévalence élevés de la malnutrition et à attirer l'attention du gouvernement sur les faibles moyens alloués à ces questions.

JUSTIFICATION

Cette activité a été initiée pour les motifs suivants : Donner une visibilité au programme en faisant comprendre son bien-fondé auprès des communautés cibles dans toutes les zones d'intervention à travers une grande campagne d'information et de sensibilisation autour des thématiques clés du projet. Renouer la collaboration avec des partenaires incontournables que sont les médias, sans lesquels les changements envisagés seraient difficiles à atteindre sur ce projet, et ce dans une dynamique de pérennité, en les mobilisant autour du programme. Aussi, il s'agit surtout de vulgariser le projet conformément à son approche communautaire à travers des contenus médiatiques fiables et riches faits par des professionnels diffusés sur des canaux appropriés et accessibles.

Description de l'activité

Il s'agissait d'organiser un concours journalistique entre des professionnels de la presse audiovisuelle, écrite et web des régions de Kayes, Sikasso, Koulikoro et Bamako sur les meilleures productions axées sur les questions d'Eau/hygiène/assainissement et la Nutrition et qui sont d'intérêt public. L'activité s'est déroulée dans le cadre d'une campagne de vulgarisation et de sensibilisation autour des thèmes du projet Right2Grow.

Cette deuxième édition se focalise sur la thématique suivante : Nutrition, changement climatique et Genre. Ces questions ne sont pas traitées par tous les candidats mais la thématique reste un défi, c'est pourquoi ce thème a été choisi.



Objectifs

- Mettre en œuvre une grande campagne d'information et de sensibilisation autour des thématiques WASH et Nutrition au bénéfice de la population en impliquant les médias communautaires.
- L'E2 se focalisait sur la thématique Nutrition, changement climatique et Genre.
- Mobiliser les médias en suscitant leur intérêt pour les thématiques ;
- Informer le maximum de population (jeunesse) sur les thématiques à travers l'implication des médias ;
- Sensibiliser la population sur la nécessité de leur implication dans la gestion et le suivi des politiques et programmes en matière de WASH et Nutrition ; et en matière de Nutrition, changement climatique et Genre.

Etape clés	RESSOURCES ET EQUIPE	DEROULEMENT
1.Réunion de Validation des Termes de Reference de l'activité et mise en place d'un comité d'organisation	Draft de TDR, Document Projet, Responsable Projet et assistant, Chargé Média, Responsable Renforcement Des capacités (le comité d'organisation)	Tout le monde a contribué à l'amélioration du document (propositions participatives). Le draft a été fait par la responsable du projet.
2.Validation des TDR	Le comité d'organisation et la directrice exécutive de l'AJCAD	Une première validation avait été effectuée puis soumise à la validation finale de la directrice exécutive qui a entériné
3.Sélection des Jurys sur plusieurs propositions formulées par le comité d'organisation	Chargé des médias, le responsable du projet et celui renforcement capacités et innovation, Directrice exécutive, Responsable des ressources humaines Des critères ont été élaborés afin de constituer une fiche de notation en lien avec : -La pertinence -La diversification des sources Le style ...etc.	C'est le chargé de média qui a proposé six membres pour le jury. Pour l'E1, trois personnes ont été retenues (un jury spécialisé radio, un jury spécialisé dans la presse, un jury spécialisé dans la TV/vidéo) par le responsable de projet, le responsable renforcement capacités et innovation et la directrice exécutive. Pour l'E2, le jury était composé de 5 personnes (spécialistes dans les catégories et un spécialiste sur les questions WASH et Nutrition).
4.Lancement de l'appel à candidature à l'attention des professionnels sur les plateformes de l'AJCAD et à travers les chefs d'antenne de l'AJCAD	Chargée des Médias et Relation Publique, L'infographe et la Chargée de communication digitale	Le texte du lancement de l'appel à candidature a été rédigé par la chargée du Media, validé par le responsable du projet et la directrice exécutive puis l'affiche infographique par l'infographe.

5. Dépouillement et présélection des candidatures à concourir pour la phase finale par le comité d'organisation	La chargée de médias après avoir classé les dossiers par catégories de genres journalistiques a envoyé les dossiers à chaque membre du jury	Phase de présélection par l'équipe média de l'AJCAD
7. Sélection des meilleures productions dans les différentes catégories par le comité du jury	Le comité du Jury	Le comité de jury a élaboré deux fiches : une grille de sélection et une fiche de notation des candidatures qui ont été remises au comité d'organisation
8. Rapport du Jury	Le comité du Jury	Les organisations de la C'est le rapporteur du jury qui l'a rédigé le même jour où la sélection a été effectuée
9. Cérémonie de remise des prix	Le comité d'Organisation	Le comité d'organisation a effectué les préparatifs logistiques et de visibilité de l'activité à travers la mobilisation des différentes parties prenantes.

SUIVI DES RÉSULTATS

La planification de l'activité a été faite sur une base de répartition des rôles et responsabilités des différents services concernés. La responsable programme et le chargé de média et relations publiques étaient chargés des suivis de l'exécution des tâches. En termes de suivi des effets, les contenus produits ont permis de poser le débat avec les responsables politiques et administratifs invités à la cérémonie de remise des prix. Les communautés ont également été touchées à travers les radios locales et les réseaux sociaux. Pour le moment, nous n'avons pas effectué d'évaluation d'impact.

Pour l'E2, les étapes ont été les mêmes, les tâches étaient réparties entre le chargé de programme et la chargée de médias et relations publiques. Cette année, la communication était très axée sur les réseaux sociaux et moins dans les stations radios et à la télé. La remise a été faite en présence du gouverneur du district et de quelques responsables administratifs de la mairie. Lors de la remise, les lauréats n'ont pas eu l'occasion d'attirer l'attention du public et ainsi rappeler aux autorités de prendre en compte les questions de WASH et de nutrition.

RÉSULTATS OBTENUS

Grâce à ce concours de production de contenus audiovisuels sur les différentes thématiques (WASH et Nutrition) vingt (20) radios (5 à Bamako, 5 à Kayes, 5 à Koulikoro et 5 à Sikasso), dix (10) presse écrite et trois (03) candidats pour la production vidéo ont postulé avec des contenus riches et variés. Ils ont reçu des sommes forfaitaires (25000 francs CFA pour la presse écrite, 20 000 francs CFA pour la radio et 50 000 francs CFA pour la vidéo) qui ont servi à produire des contenus en fonction de leur domaine et sur un aspect des thématiques. La meilleure production de chaque catégorie, sélectionnée par le jury de trois (3) personnes, a été récompensée à hauteur de 100 000F (152 Euros) plus des T-Shirts, casquettes, blocs note personnalisés R2G/BESEYA. Les meilleurs contenus ont été utilisés pour alimenter la plateforme Bèsèya. Chacune de ces productions présélectionnées et sélectionnées avaient été diffusées dans les canaux des médias des différents postulants.

En ce qui concerne l'E2 : Pour la deuxième édition, 16 productions ont été reçues, en raison de huit (08) presse écrite, cinq (05) presse télé, trois (03) radios ont postulé. Aucun postulant pour la catégorie court-métrage et la catégorie presse en ligne a été disqualifié par les membres du jury, les postulants ne répondant pas aux critères de sélection. La meilleure production de chaque catégorie (presse écrite, radio, télé), sélectionnée par le jury, a été récompensée à hauteur d'un ordinateur portable, un casque, un ciwara, un dictaphone, un bloc note personnalisé et des stylos. Le jury a également décerné un prix spécial à une lauréate de la catégorie radio pour la qualité de sa production.

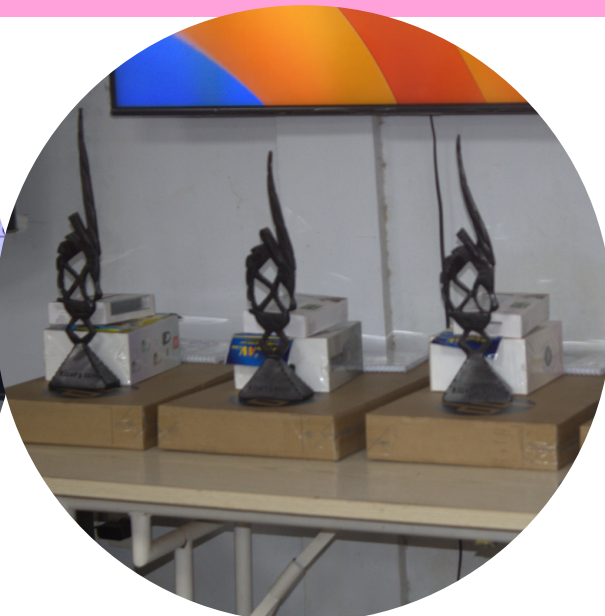
Cette activité a permis d'impliquer les médias dans le plaidoyer pour la prise en compte du WASH et la nutrition dans les politiques et programmes.

Elle a été marquée par la mobilisation des médias autour de la thématique et ainsi cette mobilisation multi-acteurs est un bon point pour le programme dans le sens où cela booste l'atteinte des objectifs de plaidoyer.

Les différentes productions retenues ont été diffusées lors de la cérémonie de remise à la présence du ministère de la santé, du ministère de la jeunesse, de l'association des municipalités, des maires de deux communes. Elles ont ensuite été publiées sur les pages de l'AJCAD.

Bonnes pratiques

- Le travail en silo lors des activités de plaidoyer, de renforcement de capacité avec les acteurs (gouvernement, administration et société civile) sur la nutrition et la WASH. Ce qui a joué sur l'efficience
- Octroi de frais de production aux journalistes au début du processus (25000fcfa pour la presse écrite, 20 000fcfa pour la radio et 50 000fcfa pour la vidéo).
- La liberté donnée aux journalistes de produire dans des langues accessibles aux cibles comme le Bamanakan a été appréciée.
- Pour les vidéos il n'avait pas été spécifié si c'était des vidéos TV ou web TV ce qui a permis d'avoir plus de postulants.
- Le choix d'un jury composé de spécialistes des différents types de médias (radio, tv, blog) et d'un spécialiste sur les questions de Wash et de nutrition.
- Fusionner la remise des prix à la célébration d'une journée de plaidoyer avec les décideurs ex : le prix a été remis pendant la journée de l'alimentation. Ne pas faire uniquement la remise des prix à Bamako mais la délocaliser en région.
- Avoir une personne référente chez R2G pour répondre aux questions des postulants, apporter un soutien pris en compte etc....



Mauvaises pratiques

- Non implication des autres régions dans la catégorie audio-visuelle
- La non-synergie d'action entre les membres du Right2Grow
- Insuffisance de coordination entre les partenaires

DÉFIS

- La réception tardive des justificatifs (Facture) de production par les médias des zones hors Bamako;
- Le faible budget pour une telle activité;
- La stratégie de mobilisation des médias via uniquement les réseaux sociaux n'était pas satisfaisante. Pour résoudre ce problème nous sommes passés par les partenaires communautés, ils ont fait la promotion du concours ce qui a très bien fonctionné
- Pour l'E2, beaucoup de productions étaient plus centrées sur les questions de nutrition et de WASH, et non pas sur le changement climatique et le genre. Être plus précis sur la thématique pour une prochaine édition.
- Le temps était trop limité entre le lancement et le dépouillement du concours (doit être supérieur à 10 jours).
- Pas de postulant pour la catégorie court-métrage.
- Nombre de productions reçues encore trop limité.

Recommandations

- Pour ce genre d'activité il est nécessaire d'avoir au minimum 10 000 euros pour garantir une bonne communication autour de l'activité depuis la phase d'appel à candidature jusqu'à la fin mais aussi pour mieux récompenser les gagnants et diversifier les catégories tout en augmentant le nombre de gagnants.
- Inclure le montant du prix et les cadeaux à gagner dans l'appel à candidature. Nous avons dû changer de stratégie car le montant du prix et les cadeaux à gagner n'étaient pas indiqués dans les éléments de langage de l'appel à candidature d'où la participation timide au départ.
- Il faut revoir le prix à remporter par les candidats en augmentant l'argent et ajouter des équipements de productions (ordinateurs, dictaphones, casques...). Prix minimum 500 000 francs CFA (750 euros) en plus du matériel/outil en fonction de la catégorie (ex. Caméra ; Dictaphone, micro-cravate...) qui peut l'aider dans son travail.
- Il faut élargir à plus de médias et de canaux (reporter d'images, journalisme d'investigations) pour avoir plus de gagnants et de contenus à publier.
- Mieux affiner le thème du concours pour éviter les confusions.
- Associer les membres du jury dès le début du projet afin qu'ils en comprennent mieux les enjeux et puissent collaborer plus activement.
- Proposer une formation sur les thématiques du concours (WASH, Nutrition, changement climatique et genre) après le concours aux journalistes ayant les meilleures productions (pas uniquement les gagnants) pour qu'ils soient des acteurs de changement.
- Utiliser d'autres médias (TV et radio communautaires) pour communiquer sur le concours
- Impliquer plus les autres membres du consortium afin de donner plus d'ampleur au projet
- Prévoir, dans l'équipe d'organisation de l'activité, une personne dédiée qui sera chargée de répondre aux questions éventuelles des participants (car cela a manqué cette fois-ci et a été remarqué par un lauréat).
- Donner plus de temps aux participants pour postuler. Cela permettra d'avoir plus de postulants et permettra à la catégorie long-métrage de produire des contenus.
- Impliquer les lauréats dans la production d'autres contenus sur les thématiques de R2G à Bamako et dans les zones d'intervention du projet.