



CASE
DES ASSOCIATIONS

**RAPPORT GENERAL DU PROJET
« Volontaire Vigilance et Sensibilisation
contre le COVID 19 » (V2S COVID-19)**

I. INTRODUCTION

La Case des Associations (CASA) a signé une convention de partenariat avec l'INSP en vue de la mise en œuvre des actions urgentes contribuant au renforcement du dispositif national de prévention et de lutte contre la pandémie du COVID 19.

Ladite convention faisait suite à une phase test du Programme V2S COVID-19 qui s'est déroulée entre le 23 et le 29 mars 2020 dans les 06 communes du District de Bamako sur fonds propres.

Au total 200 activités /sites convenus par cette phase étaient :

- 32 mosquées ;
- 40 marchés ;
- 16 gares routières ;
- 16 salons de coiffures (08 pour homme et 08 pour femmes) ;
- 96 « grins ».

Le projet a été réalisé par la CASA en partenariat avec l'UJMMA, les jeunes médecins avec l'appui financier et technique du Comité de crise de la COVID 19 à travers l'INSP.

II. OBJECTIFS

2.1 Objectif Général

Contribuer au renforcement du dispositif national de prévention et de lutte contre la pandémie du COVID 12.

2.2 Objectifs Spécifiques

- participer à la mise en œuvre du Plan national de Prévention et de Lutte contre la pandémie du COVID-19, sous la Direction de l'INSP ;
- contribuer à la mobilisation sociale/communautaire dans la prévention et la riposte contre la maladie du COVID-19 ;
- promouvoir auprès du public les gestes et réflexes utiles ;
- sensibiliser le public sur les bonnes pratiques de prévention de la pandémie ;
- communiquer sur les risques encourus ;
- exécuter toute tâche, en tout lieu et en tout temps, à la demande du Comité Scientifique du Ministère de la Santé et des Affaires Sociales et du Comité de crise.

III. DEROULES

3.1 Lancement officiel des activités

En vue de faire face et l'urgence, la CASA et ses partenaires ont préféré décalé le lancement officiel en mettant l'accent sur les activités de terrain. La cérémonie a finalement eu lieu le 05 mai 2020 à la Grande mosquée de Bamako. Elle a été présidée par Monsieur Habib KANE, Directeur National des affaires religieuses et du culte représentant le Ministre des affaires religieuses et du culte. La cérémonie a enregistré la présence de l'Imam Koké KALLE de la grande mosquée de Bamako, les acteurs du monde religieux et la presse.

Au cours de ce lancement, des messages de sensibilisation sur le respect des mesures barrières et d'hygiènes au sein des mosquées, des « grins », des gares routières, des salons de coiffure (hommes et femmes) ainsi que des marchés ont été véhiculés et diffusés plus tard par voix de presse.

3.2 Activités de terrain

L'approche terrain et la stratégie d'intervention ont été conçues et adaptées à chaque public cible du projet.

Les activités de terrain se sont déroulées du 27 avril au 31 mai 2020 sur la base du programme ci-après :

Tableau 1 : Calendrier de Sensibilisation

Semaines	Dates	Sites ciblés	Nombre
Semaine 1	27 Avril au 3 Mai	Mosquées	32
Semaine 2	04 au 10 Mai	Marchés	40
Semaine 3	11 au 17 Mai	Grin	96
Semaine 4	18 au 24 Mai	Salon de coiffure	16
Semaine 5	24 au 31 Mai	Gare Routière	16

Tableau 2 : Repartition des Equipes par commune

Equipes	Communes
Equipe1	Commune1
Equipe2	Commune2
Equipe3	Commune3
Equipe4	Commune4
Equipe5	Commune5
Equipe6	Commune6
Equipe7	Commune1
Equipe8	Commune6

Des kits ont été remis au niveau des sites visités conformément aux indications ci-dessous :

Tableau 3 : Nombre de sites touchés et kits distribués

Sites	Nombre de sites touchés				Nombre de Kits remis				
	S 1	S2	S3	S4	Lavage Main	Savons	bavettes	SHA ¹	Verres de thé
Mosquées	32	X	X	X	32	32	X	X	X
Marchés	X	40	X	X	X	X	1600	32	X
« Grins »	32	X	48	16	X	X	X	X	320
Salons	X	X	X	16	X	X	X	10	X
Gares Routieres	X	X	X	16	8	8	X	X	X
TOTAL	64	40	48	48	40	40	1600	42	X
TOTAL GLOBAL	200				2 042				

Des fiches de compte rendu journalier et des témoignages ont permis de s'assurer que les kits sont arrivés à destinations et sont utilisés par les bénéficiaires.

Un guide du sensibilisateur a également été conçu et mis à la disposition des volontaires.

La Mosquée des 300 logements qui ne faisait pas partie des sites retenus a été intégrée compte tenu du respect des mesures barrières pratiquées au niveau de ladite mosquée.

Ces différentes activités ont été soutenues par des actions de communication.

3.3 Communications

¹ Solution Hydro alcoolique

Avant le démarrage des activités, la CASA a mis au point un plan de communication pour soutenir et amplifier l'intervention terrain. La mise en œuvre de ce plan a porté sur :

- la couverture médiatique de la cérémonie officielle de lancement des activités (chérifla TV, radios privées, presse écrite et en ligne, réseaux sociaux) ;
- la production et la diffusion d'outils de communication comme les messages adaptés aux différents publics cibles en Français, arabe, Bambara et N'KO à travers des bâches et affiches ;
- la création et l'animation d'une page facebook dédiée au projet V2S ;
- la réalisation des pages facebook live sur les activités de terrain ;
- la réalisation de témoignages vidéo, prise de photos des activités et des bénéficiaires et des personnalités ;
- la réalisation et la diffusion d'une plaquette sur l'évolution quotidienne de la situation de la COVID 19 au Mali ;
- la réalisation d'une vidéo récapitulative.

IV. Aspects institutionnels du projet

Le dispositif de gestion du projet a consisté à :

- la mise en place d'un comité de pilotage composé de tous les acteurs qui se réunissait de façon hebdomadaire et définissait les grandes orientations ;
- la création et la tenue régulière de rencontres de l'équipe de coordination chargée de mettre en œuvre le projet et d'exécuter les décisions du comité de pilotage ;
- la participation aux réunions du Comité de crise du COVID 19 pour assurer l'alignement des activités sur les priorités nationales.

V. RESULTATS OBTENUS

Compte tenu de la situation de la pandémie au Mali, la tenue de ce projet dans les sites retenus, est en elle-même un résultat positif obtenu. Il a permis de sensibiliser les leaders religieux et communautaires.

Les leaders ont pris l'engagement de porter la bonne information au niveau de leurs pairs et communautés respectifs afin de contrer l'avancée de cette maladie.

En outre, à travers ce projet des leçons ont été apprises et des éléments peuvent être capitalisés notamment :

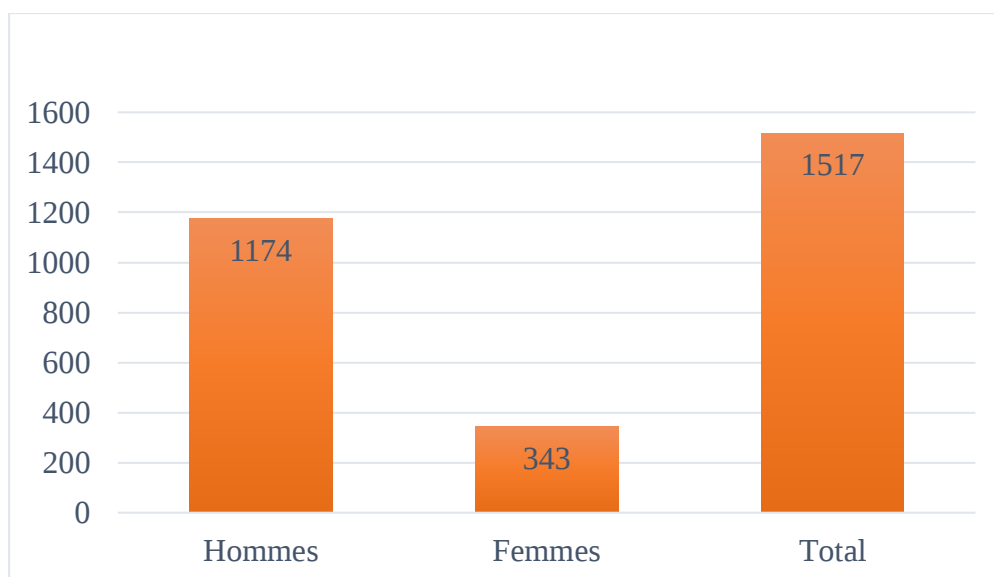
- l'existence d'un vivier de volontaires formés et aguerris dans la sensibilisation contre la COVID 19 ;
- la disponibilité d'un guide complet du sensibilisateur ;
- la disponibilité de messages de sensibilisation adaptés aux mosquées, gares routières, marchés, salons de coiffure et « grins » et ce, en version française, Bambara, Arabe et N'KO.

La situation des réalisations par cible est déclinée dans les tableaux ci-après.

Tableau 4 : Les Mosquées visitées avec le nombre de fidèles touchés directement par la sensibilisation

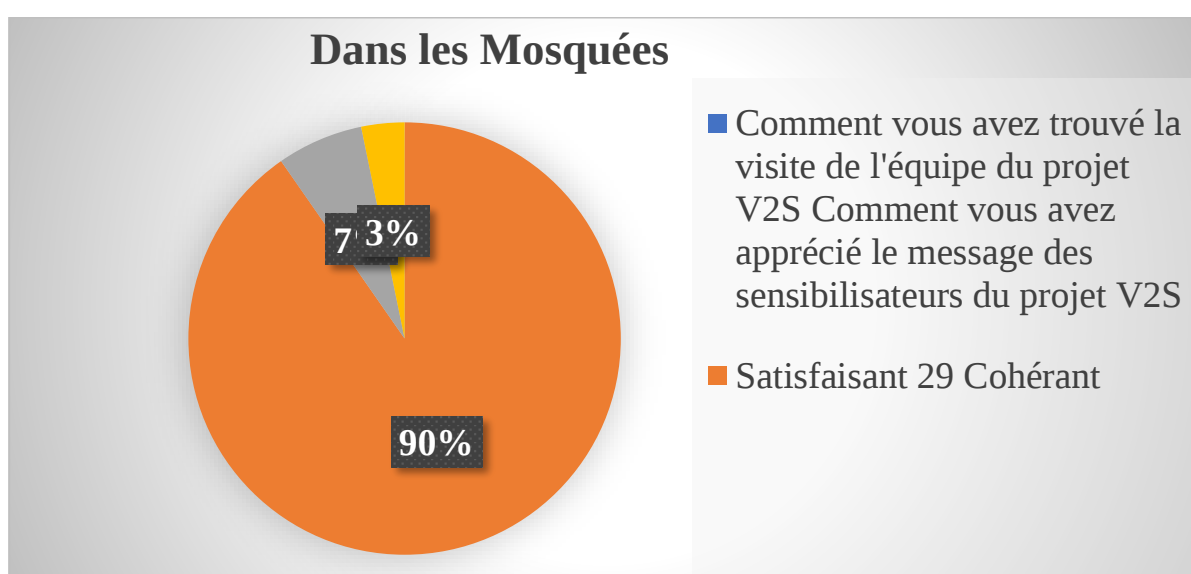
Commune	Mosquées	Nbre d'hommes	Nbre de Femme	Total
Commune 1	Mosquée Fadjikila (Fadjikila)	35	15	50
	Mosquée Ousmane FOFANA (Doumanzana)	36	10	46
	Mosquée N'Fa SIDIBE (Doumanzana)	40	8	48
	Mosquée Modibo TRAORE (Nafadji)	39	8	47
	Mosquée Ayouba DIARRA (Djélibougou)	32	10	42
	Mosquée Fodé CISSE (Korofina)	35	13	48
	Mosquée Minta (Banconi)	37	13	50
	Mosquée CISSE (Banconi)	29	10	39
Sous Total 1		283	87	370
Commune 2	Grande Mosquée de Bamako	40	10	50
	Mosquée a SSS N'ooa	42	8	50
	Mosquée Baba SYLLA (Sans fil)	38	12	50
	Mosquée Missiri Koroni (Bagadadji)	37	10	47

Sous Total 2		157	40	197
Commune 3	Grande Mosquée de Dravela	40	10	50
	Mosquée Cheick Oumar TRAORE (Niomiyirambougou)	33	12	45
	Mosquée SYLLA Mouhadjirina (Badialan)	38	10	48
	Mosquée Zawiya Oumar AL-Foutiyou (Tomikorobougou)	29	13	42
Sous Total 3		140	45	185
Commune 4	Centre Islamique	40	10	50
	La grande Mosquée de Lafiabougou	42	8	50
	Mosquée de Sibiribougou	28	10	38
	Zawiya An Nour	26	15	41
Sous Total 4		136	43	179
Commune 5	Mosquée Quartier Mali	40	10	50
	Mosquée Abdou Rabi	40	10	50
	Mosquée Dah Coulibaly	35	15	50
	Mosquée Makadji	34	12	46
Sous Total 5		149	47	196
Commune 6	Zawiya Khalila Beydi Tall	40	10	50
	Zawiya Baba DRAME	42	8	50
	Mosquée Hama CISSE	41	9	50
	Mosquée Sada DOUMBIA	40	10	50
	Zawiya Adam Nourou TRAORE (Niamana)	38	10	48
	Zawiya Cheickna DIAWARA (Banankabougou)	30	12	42
	Mosquée Hady Coulibaly (Niamana)	38	12	50
	Mosquée Sylla Magnambougou	40	10	50
Sous Total 5		309	81	390
Total		1174	343	1517



Ce tableau fait le recapitulatif du nombre de personnes touchées directement dans les mosquées par les agents de sensibilisation

Tableau 5 : Sensibilisation dans les mosquées			
Comment vous avez trouvé la visite de l'équipe du projet V2S	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Gênant
	29	2	1
Comment vous avez apprécié le message des sensibilisateurs du projet V2S	Cohérent	Peu cohérent	Pas cohérent
	28	2	1

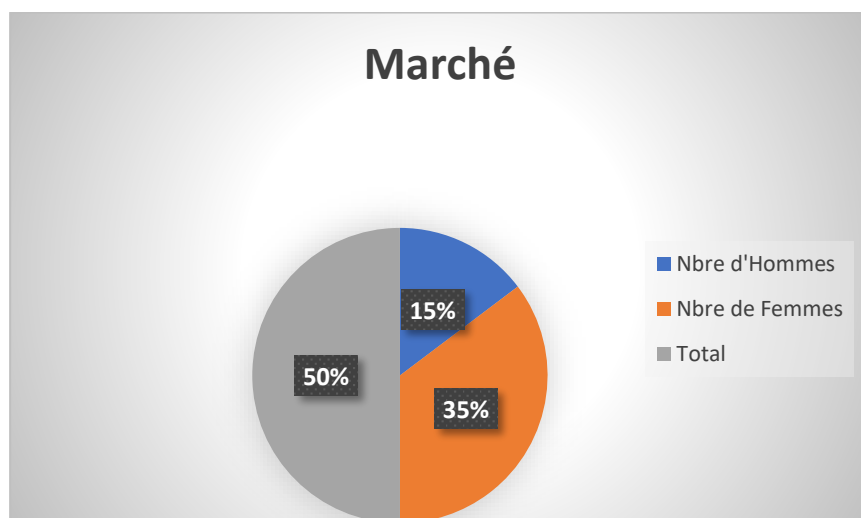


Ce tableau est un Indicateur de satisfactin des fidèles dans les mosques

Tableau 6 : Les marchés visités et le nombre d'usagers touchés par la sensibilisation

Commune	Marchés visités	Nbre d'Hommes	Nbre de Femmes	Total
Commune1	Marché de Banconi Flabougou	400	800	1200
	Marché de Banconi Plateau	500	1000	1500
	Marché de Fadjiguila	500	1000	1500
	Marché de Boulkassoumbougou	400	1000	1400
	Marché de Djélibougou	400	8000	8400
	Marché de Nafadji	500	1200	1700
	Marché de Sikoroni	300	800	1100
	Marché de Farada	300	800	1100
	Marché de Banconi Razelle	500	1000	1500
	Marché de Doumanzana	500	1000	1500
Sous Total 1		4300	16600	20900
Commune2	Marché de Hippodrome	600	1200	1800
	Marché de Medina coura	600	1200	1800
	Marché de N'Golonina	600	1200	1800
	Marché Sans fil	500	1000	1500
	Marché de Niaréla	600	1200	1800
Sous Total 2		2900	5800	8700
Commune3	Marché de Kouliniko	400	800	1200
	Marché de Samé	400	800	1200
	Marché de Darsalam	400	800	1200
	Marché de Tomikorobougou	400	800	1200
	Marché de Wolofobougou	600	1200	1800
Sous Total 3		2200	4400	6600
Commune4	Marché de Djicoroni Para	600	1200	1800
	Marché de Sébénikoro	600	1200	1800
	Marché de Lafiabougou	500	1000	1500
	Marché de Lafiabougou Terminus	500	1000	1500
	Marché Hamdallaye	500	1000	1500
Sous Total 4		2700	5400	8100
Commune5	Marché de Badalabougou	500	1000	1500
	Marché de Kalaban Coura	500	1000	1500

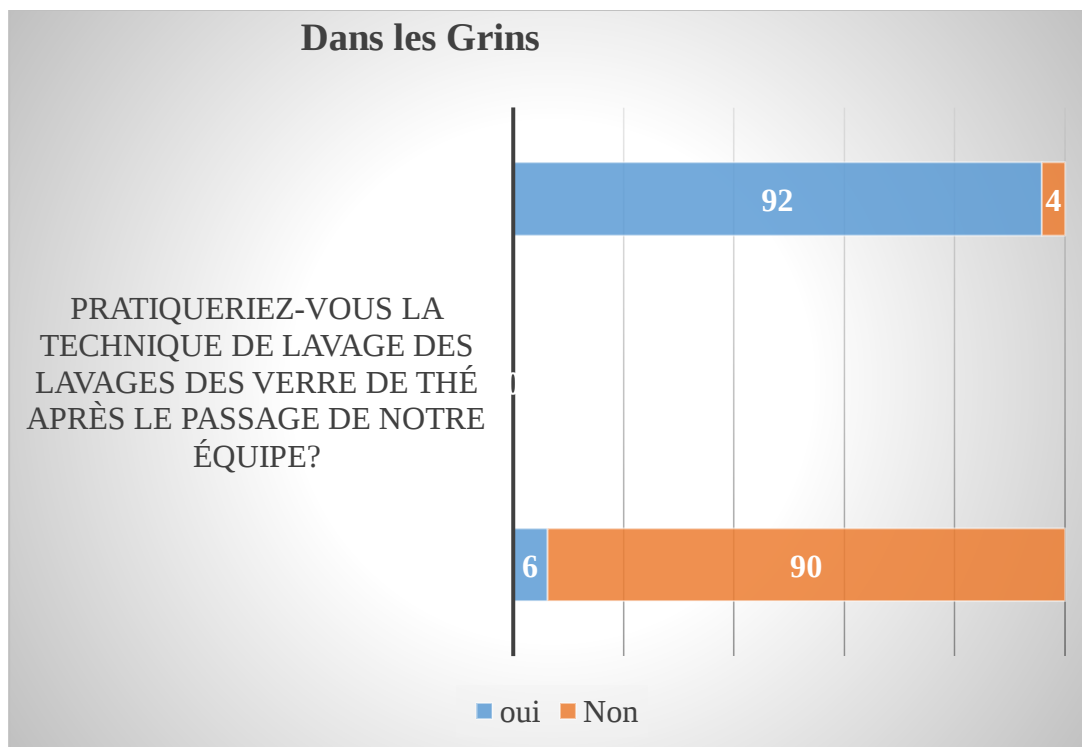
	Marché de Baco djicoroni	500	1000	1500
	Marché de Sabalibougou	500	1000	1500
	Torokorobougou	500	1000	1500
Sous Total 5		2500	5000	7500
Commune6	Marché Faladié	500	1000	1500
	Marché de Dianéguéla	500	1000	1500
	Marché de Allaminesougou	500	1000	1500
	Marché de Banankabougou	600	1200	1800
	Marché de Magnanbougou	600	1200	1800
	Marché de Sogoniko	600	1200	1800
	Marché de Niamankoro	600	1200	1800
	Marché de Missabougou	500	1000	1500
	Marché de Sénou	500	1000	1500
	Marché de Daoudabougou	600	1200	1800
Sous Total 6		5500	11000	16500
Total		20100	48200	68300



Ce tableau fait le recapitulatif du nombre personnes sensibilisées dans les marchés

Tableau 7 : Sensibilisation dans les Grins

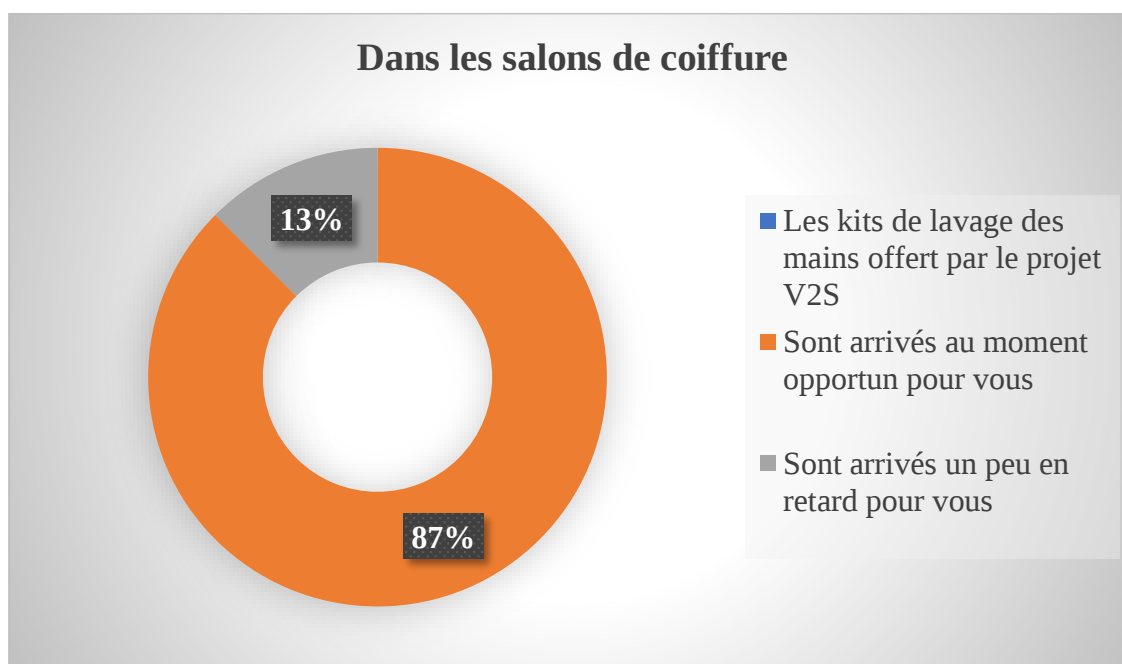
Connaissiez-vous la technique de lavage des verres de thé ?	Oui	Non
	6	90
Pratiqueriez-vous la technique de lavage des lavages des verre de thé après le passage de notre équipe ?	Bien sur	Non ce n'est pas la peine
	92	4



Ce tableau est indicateur de satisfaction dans les grins

Tableau 8 : Sensibilisation dans les Salons de coiffure

Les kits de lavage des mains offert par le projet V2S	Sont arrivés au moment opportun pour vous	Sont arrivés un peu en retard pour vous
	14	2



Ce tableau est un indicateur de satisfaction dans les salons de coiffure

Tableau 9 : Les gares routières concernés et le nombre de personnes touchées par la sensibilisation

Commune	Marchés visités	Nbre d'Hommes	Nbre de Femmes	Total
Commune 1	Banamba place Médina Coura	50	40	90
Commune 2	Gana place Medina Coura	70	50	120
	Niono Place Niaréla	100	50	150
Commune 3	Gare Routière Sonef Badialan	60	30	90
	Air Selingué Place Quartier du Fleuve	60	30	90
	La Guinée Place Sébénicoro	150	80	230

Commune 4	Gare à Bougoudani non loin de la mairie	40	20	60
Commune 6	Diarra Transport	110	70	180
	Bani Transport	120	80	200
	Africa Tours Trans	90	30	120
	Rimbo Trans	50	40	90
	Africa Star	50	40	90
	Niono Place Sogoniko	200	100	300
	Nour Trans Sogoniko	100	70	170
	Sonef Sogoniko	80	40	120
	Coulibaly Trans Sogoniko	70	35	105
Total		1400	805	2205

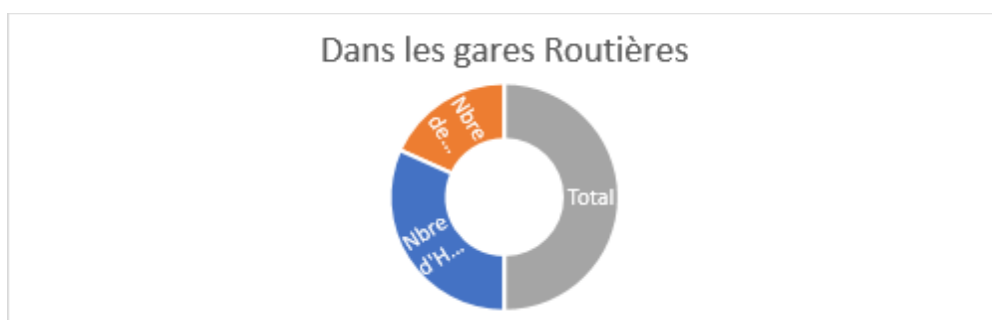


Tableau Recapitulatif des personnes sensibilisées dans les gares routières

Tableau 10 : Quelques outils élaborés dans le domaine de la communication

Les outils élaborés					
Outils	En Français	En Bambara	En Araba	En N'Go	Total
Messages conçu et validés	5	5	5	5	20
Guide du sensibilisateur	1	1	0	0	2
Affiches moyennes sur les bâches	20	20	20	20	80
Les Affiches en grand format	4	4	4	4	16
Les vidéos	17	0	0	0	17
Total	47	30	29	29	135

VI. DIFFICULTES RENCONTREES

Deux difficultés majeures rencontrées :

- 1) Un des volontaires, victime d'un accident de la circulation en plein exercice de ses activités ;
- 2) La faiblesse des moyens financiers pour couvrir les besoins pertinents exprimés par des bénéficiaires.

VII. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

La réalisation du projet V2S a largement contribué à sensibiliser et limiter la propagation de la COVID 19.

Une grande étape a été franchie avec le développement d'une expertise sur des publics cibles particulières par la CASA.

Les efforts doivent être poursuivis en vue d'atteindre plus de sites. Ceci permettra de sensibiliser et d'équiper plus de malien, gage de la rupture de la chaîne de propagation de cette pandémie dans notre pays.

ANNEXES

- Clé USB : Quelques Photos des activités, Vidéo de quelques séquences des interventions des équipes sur le terrain - Témoignage des bénéficiaires ;
- Messages types de sensibilisation adaptés à chaque site et public cible.