

---

**Rapport diffusion de 8 capsules vidéos sur  
l'importance de la vaccination et lutte contre  
les rumeurs en prenant en compte l'approche  
genre à travers l'application "Naomi"**

---

**Rapport d'étape**

**Ordonnateur du marché :  
POSCVI-TOGO**

---

**Signature/Nom et Prénom**

**POUR SOLIS GROUP**

**POUR POSCVI-TOGO**

**KONZAWO P. Tondja**

**KOLA Manzama-Esso**

**Projet : Sensibilisation sur la Vaccination et Lutte contre les Rumeurs**

**Prestataire : SOLIS GROUP (Solisgroup-int.com)**

**Date : 13 octobre 2025**

## **1. Contexte du Projet**

Dans le cadre du contrat de prestation relatif à l'élaboration et à la diffusion de 14 capsules vidéos en langues locales togolaises, le prestataire SOLIS GROUP a poursuivi une stratégie de communication ciblée visant à promouvoir l'importance de la vaccination et à lutter contre les rumeurs, en intégrant une approche genre via l'application web « Naomi ».

## **2. État d'Avancement de la Diffusion**

À ce jour, 8 capsules vidéos ont été diffusées dans les langues suivantes :

- ❖ Lamba
- ❖ Moré
- ❖ Konkomba
- ❖ Akébou
- ❖ Akposso
- ❖ Yoruba
- ❖ Ngangam
- ❖ Tchokossi

## **3. La diffusion a été réalisée :**

- Via l'application Naomi, permettant un accès direct aux communautés linguistiques ciblées
- Avec un relais sur Facebook, pour élargir l'audience et favoriser l'interaction sociale

**Siège social : Agoè-Cacaveli/ N°RCCM : TG-LOM2019B3528/NIF : 1001630742**

**Contacts: 00228 91 90 42 52 / 93 47 90 89**

**Uniquement WhatsApp: +1 773 200 1763 - +33 7 44 18 61 70**

## 4. Stratégie de Ciblage

Chaque capsule a été diffusée en direction des localités correspondant à la langue utilisée, assurant :

- Une pertinence culturelle et linguistique
- Une meilleure réception du message de santé publique
- Une mobilisation communautaire accrue, notamment auprès des femmes et des jeunes, conformément à l'approche genre

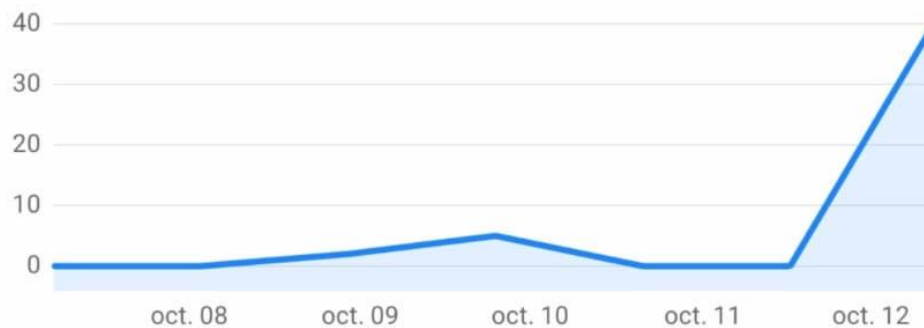
## 5. Indicateurs de Performance

Les premiers résultats de diffusion révèlent une forte adhésion des populations ciblées, traduite par :

- Taux d'engagement élevé sur les publications Facebook (likes, partages, commentaires)
- Nombre croissant de consultations sur l'application Naomi

**43276 Interactions** ⓘ

↑100% à partir du 7 jours précédents

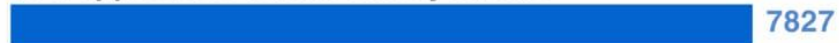


## Résumé des publicités

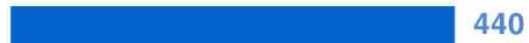


### Où votre publicité a été vue

Fil d'application Naomi-survey mobile



Reels Facebook



Video in-stream sur mobile



Voir plus

## 6. Impact Observé

- Renforcement de la confiance envers les professionnels de santé
- Déconstruction progressive des rumeurs liées à la vaccination
- Valorisation des langues locales comme vecteurs de sensibilisation
- Intégration réussie de l'approche genre, avec une représentation équilibrée et des messages inclusifs

## 7. Prochaines Étapes

Il reste 6 capsules à diffuser dans les langues suivantes :

**Peulh, Watchi, Haoussa, Agnanga, Bassar, Bambara**

La diffusion de ces dernières capsules s'inscrira dans la continuité de la stratégie actuelle, avec un accent sur :

- Le renforcement de la visibilité numérique
- L'animation communautaire autour des contenus
- L'évaluation finale de l'impact sur les comportements liés à la vaccination

## 8. Conclusion

La première phase de diffusion des capsules vidéos a démontré une excellente performance, tant en termes d'audience que d'impact social. Elle constitue une avancée significative dans la lutte contre les rumeurs et la promotion de la vaccination au Togo, en s'appuyant sur une communication inclusive, culturellement adaptée et technologiquement accessible.

**Pour la Direction Générale  
Direction des Opérations, des Projets  
et Relation Clientèle**

**Pagbazam Tondja KONZAWO**

**Siège social : Agoè-Cacaveli/ N°RCCM : TG-LOM2019B3528/NIF : 1001630742**  
**Contacts: 00228 91 90 42 52 / 93 47 90 89**  
**Uniquement WhatsApp: +1 773 200 1763 - +33 7 44 18 61 70**