**Convocation pour la présentation d’intérêts dans l’élaboration de propositions pour promouvoir et renforcer la mise en application des** **«****Orientations visant l'application des mesures** **de santé publique non médicales par les populations en situation de vulnérabilité dans le contexte de la COVID-19 »**

**DOMAINE : COMUNICATION**

*Il est réitéré que la proposition doit indiquer le produit concret de communication qui sera élaboré et transmissible, par exemple,* ***matériel graphique, radial, audiovisuel, théâtral, entre autres alternatives qui facilitent l’enseignement et l’apprentissage sur les contenus et messages du guide****. Il est recommandé de considérer des mécanismes et processus participatifs dans l’élaboration et l’application des produits comme forme de validation et opérationnalisation.*

**SECTION 1 : IDENTIFICATION DES PROPOSANTS ET TYPE DE PROPOSITION**

* 1. **Fiche de présentation :** institution (s) qui a/on postulé, nom complet, ville et pays, numéros de téléphones, email, adresse de l’institution ou de l’organisme.
  2. **Titre de la proposition.**
  3. **Niveau de l’administration où sera mise en œuvre la proposition :**

1.3 Cantonal, municipal ou autres / Départemental, étatique, provincial ou autres / National.

1.4. **Durée de la proposition en mois.**

1.5. **Date estimée du commencement de la mise en œuvre de la proposition :** indiquer le mois et l’année.

1.6. **Date de conclusion (dans les cas nécessaires) :** indiquer le mois et l’année.

**SECTION 2 : DESCRIPTION DE LA PROPOSITION**

2.1. **Résumé** : il doit être indiqué si la proposition résout ou améliore un problème ou une situation identifiée. Par ailleurs, il doit être spécifié comment la proposition doit être mise en œuvre, son objectif général, la factibilité de son application et reproduction, la méthodologie utilisée et les résultats espérés en tant que proposition communicationnelle. < (longueur maximale 500 mots).>

2.2. **Groupes en situation de vulnérabilité ou types de territoires ciblés par la proposition :** décrire les groupes en situation de vulnérabilité associés à la proposition et justifier les motifs pour les considérer dans la proposition. < (longueur maximale 150 mots).>

2.3. **Objectifs (général et spécifiques) :** les objectifs et la proposition de capacitation doivent être cohérents et conforme avec le choix du problème et du domaine et la solution proposée d’un point de vue communicationnelle. Les objectifs spécifiques doivent êtres contenus dans l’objectif général. < (longueur maximale 100 mots).>

2.4. **Considération de l’équité et des déterminants sociaux dans la proposition :** il faut justifier de quelle manière la proposition aborde l’équité et intervient sur les déterminants sociaux, soit dans sa conceptualisation, formulation et/ou dans les interventions inclues dans la proposition. < (longueur maximale 200 mots).>

**SECTION 3 : MÉTHODOLOGIE**

3.1. **Méthode :** il faut spécifier la modalité de travail et les moyens utilisés, les stratégies employées pour la formulation et/ou la mise en œuvre de la proposition et justifier les options méthodologiques choisies en relation au contexte de la population priorisée qui se trouve en situation de vulnérabilité. < (longueur maximale 150 mots).>

3.2. **Factibilité et durabilité :** dans cette section il faut justifier que la proposition est possible d’être réalisée, de respecter les temps, les délais et les conditions stipulées dans la proposition. Dans les cas nécessaires, identifier les obstacles à la réalisation de la proposition et les stratégies pour les minimiser. Il faut aussi justifier les raisons par lesquelles cette proposition pourrait être généralisable et/ou durable dans le temps. < (longueur maximale 150 mots).>

3.3. **Résultat et/ou produit espéré :** il faut décrire le(s) résultat(s) espéré(s) de la proposition de communication en termes, par exemple, de sa couverture en relation à la population-cible, de sa contribution à la perception et réception d’information du guide et les changements qui s’en suivent. Il faut aussi spécifier les produits transmissibles associés à la proposition et suggérer une modalité d’évaluation de l’impact des actions de communications qui sont proposées. < (longueur maximale 200 mots).>

**SECTION 4 : PLANIFICATION**

4.1. **Plan de travail :** Comment la proposition sera mise en œuvre ?Il faut indiquer les activités planifiées et nécessaires pour mener à terme la proposition en précisant les délais de sa réalisation et de l’exécution des projets qui lui sont associés. Il faut aussi considérer les temps administratifs, autant que ceux qui sont associés à l’organisation de l’équipe de travail comme ceux qui sont associés aux institutions qui participent dans les activités du projet. < (longueur maximale 200 mots).>

4.2. **Chronogramme :** il faut indiquer pour chaque objectif spécifique les activités et leur durée en mois (4.5 mois maximum).

4.3. **Associativité :** il faut mentionner dans les cas correspondants, les entités associées au projet et justifier succinctement leurs intérêts et pertinences pour le projet. < (longueur maximale 100 mots).>

4.4. **Equipe de gestion :** Noms et prénoms, institution, profession, rôle et fonction de chaque membre dans le projet.

4.5. **Antécédents curriculaires des membres de l’équipe :** il faut décrire le parcours professionnel et les compétences acquise de chaque membre de l’équipe. < (longueur maximale pour chaque membre 200 mots).>

**SECTION 5 : OFFRE ÉCONOMIQUE**

5.5. **Montant des ressources requises :** il faut estimer les ressources requises associées aux activités et au plan de travail proposé. La valeur du projet doit être en Dollar Américain et ne peux passer la somme de $US 4,750.