



REPUBLIQUE DU SENEGAL
Un Peuple - Un But - Une Foi

Ministère du Travail, du Dialogue
social et des Relations avec les
Institutions



Organisation
internationale
du Travail

Stratégie et plan de communication sociale pour accompagner la mise en œuvre du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC)

SIGLES ET ABBREVIATIONS	3
I. CONTEXTE	4
II. SITUATION DE RÉFÉRENCE	6
1) RAPPEL DE L'OBJECTIF DE DEVELOPPEMENT	6
2) OBJECTIF GLOBAL DE COMMUNICATION	6
3) ANALYSE DES GROUPES CIBLES	6
<i>Cibles primaires</i>	<i>7</i>
<i>Cibles secondaires</i>	<i>7</i>
4) LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION	8
5) OU EN EST LE PROJET ?	9
6) OUTILS ET CANAUX ACTUELS DE COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE DU PROJET	9
7) ANALYSE SWOT	11
III. APPROCHES PROPOSÉES POUR LA PHASE PILOTE DU PROJET	12
1) LES APPROCHES DE COMMUNICATION	12
<i>Communication institutionnelle</i>	<i>12</i>
<i>Communication de masse</i>	<i>12</i>
<i>Communication de proximité ou interpersonnelle</i>	<i>12</i>
2) LES MESSAGES CLES	13
<i>Messages pour les cibles primaires</i>	<i>14</i>
<i>Messages pour les cibles secondaires.....</i>	<i>14</i>
3) PROFIL DES CANAUX ET SUPPORTS DE COMMUNICATION PROPOSES	16
<i>Pour la communication de masse.....</i>	<i>16</i>
<i>Pour la communication de proximité ou interpersonnelle</i>	<i>17</i>
<i>Pour la communication institutionnelle.....</i>	<i>18</i>
IV. APPROCHES PROPOSEES POUR LA SECONDE PHASE DU PROJET	19
V. PLAN DE COMMUNICATION	21
1) CADRE INSTITUTIONNEL DU PLAN DE COMMUNICATION	21
2) PLAN DE PRODUCTION DU MATERIEL DE COMMUNICATION.....	21
<i>Liste matériels à produire avant le démarrage des activités.....</i>	<i>22</i>
3) CADRE DE PLANIFICATION DE LA COMMUNICATION	25
<i>Actions de communication institutionnelle</i>	<i>27</i>
<i>Actions de communication de masse</i>	<i>32</i>
<i>Actions de communication de proximité ou interpersonnelle</i>	<i>45</i>
4) PLAN DE TRAVAIL.....	57
<i>Pour 2021</i>	<i>57</i>
<i>Pour 2022</i>	<i>59</i>
<i>Pour 2023</i>	<i>60</i>
<i>Pour 2024</i>	<i>61</i>
5) PLAN DE SUIVI-ÉVALUATION/ PHASE 1 DU PROJET	62
6) PLAN DE SUIVI-ÉVALUATION/ PHASE 2 DU PROJET	65
7) BUDGET.....	68
<i>Phase 1</i>	<i>68</i>
<i>Phase 2</i>	<i>69</i>
8) HYPOTHESES (POSTULAS) ET RISQUES	71
<i>Formulation et analyse des hypothèses</i>	<i>71</i>
<i>Formulation et analyse des risques</i>	<i>73</i>
ANNEXES	74
<i>Liste des structures consultées</i>	<i>74</i>
<i>Documents consultés.....</i>	<i>74</i>

SIGLES ET ABBREVIATIONS

OP	Organisation professionnelle
ACMU	Agence de la Couverture Maladie Universelle
BIT	Bureau International du travail
BOS	Bureau Opérationnel de Suivi du PSE
CIM	Comité d'Initiative Mutualiste
CMU	Couverture Maladie Universelle
CSS	Caisse de Sécurité Sociale
DA	Direction de l'Artisanat
DGPSN	Délégation Générale à la Protection Sociale et à la Solidarité Nationale
DPS	Direction de la Protection Sociale
FAQ	Foire Aux Questions
HCDS	Haut Conseil du Dialogue Social
ICAMO	Institution de Coordination de l'Assurance Maladie Obligatoire du Sénégal
IPRES	Institution de Prévoyance Retraite du Sénégal
MSNAS	Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal
MTDSOPRI	Ministère du Travail, du Dialogue Social, des Organisations Professionnelles et des Relations avec les Institutions
PSE	Plan Sénégal Emergent
RSPC	Régime simplifié pour les petits contribuables
SNPS	Stratégie Nationale de Protection Sociale
TPE	Très petites entreprises
UNACOIS	Union Nationale des Commerçants et Industriels du Sénégal
UNCM	Union Nationale des Chambres de Métiers
UPI	Unité de production informelle
VALT	Visite Aux Lieux de Travail
REMAPS	Réseau Multi-acteurs de Protection Sociale du Sénégal
CONGAD	Conseil des Organisations Non-Gouvernementales d'Appui au Développement
ONFP	Office national de Formation professionnelle
ADPME	Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises
BMN	Bureau de Mise à Niveau
APIX	Agence pour la Promotion des Investissements et grands travaux
APDA	Agence pour la Promotion et le Développement de l'Artisanat

I. CONTEXTE

L'extension et le renforcement de la protection sociale à l'économie informelle constituent des éléments fondamentaux de la stratégie de croissance inclusive et durable du Plan Sénégal Emergent (PSE). Il s'agit d'une forte demande sociale exprimée par diverses organisations syndicales et professionnelles, en particulier l'équité dans l'accès à la couverture santé, accident de travail, retraite, ... pour toutes les catégories de travailleurs et d'entrepreneurs de l'économie informelle.

En effet, un constat général montre que la couverture sociale de la population active est insuffisante au Sénégal car seuls 20% bénéficient d'un régime de protection sociale, tandis que les 80 % ne sont pas intégrés au système national de sécurité sociale, en l'occurrence les travailleurs et entrepreneurs de l'informel. En plus des risques et catastrophes individuels liés à la perte – temporaire ou non – de revenus, ces derniers sont ainsi régulièrement exposés aux chocs économiques, notamment à la crise sanitaire internationale provoquée par la COVID-19, qui a fortement affecté l'économie informelle. Leurs activités économiques ont connu une baisse drastique, voire un arrêt total dans certains sous-secteurs et filières, en raison des mesures restrictives prises par le Gouvernement pour limiter la propagation de la pandémie.

Depuis 2014, l'Etat du Sénégal sur la trajectoire de l'émergence à l'horizon 2035, a pris l'option stratégique de construire un système de protection sociale accessible à tous les Sénégalais, fournissant à chacun un socle de protection sociale, notamment un revenu minimum garanti et une couverture maladie universelle (CMU), mais aussi une protection de base, assurant la résilience à tous les chocs et crises qui pourraient survenir, y compris les catastrophes naturelles résultant du changement climatique.

Les orientations stratégiques du Plan Sénégal Emergent (PSE), dont la mise en œuvre de la Stratégie Nationale de Protection Sociale (SNPS) pour la période 2015-2035, ambitionnent de contribuer à cette quête de résilience. La SNPS a été élaborée pour garantir à tous les citoyens la réalisation du droit à la protection sociale énoncé dans la Constitution de la République et dans une série de conventions internationales signées ou ratifiées par le Sénégal. Elle préconise la création d'un régime spécifique et simplifié pour couvrir les Unités de production informelles (UPI) et l'auto-emploi, les exploitations familiales et les Très petites entreprises (TPE).

Cette initiative, incluse dans le portefeuille des 27 projets et 17 réformes phares suivis par le Bureau Opérationnel de Suivi du PSE, est une priorité des autorités en cohérence avec les lignes d'actions formulées dans le PAP 2014-2018 et le PAP2A pour la relance économique. Cette option stratégique de la réforme phare «**Accès de l'Economie informelle à la protection sociale : mise en place du Régime Simplifié pour le Petit Contribuable (RSPC)**» du système de protection sociale s'aligne sur l'offre d'action publique de formalisation du secteur informel et de mise en place de mesures incitatives, permettant de renforcer la résilience des acteurs et leurs capacités, en conformité aux objectifs de développement durable d'élargir la sécurité sociale préconisée par l'OIT à l'économie informelle.

Aussi s'inscrit-elle dans la continuité de travaux effectués depuis 2013 sous l'égide du ministère en charge du Travail, avec l'appui technique du Bureau international du Travail (BIT), en vue de favoriser la formalisation de l'économie informelle et l'extension de la protection sociale aux travailleurs de ce secteur. C'est ainsi que le BIT, dans le cadre de son programme phare sur les socles de protection sociale a élaboré deux projets d'appui à l'État du Sénégal qui s'étendent sur une période de 4 ans. Ces projets vont accompagner le pilotage et la mise en place du Régime Simplifié pour le Petit Contribuable (RSPC) pour l'adapter aux spécificités du secteur informel urbain (non-agricole), qui malgré une capacité contributive, est exclu du système national de sécurité sociale des activités économiques formelles. Globalement, ce Régime innovant de sécurité sociale est contributif en mode automatique ou obligatoire, offrant aux travailleurs de l'économie informelle dans les branches de sécurité sociale, des opportunités d'offres de prestations liées à la vieillesse, à la santé, aux accidents de travail et aux maladies professionnelles ; ainsi que les prestations de maternité.

Dans un premier temps, le BIT a structuré son appui sur financement de la Belgique pour accompagner, sur une période de 18 mois, le pilotage stratégique d'opérationnalisation de la branche santé pour le secteur informel, précisément du sous-secteur Artisanat, avec l'implantation de la première Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal. La seconde phase, qui vise l'extension à d'autres branches de sécurité sociale et à d'autres activités économiques de l'informel, avec le financement de la France et de l'Italie, sera consacrée dans

une approche de réforme consensuelle, inclusive et performante basée sur des réalisations tangibles, des bonnes pratiques et des résultats à capitaliser.

Cet appui démarré en janvier 2021, devra permettre de poursuivre la phase pilote qui est un processus test appliqué à la communauté des artisans après la formation du Comité d'Initiative Mutualiste (CIM). L'étape de campagne et d'évaluation du niveau d'adhésion national franchise, une séquence d'implantation, de structuration et d'organisation de la Mutuelle avant fin 2021 est indispensable pour opérationnaliser des prestations, suivant des mécanismes et des paramètres techniques et financiers, à travers des offres de couverture sociale (soins de santé) prédéfinies par le régime. Cette évolution du cadre constitutif de la Mutuelle est déterminante, afin de procéder aux ajustements indispensables pour favoriser une adhésion de masse au régime innovant, mais également maîtriser l'extension à une population élargie de travailleurs du secteur informel et aux autres branches du RSPC vers la mi-2022.

Le champ d'application au secteur de l'artisanat dédié dans cette phase pilote après articulation à la stratégie nationale de la CMU, repose sur un ciblage direct d'environ 2 248 108 personnes¹, en 2015. Grâce à une main-d'œuvre estimée à 777 865 artisans (maîtres et compagnons) en 2015, le revenu du secteur était de l'ordre de 310 milliards de FCFA. Soit environ 399.000 FCFA par artisan, avec plus de 40 % réalisés à Dakar, et environ 20 % entre Tambacounda et Thiès. Les 2/3 de ce revenu sont réalisés en zones urbaines et le reste en zone rurale.

C'est sur la base de ce potentiel d'accès à la protection sociale, que l'Etat du Sénégal et ses partenaires ont décidé de satisfaire à la demande des artisans, avec l'appui à la mise en place en phase expérimentale d'un modèle de régime dans une approche mutualiste, articulée à l'Agence de Couverture maladie universelle (CMU) dans une première étape, pour l'étendre progressivement aux autres branches du système de sécurité sociale opérationnelle. Le processus de modélisation de la mutuelle sociale nationale des artisans sera fondé sur trois orientations stratégiques : la capitalisation du dispositif de la Couverture Maladie Universelle (CMU) aux services d'acteurs économiques ; l'adaptation du régime modélisé aux besoins et attentes spécifiés par le CIM et non compris dans l'offre actuelle de la CMU ; et le déploiement progressif du RSPC avec l'intégration d'autres branches de protection sociale favorisant l'élargissement aux autres secteurs de l'informel.

¹ Mame Abdoulaye Gueye & Ahmed Lamine Sadjji, septembre 2018. *Étude pour l'articulation entre la Couverture Maladie Universelle (CMU) et le Régime simplifié pour les petits contribuables (RSPC) / Mise en place d'une mutuelle sociale des artisans*, p. 10

II. SITUATION DE RÉFÉRENCE

Le diagnostic de communication réalisé sur la base d'une revue documentaire et d'entretiens avec les partenaires de mise en place du projet de réforme, entre mai et juin 2021, a permis la description de la situation de référence. Celle-ci est une base essentielle de la stratégie de communication. Elle rappelle d'abord l'objectif de développement du Projet RSPC. Ensuite, elle indique les différents groupes cibles ; les objectifs de communication ; l'état d'avancement du projet ; les outils et canaux actuels de communication interne et externe disponibles avant l'élaboration de la présente stratégie de communication ; et procède enfin à l'analyse des forces, faiblesses, menaces et opportunités de communication du projet.

1) Rappel de l'objectif de développement

L'objectif global de la mise en place du régime simplifié de protection sociale est l'inclusion sociale (cadre opérationnel) des travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle dans une stratégie intégrée de leur transition vers le secteur formel², visant l'amélioration de l'environnement des affaires, la productivité et la compétitivité dans le cadre stratégique du PSE.

La phase pilote initie le processus d'inclusion sociale des travailleurs et entrepreneurs du secteur informel de l'Artisanat, en veillant avec l'ensemble des parties prenantes à créer les conditions favorables pour la construction et le déploiement d'un régime simplifié de sécurité sociale opérationnel adapté aux capacités des contribuables ciblés de l'économie informelle.

Concomitamment, le projet RSPC vise à identifier et mettre en œuvre des mesures d'accompagnement en partenariat avec les agences et programmes d'appui au secteur informel. Ces mesures s'inscrivent dans le cadre global de mise en œuvre du Plan Sénégal Emergent (PSE) et des politiques et stratégies sectorielles de promotion du travail décent, de la transition de l'informel vers la formalité, du développement communautaire et de l'équité territoriale (SNPS). A cet effet, cinq (05) objectifs spécifiques ont été définis :

- ⇒ **Objectif spécifique 1** : Le schéma organisationnel, technique et financier est fonctionnel et prépare l'institutionnalisation du régime simplifié en un dispositif de sécurité sociale adapté pour les travailleurs, les entrepreneurs et les très petites entreprises ;
- ⇒ **Objectif spécifique 2** : Le régime simplifié dispose d'un système d'information et d'un tableau de bord de suivi -évaluation jusqu'aux impacts, permettant de mesurer en continu et périodiquement les performances des branches de sécurité sociale couvertes ;
- ⇒ **Objectif spécifique 3** : Les paramètres techniques des branches santé, ATMP, prestations familiales et vieillesse du régime simplifié sont testés et ajustés et permettent l'élargissement à de nouvelles branches de sécurité sociale ;
- ⇒ **Objectif spécifique 4** : Une stratégie de communication et de marketing social ainsi que des mesures d'accompagnement appuient la mise en œuvre du régime et préparent son extension progressive au sein du secteur informel ;
- ⇒ **Objectif spécifique 5** : Les capacités des parties prenantes et des personnels techniques sont renforcées.

2) Objectif global de communication

L'objectif global de cette stratégie de communication sociale est d'inciter à des changements de comportement déterminants afin de promouvoir l'extension de la couverture sociale aux travailleurs de l'économie informelle.

3) Analyse des groupes cibles

Les cibles de la stratégie de communication sont divisées en deux groupes. Nous avons d'abord les **cibles primaires**, c'est à dire celles qui doivent adopter une opinion, une attitude ou un comportement favorable au

² PRODOC RSPC 2017

RSPC et à la mutuelle : Acteurs de l'économie informelle (Organisations Professionnelles d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers).

Ensuite, les **cibles secondaires** : celles qui peuvent amener les précédentes à adopter le comportement désiré ou à changer : Acteurs institutionnels et politiques (Ministère du Travail, Ministère des Finances, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, BOS PSE, Assemblée nationale, CESE, etc.) ; Acteurs techniques (CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, DPS, Direction de l'Artisanat, staff du RSPC et de la Mutuelle, le Ministère des Finances) ; Acteurs de « capitalisation » (Transvie, établissements de santé, ACMU ; Partenaires sociaux (syndicats et patronat) ; Médias/Journalistes).

Cibles primaires

Groupes-cibles	Ce qui est attendu d'eux	Principaux soucis, préoccupations de la cible
Acteurs de l'informel (Organisations Professionnelles d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers)	<ul style="list-style-type: none"> - Prise de conscience de l'effet bénéfique du RSPC (lorsque testé, ajusté et adopté dans un processus stratégique de réforme). - Adhésion à la mise en place d'un régime de sécurité sociale adapté (RSPC), à travers l'opérationnalisation de la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans créée. - Adhésions massives et cotisations régulières dans la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans / autre dispositif. - Compréhension du fonctionnement reposant sur une solidarité sociale comprenant des offres de prestations attractives et de Qualité. - Utilisation des services offerts. - Promotion du RSPC en essayant de convaincre ceux qui n'y ont pas adhéré. - Compréhension du droit humain à la protection sociale. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des informations sur le RSPC. - Communication sur le coût et sur l'intérêt à adhérer à la mutuelle / au RSPC. - Les offres : santé, ATMP, maternité et vieillesse - survivant de la mutuelle / du RSPC. - Accessibilité des services attendus de la mutuelle / des prestations du RSPC. - Adaptation de la communication aux cibles. - Participation de tous les acteurs, que ça ne soit pas une réforme à approche descendante. - Travailler à ce que tout se passe dans la transparence. - Faire des actions de communication de proximité et avec le soutien de relais constitués d'OP et Chambres des Métiers. - Modes de financement

Cibles secondaires

Groupes-cibles	Ce qui est attendu d'eux	Principaux soucis, préoccupations de la cible
Acteurs institutionnels et politiques (Ministère du Travail, Ministère des Finances, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, BOS PSE, Assemblée nationale)	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre que le RSPC est une opérationnalisation de l'axe 2 du PSE : « Capital humain, Protection sociale et Développement durable », pour une croissance inclusive et durable, avec comme pilier la couverture sociale universelle, accessible au secteur informel. - Influencer, soutenir et dynamiser le processus de mise en place d'un régime adapté dans une approche réforme à terme. - Comprendre que la protection sociale est un droit humain. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des informations sur le projet / la réforme. - Cohérence du projet par rapport à la politique nationale de PS. - La publication des résultats des études préalables menées sur le RSPC - Capitalisation des bonnes pratiques.

	- Comprendre que la protection sociale est un investissement dans la société, et non un coût.	
Acteurs techniques (staff du RSPC et de la Mutuelle, CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, DPS, Direction de l'Artisanat)	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre que le RSPC est une opérationnalisation de l'axe 2 du PSE : « Capital humain, Protection sociale et Développement durable », qui prône une croissance inclusive et durable, en prenant en compte la couverture sociale universelle, y compris le secteur informel. - Soutenir la réforme en tant que projet majeur du Chef de l'Etat. - Comprendre leur rôle face à la mise en place du RSPC, et sa complémentarité face aux régimes existants. - Comprendre que la protection sociale est un droit humain. - Adopter une attitude positive face au RSPC et s'engager dans sa mise en œuvre également. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des informations sur le projet / la réforme - Cohérence du projet par rapport à la politique nationale de PS. - La publication des résultats des études préalables menées sur le RPC.
Acteurs de « capitalisation » (Transvie, établissements de santé, ACMU) ; Partenaires sociaux (syndicats et patronat)	<ul style="list-style-type: none"> - Percevoir la valeur ajoutée de la réforme par rapport à leurs activités et la soutenir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des informations sur le projet.
Médias/Journalistes	<ul style="list-style-type: none"> - Être des vecteurs de changement et porter les messages aux autres groupes cibles. - Promouvoir le RSPC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compréhension de la réforme. - Disponibilité des informations (stratégie, plans d'actions, cadres de gouvernance et de pilotage, etc.) des acteurs de mise en œuvre de la réforme.

4) Les objectifs de communication

La stratégie de communication accompagnera la phase pilote du RSPC et le démarrage de la mutuelle sociale nationale, pour sensibiliser, informer et former les premiers adhérents-cotisants. Elle fera en sorte que tous les acteurs et bénéficiaires ciblés comprennent le RSPC et l'importance de la mutuelle sociale ainsi que la relation entre ces deux éléments ; qu'ils perçoivent la valeur ajoutée de la réforme et la soutiennent. Cette communication en appui au processus pilote devra être capitalisée dans le développement des autres branches et la mise à l'échelle du régime accessible.

C'est ainsi que deux objectifs de communication sont retenus :

1. Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime ;
2. Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS).

5) Où en est le projet ?

Le projet a démarré en janvier 2021. Il en est à l'Objectif spécifique 1, à savoir la définition et la mise en œuvre (pilottage) d'un schéma organisationnel, technique et financier, et la préparation de l'institutionnalisation du régime simplifié en un dispositif de sécurité sociale adapté pour les entrepreneurs et les très petites entreprises.

Des avancées significatives ont été faites pour la création et le lancement imminent de la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS), à l'occasion d'une Assemblée générale constitutive. C'est dans ce cadre qu'un Comité d'Initiative Mutualiste (CIM) a été formé. Celui-ci a amorcé une campagne de vente de cartes d'adhésion à la mutuelle. Des blocs de cartes ont été mis à la disposition des organisations professionnelles pour la région de Dakar et des présidents des Chambres de Métiers pour les autres régions. A la date du 21 juin 2021, la campagne a permis l'enrôlement de plus de 6 000 personnes pour un objectif initial de 3 000 adhérents.

Au plan financier, la première phase du projet est dotée d'un budget prévisionnel de communication de 55 000 dollars. La seconde phase sera limitée à une dotation de 40 000 dollars.

6) Outils et canaux actuels de communication interne et externe du projet

Dans le cadre de sa communication interne, le projet dispose d'une instance dénommée Cadre stratégique de pilotage de la réforme phare (COPIL). Le COPIL assure la coordination générale et le suivi des activités de mise en place du RSPC.

L'Arrêté portant création du Cadre stratégique de pilotage de la réforme phare : "Accès de l'économie informelle à la protection sociale : mise en place du Régime Simplifié pour les Petits Contribuables - RSPC" indique qu'il comprend des représentants des Institutions et structures suivantes :

- la Présidence de la République ;
- l'Assemblée nationale ;
- le Secrétariat général du Gouvernement ;
- le Haut Conseil du Dialogue social ;
- le Bureau opérationnel de suivi du PSE ;
- la Délégation générale à la Protection sociale et à la Solidarité nationale ;
- le Ministère de la Santé et de l'Action sociale ;
- le Ministère des Finances et du Budget ;
- les Ministère des Affaires étrangères et des Sénégalais de l'étranger ;
- le Ministère de la Justice ;
- le Ministère de l'Artisanat et de la Transformation du Secteur informel ;
- le Ministère du Développement communautaire, de l'Équité sociale et territoriale ;
- le Ministère de la Femme, de la Famille, du genre et de la Protection des Enfants ;
- le Ministère du Travail, du Dialogue social et des Relations avec les Institutions ;
- le Ministère du Commerce et des petites et moyennes Entreprises ;
- le Ministère des Collectivités territoriales, du Développement et de l'Aménagement des Collectivités territoriales, du Développement et de l'Aménagement des Territoires ;
- le Ministère de la Fonction publique et du Renouveau du Service public ;
- le Ministère de l'Emploi, de la Formation professionnelle, de l'Apprentissage et de l'Insertion ;
- l'Institution de Prévoyance Retraite du Sénégal ;
- la Caisse de Sécurité sociale ;
- l'Institution de Coordination de l'Assurance Maladie obligatoire ;
- le Conseil national du Patronat (CNP) ;

- la Confédération nationale des Employeurs du Sénégal (CNES) ;
- la Confédération nationale des Travailleurs du Sénégal (CNTS) ;
- l'Union nationale des Syndicats autonomes (UNSAS) ;
- la Confédération des Syndicats autonomes (CSA) ;
- la Confédération nationale des Travailleurs du Sénégal/ Forces du Changement (CNTS/FC) ;
- le Bureau International du Travail (BIT).

Le COPIL se réunit en fonction des besoins et au moins deux fois par an.

Au plan externe, le projet ne dispose pas encore d'outils et canaux formels de communication, à l'exception d'un logo pour la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS), conçu à l'approche de l'Assemblée générale constitutive et l'adoption d'un slogan : « La couverture sociale, une réalité pour les artisans du Sénégal ».

En attendant, la communication-information se fait par les courriers officiels, le téléphone ; occasionnellement à travers la presse, les médias sociaux et les sites internet des partenaires de mise en œuvre. Ainsi pouvons-nous relever des actions de communication significatives réalisées par le Comité d'Initiative Mutualiste (CIM) à travers les radios communautaires et des groupes WhatsApp.

7) Analyse SWOT

FORCES

- La vision d'un Sénégal émergent en 2035 avec ses exigences d'un état de droit et de solidarité
- La réforme pour construire un régime de protection sociale adapté en réponse aux préoccupations des organisations syndicales
- Nous sommes à l'ère de la protection sociale universelle, surtout après la pandémie de la COVID-19 et les catastrophes naturelles dues aux changements climatiques
- Le RSPC est en conformité avec l'élargissement du Socle de Protection sociale préconisé par l'OIT au profit des personnes vulnérables, dont les acteurs du secteur informel
- L'accueil positif réservé au projet de communication par les différents partenaires
- La volonté politique du Gouvernement réaffirmée au plus haut niveau
- L'engagement des organisations professionnelles et des organisations syndicales à porter le plaidoyer en faveur du RSPC
- Les leçons apprises de la CMU et de Transvie

FAIBLESSES

- Les ressources allouées à la communication sur la phase pilote
- L'absence d'un spécialiste en communication dans l'équipe du projet
- L'absence d'équipements pour la documentation des activités (appareil photo, caméra)
- La courte durée du projet pilote (18 mois) avec un retard de mise en œuvre
- Le manque de leadership des organisations professionnelles dans la mise en œuvre de la stratégie de transition de l'informel vers le formel

OPPORTUNITÉS

- La prégnance de l'actualité relative à la pandémie de la COVID-19 et aux effets catastrophiques du changement climatique sur les populations, rappelant l'importance pour un pays d'avoir un système de protection sociale solide et résilient
- Le développement pluriel et incessant de l'espace médiatique du pays, renforcé par un réseau de radios communautaires et des réseaux de journalistes spécialisés
- L'essor fulgurant de l'application WhatsApp et l'accessibilité des réseaux sociaux sur les téléphones mobiles
- La Stratégie Sénégal Numérique (SN2025)
- Événements réunissant du grand monde (foires, salons, événements religieux, marchés hebdomadaires, ...)
- Les résultats d'études sur le RSPC
- Place et enjeux de la réforme dans le développement du secteur privé national et l'amélioration de l'environnement des affaires

MENACES

- Rejet du projet par des acteurs du secteur informel pour soupçons de formalisation déguisée en vue de collecter des taxes
- La transmission de messages complexes et dans des langues inaccessibles aux bénéficiaires
- Persistance de la COVID-19 qui pourrait perturber la mise en œuvre des activités de communication notamment sur le terrain
- Une non-implication des acteurs dans la formulation et la mise en œuvre de la réforme
- Un choix des leaders (portes d'entrée des OP et Chambres de métiers) qui ne tiennent pas compte de leur rang social ou de leur représentativité
- L'absence d'une explication franche de la problématique du financement faisant comprendre aux bénéficiaires potentiels qu'ils doivent apporter une part contributive pour le succès de la réforme
- L'usage du terme « petits contribuables » qui paraît réducteur pour certains acteurs
- Le souvenir de la mauvaise gestion de précédentes mutuelles sociales qui pourrait créer un problème de confiance et les difficultés de recouvrement des créances
- Les « fake news »

III. APPROCHES PROPOSÉES POUR LA PHASE PILOTE DU PROJET

1) Les approches de communication

La présente stratégie de communication sociale devra répondre aux questions essentielles suivantes : Que faisons-nous ? Pourquoi on le fait ? Avec qui on le fait ? Comment on le fait ? Et combien ça va coûter ? Quels en seront les résultats pour les différentes cibles ? Il s'agit également de clarifier l'importance de la protection sociale, et de souligner les risques encourus en cas d'absence de protection.

Le déploiement de la stratégie se fera suivant trois approches. D'abord il y aura une communication institutionnelle (à exécuter durant tout le projet) et une grosse campagne de communication de masse à l'endroit principalement des bénéficiaires potentiels.

Ensuite, nous mettrons en œuvre une communication de proximité toujours à l'endroit des bénéficiaires.

Communication institutionnelle

L'approche institutionnelle sera appliquée à toutes les cibles. Elle servira à présenter les activités du projet, ses objectifs et résultats.

D'une part, il s'agira d'informer et de rendre compte. Ce devoir de reddition de comptes est dû à la population, aux autorités nationales et aux contribuables des pays bailleurs. Ce devoir de rendre compte est également une occasion d'assurer aux bailleurs que leurs efforts seront prolongés dans le temps par le pays.

D'autre part, la communication institutionnelle cherchera à assoir une bonne image du RSPC, et dans une moindre mesure, du projet, auprès du public et à avoir une bonne visibilité, par la publication régulière d'informations sur ses activités et résultats.

Cette approche de communication se fera tout au long du projet. Elle sera matérialisée par la création de produits d'information destinés à une large diffusion, suivant un modèle vertical (top-down). Ainsi, les contenus des produits seront des informations et des messages cognitifs (acquisition de connaissances sur le RSPC et la protection sociale de manière générale, sur les activités et les résultats du projet).

Communication de masse

Au cours de la première phase de la stratégie de communication, nous mettrons en œuvre une campagne médiatique (partages d'informations avec les médias sous formes d'interviews, de notes d'information, communiqués, reportages, etc. et des spots publicitaires), pour donner de la visibilité aux messages principaux abordés, à savoir la réforme RSPC et la création de la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS) dans le cadre du pilotage de la branche santé. Ça consistera à expliquer ce qu'il en est, à éveiller la curiosité des acteurs de l'économie informelle et à créer une vive attente de leur part quant au déroulement du RSPC, avant de descendre sur le terrain par une communication de proximité.

Communication de proximité ou interpersonnelle

Il ressort du diagnostic précédent que l'approche la mieux adaptée à nos cibles primaires et secondaires est la communication de proximité. Autrement appelée communication de groupe ou communication interpersonnelle, la communication de proximité consistera à organiser des Visites aux lieux de travail (VALT), une caravane et des séminaires-ateliers ou sessions d'information et de sensibilisation en utilisant des supports adaptés (langues locales) et des réunions des Comités régionaux de développement (CRD).

Les CRD, séminaires-ateliers ou sessions d'information et de sensibilisation seront destinés aux cibles secondaires, en l'occurrence les Acteurs institutionnels (Ministère du Travail, Ministère des Finances, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, BOS PSE, Assemblée nationale, les autorités administratives régionales et départementales et communales), les Acteurs techniques (staff du RSPC et de la Mutuelle, CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, DPS, Direction de l'Artisanat), les Acteurs de « capitalisation » (Transvie, établissements de santé, ACMU) ; les Partenaires sociaux (syndicat et patronat) et les Médias/Journalistes.

Les VALT quant à elles seront destinées aux cibles primaires que sont les Acteurs de l'informel (Organisations Professionnelles d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers). Il s'agira d'envoyer une ou des équipes de sensibilisation et d'information dans des lieux ciblés, comptant une forte densité de travailleurs et entrepreneurs informels.

Ces équipes composées de représentants crédibles d'Organisations professionnelles seront formées au préalable à l'occasion d'ateliers de capacitation. Elles seront sensibilisées et informées sur le RSPC et la mutuelle, et seront prêtes à répondre à toutes les questions sur la base d'une FAQ (Foire Aux Questions/ Frequently Asked Questions) qui leur sera fournie, en vue de préciser et d'harmoniser les réponses, en plus d'autres supports marketing sur le RSPC et la MSNAS.

Les présidents des antennes des Chambres de Métiers et des Organisations Professionnelles seront les points d'entrée par lesquels le projet va passer pour, dans un premier temps, organiser une rencontre de partage d'informations et de supports de communication sur le RSPC et la MSNAS. Ensuite, chaque leader s'organisera pour mener des VALT, avec l'appui technique et financier du projet.

La même démarche sera adoptée pour chacune des 14 régions du pays. Il s'agira ainsi de s'appuyer sur le dispositif organisationnel des acteurs des lieux de travail, pour organiser des campagnes directes de sensibilisation, en misant sur des OP représentatives et les Chambres des Métiers pour faire passer les messages.

Pour ce faire, chaque organisation devra présenter un plan d'action budgétisé. Cela n'empêchera pas le projet de prévoir des montants plafonds en fonction des zones et de la densité en travailleurs de l'informel, pour faire les ajustements nécessaires en cas de dépassement.

Les VALT seront ainsi des moyens de diffusion des messages et d'échanges autour du RSPC et des offres de la MSNAS.

Dans la région de Dakar par exemple, où sont générés 40% des revenus du secteur de l'artisanat³, des VALT pourraient être menées dans les villages artisanaux de Soumbédioune, de Guédiawaye et de Rufisque ; dans les menuiseries comme aux quartiers de la Médina et de la Rue 22 ; auprès des sculpteurs et teinturiers de Bopp, au Marché Central aux Poissons, au marché Waranka de Guinaw Rail, au Lac Rose ; auprès des mécaniciens de la Zone de Captage, de l'Ancienne Piste de l'Aéroport Léopold Sédar Senghor, de la station Elton de Yoff, etc.

Au cours des VALT et au besoin, l'équipe de projet et les relais feront appel à l'éducation par les pairs ; les pairs étant des personnes du même contexte social, et qui seront des transmetteurs d'expériences personnelles et d'informations sur la protection sociale.

2) Les messages clés

Pour atteindre les objectifs de communication prédéfinis, les messages du projet sont libellés en fonction de chaque groupe cible. Ils seront utilisés dans la confection de tous nos supports de communication ; au cours des activités de sensibilisation ; lors de la rédaction des discours à prononcer à l'occasion des cérémonies organisées par le projet ou celles auxquelles il est invité ; dans le cadre de ses échanges avec les décideurs, les partenaires sociaux, la presse, etc.

Les tableaux qui suivent présentent les messages, et certains d'entre eux sont les mêmes que ceux utilisés dans le cadre du projet « Consolider la viabilité financière et la couverture du système de protection sociale au Sénégal

³ *Étude pour l'articulation entre la Couverture Maladie Universelle (CMU) et le Régime simplifié pour les petits contribuables (RSPC) / Mise en place d'une mutuelle sociale des artisans, op. cit., p. 5.*

», mis en œuvre par le BIT, en collaboration avec la Délégation Générale à la Protection sociale et à la Solidarité Nationale (DGPSN). Les messages destinés aux cibles primaires seront traduits en Wolof et autres langues nationales codifiées selon les localités.

Messages pour les cibles primaires

OBJECTIFS DE COMMUNICATION	CIBLES PRIMAIRES	MESSAGES CLÉS ET SLOGANS
<i>Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)</i>	Acteurs de l'informel (Organisations Professionnelles d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ « La Protection sociale est un droit pour tout être humain » ▪ « La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social. » ▪ « La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail. » ▪ « Si vous adhérez à une mutuelle de santé, vous payez juste 40 000 FCFA pour des frais d'hospitalisation de 200 000 FCFA. Alors qu'avant, il vous fallait peut-être plusieurs mois pour réunir une telle somme ou vendre en urgence plusieurs de vos biens. » ▪ « Si vous adhérez à la mutuelle, vous ne payez que 20% de vos frais médicaux » ▪ « Ne pas prévoir peut coûter cher... Si demain tu tombes malade, qui paiera ? » ▪ « Aide-toi en adhérant à la mutuelle et la mutuelle t'aidera. » ▪ « Adhérer à la mutuelle c'est se soigner dans la dignité » ▪ « Cotiser à la mutuelle est un acte de solidarité envers la communauté » ▪ « L'adhésion à la mutuelle c'est l'assurance de revenus pendant le congé de maternité » ▪ « En adhérant à une mutuelle sociale, préparez-vous à vivre votre vieillesse décemment. » ▪ « Affilié(e) aujourd'hui, assuré(e) demain d'une retraite paisible. » ▪ « N'attendez pas d'être malade avant d'agir. Adhérez à la mutuelle maintenant. »

Messages pour les cibles secondaires

OBJECTIFS DE COMMUNICATION	CIBLES SECONDAIRES	MESSAGES CLÉS
<i>Informersur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime</i>	Acteurs institutionnels (Ministère du Travail, Ministère des Finances, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, BOS PSE, Assemblée nationale) Médias/Journalistes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ « Le RSPC n'est pas une mesure isolée. C'est un outil de réalisation des objectifs du PSE. » ▪ « La protection sociale agit comme un stabilisateur automatique. Elle contribue à la promotion du bien-être des personnes, de l'emploi décent et productif, à la réduction de l'insécurité économique, au soutien de l'esprit d'entreprise et des entreprises durables, à la lutte contre les inégalités de revenus, ainsi qu'à la stimulation d'une croissance inclusive et durable. »

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ « La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons soutenir l'adoption de lois et réformes institutionnelles, et surtout le plaidoyer pour un financement accru de la protection sociale. » ▪ « Au Sénégal, seuls 20% de la population active bénéficient d'une protection sociale. Le Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables permet aux acteurs de l'économie informelle de bénéficier du droit à la sécurité sociale. » ▪ « La sécurité sociale est un droit humain. Le Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables permet aux travailleurs de l'économie informelle de bénéficier de ce droit. » ▪ « La protection sociale contribue au renforcement de la visibilité de l'action publique au bénéfice des populations et à la réalisation des objectifs de développement durable. » ▪ « Nous avons tous intérêt à faire avancer le processus de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables car il va contribuer à la paix sociale et à la stabilité politique sans lesquelles aucune activité économique ou sociale n'est durable. » ▪ « Un acteur politique qui enrôle ses militants à une mutuelle de santé économise ses ressources financières qui servaient à payer des ordonnances. »
	<p>Acteurs techniques (staff du RSPC et de la Mutuelle, CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, DPS, Direction de l'Artisanat)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ « Le Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables est un axe incontournable du programme d'extension de la protection sociale au Sénégal. Il répond aux lignes directrices des Recommandations R202 et de la R204 de l'OIT. Aussi permet-il au Sénégal de respecter ses engagements internationaux relatifs aux ODD et à la couverture maladie universelle. » ▪ « La coordination et la synergie des interventions des acteurs de la protection sociale sont essentielles dans le renforcement et l'extension de la protection sociale. Cela contribue à l'efficacité et à la visibilité de nos actions et services. » ▪ « Le Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables fait partie des réformes prioritaires du Président de la République du Sénégal. Il engage l'ensemble des administrations à des actions concertées, au grand bénéfice des acteurs de l'économie informelle. » ▪ « L'accessibilité des offres de protection sociale est une condition indispensable au développement du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables. En adaptant vos procédures de gestion et d'affiliation à la spécificité des travailleurs et entrepreneurs du secteur informel, en les dématérialisant le plus largement possible, vous attirez davantage les travailleurs et entrepreneurs qui souvent ne veulent pas quitter longtemps leurs lieux d'activités pour aller vers les institutions de prévoyance. » ▪ « Le nombre de travailleurs et entrepreneurs contribuant au financement de la retraite baisse de plus en plus. Nous devons tous contribuer à la Caisse de Sécurité sociale et à l'IPRES pour que le système soit viable et puisse protéger tous les travailleurs »

	Acteurs de « capitalisation » (Transvie, établissements de santé, ACMU ; Partenaires sociaux (syndicat et patronat))	<ul style="list-style-type: none"> « La création du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables est un atout et non une menace sur la survie de vos activités. En accompagnant le processus, vous pouvez élargir votre cercle d'adhérents ».
--	--	--

NB : sur tous les supports de communication de la MSNAS, le slogan adopté par le Comité d'Initiative Mutualiste (CIM) sera mentionné : « La couverture sociale, une réalité pour les artisans du Sénégal ».

3) Profil des canaux et supports de communication proposés⁴

Le choix des canaux et supports de communication a été fait en fonction des trois types d'approches de communication proposés : communication de masse, communication de proximité et communication institutionnelle. En tenant compte des ressources disponibles et d'expériences éprouvées au Sénégal, le choix définitif des canaux et supports de communication peut se faire suivant deux ordres de priorité (haute et faible) ci-dessous déclinés.

Pour la communication de masse

Canal/ Support	Description	Fonction	Avantage	Cibles	Priorité
MÉDIAS ELECTRONIQUES ET IMPRIMÉS					
Radio (stations nationales / radios communautaires)	Outil de communication de masse	<ul style="list-style-type: none"> Mobiliser la communauté nationale locale et provoquer des débats. Diffuser des programmes pédagogiques. Lancer des campagnes de sensibilisation. 	Média communautaire le plus populaire et ouvert aux groupes communautaires	Secondaires	Haute
Télévision	Outil de communication de masse	Source d'information importante pour plusieurs Sénégalais	Les nouvelles sont retenues à 52 % lorsqu'elles sont vues à la télévision ⁵	Primaires Secondaires	Faible
Supports écrits (presse écrite, affiche, Flyers/dépliant/plaque)	Documents illustrés	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir le RSPC et la mutuelle. Permettent de préciser des concepts ou d'illustrer des étapes à suivre dans un processus donné. 	<ul style="list-style-type: none"> Degré d'acceptation élevé Plus d'informations sur lesquelles on peut revenir pour réfléchir et avoir plus de recul Des informations que l'on peut conserver facilement 	Primaires Secondaires	<ul style="list-style-type: none"> Haute (pour les flyers et affiches) Faible pour le reste
Vidéo	Outil de communication	Informent, sensibilisent, forment et mobilisent leur public.	Permet de sensibiliser et d'éduquer un large	Primaires	Haute

⁴ Adapté du manuel du Centre de St-Pierre, Montréal (Québec), Concevoir son plan de communication, juin 2012, 60 pages, pp. 32-33 et du guide pratique du Département fédéral des affaires étrangères (DFAE) de la Direction du développement et de la coopération suisse (DDC) Communication pour le développement, juillet 2016, 78 pages.

⁵ Étude menée par des chercheurs de l'entreprise Sony et rapportée par Angelo Agostini, « Les nouveaux réseaux de communication, atout ou menace pour la presse : Le journalisme au défi d'Internet », in Le Monde Diplomatique, No 523, octobre 1997, p.27.

	associant l'image et le son		public tout en le divertissant.		
NOUVEAUX MÉDIAS / MULTIMÉDIA					
Les réseaux sociaux (WhatsApp, Facebook, YouTube)	Plateformes d'échanges sur Internet.	Diffuser des informations Mobiliser des individus Lancer des débats	Ne cessent de gagner en popularité et leurs utilisateurs y passent de plus en plus de temps.	Primaires	Haute
Récits numériques (storytelling)	Vidéos produites par des amateurs, qui transmettent des expériences personnelles ou collectives (liées aux activités du projet), avec des smartphones dotés d'une caméra.	Mobiliser le soutien à la Protection sociale Recueillir des témoignages dans le cadre d'évaluations qualitatives Rendre compte des résultats du projet ou les documenter Informer sur des dynamiques de groupe et promouvoir des processus d'apprentissage.	Permettent de raconter des histoires et de construire la réalité en puisant dans le vécu des populations.	Primaires	Haute
MOBILISATION SOCIALE					
Caravanes	Tournées motorisée et sonorisées à travers des agglomérations	Mobiliser les masses autour des thèmes du projet	Permet de toucher une large cible et d'accélérer la vitesse de diffusion des message	Primaires	Basse

Pour la communication de proximité ou interpersonnelle

Canal/ Support	Description	Fonction	Avantage	Cibles	Priorité
Visites aux lieux de travail (VALT)	Visites de pair à pair / de groupe à groupe	Échanges et apprentissage informels entre communautés ou groupes professionnels.	Facilitent la gestion des connaissances et contribuent à l'adoption spontanée de nouvelles pratiques.	Primaires	Haute
Séminaires-ateliers et sessions d'information et de sensibilisation, conférences	Réunion avec un public limité	Présenter de nouvelles connaissances et méthodes sur la Protection sociale, dont le RSPC, rapprocher les points de vue et faciliter l'échange d'idées entre experts ou collègues / pairs au sein d'un espace protégé.	Les participants agissent comme des multiplicateurs de connaissances.	Primaires Secondaires	Haute
CRD (Comité régional de développement)	Réunion à l'initiative du Gouverneur de Région, regroupent l'ensemble des acteurs locaux du développement	Échanges autour d'un thème intéressant la région	Permet de présenter les projets et programmes mis en œuvre dans la région et de trouver les voies et moyens de leur bonne exécution	Secondaires	Basse
GOODIES OU OBJETS PUBLICITAIRES					
Tee-shirts, casquettes	Objets publicitaires portant des messages sur la PS et des signes distinctifs de la mutuelle	La mutuelle les offre à ses adhérents ou à d'éventuels prospects pour véhiculer des messages.	Créent une relation durable entre la mutuelle et ses membres	Primaires	Haute

		Idem de la part du projet pour ses visiteurs et à l'occasion des événements qu'il organise.			
--	--	---	--	--	--

Pour la communication institutionnelle

Canal/ Support	Description	Fonction	Avantage	Cibles	Priorité
Affiche/ Banderole Kakémono	Supports de communication sur lesquels sont véhiculés un message ou une information, la promotion d'un produit, d'une activité ou d'un événement. Ils peuvent être illustrés avec des images.	Attirer l'attention des gens Vendre une idée, un événement, un produit, un service	Informe en un seul coup d'œil.	Primaires Secondaires	Haute
Gabarit / Template / Lay-out de PowerPoint	Modèle de mise en page des présentations en PowerPoint, contenant des textes et des images.	Harmoniser les présentations des acteurs agissant dans une même structure	Va à l'essentiel pour un public restreint	Primaires Secondaires	Faible
Brochure	Plusieurs feuilles reliées avec une couverture.	Information	Plus complet pour un public ciblé.	Secondaires	Haute
Dépliant/Plaquette	Message qui se déploie sur papier à plusieurs volets.	Informé Promouvoir Sensibiliser Mobiliser Recruter	Va à l'essentiel Prend peu d'espace Se conserve facilement Durée de vie plus longue.	Primaires Secondaires	Haute
Film de capitalisation	Film de communication interne ou externe destiné à promouvoir l'image du projet, son savoir-faire, ses valeurs, ses chiffres clés et ses produits.	Promouvoir Informé	Permet de toucher directement sa cible Rend « parlant » un site web.	Primaires Secondaires	Haute
Site Web	Fenêtre sur le monde virtuel d'Internet.	Informé Promouvoir Recruter	Contient images, sons et animations. Permet des liens avec d'autres sites. Interactivité Longue durée de vie. Large distribution. Actualisation rapide de l'information.	Primaires Secondaires	Haute
Le Conseil des ministres	Réunion hebdomadaire du Gouvernement, sous la présidence du Chef de l'Etat	Informé	Permet d'informer directement le Chef de l'Etat et les ministres concernés par le projet sur son état d'avancement, et par ricochet les Institutions de la République, les médias et le public qui lit le communiqué issu du conseil	Secondaires	Haute

IV. APPROCHES PROPOSEES POUR LA SECONDE PHASE DU PROJET

La seconde phase du projet vient compléter la première qui est exclusivement axée sur le volet santé et destinée aux artisans.

Cette fois-ci, le projet s'étend aux autres branches de sécurité sociale, à savoir : la vieillesse, les ATMP (Accidents de travail et maladies professionnelles) et les prestations familiales.

Ainsi, pour étendre la protection sociale aux travailleurs de l'économie informelle, le projet vise à appuyer le déroulement du RSPC et son opérationnalisation à travers des actions de renforcement de capacités, la mise en place d'un outil informatique dédié et des campagnes de marketing social et communication permettant de sensibiliser la population cible.

Ce projet a également l'ambition de contribuer de manière significative à la mise en place d'une réponse concrète et pérenne à la pandémie COVID-19, et à la préparation des populations de l'économie informelle aux prochaines et probables crises, notamment les catastrophes climatiques.

Les bénéficiaires finaux sont les travailleurs de l'économie informelle et leurs familles, auxquels s'ajoutent les travailleurs exerçant des professions libérales (notaires, avocats, médecins...). Ces derniers, bien que n'évoluant pas toujours dans le secteur informel, sont aussi concernés par l'absence d'un mécanisme de couverture sociale organisé et adapté à leur statut.

Les parties prenantes et groupes cibles sont similaires à ceux de la première phase. Il s'agit :

- Des décideurs politiques, notamment les Ministères en charge du Travail et de la Sécurité sociale, du Développement communautaire, de l'Équité sociale et territoriale, dont la Délégation Générale à la Protection sociale et à la Solidarité nationale, de l'Emploi, de l'Artisanat, de la Santé, des Finances, de l'Économie ;
- Des partenaires sociaux, représentants des employeurs et des travailleurs ainsi que le Haut Conseil du Dialogue social ;
- Des organisations professionnelles, chambres des métiers, regroupements et corporations de métiers du secteur informel ;
- Des dispositifs de Sécurité sociale : la Caisse de Sécurité sociale (CSS), les Institutions de Prévoyance Maladie (IPM), l'Institution de Coordination de l'Assurance Maladie Obligatoire (ICAMO), l'Institution de Prévoyance Retraite du Sénégal (IPRES), l'Agence Nationale de la Couverture Maladie Universelle (ANCMU) ;
- Des représentants de la société civile, à travers notamment le réseau REMAPS et le CONGAD ;
- Des institutions spécialisées notamment l'ONFP, l'ADEPME, l'APIX, l'APDA, le BMN, les chambres de commerce et d'industrie, les chambres des métiers et d'artisanat, et les autres institutions d'encadrement, d'assistance et d'appui ;
- Des bénéficiaires finaux que sont les travailleurs de l'économie informelle et leurs familles, auxquels s'ajoutent les travailleurs exerçant des professions libérales (notaires, avocats, médecins...) qui, bien que n'évoluant pas toujours dans le secteur informel, sont aussi concernés par l'absence d'un mécanisme de couverture sociale organisé et adapté à leur statut. L'approche cible ceux et celles qui seront éligibles au régime simplifié du Code de Sécurité sociale.

Au regard de la similitude du profil des acteurs, les campagnes de marketing social et de communication de la seconde phase du projet vont prendre le relais de celles menées durant la première phase. En conséquence, les

approches de communication seront les mêmes. Ces approches seront enrichies et adaptées sur la base de l'expérience de la première phase.

Nous utiliserons donc comme approches la communication institutionnelle, la communication de masse et la communication de proximité.

Quant aux messages, canaux et supports de communication, ils seront choisis parmi ceux déjà listés. Les choix se feront en fonction de chacun des groupes cibles.

Tout cela est pris en compte dans le plan de communication ci-dessous.

V. PLAN DE COMMUNICATION

Cette partie du document nous permettra de rendre opérationnelle la stratégie de communication précédemment définie pour la mise en œuvre de la phase pilote du Régime simplifié de protection sociale pour le secteur informel sur une période de 18 mois, suivie d'une seconde phase de capitalisation et de passage à l'échelle de 3 ans à travers les trois approches retenues, à savoir : la communication institutionnelle, la communication de masse et la communication de proximité.

Elle indique successivement le cadre institutionnel de la communication ; le plan de production du matériel de communication ; le cadre de planification de la communication ; le plan de travail ; le plan de suivi-évaluation ; le budget ; ainsi les risques et postulats dans la mise en œuvre de cette stratégie.

1) Cadre institutionnel du plan de communication

Le projet ayant déjà un comité de pilotage composé des différentes parties prenantes, celui-ci sert de cadre de gouvernance de sa communication. Le lead reste alors assuré par le MTDSRI à travers la DPS. Sa tâche consistera à coordonner et à superviser la mise en œuvre du plan de communication, en relation avec le Coordonnateur de projet du BIT et en étroite collaboration avec les autres points focaux des organisations membres du comité de pilotage.

Les activités du comité tiennent lieu de communication interne du projet. Ce qui implique que ce plan-ci est exclusivement consacré à la communication externe.

2) Plan de production du matériel de communication

Pour que la stratégie de communication soit opérationnelle, le plan de mise en œuvre prévoit également la production au préalable d'un matériel de communication de base.

Étant donné que le projet ne dispose pas de l'expertise requise dans ce domaine, il fera appel à des experts en édition, des graphistes, designers, photographes, vidéastes et monteurs audiovisuels.

N'ayant pas non plus des équipements comme une imprimerie, un banc de montage, des outils de PAO - Publication assistée par ordinateur, ...), il va externaliser ce volet.

Pour la confection de chaque matériel par des prestataires de services, des termes de références seront définis par le comité de pilotage, sur proposition du BIT et sujets à l'approbation de la DPS. Des indications leur seront données pour le respect des chartes graphiques, notamment le choix des bons logos des partenaires et leur disposition sur les supports, le recourt aux messages parmi ceux qui sont retenus dans la stratégie de communication, le choix des images, en veillant aux questions d'équité de genre dans la conception.

Le tableau ci-dessous présente la liste de matériels à produire dans un délai de deux mois, à compter du 15 septembre 2021.

Liste matériels à produire avant le démarrage des activités

Pour la phase pilote

Matériel à produire	Quantité	Destination	Délais indicatifs de production	Méthodologie de production
Conception affiche A2 de la mutuelle	01	Lieux de travail des cibles primaires et secondaires Locaux des prestataires de soins Lieux publics notamment les gares routières, les marchés....	Deux semaines	Création graphique composée du logo de la mutuelle, d'un message clé sur la mutuelle, du slogan de la mutuelle, des images fournies par le projet ou des iconographies proposées par le graphiste.
Impression affiche de la mutuelle	300	-	Une semaine	Transmission fichier haute définition de la maquette à un imprimeur
Conception affiche A2 sur le RSPC	01	Lieux de travail des cibles primaires et cibles secondaires	Deux semaines	Transmission de messages clés sur le RSPC et des images à un graphiste
Impression affiche sur le RSPC	300	-	Une semaine	Transmission fichier haute définition de la maquette à un imprimeur
Dépliant sur le projet de mise en œuvre du RSPC	500	Cibles secondaires et primaires, dans leurs lieux de travail et à l'occasion d'activités organisées pour elles Salle d'attente du projet	Une semaine	Transmission d'un texte de présentation brève du projet et des images à un imprimeur, qui fasse la conception graphique et l'impression Ou confier la conception graphique à un graphiste et transmettre le fichier à un imprimeur
Fiche technique de VALT	01	Les équipes de VALT, en guise de fil conducteur des entretiens au cours des VALT	1 jour	Formulation des cases à renseigner : objet de la visite, état civil du dirigeant de l'atelier, profession, situation familiale, accueil réservé à la démarche, lieu de travail visité, nombre de personnes sensibilisées pour chaque lieu de travail visité, etc.
Flyers sur la mutuelle	3 000	Cibles primaires, à l'occasion des VALT et au siège de la mutuelle Salle d'attente du projet	Une semaine	Transmission d'un texte de présentation brève de la mutuelle et des images à un graphiste et à un imprimeur
Foire Aux Questions (FAQ)	01	Staff de la mutuelle et équipes de VALT Les opérateurs du futur centre d'appel	1 jour	Formulation des questions auxquelles peuvent être confrontés les acteurs agissant au profit de la mutuelle et harmonisation des réponses

Gabarit des présentations PowerPoint	01	Cibles secondaires et primaires	1 jour	Conception par l'équipe du projet
Kakémonos de la mutuelle, format 100x200	02	Siège de la mutuelle Activités de la mutuelle	Deux semaines	Présentation des conditions d'adhésion et des messages clés Textes et images fournis par le staff de la mutuelle Tirage à l'imprimerie
Kakémonos du projet de mise en œuvre du RSPC	05	Locaux du BIT et de la DPS Ambassade Belgique Lieux de travail des cibles secondaires Activités du projet	Deux semaines	Présentation des objectifs du projet RSPC et des messages clés Textes et images fournis par le projet Tirage à l'imprimerie
Mise en page brochure de présentation du projet (16 à 24 pages)	01	Cibles secondaires	Deux semaines	Rédaction du contenu sous Word et transmission à un graphiste pour la mise en page, avec des images illustratives en JPEG, les logos du BIT et du ministère du Travail. Toutes les images doivent être en Haute définition pour ne pas être confronté à des problèmes de pixels.
Impression brochure de présentation du projet	500		Une semaine	-
Tee-shirts de promotion de la mutuelle	3 000	Cibles primaires, à l'occasion des VALT	Trois semaines	Transmission logo et slogan de la mutuelle à un sérigraphe
Traduction des messages clés en Wolof pour les supports de communication à concevoir				

Pour la phase de capitalisation et de déploiement

Matériel à produire	Quantité	Destination	Délais indicatifs de production	Méthodologie de production
Conception brochure de capitalisation de la première phase du projet 20 pages	01	Cibles secondaires	Trois semaines	Extraits du rapport d'activités final, témoignages de bénéficiaires, mots du bailleur et du BIT + sélection de photos des activités précédentes Confier la rédaction à un journaliste ou un communicant expérimenté en rédaction de documents de capitalisation Confier la mise en page à un bon graphiste
Impression de la brochure de capitalisation	-	-	Une semaine	Transmission fichier haute définition de la maquette à un imprimeur
Réimpression affiche A2 sur le RSPC	300	-	Une semaine	Transmission fichier haute définition de la maquette à un imprimeur
Production de Jingles (tops horaires) : publicités très courtes	05	Cibles primaires, pour leur rappeler les	Trois semaines	Transmettre des messages courts à une agence de communication ou à une station de radio, qui se chargera de proposer les personnes qui vont

(quelques secondes), sous forme de messages chantés ou slogans brefs et percutants, diffusée à la radio, précisément à l'heure d'information		bienfaits de la protection sociale et asseoir la notoriété des messages		lire les messages et de faire les mixages avec ou sans musique. L'idéal serait d'avoir comme lecteurs des voix de personnes célèbres et ayant une excellente diction en français et en wolof. Indiquer à la fin de chaque les expéditeurs, en l'occurrence le ministère du travail, le BIT et le pays bailleur. Exemple : « Ne pas prévoir peut coûter cher... Si demain tu tombes malade, qui paiera ? Prends contact avec le centre d'appel, au (numéro du centre d'appel) ». Ce message provient du (expéditeur du message). Durée 15 secondes
Fiche technique de VALT actualisée	01	Les équipes de VALT, en guise de fil conducteur des entretiens au cours des VALT	1 jour	Formulation des cases à renseigner : objet de la visite, état civil du dirigeant de l'atelier, profession, situation familiale, accueil réservé à la démarche, lieu de travail visité, nombre de personnes sensibilisées pour chaque lieu de travail visité, etc.
Foire Aux Questions (FAQ) actualisée	01	Staff de la mutuelle et équipes de VALT Les opérateurs du futur centre d'appel	1 jour	Formulation des questions auxquelles peuvent être confrontés les acteurs agissant au profit de la mutuelle et harmonisation des réponses
Mise en page brochure de présentation de la phase 2 du projet (12 pages)	01	Cibles secondaires	Deux semaines	Rédaction du contenu sous Word et transmission à un graphiste pour la mise en page, avec des images illustratives en JPEG, les logos du BIT et du ministère du Travail. Toutes les images doivent être en Haute définition pour ne pas être confronté à des problèmes de pixels.
Impression brochure de présentation du projet	-	-	Une semaine	Tirage à l'imprimerie -
Tee-shirts de promotion de la mutuelle	3 000	Cibles primaires, à l'occasion des VALT	Trois semaines	Transmission logo de la mutuelle et messages clés

3) Cadre de planification de la communication

Il importe de rappeler à nouveau que l'**objectif de développement** du projet de mise en œuvre du régime simplifié de protection sociale est l'inclusion sociale des travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle et l'accompagnement de leur transition vers le secteur formel.

Pour ce faire, il se fixe comme **objectif global de communication sociale** d'inciter à des changements de comportement déterminants afin de promouvoir l'extension de la couverture sociale aux travailleurs de l'économie informelle.

Plus spécifiquement, il s'agira de :

- Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime ;
- Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS).

C'est dans ce cadre que nous avons retenu les trois approches précédemment annoncées, à savoir : la communication institutionnelle, la communication de masse et la communication de proximité.

Ces approches seront développées à travers une série d'activités de communication tenant compte des produits concrets du plan de travail du projet, c'est-à-dire ceux sur lesquels il y a matière à communiquer. Ces produits sont :

Pour la première phase du projet :

- ⇒ La définition des paramètres techniques de la branche santé du régime simplifié et ses arrangements institutionnels, qui permettent le passage à l'échelle à l'ensemble des travailleurs de l'économie informelle ;
- ⇒ La mise en place de la mutuelle Sociale Nationale des Artisans (MNSA) ;
- ⇒ Le renforcement des capacités des acteurs et techniciens des IPS en gestion du changement pour les préparer à réformer partiellement leurs outils et s'adapter aux réalités socio-économiques de l'économie informelle ;
- ⇒ Le renforcement des capacités techniques de l'ICAMO et des agents de l'IPM pour les acteurs de l'économie informelle sur toute la chaîne de valeur de l'assurance maladie et de la gestion et du parcours client ;
- ⇒ L'informatisation de la gestion de la MSNA et l'aménagement des interfaces avec le système d'information de l'ANCMU pour assurer leur interopérabilité ;
- ⇒ Le renforcement des capacités des OP en protection sociale notamment en assurance maladie et en technique de sensibilisation et de plaidoyer ;
- ⇒ La mise en place d'une centrale d'appel pour les informations, la sensibilisation, les orientations, réclamations, les relances pour les primes/cotisations et les avis d'échéance, etc.

Pour la seconde phase du projet :

- ⇒ La finalisation de la définition des paramètres techniques et financiers du régime ;
- ⇒ L'appui aux Institutions de sécurité sociale (Caisse de Sécurité Sociale, IPRES, ICAMO et ANCMU) pour l'intégration des dispositions légales du régime simplifié dans leur organisation et fonctionnement ;
- ⇒ Le renforcement des capacités des organisations socioprofessionnelles des travailleurs de l'économie informelle et l'appui à la mise en œuvre des fonctions de proximités ;
- ⇒ L'édition du guide de l'assuré du régime détaillant l'ensemble des caractéristiques et avantages du projet, avec un focus sur les procédures d'affiliation, les différentes prestations et les conditions de leur octroi ;
- ⇒ La divulgation, le partage et la mise à jour de guides de bonnes pratiques du BIT auprès des partenaires sociaux, des praticiens et des décideurs, en particulier ceux ayant trait à l'extension au secteur informel, au financement de la protection sociale, à la culture de la protection sociale et à d'autres thématiques pertinentes ;

- ⇒ La réalisation de l'étude d'impact de la protection sociale ;
- ⇒ L'identification et le partage de bonnes pratiques sur les thèmes du projet, en particulier grâce à un cycle de webinaires réunissant les acteurs de la protection sociale au Sénégal, y compris les partenaires sociaux et des organisations socio professionnelles de l'économie informelle ;
- ⇒ La réalisation de l'étude sur l'intégration du genre dans le RSPC et la formulation de recommandations en ce sens ;
- ⇒ La conclusion du partenariat public privé (PPP) contribuant à étendre la protection sociale aux travailleurs du secteur informel dans le cadre du GBN (Réseau mondial d'entreprises pour les socles de protection sociale).

Comme souligné dans la situation de référence, la phase pilote du projet est déjà en cours depuis janvier 2021 et va prendre fin en mai 2022.

La seconde phase, en cours également depuis un an, prendra fin en 2024.

En conséquence, le plan de communication va couvrir le reste de la période indiquée, d'octobre 2021 à décembre 2024.

Actions de communication institutionnelle

L'analyse SWOT nous a permis de noter que le projet de mise en œuvre du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) est bien accueilli par ses cibles primaires et secondaires. Pour elles, la réforme du régime de protection sociale répond à leurs préoccupations car elle a souvent fait l'objet de revendications de la part des organisations syndicales.

Aussi, la plupart des cibles accueillent le projet positivement parce que les besoins de protection sociale se sont accrus face aux catastrophes naturelles récurrentes dues grandement aux changements climatiques (inondations, sécheresses, ...) et suite à la pandémie de la COVID-19.

Dès lors, il nous revient de préserver cette force mobilisatrice durant toute la période de mise en œuvre de la réforme, en répondant aux attentes principales exprimées par les parties prenantes, à savoir : la disponibilité des informations sur la réforme et sa cohérence avec la politique nationale de PS.

Grâce à une communication institutionnelle proactive, nous pouvons y parvenir. Cela veut dire que dans un contexte d'invasion du public par les « fake news », nous n'allons pas attendre que celles-ci apparaissent au sujet du RSPC ou de la mutuelle sociale pour tenter de les contrer. Pour ce faire, nous allons initier des actions de communication visant à rendre disponibles toutes les informations clés du projet et faire savoir aux destinataires que ces informations sont à leur portée, à travers une communication de masse qui va être déroulée simultanément avec celle institutionnelle.

Les cibles secondaires étant susceptibles d'influencer le comportement des cibles primaires, la communication institutionnelle leur sera adressée en priorité. Internet étant l'une de leurs principales sources d'information, nous allons faire des publications régulières sur les sites web du ministère en charge du Travail et du BIT, dans leurs réseaux sociaux.

En outre, un choix stratégique sera porté sur des responsables clés ou influents du secteur de la PS, pour mettre à leur disposition les brochures de présentation du projet.

Nous procéderons également à la pose des affiches et des Kakémonos de présentation du projet, au bénéfice de toutes les cibles.

Le tableau qui suit décline la matrice de communication institutionnelle.

GRUPE-CIBLES	OBJECTIFS	ACTIVITÉS	MESSAGES CLÉS	SUPPORTS	CANAUX	EXPÉDITEUR	FRÉQUENCE
PHASE 1							
Acteurs institutionnels (Ministère du Travail, Ministère des Finances, Ministère de l'Emploi, Ministère de la Santé, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, Assemblée nationale) Médias/Journalistes	Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime	Communications au Conseil des Ministres	Informations sur le niveau d'avancement de chaque action de la réforme	Tableau de bord hebdomadaire du BOS PSE	Communiqué du Conseil des Ministres	Ministre auprès du Président de la République en charge du Suivi du PSE (MSPSE)	Hebdomadaire
			Évaluation des performances d'exécution	Documents de la réformes, études, rapports de mise en œuvre	La conférence de presse bimensuelle « Le Gouvernement face à la Presse)	Le Ministre Porte-parole du Gouvernement et le Ministre du Travail	Au besoin
Acteurs techniques (staff du RSPC et de la Mutuelle, CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, DPS, Direction de l'Artisanat, APDA, ADPME, APIX, ONFP, BMN, BOS-PSE et autres institutions d'encadrement, d'assistance et d'appui) Acteurs de « capitalisation » (Transvie, établissements de santé, Institutions de Prévoyance Maladie (IPM), ACMU ; Partenaires sociaux (syndicat et		Publications sur Internet	Mise en exergue des blocages identifiés, des solutions envisageables ainsi que des décisions et arbitrages stratégiques requérant une action prompte du Gouvernement	Fichier téléchargeable du projet Articles sur le projet Photos et vidéos sur le projet Kakémono 100x200	Sites web du ministère du Travail, page du projet dans le site du BIT et du BOS-PSE Réseaux sociaux du BIT et du ministère du Travail Groupe WhatsApp ICAMO pour les mutualistes Locaux du BIT et de la DPS ainsi que des partenaires (CMU, MSNAS, MATSI, OP, Chambres, prestataires, etc.)		Permanente
		Pose de kakémonos	<i>« La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social. »</i> <i>« La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail. »</i>	Affiches A2			Semestrielle

patronat), OSC (REMAPS, CONGAD)							
Acteurs de l'informel (Organisations Professionnelles d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers) et les travailleurs exerçant des professions libérales (notaires, avocats, médecins...)	Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)	Information, sensibilisation et veille face aux « fake news » via WhatsApp	Informations et actualités de la mutuelle	Messages audio Visuels (photos et iconographies) Vidéos	Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	OP	Permanente

PHASE 2

Acteurs institutionnels (Ministère du Travail, Ministère des Finances, Ministère de l'Emploi, Ministère de la Santé, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, Assemblée nationale) Médias/Journalistes	Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime	Communications au Conseil des Ministres	Informations sur le niveau d'avancement de chaque action de la réforme Évaluation des performances d'exécution Identification des besoins d'appui financier et technique pour le Ministère du Travail Mise en exergue des blocages identifiés, des solutions envisageables ainsi que des décisions et arbitrages stratégiques requérant une action prompte du Gouvernement <i>« La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social. »</i> <i>« La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail. »</i>	Tableau de bord hebdomadaire du BOS PSE	Communiqué du Conseil des Ministres	Le Ministre auprès du Président de la République en charge du Suivi du PSE (MSPSE)	Hebdomadaire
					La conférence de presse bimensuelle « Le Gouvernement face à la Presse)		

Décideurs politiques (Ministères en charge du Travail et de la Sécurité sociale, du Développement communautaire, de l'Équité sociale et territoriale, dont la Délégation Générale à la Protection sociale et à la Solidarité nationale, de l'Emploi, de l'Artisanat, de la Santé, des Finances, de l'Économie) Partenaires sociaux, Haut Conseil du Dialogue social Dispositifs de Sécurité sociale (CSS, IPM, ICAMO, IPRES, ANCMU REMAPS, CONGAD Institutions spécialisées (ONFP, ADEPME, APIX, APDA, BMN) Médias/Journalistes		Partage du guide de l'assuré du régime Partage des guides de bonnes pratiques du BIT	Les caractéristiques et avantages du projet, avec un focus sur les procédures d'affiliation, les différentes prestations et les conditions de leur octroi Bonnes pratiques sur l'extension au secteur informel, le financement de la protection sociale, la culture de la protection sociale et d'autres thématiques pertinentes	Lettre de transmission personnalisée + Exemplaires des guides Fichiers téléchargeables des guides	Service courrier Site web du Ministère du Travail et, page du projet dans le site du BIT	BIT DPS	1x
--	--	---	---	--	---	------------	----

Actions de communication de masse

La communication de masse sera lancée simultanément avec celle institutionnelle, et se poursuivra durant toute la période de mise en œuvre du projet. Comme nous l'avons mentionné dans la stratégie de communication, nous allons utiliser les canaux et supports tels que la radio (stations nationales / radios communautaires), la télévision, la presse écrite, les réseaux sociaux et les canaux de mobilisation.

Les contenus les plus efficaces que nous sommes en mesure de placer à travers ces canaux sont :

- ⇒ **Les actualités** : production de communiqués de presse sur des initiatives du projet, demandes de couverture médiatique des événements du projet ou avis du projet sur un événement d'actualité, production de vidéos et photos sur les activités du projet ;
- ⇒ **Les articles de fond** : travailler avec des journalistes pour la production de récits détaillés à propos du RSPC ;
- ⇒ **La publicité** : annonces spécifiques pour le lancement de la mutuelle et les conditions d'accès à la mutuelle ; jingles de rappel des bienfaits de la protection sociale et des moyens d'en bénéficier ;
- ⇒ **Les interviews** : organisation d'entretiens avec un expert du projet dans les émissions matinales des radios et télévisions.
- ⇒ **Les récits numériques** : production de vidéos témoignages de bénéficiaires avec leur smartphone à diffuser dans les réseaux sociaux ;
- ⇒ **Les récits à dimension humaine** : réalisés avec des journalistes sur une personne ou un groupe ;
- ⇒ **Les caravanes de sensibilisation** : tournées motorisées à travers les grandes agglomérations, réalisées par les acteurs de la mutuelle, en collaboration avec des artistes.

Voir ci-dessous la matrice de communication de masse.

Phase 1

GROUPE-CIBLES	OBJECTIFS	ACTIVITÉS	MESSAGES CLÉS	SUPPORTS	CANAUX	EXPÉDITEUR	FRÉQUENCE
Médias/Journalistes	Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime	Production d'articles de fond ⁶ (par des experts du BIT ou du ministère du Travail)	<p>« <i>Le Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables est un axe incontournable du programme d'extension de la protection sociale au Sénégal. Il répond aux lignes directrices des Recommandations R202 et de la R204 de l'OIT. Aussi permet-il au Sénégal de respecter ses engagements internationaux relatifs aux ODD et à la couverture maladie universelle.</i> »</p> <p>« <i>La coordination et la synergie des interventions des acteurs de la protection sociale sont essentielles dans le renforcement et l'extension</i></p>	Fichiers Word + photos d'illustration	Quotidiens, hebdomadaires et autres périodiques disposant d'un grand lectorat. Exemples : Le Soleil, L'Observateur, Le Quotidien, Le Témoin, Intelligence magazine, etc. Site web ministère du Travail et, page	Un expert de la DPS en Protection sociale Un expert du BIT en Protection sociale	Au besoin

⁶ Étant donné que les médias aiment disposer de droits exclusifs sur les articles de fond, tout article du genre sera envoyé à un seul journaliste ou responsable de rédaction plutôt qu'à tous nos contacts dans les médias. Avant de produire l'article de fond, l'idée sera soumise au journaliste pour voir si le sujet l'intéresse. Les articles de fond peuvent également être produits pour diffusion dans les réseaux sociaux, les sites web et dans les rapports annuel, les études de cas, les rapports à l'intention des donateurs, etc.

<p>Acteurs techniques (staff du RSPC et de la Mutuelle, CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, DPS, Direction de l'Artisanat)</p>			<p><i>de la protection sociale. Cela contribue à l'efficacité et à la visibilité de nos actions et services. »</i></p> <p><i>« Le Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables fait partie des réformes prioritaires du Président de la République du Sénégal. Il engage l'ensemble des administrations à des actions concertées, au grand bénéfice des acteurs de l'économie informelle. »</i></p> <p><i>« La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social. »</i></p> <p><i>« La protection sociale agit comme un stabilisateur automatique. Elle contribue à la promotion du bien-être des personnes, de l'emploi décent et productif, à la réduction de l'insécurité économique, au soutien de l'esprit d'entreprise et des entreprises durables, à la lutte contre les inégalités de revenus, ainsi qu'à la stimulation d'une croissance inclusive et durable. »</i></p> <p><i>« Le RSPC n'est pas une mesure isolée. C'est un outil de réalisation des objectifs du PSE. »</i></p>		<p>du projet dans le site du BIT</p>		
--	--	--	---	--	--------------------------------------	--	--

		Production de reportages d'actualités avec des journalistes	<p>Sujets de reportages⁷ (presse écrite, presse en ligne, radio et télévision) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La définition des paramètres techniques de la branche santé du régime simplifié et ses arrangements institutionnels ; - La mise en place de la mutuelle Sociale Nationale des Artisans (MNSA) ; - Le renforcement des capacités des acteurs et techniciens des IPS en gestion du changement pour les préparer à réformer partiellement leurs outils et s'adapter aux réalités socio-économiques de l'économie informelle ; - Le renforcement des capacités techniques de l'ICAMO et des agents de l'IPM pour les acteurs de l'économie informelle sur toute la chaîne de valeur de l'assurance maladie et de la gestion et du parcours client ; - L'informatisation de la gestion de la MSNA et l'aménagement des interfaces avec le système d'information de l'ANCMU pour assurer leur interopérabilité ; - Le renforcement des capacités des OP en protection sociale notamment en assurance maladie et en 	Documents sur chaque sujet (textes, photos et vidéos)	A proposer à tout média pouvant être intéressé Site web du ministère du Travail, page du projet dans le site et du BIT Réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT	DPS BIT Journalistes	Au besoin
--	--	---	---	---	--	----------------------------	-----------

⁷ Pour la réalisation de tous ces sujets de reportage, il ne manquera pas de médias gratuitement intéressés, puisque ce sont des sujets qui seront tout à fait nouveaux pour eux. Les médias recherchent ces types d'information, surtout les agences de presse et la presse en ligne car ce sont des sujets qui affectent et intéressent directement leurs lecteurs. Il suffit d'approcher individuellement des journalistes, surtout ceux qui sont spécialisés en santé et sur les questions sociales, pour leur expliquer les enjeux. Les médias sont très réceptifs à ce genre de collaboration à l'occasion des Journées mondiales ou lorsque le sujet proposé est lié à un événement actuel, comme la pandémie COVID-19 qui nous rappelle l'importance de la PS. Ils peuvent cependant vous demander de mettre à leur disposition un véhicule pour transporter leurs reporters.

			technique de sensibilisation et de plaidoyer ; - La mise en place d'une centrale d'appel pour les informations, la sensibilisation, les orientations, réclamations, les relances pour les primes/cotisations et les avis d'échéance, etc.				
--	--	--	--	--	--	--	--

CAMPAGNE NATIONALE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION

Acteurs de l'informel (Organisations Professionnelles d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers et les travailleurs exerçant des professions libérales (notaires, avocats, médecins...))	Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)	Réunions de restitution et d'information avec les OPA au niveau des chambres de chaque région	« <i>La Protection sociale est un droit pour tout être humain</i> » « <i>La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail.</i> »	Documents d'information sur la mutuelle	-	Président CIM/OPA	Au besoin
		Caravanes nationales (road-show)	« <i>Si vous adhérez à une mutuelle de santé, vous payez juste 40 000 FCFA pour des frais d'hospitalisation de 200 000 FCFA. Alors qu'avant, il vous fallait peut-être plusieurs mois pour réunir une telle somme ou vendre en urgence plusieurs de vos biens.</i> » « <i>Si vous adhérez à la mutuelle, vous ne payez que 20% de vos frais médicaux</i> »	Matériel de sonorisation Banderoles Affiches Flyers Casquettes Tee-shirts	Médias locaux des régions	Président CIM/OPA	1x
		Émissions d'information et de sensibilisation auprès des radios communautaires sur la mutuelle		Documents d'information de la mutuelle	Radios communautaires	Président CIM/OPA	-

			« Ne pas prévoir peut coûter très cher »				
	Réunions périodiques de suivi des adhésions avec les organisations faitières des OPA dans chaque région	Informations sur les adhésions enregistrées	-	-	Président CIM/OPA	Hebdomadaire	
	Réunions d'évaluation dans chaque région	Activités réalisées	-	-	Président CIM/OPA		
	Réunions d'évaluation nationale	Bilan des réalisations de la mutuelle	-	-	Président CIM/OPA	1x	
	Réalisation d'interviews de responsables du RSPC, en particulier la Directrice de la Protection sociale	<p>« La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social. »</p> <p>« La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail. »</p> <p>« Si vous adhérez à une mutuelle de santé, vous payez juste 40 000 FCFA pour des frais d'hospitalisation de 200 000 FCFA. Alors qu'avant, il vous fallait peut-être plusieurs mois pour réunir une telle somme ou vendre en urgence plusieurs de vos biens. »</p>	Documents sur le projet	Émissions matinales populaires. Exemples : RFM matin, Kinkeliba (RTS1), Yeewul een (TFM) ; etc. Émissions thématiques et/ou hebdomadaires. Exemples : Yoon wi (RFM) ; Sud Santé (Sud FM), etc. Et toute autre opportunité avec les radios communautaires de la capitale et des autres régions	DPS	Au besoin	

			« <i>Si vous adhérez à la mutuelle, vous ne payez que 20% de vos frais médicaux</i> »				
		Publicité sur le lancement de la mutuelle	Objectifs, cibles, date et lieu de l'évènement	Bande annonce radio 45''	Sur des radios populaires et d'envergure nationale : RFM Dakar ; Radio Sénégal ; Zik FM Dakar Et une radio communautaire populaire dans chacune des régions suivantes : Kaolack, Thiès, Diourbel, Louga, Saint-Louis, Fatick, Tambacounda et Ziguinchor (choisie en fonction de leur densité en travailleurs de l'informel)	DPS	132x à raison d'un pack de 12 diffusions par station
		Publicité sur les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle	Tarifs et avantages de l'adhésion la mutuelle + quelques-uns slogans et messages clés suivants « <i>Ne pas prévoir peut coûter cher... Si demain tu tombes malade, qui paiera ?</i> » « <i>Aide-toi en adhérant à la mutuelle et la mutuelle t'aidera.</i> » « <i>En intégrant la mutuelle, on n'est plus obligé de demander de</i>	Spot radio 45''	Une radio communautaire populaire dans chacune des régions suivantes : Kaolack, Thiès, Diourbel, Louga, Saint-Louis, Fatick, Tambacounda		132x à raison d'un pack de 12 diffusions par station

			<p><i>l'aide. On peut être malade dans la discrétion. »</i></p> <p><i>« Une mutuelle fonctionne grâce à la solidarité entre ses membres. Il y a ceux qui tombent malades et ceux qui restent bien portants toute l'année, et les malades sont soignés grâce aux cotisations de tous les adhérents. »</i></p>		<p>et Ziguinchor (choisie en fonction de leur densité en travailleurs de l'informel)</p> <p>Sur RFM Dakar ; Radio Sénégal ; Zik FM Dakar</p>		
				Spot Tv 45'' ⁸	RTS1, avant ou après JT Wolof		5x
		Collecte et diffusion de récits numériques/témoignages de bénéficiaires du RSPC	Avantages acquis par les auteurs des témoignages	Vidéos de 3' maximum réalisées avec des smartphones	Réseaux sociaux du BIT et du ministère du Travail Groupes WhatsApp des chambres de métiers et d'OP	BIT DPS OP	Au besoin

⁸ La DPS prendra le soin de faire confectionner le spot Tv par un prestataire indépendant, pour disposer d'une copie du fichier qui pourra être ventilé gratuitement dans les réseaux sociaux et groupes WhatsApp des OP et de l'ICAMO.

Phase 2

GROUPE-CIBLES	OBJECTIFS	ACTIVITÉS	MESSAGES CLÉS	SUPPORTS	CANAUX	EXPÉDITEUR	FRÉQUENCE
<p>Décideurs politiques (Ministères en charge du Travail et de la Sécurité sociale, du Développement communautaire, de l'Équité sociale et territoriale, dont la Délégation Générale à la Protection sociale et à la Solidarité nationale, de l'Emploi, de l'Artisanat, de la Santé, des Finances, de l'Économie) Partenaires sociaux, Haut Conseil du Dialogue social Dispositifs de Sécurité sociale (CSS, IPM, ICAMO, IPRES, ANCMU REMAPS, CONGAD Institutions spécialisées (ONFP, ADEPME, APIX, APDA, BMN) Médias/Journalistes</p>	<p>Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime</p>	<p>Production d'articles de fond (par des experts du BIT ou du ministère du Travail) Production de reportages d'actualités avec des journalistes Production de récits à dimension humaine sur une personne ou un groupe (avec des journalistes)</p>	<p>L'appui aux Institutions de sécurité sociale (Caisse de Sécurité Sociale, IPRES, ICAMO et ANCMU) pour l'intégration des dispositions légales du régime simplifié dans leur organisation et fonctionnement L'impact de la protection sociale L'intégration du genre dans le RSPC</p>	<p>Documents sur le projet</p>	<p>A proposer à tout média pouvant être intéressé Site web du ministère en charge du Travail et page du projet dans le site du BIT Réseaux sociaux du ministère en charge du Travail et du BIT</p>	<p>DPS BIT Journalistes</p>	<p>Au besoin</p>

CAMPAGNE NATIONALE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION

<p>Décideurs politiques (Ministères en charge du Travail et de la Sécurité sociale, du Développement communautaire, de l'Équité sociale et territoriale, dont la Délégation Générale à la Protection sociale et à la Solidarité nationale, de l'Emploi, de l'Artisanat, de la Santé, des Finances, de l'Économie) Partenaires sociaux, Haut Conseil du Dialogue social Dispositifs de Sécurité sociale (CSS, IPM, ICAMO, IPRES, ANCMU REMAPS, CONGAD Institutions spécialisées (ONFP, ADEPME, APIX, APDA, BMN) Médias/Journalistes</p>	<p>Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime</p>	<p>Information sur le cycle de webinaires de bonnes pratiques sur les thèmes du projet et les cycles de formations destinées aux acteurs techniques</p>	<p>Programme de formation</p>	<p>Communiqué de presse payant</p>	<p>Le Soleil et L'Observateur (payant) RFM Dakar (payant) Radio Sénégal internationale Site web du ministère du Travail et page du projet dans le site du BIT Réseaux sociaux du BIT et du ministère du Travail</p>	<p>BIT</p>	<p>1x</p>
<p>Chambres de commerce et</p>	<p>Inciter les travailleurs et</p>	<p>Réalisation d'interviews de responsables du</p>	<p>Informations sur la seconde phase du projet</p>	<p>Documents sur chaque sujet</p>	<p>Émissions matinales</p>	<p>DPS</p>	<p>Au besoin</p>

<p>d'industrie, chambres des métiers et d'artisanat Organisations professionnelles, regroupements et corporations de métiers du secteur informel Bénéficiaires finaux (travailleurs de l'économie informelle et leurs familles, travailleurs exerçant des professions libérales)</p>	<p>entreprenants de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)</p>	<p>RSPC, en particulier le Directeur de la Protection sociale</p>	<p>+ Messages suivants :</p> <p>« <i>La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social.</i> »</p> <p>« <i>La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail.</i> »</p> <p>« <i>Si vous adhérez à une mutuelle de santé, vous payez juste 40 000 FCFA pour des frais d'hospitalisation de 200 000 FCFA. Alors qu'avant, il vous fallait peut-être plusieurs mois pour réunir une telle somme ou vendre en urgence plusieurs de vos biens.</i> »</p> <p>« <i>C'est Dieu qui nous rendra malades et nous guérira quand ça lui plaira. Adhérez à la mutuelle sociale des artisans car c'est un cadeau mis entre nos mains par notre Créateur.</i> »</p> <p>« <i>Une mutuelle fonctionne grâce à la solidarité entre ses membres. Il y a ceux qui tombent malades et ceux qui restent bien portants toute l'année, et les malades sont</i></p>		<p>populaires. Exemples : RFM matin, Kinkeliba (RTS1), Yeewuleen (TFM) ; etc. Émissions thématiques et/ou hebdomadaires. Exemples : Yoon wi (RFM) ; Sud Santé (Sud FM), etc. Et toute autre opportunité avec les radios communautaires de la capitale et des autres régions</p>		
---	--	---	--	--	---	--	--

			soignés grâce aux cotisations de tous les adhérents. » « Nul ne peut échapper à la vieillesse tant qu'on est en vie. En adhérant à une mutuelle sociale, vous vous préparez à vivre votre vieillesse décemment, avec la possibilité de vous soigner, de soutenir votre famille... même avec de maigres revenus. »				
		Diffusion de jingles publicitaires (top horaires) avant les journaux du matin (wolof et français)	Rappel des bienfaits de la protection sociale sous forme de messages courts et incitatifs	Jingle (top horaire) de 15 secondes	RFM Dakar ; Radio Sénégal ; Zik FM Dakar		60x à raison de 40 au moins par radio
		Publicité sur les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle, les prestations et les mesures incitatives qui seront déployées pour l'adhésion au RSPC	Tarifs de la mutuelle + quelques-uns slogans et messages clés suivants « Ne pas prévoir peut coûter cher... Si demain tu tombes malade, qui paiera ? » « Aide-toi en adhérant à la mutuelle et la mutuelle t'aidera. » « En intégrant la mutuelle, on n'est plus obligé de demander de l'aide. On peut être malade dans la discrétion. » « Une mutuelle fonctionne grâce à la solidarité entre ses membres. Il y a ceux qui tombent malades et ceux qui restent bien portants toute l'année, et les malades sont	Spot radio 45"	RFM Dakar ; Radio Sénégal ; Zik FM Dakar		120x à raison de 3 packs de 12 au moins par station

			<i>soignés grâce aux cotisations de tous les adhérents. »</i>				
		Collecte et diffusion de récits numériques/témoignages de bénéficiaires de la mutuelle	Avantages acquis par les auteurs des témoignages	Vidéos de 3' maximum réalisées avec des smartphones	Réseaux sociaux du BIT et du ministère du Travail Groupes WhatsApp des chambres de métiers, Chambres de commerce et d'OP	BIT DPS OP	Au besoin

Actions de communication de proximité ou interpersonnelle

Cette phase sera celle qui va chercher à satisfaire les attentes suscitées auprès des cibles par la communication de masse. Elle sera rythmée essentiellement par les Visites Aux Lieux de Travail (VALT) les CRD (Comité régional de développement) et les séminaires-ateliers ou sessions d'information et de sensibilisation des acteurs techniques, des acteurs institutionnels et des médias.

Concernant les VALT, le projet proposera aux chambres de métier des 14 régions et à quelques OP assez représentatives de les porter, comme l'ont suggéré certains responsables de ces structures lors des consultations sur leurs attentes. Le corporatisme au sein de ces organisations pourrait faciliter la transmission et la compréhension des messages.

Avant tout, les responsables de ces organisations seront réunis à Dakar, pour une matinée d'information et de sensibilisation sur la PS et le fonctionnement de la MSNA.

Ensuite, il leur sera demandé, une fois de retour à leur base, de concevoir chacun avec son staff un programme. Le programme consistera à dupliquer la réunion d'information et de sensibilisation de Dakar auprès d'un groupe d'une dizaine d'artisans. Ces derniers seront constitués par la suite en équipes de deux personnes qui vont effectuer les VALT.

Ainsi, habillés de tee-shirts aux couleurs de la mutuelle, ils vont rendre visite à leurs pairs dans leurs lieux de travail, pour les sensibiliser sur l'importance de la PS, les avantages de la mutuelle, son fonctionnement, les conditions pour y adhérer, répondre à leurs questions (en se référant à la FAQ) et leur offrir des outils de marketing (tee-shirts) à l'effigie de la mutuelle, fournis par le projet.

Les VALT nécessiteront des frais de transport et de restauration des équipes de sensibilisation. Ils seront pris en charge par le projet, sur la base du programme d'information et de sensibilisation qui sera présenté par chaque responsable de chambre de métier et d'OP ciblée.

Ci-dessous, la matrice des actions de communication de proximité.

GROUPE-CIBLES	OBJECTIFS	ACTIVITÉS	MESSAGES CLÉS	SUPPORTS	CANAU	EXPÉDITEUR	FRÉQUEN
Toutes les cibles	Informersur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)	Cérémonie de lancement de la mutuelle + Documentation photo-vidéo et Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse nationale et internationale	« <i>La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social.</i> » « <i>La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail.</i> » « <i>Si vous adhérez à la mutuelle, vous ne payez que 20% de vos frais médicaux</i> »	Présentation PowerPoint Kakémono du projet Banderoles	Presse nationale Site web et réseaux sociaux du ministère du Travail et page du projet dans le site du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos) Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	DPS	1x
Autorités administratives régionales et départementales Démembrements régionaux et départementaux des ministères Autorités communales		CRD +Documentation photo-vidéo et Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse locale			Presse locale Site web et réseaux sociaux du ministère du Travail et page du projet dans le site du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos) Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	Les Gouverneurs de région DPS	1x par région
Acteurs de l'informel (Organisations Professionnelles d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers et les travailleurs exerçant des professions	Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des	Atelier d'information et de sensibilisation des responsables régionaux des chambres de métiers et d'OP représentatives +	Informations sur l'importance de la PS, le fonctionnement de la MSNA, les modalités d'adhésion, les prestations proposées et les prix des prestations, etc. Demander le portage des VALT	Lots de teeshirts et flyers à remettre aux participants pour distribution aux travailleurs rencontrés durant les VALT Fiche technique VALT, à remettre	Presse nationale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos) Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	DPS BIT Direction de l'Artisanat	1x

libérales (notaires, avocats, médecins...)	Artisans du Sénégal (MSNAS)	Documentation photo-vidéo et Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse nationale		Banderoles			
		Visites Aux Lieux de Travail (VALT) + Documentation photo-vidéo et Envoi de demandes de couverture médiatique de quelques-unes des VALT à la presse locale	Informations sur l'importance de la PS, le fonctionnement de la MSNA, les modalités d'adhésion, les prestations proposées et les prix des prestations, etc.	FAQ sur la mutuelle Fiche technique de VALT Tee-shirts à l'effigie de la mutuelle Flyers sur la mutuelle Outils de collecte d'information et d'évaluation des VALT	Presse locale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos)	Chambres de métiers et OP	Au besoin
Acteurs mutualistes/ Staff de la mutuelle		Atelier de renforcement de capacités en communication et marketing	Techniques de communication et de marketing, notamment la communication digitale Messages clés sur la PS et l'importance d'être affilié à une mutuelle	PowerPoint FAQ sur la mutuelle Flyers sur la PS et la mutuelle Banderoles Kakémonos Documentation sur la réforme	Presse nationale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos) Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	Président CIM/OPA	1x

Acteurs communautaires	Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)		Informations sur l'importance de la PS, le fonctionnement de la MSNA, les modalités d'adhésion, les prestations proposées et les prix des prestations, etc.	PowerPoint FAQ sur la mutuelle Flyers sur la PS et la mutuelle Banderoles Kakémonos Documentation sur la réforme	Presse nationale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos) Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	DPS Direction du Développement communautaire	1x
Toutes les cibles	Informé sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la	Réalisation film de capitalisation 13'	Résultats du projet	Scénario du film Vidéos d'activités déroulées par le projet et des témoignages des bénéficiaires	Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et page du projet dans le site du BIT	DPS BIT	1x

	Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)						
Responsables staff du RSPC et Mutuelle, CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, Direction de l'Artisanat, APDA, ADPME, APIX, ONFP, BMN et autres institutions d'encadrement, d'assistance et d'appui Responsables Ministère du Travail, Ministère des Finances, Ministère de l'Emploi, Ministère de la Santé, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, BOS PSE, Assemblée nationale) Médias/Journalistes	Informersur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime	Réalisation brochure de capitalisation du projet	Les leçons apprises	Textes d'histoires d'impact et de témoignages des bénéficiaires Images d'activités déroulées par le projet Lettres de transmission personnalisées	Services courriers (pour transmission de la brochure) Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT	DPS BIT	1x

<p>Toutes les cibles</p>	<p>Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime</p>	<p>Journées portes ouvertes de la mutuelle</p>	<p>« <i>La Protection sociale est un droit pour tout être humain</i> »</p> <p>« <i>La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté et réduire les risques de précarité du travail.</i> »</p> <p>« <i>Si vous adhérez à une mutuelle de santé, vous payez juste 40 000 FCFA pour des frais d'hospitalisation de 200 000 FCFA. Alors qu'avant, il vous fallait peut-être plusieurs mois pour réunir une telle somme ou vendre en urgence plusieurs de vos biens.</i> »</p> <p>« <i>Si vous adhérez à la mutuelle, vous ne payez que 20% de vos frais médicaux</i> »</p> <p>« <i>Ne pas prévoir peut coûter très cher</i> »</p>	<p>Banderoles Kakémonos Flyers FAQ Casquettes et tee-shirts</p>	<p>Presse nationale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et page du projet dans le site du BIT Groupes WhatsApp des OP</p>	<p>Président CIM/OPA</p>	<p>1x</p>
---------------------------------	--	--	--	---	--	--------------------------	-----------

Phase 2

GROUPE-CIBLES	OBJECTIFS	ACTIVITÉS	MESSAGES CLÉS	SUPPORTS	CANAUX	EXPÉDITEUR	FRÉQUENCE
<p>Décideurs politiques (Ministères en charge du Travail et de la Sécurité sociale, du Développement communautaire, de l'Équité sociale et territoriale, dont la Délégation Générale à la Protection sociale et à la Solidarité nationale, de l'Emploi, de l'Artisanat, de la Santé, des Finances, de l'Économie) Partenaires sociaux, Haut Conseil du Dialogue social Dispositifs de Sécurité sociale (CSS, IPM, ICAMO, IPRES, ANCMU REMAPS, CONGAD Institutions spécialisées (ONFP, ADEPME, APIX, APDA, BMN) Médias/Journalistes</p>	<p>Informers sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime</p>	<p>Atelier de partage du document finalisé des paramètres techniques et financiers du régime + Documentation photo-vidéo + Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse nationale</p>	<p>Paramètres techniques et financiers du régime</p>	<p>Présentation PowerPoint Kakémono du projet Banderoles</p>	<p>Presse nationale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos) Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP</p>	<p>DPS</p>	<p>1x</p>

<p>Chambres de commerce et d'industrie, chambres des métiers et d'artisanat Organisations professionnelles, regroupements et corporations de métiers du secteur informel</p>	<p>Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)</p>	<p>Réunions d'information et de sensibilisation pour la mise en œuvre des fonctions de proximités ; pour lancer le guide de l'assuré du régime + Documentation photo-vidéo + Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse nationale</p>	<p>Informations sur la seconde phase du projet Appui à la mise en œuvre des fonctions de proximité + Messages suivants : « <i>La Protection sociale est un droit pour tout être humain. Elle permet à chaque individu ou famille de faire face tout au long de sa vie aux conséquences de la survenue d'un risque ou d'un besoin social.</i> » « <i>La protection sociale est notre meilleure couverture face à des crises qui sont de plus en plus récurrentes. La COVID-19 nous l'a prouvée. C'est la raison pour laquelle nous devons la promouvoir pour lutter contre la pauvreté</i></p>	<p>Lots de teeshirts et flyers à remettre aux participants pour distribution aux travailleurs rencontrés durant les VALT Fiche technique VALT, à remettre Banderoles</p>	<p>Presse nationale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos) Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP</p>	<p>DPS BIT</p>	<p>1x</p>
---	--	---	---	--	---	---------------------	-----------

		<p>Visites Aux Lieux de Travail (VALT) + Documentation photo-vidéo + Envoi de demandes de couverture médiatique de quelques-unes des VALT à la presse locale</p>	<p><i>et réduire les risques de précarité du travail. »</i> <i>« Si vous adhérez à une mutuelle de santé, vous payez juste 40 000 FCFA pour des frais d'hospitalisation de 200 000 FCFA. Alors qu'avant, il vous fallait peut-être plusieurs mois pour réunir une telle somme ou vendre en urgence plusieurs de vos biens. »</i> <i>« C'est Dieu qui nous rendra malades et nous guérira quand ça lui plaira. Adhérez à la mutuelle sociale des artisans car c'est un cadeau mis entre nos mains par notre Créateur. »</i> <i>« Une mutuelle fonctionne grâce à la solidarité entre ses membres. Il y a ceux qui tombent malades et ceux qui restent bien portants toute l'année, et les malades sont soignés grâce aux cotisations de tous les adhérents. »</i> <i>« Nul ne peut échapper à la vieillesse tant qu'on est en vie. En adhérant à une mutuelle sociale, vous vous préparez à vivre votre vieillesse décemment, avec la possibilité de vous soigner, de soutenir votre famille... même avec de maigres revenus. »</i> + Informations sur l'importance de la PS, le fonctionnement de la MSNA, les modalités d'adhésion, les prestations proposées et les prix des prestations, etc.</p>	<p>FAQ Fiche technique de VALT Tee-shirts à l'effigie de la mutuelle Flyers sur la mutuelle Outils de collecte d'information et d'évaluation des VALT</p>	<p>Presse locale Sites web et réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT (diffusion d'articles comptes rendus, photos et vidéos)</p>	<p>Chambres de métiers, Chambres de commerce et OP</p>	<p>Au besoin</p>
--	--	--	---	---	---	--	------------------

Décideurs politiques (Ministères en charge du Travail et de la Sécurité sociale, du Développement communautaire, de l'Équité sociale et territoriale, dont la Délégation Générale à la Protection sociale et à la Solidarité nationale, de l'Emploi, de l'Artisanat, de la Santé, des Finances, de l'Économie) Partenaires sociaux, Haut Conseil du Dialogue social Dispositifs de Sécurité sociale	Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime		Résultats de l'étude d'impact de la protection sociale	Documents de l'étude Présentation PowerPoint Kakémono du projet Banderoles	Presse nationale Sites web du Ministère du Travail et du BIT		
--	---	--	--	---	---	--	--

(CSS, IPM, ICAMO, IPRES, ANCMU REMAPS, CONGAD Institutions spécialisées (ONFP, ADEPME, APIX, APDA, BMN) Médias/Journalistes	Atelier de partage des résultats de l'étude sur l'intégration du genre dans le RSPC, sur les mesures incitatives, sur les indicateurs de performance + Documentation photo-vidéo + Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse nationale	Résultats de l'étude sur l'intégration du genre dans le RSPC	Documents de l'étude Présentation PowerPoint Kakémono du projet Banderoles			
	La conclusion du partenariat public privé (PPP) contribuant à étendre la protection sociale aux travailleurs du	Modalités du partenariat	Copies du document de partenariat Présentation PowerPoint Kakémono du projet	Presse nationale Sites web du Ministère du Travail et du BIT	BIT DPS	1x

		secteur informel dans le cadre du GBN (Réseau mondial d'entreprises pour les socles de protection sociale).		Banderoles			
Toutes les cibles	Informer sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime	Production d'un film de capitalisation	Résultats du projet	Vidéos des activités			
		Réalisation d'une brochure de capitalisation		Photos des activités			

4) Plan de travail

Pour 2021

ACTIVITÉS	RESPONSABLES	PÉRIODE : 2021												
		janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	
Communication institutionnelle														
Production des supports de communication														
Publications sur Internet														
Pose de kakémonos														
Pose d'affiches														
Partage de la brochure de présentation du projet														
Information, sensibilisation et veille face aux « fake news »														
Production d'articles de fond														
Communications au Conseil des Ministres	BOS-PSE													
Communication de masse														
Réunions de restitution et d'information avec les OPA au niveau des chambres de chaque région	Président CIM/OPA													
Caravanes nationale (road-show)														
Production de reportages d'actualités avec des journalistes														
Réalisation d'interviews														
Confection spot tv les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle														
Publicité sur les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle														
Émissions d'information et de sensibilisation auprès des radios communautaires sur la mutuelle														

Communication de proximité

Publicité pour annoncer la cérémonie de lancement de la mutuelle														
Confection banderoles 3mx1 pour la cérémonie de lancement de la mutuelle														
Confection bande annonce lancement de la mutuelle														
Envoi de demandes de couverture médiatique de la cérémonie de lancement de la mutuelle à la presse														
Cérémonie de lancement de la mutuelle + Couverture photo-vidéo														
Confection banderoles 3mx1 réunion d'information et de sensibilisation des responsables régionaux des chambres de métiers et d'OP														
Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse pour la réunion d'information et de sensibilisation des responsables régionaux des chambres de métiers et d'OP														
Réunion d'information et de sensibilisation des responsables régionaux des chambres de métiers et d'OP représentatives + Couverture photo-vidéo et Couverture médiatique														
Visites Aux Lieux de Travail (VALT) + Couverture photo-vidéo et Couverture médiatique de quelques-unes des VALT														
Production des supports de communication pour la phase 2														

Pour 2022

ACTIVITÉS	RESPONSABLES	PÉRIODE : 2022											
		janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.
Communication institutionnelle													
Information, sensibilisation et veille face aux « fake news »													
Publications sur Internet													
Production d'articles de fond													
Réalisation film de capitalisation 13'													
Pose d'affiches													
Partage du guide de l'assuré du régime													
Communication de masse													
Réunions périodiques de suivi des adhésions avec les organisations faitières des OPA dans chaque région													
Réunions d'évaluation dans chaque région													
Réunions d'évaluation nationale													
Réalisation d'interviews de responsables du RSPC													
Diffusion de jingles publicitaires													
Publicité sur les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle													
Production de reportages d'actualités avec des journalistes													
Production d'articles de fond													
Production et publication d'un communiqué de presse pour information sur le cycle de webinaires de bonnes pratiques sur les thèmes du projet													

Collecte et diffusion de récits numériques/témoignages de bénéficiaires de la mutuelle													
Production de portraits de type mini-biographie													
Production de récits à dimension humaine													
Communication de proximité													
Atelier de renforcement de capacités en communication et marketing													
CRD													
Atelier de partage du document finalisé des paramètres techniques et financiers du régime													
Réunion d'information et de sensibilisation pour la mise en œuvre des fonctions de proximités													
Visites Aux Lieux de Travail (VALT)													
Journées portes ouvertes de la mutuelle													

Pour 2023

ACTIVITÉS	RESPONSABLES	PÉRIODE : 2023											
		janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.
Communication institutionnelle													
Information, sensibilisation et veille face aux « fake news »													
Publications sur Internet													
Production d'articles de fond													
Partage des guides de bonnes pratiques du BIT													
Communication de masse													
Diffusion de jingles publicitaires													

Publicité sur les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle													
Réalisation d'interviews de responsables du RSPC													
Production de reportages d'actualités avec des journalistes													
Production d'articles de fond													
Collecte et diffusion de récits numériques/témoignages de bénéficiaires de la mutuelle													
Production de portraits de type mini-biographie													
Production de récits à dimension humaine													
Communication de proximité													
Atelier de partage de l'étude d'impact de la protection sociale													
Atelier de partage des résultats de l'étude sur l'intégration du genre dans le RSPC													
VALT													

Pour 2024

ACTIVITÉS	RESPONSABLES	PÉRIODE : 2024											
		janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.
Communication institutionnelle													
Information, sensibilisation et veille face aux « fake news »													
Communication de masse													
Réalisation d'interviews de responsables du RSPC													
Production de reportages d'actualités avec des journalistes													

Production d'articles de fond														
Collecte et diffusion de récits numériques/témoignages de bénéficiaires de la mutuelle														
Production de portraits de type mini-biographie														
Production de récits à dimension humaine														
Communication de proximité														
Cérémonie de signature du partenariat public privé (PPP)														

5) Plan de suivi-évaluation / Phase 1 du projet

OBJECTIFS	ACTIVITÉS	INDICATEURS	MOYENS DE VÉRIFICATION	PÉRIODE	RESPONSABLE
Informers sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime	Communications au Conseil des Ministres	Nombre de communications	Communiqué du Conseil des Ministres Tableau de bord du BOS-PSE	Semestrielle	BOS-PSE
	Réunions de restitution et d'information avec les OPA au niveau des chambres de chaque région	Nombre de réunions organisées Nombre de participants	Feuilles de présence	Semestrielle	Président CIM/OPA
	Réunions périodiques de suivi des adhésions avec les organisations faitières des OPA dans chaque région	Nombre de réunions organisées Nombre de participants	Feuilles de présence	Semestrielle	Président CIM/OPA
	Réunions d'évaluation dans chaque région	Nombre de réunions organisées Nombre de participants	Feuilles de présence	Semestrielle	Président CIM/OPA
	Publications sur Internet	Nombre de documents du projet mis en ligne	Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT	Semestrielle	DPS & BIT
	Pose de kakémonos	Nombre de kakémonos posés	Lieux d'affichage	Octobre 2021	BIT & partenaires

	Pose d'affiches	Nombre d'affiches posées	Lieux d'affichage	Octobre 2021	Partenaires
	Partage de la brochure de présentation du projet	Nombre de brochures distribuées	Copies lettres de transmission	Novembre 2021	BIT & DPS
	Production d'articles de fond	Nombre d'articles produits Nombre de publications Nombre de lectures	Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT	Semestrielle	BIT & DPS
	Production de reportages d'actualités avec des journalistes	Nombre de reportages	Liste des médias qui les ont réalisés	Semestrielle	BIT & DPS
	Réalisation d'interviews	Nombre d'interviews	Liste des médias qui les ont réalisés	Bimestrielle	
	Publicité sur le lancement de la mutuelle	Nombre de bandes annonce radio diffusées	Bons de commande	Novembre 2021	
	Publicité sur Conditions d'accès aux prestations de la mutuelle	Nombre de spots radio diffusés Nombre de spots tv diffusés	Bons de commande	Décembre 2021	
Informers sur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie	Cérémonie de lancement de la mutuelle + Documentation photo-vidéo et Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse nationale et internationale	Nombre de participants Participation de haut niveau Nombre de déclarations du gouvernement, des partenaires sociaux et des partenaires de développement	Rapport de l'événement, médias	Octobre 2021	

informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)					
Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)	Information, sensibilisation et veille face aux « fake news » via WhatsApp	Nombre lecture des messages audio Nombre de vues des visuels (photos et iconographies) Nombre de vues des vidéos	Groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	Mensuelle	
	Réunion d'information et de sensibilisation des responsables régionaux des chambres de métiers et d'OP représentatives au village artisanal de Soumbédioune + Documentation photo-vidéo et Envoi de demandes de couverture médiatique à la presse nationale	Nombre de participants	Rapport de l'événement, médias	Novembre 2021	
	Caravanes nationale (road-show)	Nombre de communes visitées	Images de la caravane	Janvier 2022	Président CIM/OPA
	Émissions d'information et de sensibilisation auprès des radios communautaires sur la mutuelle	Nombre d'émissions réalisées	Copies des émissions	Janvier 2022	Président CIM/OPA
	Visites Aux Lieux de Travail (VALT) + Documentation photo-vidéo et Envoi de demandes de couverture médiatique de quelques-unes des VALT à la presse locale	Nombre de visites effectuées Nombre de personnes sensibilisées	Rapports des responsables de chambres de métiers et d'OP	Janvier 2022	
	Atelier de renforcement de capacités en communication et marketing	Nombre de participants	Feuille de présence	Février 2022	Président CIM/OPA
	Collecte et diffusion de récits numériques/témoignages de bénéficiaires de la mutuelle	Nombre de récits collectés Nombre de vues	Réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT et groupes	Mai 2022	

			WhatsApp des chambres de métiers et OP		
Informersur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime	Réalisation film de capitalisation 13'	Nombre de diffusions	Le fichier vidéo Sites web du ministère du Travail et du BIT Réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT et groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	Mai 2022	

6) Plan de suivi-évaluation/ Phase 2 du projet

OBJECTIFS	ACTIVITÉS	INDICATEURS	MOYENS DE VÉRIFICATION	PÉRIODE	RESPONSABLE
Informersur le processus de réforme et de mise en place du Régime Simplifié de Protection Sociale pour les Petits Contribuables (RSPC) au Sénégal ainsi que sur le fonctionnement et les avantages du Régime Inciter les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle à adhérer au RSPC, notamment à travers la Mutuelle	Publications sur Internet	Nombre de documents du projet mis en ligne	Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT	Semestrielle	
	Pose d'affiches	Nombre d'affiches posées	Lieux d'affichage	Août 2022	
		Nombre de numéros réalisés	Sites web du ministère du Travail et du BIT	Juillet 2022	
	Partage du guide de l'assuré du régime	Nombre d'exemplaires partagés Nombre de publications	Copies lettres de transmission	Décembre 2022	

Sociale Nationale des Artisans du Sénégal (MSNAS)		Nombre de lectures	Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT		
	Réalisation d'interviews de responsables du RSPC	Nombre d'interviews	Liste des médias qui les ont réalisés	Bimestrielle	
	Publicité sur les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle	Nombre de spots diffusés	Bons de commandes	Avril 2023	
	Production de reportages d'actualités avec des journalistes	Nombre de reportages	Liste des médias qui les ont réalisés Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT	Semestrielle	
	Production d'articles de fond	Nombre d'articles produits Nombre de publications Nombre de lectures	Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT	Semestrielle	
	Collecte et diffusion de récits numériques/témoignages de bénéficiaires de la mutuelle	Nombre de récits collectés Nombre de vues	Réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT et groupes WhatsApp des chambres de métiers et OP	Semestrielle	
	Production de portraits de type mini-biographie	Nombre de portraits	Liste des médias qui les ont réalisés Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT	Annuelle	
	Production de récits à dimension humaine		Liste des médias qui les ont réalisés Sites web des médias destinataires, du ministère du Travail et du BIT	Annuelle	
	Atelier de partage du document finalisé des paramètres techniques et financiers du régime	Nombre de participants	Feuille de présence Rapport de l'activité		
	Atelier de partage de l'étude d'impact de la protection sociale	Nombre de participants	Feuille de présence Rapport de l'activité		

	Réunion d'information et de sensibilisation pour la mise en œuvre des fonctions de proximités	Nombre de participants	Feuille de présence Rapport de l'activité		
	Atelier de partage des résultats de l'étude sur l'intégration du genre dans le RSPC	Nombre de participants	Feuille de présence Rapport de l'activité		
	Visites Aux Lieux de Travail (VALT)	Nombre de visites effectuées Nombre de personnes sensibilisées	Rapports des responsables de chambres de métiers et d'OP	Annuelle	
	Réalisation brochure de capitalisation du projet	Nombre d'exemplaires produits	Bon de commande		
	Partage de la brochure de capitalisation	Nombre d'exemplaires partagés	Copies lettres de transmission	Décembre 2023	
	Cérémonie de signature du partenariat public privé (PPP)	Nombre de participants	Feuille de présence Rapport de l'activité		
	Réalisation film de capitalisation de 13'	Nombre de diffusions	Le fichier vidéo Sites web du ministère du Travail et du BIT Réseaux sociaux du ministère du Travail et du BIT et groupes WhatsApp des chambres de métiers, chambres de commerce et OP		

7) Budget

Phase 1

DÉSIGNATION	QUANTITÉ	PRIX U.	COÛT TOTAL
Traduction des messages clés en langues nationales	20 messages x 6 langues codifiées	15 000	1 800 000
Tee-shirts de promotion de la mutuelle	3 000	1 200	3 600 000
Conception affiche A2 de la mutuelle	01	200 000	200 000
Conception affiche A2 sur le RSPC	01	200 000	200 000
Dépliant sur le projet de mise en œuvre du RSPC	500	500	250 000
Communications au Conseil des Ministres	-	0	0
Réunions de restitution et d'information avec les OPA au niveau des chambres de chaque région		Forfait	7 000 000
Caravanes nationale (road-show)			22 500 000
Émissions d'information et de sensibilisation auprès des radios communautaires sur la mutuelle		Forfait	45 000 000
Réunions périodiques de suivi des adhésions avec les organisations faitières des OPA dans chaque région		Forfait	25 000 000
Réunions d'évaluation dans chaque région		Forfait	14 000 000
Réunions d'évaluation nationale		Forfait	3 000 000
Atelier de renforcement de capacités en communication et marketing			3 000 000
Journées portes ouvertes de la mutuelle			7 000 000
CRD	14	1 500 000	21 000 000
Fiche technique de VALT	01	0	0
Visites Aux Lieux de Travail (VALT)		Forfait	5 000 000
Flyers sur la mutuelle	3 000	200	600 000
Foire Aux Questions (FAQ)	01	0	0
Gabarit des présentations PowerPoint	01	0	0
Impression affiche A2 de la mutuelle	300	660	198 000
Impression affiche A2 sur le RSPC	300	660	198 000

Mise en page brochure de présentation du projet	16 à 24 pages	Forfait	300 000
Impression brochure de présentation du projet	500	4 000	2 000 000
Kakémonos de la mutuelle, format 100x200	02	120 000	240 000
Kakémonos du projet de mise en œuvre du RSPC	04	120 000	480 000
Confection et diffusion spots et bandes annonces radio	22 packs de 12	150 000	3 300 000
Confection spot Tv	01	180 000	180 000
Diffusion spot Tv	05	354 000	1 770 000
Cérémonie de lancement de la mutuelle	01	3 000 000	3 000 000
Réunion d'information et de sensibilisation des responsables régionaux des chambres de métiers et d'OP	01	1 000 000	1 000 000
Documentation photo-vidéo	06	165 000	990 000
Couverture médiatique	03	330 000	990 000
Banderoles 3mx1	04	30 000	120 000
Film de capitalisation 13'	01	1500000	1 500 000
Rapport d'activités du projet (56 à 100 pages)	300	Forfait	1 450 000
TOTAL			176 866 000

Phase 2

DÉSIGNATION	QUANTITÉ	PRIX U.	COÛT TOTAL
Mise en page du guide de l'assuré du régime	1	300 000	300 000
Impression du guide de l'assuré du régime	-	Forfait	500 000
Conception brochure de capitalisation de la première phase du projet 32 pages	1	Forfait	300 000
Impression de la brochure de capitalisation de la première phase du projet 32 pages	-	Forfait	600 000
Conception brochure de capitalisation de la seconde phase			300 000
Impression brochure de capitalisation de la seconde phase			600 000

Production de Jingles (tops horaires) : publicités très courtes (quelques secondes), sous forme de messages chantés ou slogans brefs et percutants, diffusée à la radio, précisément à l'heure d'information	3	Forfait	300 000
Diffusion de jingles	60	37 000	2 220 000
Publicité sur les conditions d'accès aux prestations de la mutuelle	10 pack de 12 diffusions (soit 120 diffusions)	150 000	1 500 000
Mise en page brochure de présentation de la phase 2 du projet (16 à 24 pages)	1	Forfait	300 000
Impression brochure de présentation du projet	-	Forfait	600 000
Tee-shirts de promotion du RSPC	3 000	1 200	3 600 000
Impression de la brochure de capitalisation de la seconde phase	-	Forfait	600 000
Réunion d'information et de sensibilisation pour la mise en œuvre des fonctions de proximités	1	1 000 000	1 000 000
Organisation d'ateliers	3	2 000 000	6 000 000
Production et publication d'un communiqué de presse pour information sur le cycle de webinaires de bonnes pratiques sur les thèmes du projet	1	Forfait	100 000
Visites Aux Lieux de Travail (VALT)	-	Forfait	3 000 000
Cérémonie de signature	1	Forfait	200 000
Couvertures médiatiques	-	Forfait	1 000 000
Documentations photos et vidéos	-	165 000	1 000 000
TOTAL			24 020 000

TOTAL GÉNÉRAL (phase 1 et 2) : 200 886 000

8) Hypothèses (postulas) et risques

Formulation et analyse des hypothèses

Hypothèse	Probabilité	Commentaire	Entité concernée
Niveau politique			
La stabilité économique, sociale et politique pendant la période du projet	Moyenne	A l'instar de beaucoup de pays, l'économie du Sénégal est affectée depuis 2020 par la crise sanitaire mondiale provoquée par la pandémie de la COVID-19. Au cours des six dernières années avant cette pandémie, le taux de croissance se situait au-dessus des 5%. En 2020, la croissance est estimée par le FMI à -0,7%, mais un rebond serait prévu dès cette année, pour atteindre 5,2% de croissance. En attendant, le Gouvernement a mis en place un Plan d'action prioritaire ajusté et accéléré sur la période 2021-2023. Son principal objectif est de stimuler l'investissement privé, diversifier les moteurs de croissance et renforcer la résilience économique afin d'atteindre un taux croissance moyen de 8,7% sur la période 2021-2023.	Gouvernement
La volonté politique	Forte	Le Gouvernement a l'ambition de construire à l'horizon 2035, un système de protection sociale accessible à tous les Sénégalais, fournissant à chacun un socle de protection sociale, notamment un revenu minimum garanti et une couverture maladie universelle, mais aussi une protection de base, assurant la résilience à tous ceux qui souffriraient des chocs et des crises qui pourraient survenir, y compris les catastrophes naturelles résultant du changement climatique. Cette volonté politique du Gouvernement a été réaffirmée au plus haut niveau par le Président de la République, Monsieur Macky Sall, lors de son message à la Nation du 03 avril 2021, et précédemment matérialisée par la mise en place de programmes clés comme le Programme national de bourses de sécurité familiale (PNBSF), la Couverture maladie universelle (CMU), la Carte d'égalité des chances (CEC), etc.	Gouvernement
Niveau institutionnel			
Les autorités impliquées dans la mise en œuvre du projet participent aux activités	Forte	La préparation et la mise en œuvre se fait jusqu'ici suivant une démarche participative avec les parties prenantes. La poursuite de cette approche illustrée par dans ce plan de communication limitera les problèmes de collaboration et les réticences aux changements.	Ministère du Travail
Stabilité des relations avec les pays bailleurs	Forte	La stabilité des relations entre la France, la Belgique et le Sénégal va garantir la mise en œuvre du projet.	Gouvernement France Belgique
Niveau opérationnel			
Les travailleurs et entrepreneurs de l'économie informelle, les acteurs	Forte	Les actions de communication spécifiques à chacun des groupes-cibles va susciter de leur part une collaboration et une participation active aux activités.	Organisations Professionnelles

<p>techniques et institutionnels, les « acteurs de capitalisation » ainsi que les médias ont accès aux activités du projet et adhèrent à son approche</p>			<p>d'Artisans, Union Nationale des Chambres de Métiers Staff du RSPC et de la Mutuelle, CSS, IPRES, ICAMO, ACMU, DPS, Direction de l'Artisanat Ministère du Travail, Ministère des Finances, Haut Conseil du Dialogue Social, DGPSN, BOS PSE, Assemblée nationale Transvie, établissements de santé, Partenaires sociaux (syndicat et patronat) Médias/Journalistes</p>
---	--	--	---

Formulation et analyse des risques

Risque	Probabilité	Impact	Commentaires/mesures d'atténuation	Responsabilité
Niveau politique				
Instabilité politique dans le Pays	Forte	Fort	Au Sénégal, les périodes pré et post électorales sont souvent marquées par de vives tensions entre les acteurs politiques. Nous sommes justement à quelques mois des prochaines élections locales. Elles auront lieu le 23 janvier 2022, en pleine exécution du projet. En conséquence, une attention particulière devrait prêter à la situation politique nationale.	Autorités sénégalaises
La persistance de la crise sanitaire mondiale liée à la COVID-19	Forte	Fort	Jusqu'ici, aucun pays n'a réussi à arrêter la propagation de la maladie dans son espace géographique. Les gros espoirs qui étaient attendus des campagnes de vaccination sont amoindris par l'infodémie sur les effets secondaires de certains vaccins et les découvertes de nouveaux variant du virus Sars-CoV-2, le variant Delta qui a amené le Sénégal à enregistrer des records contaminations, de décès et de cas graves, en comparaison à aux première et deuxième vagues. Compte tenu de cette situation, le pays n'est pas à l'abri d'une quatrième vague. Étant donné que l'organisation de séminaires et ateliers est tolérée par les autorités, les actions de communication interpersonnelle peuvent être déroulées mais dans le respect strict des gestes barrières.	Ministère du Travail BIT
Niveau Institutionnel				
Un mauvais pilotage du projet	Faible	Fort	Les activités sont principalement mises en œuvre par le BIT, en étroite coordination avec la DPS et tous les autres membres du comité de pilotage. Sans un leadership bien assumé par la DPS et un suivi-évaluation des activités, celui-ci pourrait perdre en efficience.	La DPS
Niveau opérationnel				
Faible participation des parties prenantes	Faible	Fort	Toutes les parties prenantes consultées ont montré une réelle volonté de participer à la mise en œuvre du projet. Celui-ci devrait garder le cap sur l'inclusivité dans la démarche.	DPS BIT

Annexes

Liste des structures consultées

- Agence Couverture Maladie Universelle (ACMU)
- Assemblée nationale
- Association nationale des Bijoutiers du Sénégal (ANBS)
- Bureau international du Travail (BIT)
- Bureau Opérationnel du Suivi du PSE (BOS PSE)
- Caisse de Sécurité Sociale (CSS)
- Chambre des métiers de Kafrine
- Chambre des métiers de Kaolack
- Confédération des Syndicats Autonomes du Sénégal (CSA)
- Confédération Nationale des Travailleurs du Sénégal - Forces du changement (CNTS-FC)
- Confédération Nationale des Travailleurs du Sénégal (CNTS)
- Conseil National du Patronat du Sénégal (CNP)
- Délégation Générale à la Protection Sociale et à la Solidarité nationale (DGPSN)
- Direction de l'Artisanat (DA)
- Direction de la Protection Sociale (DPS)
- Fédération nationale des Professionnelles de l'Habillement (FENAPH)
- Haut Conseil du Dialogue Social (HCDS)
- Institution de Coordination de l'Assurance Maladie Obligatoire (ICAMO)
- Institution de Prévoyance Retraite du Sénégal (IPRES)
- Mutuelle sociale des Travailleurs des transports au Sénégal (TRANSVIE)
- Union Nationale des Commerçants et Industriels du Sénégal (UNACOIS JAPPO)
- Union nationale des Femmes Restauratrices du Sénégal (UNAFRES)
- Union Nationale des Syndicats Autonomes du Sénégal (UNSAS)

Documents consultés

- « Les nouveaux réseaux de communication, atout ou menace pour la presse : Le journalisme au défi d'Internet », étude menée par des chercheurs de l'entreprise Sony et rapportée par Angelo Agostini, in Le Monde Diplomatique, n° 523, octobre 1997 ;
- Communication and Visibility Strategy - Improving synergies between social protection and Public Finance Management ;
- Concevoir son plan de communication - Manuel du Centre de St-Pierre, Montréal (Québec), juin 2012 ;
- Document de projet de coopération pour le développement « Bâtir des systèmes nationaux de protection sociale robustes pour couvrir les travailleurs de l'économie informelle et leurs familles, faciliter leur accès aux soins de santé et leur permettre de faire face aux défis de demain » ;
- Document de projet de coopération pour le développement « Accès universel à la protection sociale et à la santé et sécurité au travail par la transition vers le travail formel » ;
- Draft 1 du Plan de communication et visibilité du « Consolider la viabilité financière et la couverture du système de protection sociale au Sénégal » ;
- Étude du Nielsen Norman Group sur "l'utilisabilité" des newsletters (<https://urlz.fr/fmla>).
- Étude pour l'articulation entre la Couverture Maladie Universelle (CMU) et le Régime simplifié pour les petits contribuables (RSPC) / Mise en place d'une mutuelle sociale des artisans, Mame Abdoulaye Gueye & Ahmed Lamine Sadjji, septembre 2018 ;
- Guide pratique du Département fédéral des affaires étrangères (DFAE) de la Direction du développement et de la coopération suisse (DDC) Communication pour le développement, juillet 2016 ;
- La communication pour le développement : Accroître l'efficacité des Nations Unies - FAO, OIT, ONUSIDA, UNICEF, PNUD, UNESCO, OMS, New York, 2010 ;
- Note conceptuelle sur la professionnalisation de la gestion de la Mutuelle sociale des Artisans (MSA) ;
- Note sur le projet d'élaboration du Code unique de sécurité sociale ;

- Présentation de projet - Consolider la viabilité financière et la couverture du système de protection sociale au Sénégal ;
- PRODOC RSPC 2017 ;
- Rapport mondial du BIT 2017/2019 sur la protection sociale ;
- Recensement général des entreprises (RGE), Agence nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD), 2014 ;
- Stratégie Nationale de Protection Sociale (SNPS) du Sénégal 2015-2035 ;
- Termes de référence « Élaboration d'une stratégie et d'un plan de communication sociale pour accompagner la mise en œuvre du Régime simplifié de Protection sociale (RSPC), avril 2021 - juin 2021 ».