



NIGER

STRATEGIE DE COMMUNICATION

JANVIER 2025

RÉPUBLIQUE DU NIGER

Fraternité - Travail - Progrès

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE

PLATEFORME NATIONALE D'INFORMATION POUR LA NUTRITION

N°02

COMMUNICATION



PNiN

Plateformes nationales
d'information pour la nutrition



STRATEGIE ET PLAN DE COMMUNICATION
DE LA PNIN 2025







AVANT-PROPOS

SIGNALETIQUE



OURS

Unité responsable : Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition

Régisseur principal de la PNIN : **Souleymane ALZOUMA**, Directeur Général PI de l'Institut National de la Statistique (INS)

Coordonnateur : **Mme OUSMANE MAIMOUNA Ali Boulhassane**, Coordonnatrice de la Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition (PNIN) à l'Institut National de la Statistique (INS)

Auteurs

Experte en Communication de l'Assistance Technique de la Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition, **PREVOST Nathalie**

Expert en Communication de la Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition, **Seydou ZAKOU**

Photos : Jérôme LABEUR

Editeur de la publication : Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition / INS

Contributeurs

Conseiller en formulation de politiques et communication stratégique en nutrition, Assistant Technique PNIN (AT/PNIN), **AG BENDECH Mohamed**

Chef d'Equipe, Statisticien Analyste, Assistant Technique PNIN (AT/PNIN), **KEBE Mababou**





SIGLES ET ABREVIATIONS

CICR	Comité International de la Croix-Rouge
ACF	Action Contre la Faim
APCA	Agence pour la Promotion du Conseil Agricole
CRA	Chambre Régionale d’Agriculture
FAO	Organisation des Nations Unies pour l’Alimentation et l’Agriculture
FAST	Faculté des Sciences et Techniques
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
GTT	Groupe Technique de Travail
INS	Institut National de la Statistique
MSP/P/AS	Ministère de la Santé publique, de la Population et des Affaires sociales
NIPN	National Information Platforms for Nutrition
INS	Institut National de la Statistique
OCHA	Bureau de la Coordination des Affaires humanitaires
ODD	Objectifs de développement durable
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
OP	Organisation des Producteurs
OSC	Organisation de la Société Civile
PAM	Programme Alimentaire Mondial
PJNN	Plateforme des Journalistes Nigériens pour la Nutrition
PNIN	Plateforme Nationale d’Information sur la Nutrition
PNSN	Politique Nationale de Sécurité Nutritionnelle
PTF	Partenaire Technique et Financier
RECA	Réseau des Chambres d’Agriculture
SNCA	Système National de Conseil Agricole
SUN	Scaling UP Nutrition
TUN	Tous Unis pour la Nutrition
UE	Union Européenne
UAM	Université Abdou Moumouni
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l’Enfance

SOMMAIRE

Avant-propos	i	
Sigles et Abréviations	iii	
Sommaire	1	
1. contexte et Justification	4	
1.1. Argumentaire	4	
1.1.1. Stratégie générale de la PNIN mondiale	4	
1.1.2. LA MISE EN ŒUVRE DE LA PNIN AU NIGER ..	5	
1.1.3. Plan de communication de la PNIN-Niger 2025	5	
2. Cadre Stratégique	6	
2.1. Objectifs et Résultats Attendus	6	
2.1.1. <i>Objectif Général</i>	6	
2.1.2. <i>Objectifs Spécifiques en communication interne et externe</i>	6	
2.1.3. <i>Résultats Attendus</i>	6	
2.2. Cartographie des cibles de la communication interne et externe	7	
2.2.2.1. Cartographie des cibles prioritaires.....	7	
2.2.2.2. Cartographie des cibles et secondaires	8	
2.3. Analyse des risques	8	
3. Cadre opérationnel	10	
3.1. Plan d'action	10	
3.1.1. <i>Les activités de chaque objectif spécifique</i>	11	
3.1.2. <i>Messages</i>	20	



LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Breve Analyse SWOT de la communication de la PNIN.....	6
Tableau 2 : Cibles prioritaires du plan de communication.....	7
Tableau 3 : Cibles secondaires du Plan de communication	8
Tableau 4 : Rappel de l'objectif général et des deux objectifs spécifiques.....	10
Tableau 5 : objectif spécifique 1, communication interne.....	11
Tableau 6 : objectif spécifique 2, communication externe	14
Tableau 7 : messages par cibles	20





1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

1.1. ARGUMENTAIRE

1.1.1. STRATEGIE GENERALE DE LA PNIN MONDIALE

L'Initiative «Plateformes d'information pour la Nutrition (NIPN)¹» a été mise en place par l'Union européenne pour aider les pays à renforcer leurs propres systèmes d'information et leurs capacités d'analyse des données sur la nutrition. L'objectif de la PNIN est de fournir de meilleures connaissances et données pour l'élaboration, la gestion, le suivi et l'évaluation des programmes et des stratégies d'intervention pour prévenir et combattre toutes les formes de la malnutrition et leurs conséquences. Le Bangladesh, le Burundi, la Côte d'Ivoire, l'Éthiopie, le Guatemala, le Kenya, le Laos, le Niger, l'Ouganda et la Zambie sont les pays membres du « réseau PNIN ».

Le cycle opérationnel de la PNIN est constitué de trois éléments :

- Formulation de questions suivant les priorités nationales ;
- Analyse de données afin de répondre aux questions posées ;
- Communication des résultats au Gouvernement pour la prise de décision.

L'approche multisectorielle de la nutrition est l'un des fondements de la démarche PNIN. Trop souvent, la (mal)-nutrition est restée cantonnée au secteur de la santé. Or, il convient d'adopter une approche holistique et d'y intégrer tous les ministères sectoriels concernés (Santé, Agriculture, Hydraulique, Élevage, Éducation, Protection sociale, Environnement, Assainissement, Promotion de la Femme et Protection de l'Enfant, Transports, Équipement, etc.).

La PNIN est une structure jeune qui cherche encore à améliorer sa communication prioritairement au Niger, ensuite avec les pays membres de son réseau et, de façon plus large, avec la communauté internationale autour de deux objectifs principaux :

- Promouvoir les résultats de l'Initiative PNIN auprès des donateurs et des communautés de spécialistes techniques, des décideurs et des responsables politiques dans les pays partenaires.
- Soutenir l'échange de connaissances, d'informations et d'expériences entre les pays membres de l'Initiative ;

La note d'orientation conceptuelle de la PNIN² détaille les efforts à entreprendre pour la communication et la visibilité du réseau :

- Répondre au besoin urgent de communiquer davantage sur les résultats et les produits des cycles nationaux de la PNIN afin d'améliorer sa visibilité et sa crédibilité ;
- Démontrer l'impact et les résultats de la PNIN et promouvoir son approche à travers des exemples de réussite, tant au niveau national que mondial, notamment auprès des donateurs et des techniciens en nutrition de haut niveau³ ;

¹ Site web du NIPN : <https://www.nipn-nutrition-platforms.org/L-environnement-international>

² Concept note : Strategic Considerations NIPN Global Level Communication v.8.0 – Août 2021

³ Plus précisément : EC INTPA F3 (Sustainable Agri-Food Systems & Fisheries) ; les délégations de l'UE ; le mouvement Scaling Up Nutrition (SUN) ; BMZ (Ministère fédéral allemand de la Coopération Économique et du Développement) ; le Foreign Commonwealth and Development Office (FCDO) du Royaume-Uni ; la Fondation Bill et Melinda Gates ; les institutions régionales (CEDEAO, SADC, CILLS, WAHO) ; l'UNICEF, la FAO, l'OMS, et le Réseau des Nations Unies/SCN ; Action contre la Faim, l'Université Johns Hopkins, l'Université et le Centre de recherche de Wageningen et l'Université de Heidelberg, l'IFPRI (International Food Policy Research Institute), entre autres.

- Créer une reconnaissance internationale basée sur les résultats et succès programmatiques (et pas seulement sur le nom) ;
- Resserrer davantage les liens avec les PNIN des pays membres et diffuser les études de cas et les leçons apprises, les vidéos, les interviews émanant des parties nationales, mais également avec les parties prenantes nationales ;
- Renforcer, revitaliser et/ou compléter les canaux et systèmes de communication existants (site web, événements, bulletins d'information, webinaires, etc.) ;
- Décliner les messages en fonction des points cités plus haut, notamment sur l'impact de la PNIN et sur l'indispensable approche multisectorielle en matière de nutrition.

Le plan de communication / visibilité de la PNIN-Niger s'inspire de ces priorités et compte bien approfondir l'interaction avec le site «mère» pour mieux faire connaître ses activités / résultats au Niger.

1.1.2. LA MISE EN ŒUVRE DE LA PNIN AU NIGER

Au Niger, cette initiative a été financée durant sa phase I (2017-2022) par l'Union européenne (EU), le Département de la Coopération Internationale du Royaume-Uni (DFID) et la Fondation Bill et Melinda Gates (BMGF). La Délégation de l'Union européenne (DUE) au Niger était chargée du suivi de proximité de la mise en œuvre de la phase I. La seconde phase de la PNIN (2022-2024), en cours de mise en œuvre, est financée conjointement par l'Union européenne (EU) et le Ministère Fédéral Allemand de la Coopération économique et du Développement (BMZ) avec la Capacité pour la Nutrition (C4N) et la GIZ au Niger chargées du suivi de la mise en œuvre.

La PNIN du Niger est mise en œuvre sur le plan opérationnel par l'Institut National de la Statistique (INS) qui coordonne l'ensemble des activités avec les différentes parties prenantes. Le Haut-Commissariat à l'Initiative 3N (les Nigériens Nourrissent les Nigériens, HC3N) en assurait le leadership stratégique jusqu'au 23 juillet 2024, date de sa suppression avec l'abrogation du décret de sa création.

1.1.3. PLAN DE COMMUNICATION DE LA PNIN-NIGER 2025

Le processus de révision de la stratégie de communication vise l'appui à la mise à jour et à l'opérationnalisation du plan de communication/visibilité de la phase 2 de la PNIN pour permettre sa mise en œuvre immédiate.

Ce plan permettra la vulgarisation et l'utilisation optimale des produits - y compris de plaidoyer - de la PNIN, existants et en cours de production, dans les délais et avec les ressources disponibles, par les outils et canaux de communication les plus appropriés / recommandés. Il sera complété par un budget et un chronogramme détaillé des activités de communication à mettre en œuvre d'ici la fin de l'année 2025,. A ce stade, les efforts seront concentrés sur la prise en main du nouveau site web et la mise en valeur des résultats obtenus par le projet.

Une analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces liées à la communication/visibilité de la PNIN a été réalisée.



Tableau 1 : Breve Analyse SWOT de la communication de la PNIN

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plateforme rattachée à l'INS ; ▪ PNIN-Niger : membre du réseau mondial PNIN ; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PNIN-Niger : connue principalement par des PTF et des décideurs techniques nigériens ; ▪ Site web PNIN de plus en plus connu et utilisé mais besoin d'accélérer son utilisation ; ▪ Site web autonome ;
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le Niger produit SES données et s'engage dans tout le cycle du combat contre la malnutrition ; ▪ En tant qu'élément important du « système d'informations national multisectoriel sur la nutrition », la PNIN-Niger peut jouer un rôle fédérateur des acteurs/décideurs au sein du GTT Plaidoyer et des réseaux <i>Scaling Up Nutrition</i> (SUN) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Risque de rester en « vase clos » si l'approche multisectorielle ne s'élargit pas à la société civile, aux bénéficiaires et aux autres acteurs de la nutrition (voir cibles secondaires) ; ▪ Risque de provoquer la lassitude des bailleurs face à l'absence de plaidoyer commun sur la nutrition et une certaine stagnation dans les résultats.

2. CADRE STRATEGIQUE

2.1. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

2.1.1. OBJECTIF GENERAL

L'objectif général poursuivi par la stratégie de communication est de contribuer à améliorer l'appropriation et l'utilisation des meilleures connaissances et données sur la nutrition par les décideurs et l'ensemble des parties prenantes pour la conception, la gestion, le suivi et l'évaluation des politiques et des programmes de nutrition afin de réduire drastiquement la malnutrition sous toutes ses formes au Niger.

2.1.2. OBJECTIFS SPECIFIQUES EN COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

Les objectifs spécifiques (OS) poursuivis par la stratégie de communication sont différents pour la communication interne (au sein de l'équipe PNIN) et pour la communication externe (vers les décideurs et les parties prenantes de la PNSN et de la PNIN).

- Au niveau de la communication interne : assurer une circulation fluide et efficace de l'information entre l'équipe du bureau de la PNIN, la direction générale de l'INS, la Direction de la Nutrition du MSP/P/AS et les points focaux de la PNSN/PNIN en vue d'une meilleure appropriation et participation de tous les acteurs.
- Au niveau de la communication externe : faciliter l'accès à l'information vulgarisée sur la (mal)-nutrition et la compréhension des enjeux pour l'ensemble des publics cibles, à travers les publications et le portail de la PNIN, en vue de renforcer la reconnaissance de la PNIN comme système d'information national multisectoriel sur la nutrition et, plus largement, pour soutenir le plaidoyer commun du Niger autour des priorités de la PNSN pour mettre fin à la malnutrition dans le pays.

2.1.3. RESULTATS ATTENDUS

Au niveau de la communication interne : les informations sur les activités de l'équipe PNIN sont disponibles à temps, faciles d'accès et compréhensibles et elles répondent aux attentes des parties prenantes.

Au niveau de la communication externe : la PNIN, à travers sa plateforme accessible, aide les acteurs nationaux/internationaux de la nutrition et les bénéficiaires à se fédérer autour des priorités de la PNSN ; ils sont impliqués dans la mise en œuvre et la réussite du plaidoyer multisectoriel visant à réduire toutes les formes de malnutrition au Niger.

Sur base de ces expériences, le constat est le suivant :

2.2. CARTOGRAPHIE DES CIBLES DE LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

Les cibles de ce plan de communication / visibilité sont les décideurs/institutions qui ont besoin des informations sur les activités de l'équipe du bureau (communication interne) et des informations vulgarisées sur la nutrition et diffusées par la PNIN pour mener à bien leur mission d'éradication de la malnutrition, à l'horizon 2030, selon les engagements internationaux et nationaux pris par le Niger. Ici, deux niveaux sont proposés : **les cibles prioritaires et les cibles secondaires**.

2.2.1. CIBLES DE LA COMMUNICATION INTERNE : équipe PNIN, Direction Générale, INS, Direction Nutrition MSP/P/AS, points focaux de la PNIN et partenaires de mise en œuvre (Collectif TUN et Faculté des Sciences et Techniques de l'Université Abdou Moumouni).

2.2.2. CIBLES DE LA COMMUNICATION EXTERNE

2.2.2.1. Cartographie des cibles prioritaires

Les cibles prioritaires sont les partenaires / parties prenantes qui sont directement engagés dans la décision et la mise en œuvre des engagements de la PNSN, à la fois au niveau de l'élaboration des interventions stratégiques et opérationnelles, de leur mise en œuvre, de leur suivi-évaluation et de la cohérence avec les engagements internationaux. Dans le tableau ci-dessous, les **cibles prioritaires** sont réparties en 4 groupes.

Tableau 2 : Cibles prioritaires du plan de communication

Cibles prioritaires	Identification
1. Institutions nationales	<ul style="list-style-type: none"> - Direction de la Nutrition du ministère de la Santé Publique de la Population et des Affaires Sociales ; - Comité technique Nutrition et GTT Plaidoyer/ GTT Nutrition sensible.
2. Ministères sectoriels	<ul style="list-style-type: none"> - Action humanitaire et Gestion des catastrophes ; Agriculture; Élevage ; Santé ; Promotion de la femme et Protection de l'enfant ; Protection Sociale, Éducation nationale, Environnement ; Hydraulique, Assainissement
3. Autorités régionales & communautaires, média locaux	<ul style="list-style-type: none"> - Gouverneurs ; préfets en particulier des régions d'Agadez et de Maradi - Services techniques déconcentrés des Ministères sectoriels - Administrateurs délégués, leaders coutumiers, traditionnels et religieux - Média publics déconcentrés et média locaux (régions d'Agadez et de Maradi)
4. PTF, ONGs et projets internationaux	<ul style="list-style-type: none"> - GIZ - Coopérations bilatérales - Mouvement Scaling Up Nutrition (SUN) ; Action contre la Faim (ACF) ; CICR ; - Agences ONU : Banque Mondiale ; FAO ; OCHA ; OMS, PAM, UNICEF.



2.2.2.2. Cartographie des cibles et secondaires

Les cibles secondaires sont celles qui n'interviennent pas directement dans la décision mais qui doivent être informées et/ou consultées car elles sont au cœur du combat contre la (mal)-nutrition ; elles bénéficient des interventions stratégiques et opérationnelles ou peuvent diffuser les résultats engrangés, les bonnes pratiques et bons comportements. Ces cibles secondaires comme par exemple les partenaires de mise en œuvre de la PNIN et leurs capacités sur le terrain sont un canal permettant d'atteindre les décideurs, particulièrement dans le nouveau contexte du projet. Par ailleurs, elles sont pertinentes pour relayer le plaidoyer pour la durabilité de la PNIN auprès de nouveaux bailleurs.

Le tableau ci-dessous les présente les cibles secondaires en 8 groupes.

Tableau 3 : Cibles secondaires du Plan de communication

Cibles Secondaires	Détails
1. Structures faïtières des chaînes de valeurs	- <u>Organisations de producteurs et associations professionnelles</u> : Réseau des femmes transformatrices, Plateforme paysanne du Niger - Réseau des Chambres d'Agriculture (RECA) et chaque Chambre régionale d'Agriculture (CRA)
2. Société civile	- Collectif Tous Unis pour la Nutrition, autres OSC : organisations communautaires de base (OCB) et bénéficiaires de la PNSN
3. Recherche et appui Conseil en agriculture	- Agence pour la Promotion du Conseil agricole (APCA) ; Centre National de la recherche agronomique (CNRA) ; Système National de Conseil Agricole du Niger (SNCA) ; Centre régional Aghrymet
4. Monde académique	- Universités agronomie et santé (UAM, Tillabéri, Maradi, Diffa, Agadez, Zinder) ; école de formation à l'agriculture Tillabéri
5. Médias	- Presse écrite, radios et TV nigériennes et médias étrangers basés au Niger ; - Plateforme des journalistes nigériens pour la nutrition, PJNN, Réseau des journalistes pour le développement de la Statistique au Niger ; - Réseau de radios communautaires ou studio Kalangou
6. PTF à rallier	- Ambassade d'Italie - Ambassade des Pays Bas
7. PNIN Réseau	- NPIN au niveau mondial

2.3. ANALYSE DES RISQUES

A ce stade du projet, l'objectif est de mettre en œuvre des activités à très court terme. Les risques endogènes qui demeurent (après une phase de ralentissement du projet provoquée par les événements politiques de 2023) sont essentiellement liés aux capacités financières et humaines et, pour l'avenir, à la poursuite ou non du projet, dans un contexte de financements nouveaux à rechercher.

Le retard dans l'achèvement de la migration du site web de la PNIN est le principal risque endogène, la majorité des activités de communication prévues ayant pour but de contribuer à la publicité sur son existence et à sa prise en main

Pour pallier le manque de ressources humaines internes alors que le temps est compté, le présent Plan de communication propose de faire appel à des prestataires extérieurs, notamment les deux associations déjà partenaires de la PNIN, pour la formation sur la prise en main du site dans les médias et la société civile.





3. CADRE OPERATIONNEL

3.1. PLAN D'ACTION

En phase de capitalisation finale et de plaidoyer final pour la prolongation du projet, les activités se concentreront sur la vulgarisation maximale du site internet et la dissémination des produits et résultats de la PNIN.

Le plan d'action présente les activités préconisées pour chaque objectif spécifique. Les activités seront menées simultanément et permettront d'atteindre les résultats attendus. Le Plan d'action inclut aussi les messages, le budget, le chronogramme et le suivi évaluation. Première étape : les actions/activités.

Tableau 4 : Rappel de l'objectif général et des deux objectifs spécifiques

Objectif Général	
<p>Valoriser le rôle de « système d'informations national multisectoriel sur la nutrition » de la PNIN auprès des décideurs et de toutes les parties prenantes concernées pour ancrer davantage l'approche multisectorielle et les actions programmatiques de la PNSN qui visent à réduire drastiquement la malnutrition sous toutes ses formes d'ici 2030, au Niger</p>	
<p>Résultat attendu de l'objectif général Grâce à ses publications ciblées et vulgarisées, la PNIN apporte les informations pertinentes à chaque partie prenante concernée (autorités/institutions nationales et déconcentrées, ministères sectoriels, PTFs, société civile, structures sœurs, population, etc.) ce qui renforce l'approche multisectorielle de la nutrition et permet la mise en place d'interventions opérationnelles adéquates.</p>	
<p>Objectif Spécifique 1⁴ Communication interne de la PNIN Assurer une circulation fluide et efficace de l'information entre l'équipe du bureau de la PNIN, la direction générale de l'INS et les points focaux de la PNIN en vue d'une meilleure appropriation et participation de tous les acteurs.</p>	<p>Objectif Spécifique 2 Communication externe de la PNIN Via les publications et le portail de la PNIN, faciliter l'accès à l'information vulgarisée sur la (mal)-nutrition et à la compréhension des enjeux pour l'ensemble des publics cibles, en vue du renforcement de la reconnaissance de la PNIN comme système d'information national multisectoriel sur la nutrition et, plus largement, pour soutenir le plaidoyer commun du Niger autour des priorités de la PNSN pour mettre fin à la malnutrition dans le pays.</p>
<p>Résultat attendu Les informations sur les activités de l'équipe PNIN sont disponibles à temps, faciles d'accès et compréhensibles et elles répondent aux attentes des parties prenantes.</p>	<p>Résultat attendu A travers sa plateforme accessible, la PNIN aide les acteurs nationaux /internationaux de la nutrition et les bénéficiaires à se fédérer autour des priorités de la PNSN ; ils sont impliqués dans la mise en œuvre et la réussite du plaidoyer visant à réduire toutes les formes de malnutrition au Niger.</p>

⁴ La couleur de chaque objectif n'a d'autre but que d'aider à les distinguer tout au long du document.

3.1.1. LES ACTIVITES DE CHAQUE OBJECTIF SPECIFIQUE

Tableau 5 : objectif spécifique 1, communication interne

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 1- OS 1 / Communication interne de la PNIN : Assurer une circulation fluide et efficace de l'information entre l'équipe du bureau de la PNIN, la direction générale de l'INS et les points focaux de la PNIN en vue d'une meilleure appropriation et participation de tous les acteurs					
Format	Canaux/outils	Périodicité	Activités	Cibles	Responsable
Plateformes numériques	Microsoft Teams / Zoom	Hebdo	Réunions régulières de l'équipe PNIN pour le partage de la planification et du suivi des activités	Equipe PNIN	Coordonnatrice PNIN
	Microsoft Teams / Zoom	Mensuel	Réunions régulières de l'équipe PNIN et des partenaires d'exécution pour le partage de la planification et du suivi des activités	Équipe PNIN Partenaires de mise en œuvre	Coordonnatrice PNIN
	WhatsApp	Instantané	Annonces urgentes, discussions rapides, informations techniques et importantes	Equipe PNIN	Expert en communication PNIN
				Direction Générale INS	
			Points focaux PNIN		
			Partenaires de mise en œuvre		
Supports écrits	Tableaux d'affichage dans les locaux de la PNIN	En continu	Annonces clés, calendriers d'activités, notes, réunions et déplacements internes, directives, guides ...	Equipe PNIN	Expert en communication PNIN
	Rapports, communiqués de Presse	En continu	Diffusion d'au moins deux communiqués par mois	Equipe PNIN Direction Générale INS Points focaux PNIN	Expert en communication PNIN



				Partenaires de mise en œuvre	
	Notes de service	En continu	Directives formelles ou annonces importantes	Equipe PNIN	Coordonnatrice PNIN
Réunions		Ad hoc	Gestion des urgences ou coordination sur une activité précise, planification stratégique	Equipe PNIN,	Coordonnatrice PNIN
				Partenaires	
				Points focaux	
				Consultants	
Mails	Mailing list	Hebdo	Résumé activités clé, objectifs atteints et calendrier	Equipe PNIN	Coordonnatrice PNIN
				INS	
				Points focaux	





Tableau 6 : objectif spécifique 2, communication externe

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 2- OS 2/ Communication externe de la PNIN : Via les publications et le portail de la PNIN, faciliter l'accès à l'information vulgarisée sur la (mal)-nutrition et la compréhension des enjeux pour l'ensemble des publics cibles, en vue de la reconnaissance de la PNIN comme système d'information national multisectoriel sur la nutrition et, plus largement, pour soutenir le plaidoyer commun du Niger autour des priorités de la PNSN pour mettre fin à la malnutrition dans le pays.

Les activités se déclinent selon 5 axes majeurs autour de la plateforme et au-delà :

1. Faciliter l'accès à l'information (et à sa maîtrise) sur le site web de la PNIN
2. Faire davantage connaître la PNIN-Niger dans le pays et hors de ses frontières
3. Être une réelle force de proposition en faveur d'une approche multisectorielle de la (mal)-nutrition
4. Poursuivre les efforts de vulgarisation de la PNIN sur la nutrition

Activités/Actions	Cibles	Date d'exécution	Résultats Attendus	Budget (en FCFA)	Responsable
1. Faciliter l'accès à l'information (et sa maîtrise) sur le site web de la PNIN					
OS2/A1 : Organiser un événement de lancement du nouveau site ; Le faire suivre d'activités de prise en main (sur une journée) pour 5 publics différents à préciser à Niamey (médias, UAM, autorités, société civile, les Transformateurs) Puis d'une caravane dans les régions d'Agadez et de Maradi⁵ . Publics cibles à préciser pour chaque chef-lieu de région (autorités santé, nut, agro, universités, média, société civile...).	Staff PNIN INS Cibles prioritaires et secondaires du plan de com. présentes à Niamey (voir tableau 3), médias 5 publics cibles prioritaires : institutions nationales nutrition, ministères Cibles prioritaires et secondaires en région (autorités, universités, médias et société civile)	Janv-25	Le site est mis en valeur, disséminé et pris en main par les publics cibles. Les 2 partenaires prestataires savent bien le manipuler et peuvent relayer la communication de la PNIN. La PNIN conforte son positionnement de « système d'informations national multisectoriel sur la nutrition ».	4 000 000 en fonction du nombre d'invités et du lieu) 900.000 ×5 =4.500.000 (A préciser avec le prestataire) Budget caravane en région : à préciser avec le prestataire.	Expert en communication+ prestataires (Prestataire évènementiel + Plateforme des Journalistes nigériens pour la Nutrition et Collectif Tous Unis pour la Nutrition en régions)

⁵ Le nombre de jours devra tenir compte, au-delà du voyage, du nombre de jours sur place dans chacune des deux capitales régionales en fonction du nombre de participants souhaités. Les ateliers de « découverte » de la plateforme doivent se composer d'une initiation à l'utilisation du site et d'une présentation des données disponibles. Il faudra sans doute prévoir plusieurs ateliers par région en fonction des publics et des contraintes de « protocole » : décideurs/leaders, universitaires, société civile et média.

2. Faire davantage connaître la PNIN-Niger dans le pays et hors de ses frontières					
OS2/B1 : Assurer la couverture médiatique de 5 événements organisés par la PNIN et ses partenaires	Télé sahel, Bonferey, Dounia, Canal3, Ténéré, Le Sahel/ONEP)	En continu	Toutes les activités organisées par la PNIN font l'objet d'une visibilité média	6000000 (1 300.000 ×5)	Expert en communication
OS2/B2 Ateliers thématiques de sensibilisation des journalistes et de la société civile sur les résultats clé faisant l'objet de produits de communication (Formation/action : présentations nutrition, prise en main et reportage accompagné (4 jours) pour les journalistes)	Médias ciblés pour la visibilité + membres de la Plateforme des Journalistes pour la Nutrition (12 à 15 personnes) + acteurs des réseaux sociaux, OSC	1er semestre 2025	10 à 12 journalistes nigériens sont formés sur les résultats de la PNIN et l'approche multisectorielle en matière de nutrition 12 reportages sont publiés/diffusés sur les résultats de la PNIN 12 acteurs de la société civile sont formés sur les résultats de la PNIN	9 000 000 soit 6 000 000 Atelier journalistes ⁶ + 3 000 000 Atelier société civile)	Prestataires : Plateforme des Journalistes pour la Nutrition Tous Unis pour la Nutrition
OS2/B4: Renforcer la présence de la PNIN sur les réseaux sociaux à travers un plan de diffusion;	Toutes cibles	En continu	La PNIN communique sur ses canaux Facebook, Twitter et LinkedIn	PM	Expert en communication

⁶ A noter, dans le budget des 6 000 000 francs CFA prévu pour l'atelier des journalistes figure les frais de publication/diffusion des reportages réalisés pendant l'atelier, soit 300 000/media. Cette activité permet de faire à la fois du renforcement de capacité, de la visibilité et de la mobilisation sociale



<p>OS2/B5 : Produire un dépliant grand public servant de mode d'emploi de l'utilisation du site web et de l'information produite par la PNIN pour large distribution</p>	<p>Toutes cibles utilisateurs potentiels</p> <p>Événements PNIN</p>	<p>Janv-25</p>	<p>Les utilisateurs potentiels sont en mesure d'utiliser la plateforme de la PNIN, y compris après la fin du projet (étudiants, médias, professionnels santé, agriculture, OSC etc)</p>	<p>3500000 (dont graphiste 490 000 (3 j de travail) et impression (2000 ex) 3000000</p>	<p>Expert en communication ECT com Graphiste Imprimeur</p>
<p>OS2/B6 Réviser et adapter les supports de visibilité de la PNIN tous usages (kakemonos, banderoles)</p>	<p>-</p>	<p>ASAP</p>	<p>Le matériel de visibilité est disponible lors des événements de la PNIN</p>	<p>Budget prestataire 200 000</p>	<p>Expert en communication Prestataire</p>
<p>OS2/B7 Assurer le référencement dynamique Google du site web de la PNIN avec inscription de la PNIN sur les plateformes/bibliothèques numériques et les moteurs de recherche académiques (Google Sholar, Refsik, Cain info...).</p>	<p>Prestataire site internet Mababou</p>	<p>ASAP</p>	<p>Un outil performant est légué par le projet et contribue à faire connaître la PNIN-Niger dans le pays et hors de ses frontières, tout en confortant son rôle de plateforme de référence en matière d'informations sur la nutrition au Niger</p>	<p>Budget prestataire : 300.000</p>	<p>Prestataire web</p>
<p>OS2/B8 : Après le lancement et les activités de prise en main prévues en OS2/A2, organiser des webinars ou des sessions en marge des événements pour continuer à familiariser les publics cibles sur le site web de la PNIN</p>	<p>Tous publics cibles à la demande</p>	<p>A partir du 2e trimestre 2025 en continu</p>	<p>La transition du hard au numérique est assurée pour permettre aux cibles d'avoir un accès permanent aux données sur la nutrition</p>	<p>100.000</p>	<p>Equipe PNIN Et/ou Prestataires</p>

<p>OS2/B9 : Conception, dissémination et mise en œuvre de deux (2) produits de plaidoyer (fruits et légumes et nutrition/climat)</p> <p>Mise à jour des données des utilisateurs internes et externes de la PNIN sur chaque nouvelle publication</p>	<p><u>Cibles prioritaires et secondaires</u>⁸</p>	<p>Fin 2024- Début 2025</p>	<p>Le plaidoyer pour la multisectorialité en matière de nutrition et sur les fruits et légumes et le changement climatique est porté dans les médias, dans la société civile et sur les réseaux sociaux</p>	<p>3 490 000 par produit (Graphiste, 490 000 + Imprimeur 3 000 000) PM Diffusion mail et distribution print)</p>	<p>Prestataires, ECT com Expert en communication</p>
<p>OS2/B10 Relayer auprès du réseau mondial NIPN les résultats/leçons apprises obtenus au Niger et renforcer les liens avec les PNIN Côte d'Ivoire- Burkina et Mali</p>	<p>NIPN Publics cibles des PNIN étrangères</p>	<p>Actualisation trimestrielle</p>	<p>Via le réseau mondial PNIN, la PNIN-Niger a accès à des audiences régionales et internationales en vue de la création d'une « task force régionale » sur la nutrition</p>	<p>PM</p>	<p>Expert en communication</p>
<p>OS2/ B11 Actualiser les informations/résultats de la PNIN-Niger sur des plateformes/bibliothèques numériques telles que duddal https://duddal.org/s/bibnum-promap/page/accueil-duddal</p>	<p>Grand public connecté</p>		<p>Par le biais de cette bibliothèque numérique de l'agriculture et du développement rural au Niger, la PNIN qui y est déjà présente peut également toucher ces publics-cibles.</p>	<p>PM</p>	<p>Analyste statisticien PNIN</p>

⁸ Prévoir plan de dissémination et moyens de la dissémination (en profiter pour distribuer le matériel existant et déjà disponible sauf si l'adresse antérieure du site y figure.



3. Être une réelle force de proposition en faveur d'une approche multisectorielle de la (mal)-nutrition

<p>OS2/C1 Réaliser une courte vidéo de plaidoyer et de capitalisation pour la diffusion sur les réseaux sociaux, orientée sur les résultats de la PNIN dans la lutte contre la (mal)-nutrition au Niger (peut prendre la forme d'une vidéo de 6 mn à projeter lors des événements et d'une vidéo de 3 mn pour les réseaux sociaux)</p>	<p>Cibles prioritaires et secondaires</p>	<p>1er trimestre 2025</p>	<p>Les décideurs nigériens et partenaires techniques et financiers sont informés de l'utilité de la PNIN et souhaitent sa prolongation.</p>	<p><u>Production</u> 2 300 000⁹</p>	<p>Expert en communication Prestataire vidéo</p>
<p>OS2/C2 Organiser un événement de plaidoyer technique à la fin du projet pour sa poursuite. (Projection vidéo, distribution flyers, cocktail, interventions de plaidoyer)</p>	<p>Directions techniques et bailleurs existants et potentiels</p>	<p>Oct-25</p>	<p>Les décideurs nigériens et les partenaires techniques et financiers sont sensibilisés sur la nécessité de poursuivre la PNIN</p>	<p>5 à 6 000 000 (selon lieu et nbre participants)</p>	<p>Equipe PNIN + prestataire événementiel</p>
<p>OS2/C3 Finaliser et utiliser l'outil de plaidoyer sur l'approche multisectorielle pour combattre toutes les formes de malnutrition au Niger</p>	<p>Décideurs, partenaires et bailleurs GTT plaidoyer</p>	<p>ASAP</p>	<p>Les décideurs nigériens et les partenaires techniques et financiers sont sensibilisés sur la nécessité de l'approche multisectorielle pour venir à bout de la malnutrition.</p>	<p>3490000 (distribution mail, RS et print)</p>	<p>Expert en communication ACT com Prestataires (graphiste et imprimeur)</p>

⁹ Diffusion gratuite sur les réseaux sociaux, payante sur les télévisions.

4 Poursuivre les efforts de vulgarisation de la PNIN sur la nutrition					
OS2/D1 : Renforcer les capacités de l'Expert en communication sur les techniques de vulgarisation pour lui confier la vulgarisation des données de la PNIN et la supervision des publications.	Staff communication PNIN	Fin 2025-	- l'expert en communication assure en partie la charge de vulgarisation des données avec une formation adéquate. ???	PM	Coordonnateur national PNIN



3.1.2. MESSAGES

La PNIN-Niger est une structure jeune, de plus en plus connue. Le premier message-clé veillera à faire connaître son rôle de ressource clé sur les questions de systèmes d'information en nutrition et l'utilisation des données pour la prise de décision au sein des différents publics-cibles.

Voici des propositions de messages linéaires qui pourraient être repris dans des discours

- La PNIN-Niger : votre système d'informations national multisectoriel sur la nutrition : <https://pnin-niger.org>
- PNIN : pour tout savoir sur la nutrition au Niger : <https://pnin-niger.org>
- La lutte contre la malnutrition au Niger impose une approche multisectorielle car tous les secteurs sont concernés : l'agriculture, la santé, l'éducation, la protection sociale, l'environnement, l'assainissement, l'hydraulique, la promotion de la femme, protection de l'enfant, le commerce, la jeunesse, etc. : <https://pnin-niger.org>
- Ensemble, unissons nos forces et nos moyens pour vaincre la malnutrition sous toutes ses formes
- La nutrition est la clé de voûte du développement du Niger et de ses populations.

D'autres messages pourraient se décliner comme suit sur des powerpoint, communiqués de presse ou sur le portail de la PNIN et les réseaux sociaux.

Tableau 7 : messages par cibles

Cibles	Messages	
-Pour un public jeune (universités-centres de recherche, ONGs, et dans les secteurs contributifs de la PNIN)	Prop.1	<p>Mettre le logo PNIN - Plateforme nationale d'informations pour la Nutrition</p> <p>Tu cherches une information sur la nutrition au Niger ? (Dessin rigolo de quelqu'un qui se gratte la tête)</p> <p>Facile ! Le dé clic en un seul clic... et tu trouveras tout sur le portail de la PNIN</p> <p>https://pnin-niger.org</p> <p>La PNIN est à votre service 24h/24. Consultez-la.</p>
-Pour les décideurs	Prop. 2	<p>Mettre le logo PNIN - Plateforme nationale d'informations pour la Nutrition</p> <p>La PNIN fournit des informations utiles et crédibles. Elle aide les Autorités à formuler les priorités et les programmes pour lutter contre toutes les formes de malnutrition au Niger</p> <p>https://pnin-niger.org</p> <p>La PNIN est à votre service 24h/24. Consultez-la.</p>
	Prop.3	<p>Mettre le logo PNIN - Plateforme nationale d'informations pour la Nutrition</p> <p>Que fait le Niger pour lutter contre la malnutrition ?</p> <p>Cliquez sur le portail web la PNIN pour avoir des données actualisées et fiables, des analyses claires et pertinentes.</p> <p>https://pnin-niger.org</p> <p>La PNIN est à votre service 24h/24. Consultez-la.</p>

À noter : il est inutile de surmultiplier les messages car cela « brouille » la visibilité et la compréhension. L'essentiel est que le message traduise la raison d'être de la PNIN.

Un deuxième message concernera la facilité d'utilisation de la plateforme PNIN comme source unique sur les questions de nutrition.

Les produits de plaidoyer feront l'objet de documents de communication autonomes complémentaires du présent document.



