

# Stratégie de Communication - Projet PharmaNova Niger

## 1. Introduction

La communication est un levier essentiel pour le succès du projet PharmaNova Niger, visant à mobiliser les parties prenantes, sensibiliser les populations, et garantir la transparence tout au long de la mise en œuvre. Cette stratégie établit les objectifs, les cibles, les messages clés, et les canaux de communication pour maximiser l'impact du projet.

## 2. Objectifs de la Stratégie de Communication

- Mobiliser les partenaires stratégiques** : Informer et engager les firmes pharmaceutiques, manufacturiers, investisseurs, et le gouvernement.
- Sensibiliser les populations** : Promouvoir l'importance de l'accès aux médicaments essentiels et les bénéfices du projet.
- Renforcer la transparence** : Communiquer régulièrement sur les progrès et les résultats du projet.
- Soutenir les opérations locales** : Faciliter l'adoption des nouveaux systèmes par les équipes locales et les communautés bénéficiaires.

## 3. Publics Cibles

Catégorie de Public	Objectifs de Communication
Réseau National des pharmacies privées	Renforcer leur engagement dans les interventions de décentralisation efficace de la distribution jusqu'aux zones rurales
Firmes pharmaceutiques et manufacturiers	Renforcer leur engagement dans l'approvisionnement et la gestion des produits prioritaires (20/80).
Gouvernement du Niger	Obtenir un soutien institutionnel et réglementaire pour l'ensemble du projet.
Investisseurs privés et diaspora	Mettre en avant les rendements financiers et l'impact social du projet pour mobiliser les fonds nécessaires.
ONG et organisations internationales	Promouvoir les synergies avec leurs initiatives pour maximiser l'impact social et logistique.
Populations locales	Informar sur l'importance de l'accès régulier aux médicaments essentiels et les bénéfices pour leur santé et bien-être.

---

#### 4. Messages Clés

Public Cible	Message Clé
Firmes pharmaceutiques et manufacturiers	“Rejoignez une initiative stratégique pour garantir un accès durable aux médicaments essentiels au Niger.”
Gouvernement	“PharmaNova Niger : une solution durable pour renforcer le système de santé et l'accès équitable aux médicaments.”
Investisseurs privés	“Associez-vous à un projet à fort impact social et économique, avec des rendements financiers stables.”
ONG et organisations internationales	“PharmaNova Niger : Une opportunité de partenariat pour améliorer la santé publique dans un cadre structuré.”
Populations locales	“Des médicaments essentiels disponibles, accessibles et fiables pour tous, près de chez vous.”

---

#### 5. Canaux de Communication

Canal	Description	Public Cible
Site Web Officiel	Plateforme dédiée pour présenter le projet, ses partenaires, et ses progrès.	Tous les publics
Réseaux Sociaux	Utilisation de Facebook, Twitter, LinkedIn pour des campagnes de sensibilisation et de mobilisation.	Populations locales, investisseurs
Communiqués de Presse	Publications régulières dans les médias locaux et internationaux.	Gouvernement, firmes pharmaceutiques
Conférences et Ateliers	Événements pour informer et engager les parties prenantes clés.	Firmes pharmaceutiques, ONG, manufacturiers
Matériel Imprimé	Flyers, brochures et affiches distribués dans les régions cibles.	Populations locales
Médias Locaux (radio, TV)	Campagnes pour atteindre les populations rurales et urbaines.	Populations locales

---

## 6. Plan d'Action

Étape	Activités	Délai
<b>Lancement de la stratégie</b>	- Création du site web officiel.- Publication du premier communiqué de presse.- Développement des supports imprimés.	Mois 1
<b>Engagement des partenaires</b>	- Organisation d'une conférence pour les firmes pharmaceutiques et manufacturiers.- Rencontres avec les investisseurs.	Mois 2 à Mois 6
<b>Campagnes locales</b>	- Diffusion des messages clés via la radio et la télévision locales.- Distribution de brochures dans les centres de santé.	Mois 3 à Mois 12
<b>Suivi et évaluation</b>	- Enquêtes auprès des populations locales pour mesurer la sensibilisation.- Rapports trimestriels sur l'impact des campagnes.	Trimestriel

## 7. Indicateurs de Performance (KPI)

Indicateur	Objectif
Nombre de partenaires engagés	10 firmes pharmaceutiques et manufacturiers d'ici la fin de l'année 1.
Taux de sensibilisation des populations	80 % des populations locales informées sur l'importance du projet.
Engagement sur les réseaux sociaux	Augmenter de 50 % les interactions sur les publications en 6 mois.
Participation aux événements	80 % des parties prenantes invitées participent aux conférences et ateliers.

## 8. Budget Prévisionnel

Activité	Coût Estimé (€)
Développement du site web	5 000
Campagnes sur les réseaux sociaux	2 000

Événements (conférences, ateliers)	10 000
Matériel imprimé	3 000
Médias locaux (radio, TV)	5 000

**Total Prévisionnel : 25 000 €**

---

## 9. Conclusion

**La stratégie de communication de PharmaNova Niger est un outil clé pour mobiliser les partenaires, sensibiliser les populations et garantir le succès du projet. En combinant des canaux numériques, traditionnels et communautaires, cette stratégie vise à maximiser la portée et l'impact du projet tout en renforçant sa visibilité nationale et internationale.**