

**RAPPORT DE PROGRES DE PROJET PBF**  
**PAYS: Madagascar**  
**TYPE DE RAPPORT: SEMESTRIEL, ANNUEL OU FINAL :Final**  
**ANNEE DE RAPPORT: 2021**

<b>Titre du projet:</b> STUDIO SIFAKA Tracer la voie de la paix à travers la voix des jeunes											
<b>Numéro Projet / MPTF Gateway: IRF 254</b>											
<b>Si le financement passe par un Fonds Fiduciaire (“Trust fund”):</b> <input type="checkbox"/> Fonds fiduciaire pays <input type="checkbox"/> Fonds fiduciaire régional  <b>Nom du fonds fiduciaire:</b>	<b>Type et nom d’agence récipiendaire:</b>  <b>RUNO PNUD (Agence coordinatrice)</b> <b>RUNO UNICEF</b> <b>RUNO HCDH</b> <b>Veillez sélectionner</b> <b>Veillez sélectionner</b>										
<b>Date du premier transfert de fonds:</b> 11 novembre 2018 <b>Date de fin de projet:</b> 30 novembre 2020 <b>Le projet est-il dans ces six derniers mois de mise en œuvre? Non</b>											
<b>Est-ce que le projet fait part d’une des fenêtres prioritaires spécifiques du PBF:</b> <input type="checkbox"/> Initiative de promotion du genre <input checked="" type="checkbox"/> Initiative de promotion de la jeunesse <input type="checkbox"/> Transition entre différentes configurations de l’ONU (e.g. sortie de la mission de maintien de la paix) <input type="checkbox"/> Projet transfrontalier ou régional											
<b>Budget PBF total approuvé (par agence récipiendaire):</b> <table border="0"> <thead> <tr> <th align="left">Agence récipiendaire</th> <th align="right">Budget</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PNUD</td> <td align="right">\$ 1,205,114</td> </tr> <tr> <td>UNICEF</td> <td align="right">\$ 142,080</td> </tr> <tr> <td>HCDH</td> <td align="right">\$ 149,690</td> </tr> <tr> <td align="right" colspan="2">Total: \$ 1,496,884</td> </tr> </tbody> </table> <p>Taux de mise en œuvre approximatif comme pourcentage du budget total du projet: 91%  *JOINDRE LE BUDGET EXCEL DU PROJET MONTRANT LES DÉPENSES APPROXIMATIVES ACTUELLES*</p>		Agence récipiendaire	Budget	PNUD	\$ 1,205,114	UNICEF	\$ 142,080	HCDH	\$ 149,690	Total: \$ 1,496,884	
Agence récipiendaire	Budget										
PNUD	\$ 1,205,114										
UNICEF	\$ 142,080										
HCDH	\$ 149,690										
Total: \$ 1,496,884											
<b>Budgetisation sensible au genre:</b> Indiquez le montant (\$) du budget dans le document de projet alloué aux activités dédiées à l’égalité des sexes ou à l’autonomisation des femmes : 495 065.2 Indiquez le montant (\$) du budget dépensé jusqu’à maintenant pour les activités dédiées à l’égalité des sexes ou à l’autonomisation des femmes : UNICEF : 70 996.89, PNUD : 390.000 HCDH : 46 000											
<b>Marquer de genre du projet: GM2</b> <b>Marquer de risque du projet: Faible</b> <b>Domaine de priorité de l’intervention PBF (« PBF focus area »):</b> <b>(2.3) Prévention/gestion des conflits</b>											

**Préparation du rapport:**

Rapport préparé par: Marie Nardoux, Coordonnatrice projet SIFAKA

Rapport approuvé par: Anna Cichocka

Le Secrétariat PBF a-t-il revu le rapport: Oui

**NOTES POUR REMPLIR LE RAPPORT:**

- Évitez les acronymes et le jargon des Nations Unies, utilisez un langage général / commun.
- Décrivez ce que le projet a fait dans la période de rapport, plutôt que les intentions du projet.
- Soyez aussi concret que possible. Évitez les discours théoriques, vagues ou conceptuels.
- Veillez à ce que l'analyse et l'évaluation des progrès du projet tiennent compte des spécificités du sexe et de l'âge.

**Partie 1 : Progrès global du projet**

**Expliquer brièvement l'état global de mise en œuvre du projet en termes de cycle de mise en œuvre, y compris si toutes les activités préparatoires ont été achevées (par exemple, contractualisation des partenaires, recrutement du personnel etc.) (limite de 1500 caractères):**

Le projet Studio Sifaka a achevé son cycle de mise en œuvre. Depuis décembre 2019, il produit un programme radiophonique quotidien de deux heures, fondé sur des informations fiables et impartiales avec une équipe composée uniquement de jeunes journalistes malgaches, avec une moyenne d'âge de 23 ans, dont une grande majorité de jeunes femmes. La diffusion des émissions est assurée par un réseau de 20 radios partenaires à travers Madagascar, permettant de couvrir 49% de la population du pays (12.205.000 personnes) et d'être présent dans 17 régions de Madagascar (sur 22). Les programmes du Studio Sifaka sont également disponibles sur plusieurs plateformes : sur plateforme mobile via le service Viamo (plus de 520.000 personnes ont écouté 1.8 millions de messages clés produits par Sifaka) ainsi que sur les réseaux sociaux et en podcasts sur le site internet.

Le projet a réalisé les activités liées à sa clôture, avec la réalisation d'une enquête Endline dont l'objectif était d'avoir les informations/ statistiques sur l'évolution des indicateurs par rapport au baseline et la cible escomptée du projet et les attitudes et comportements des jeunes ainsi que leur évolution depuis qu'ils écoutent les émissions de Studio Sifaka. Le projet a également réalisé une évaluation finale externe, qui conclue que 1- le projet est pertinent et cohérent en analysant la contexte de consolidation de la paix à Madagascar, la satisfaction des jeunes auditeurs, le cadrage et l'alignement avec les politiques 2- les objectifs fixés au début du projet sont quasiment atteints à travers des réalisations encourageantes par le projet, 3- Le projet a permis d'améliorer la prise de responsabilité et d'engagement des jeunes dans leur vie active.

**Veillez indiquer tout événement important lié au projet prévu au cours des six prochains mois, par exemple : les dialogues nationaux, les congrès des jeunes, les projections de films (limite de 1000 caractères):**

N/A

**POUR LES PROJETS DANS LES SIX DERNIERS MOIS DE MISE EN ŒUVRE : Résumez le principal changement structurel, institutionnel ou sociétal auquel le projet a approuvé. Ceci n'est pas une anecdote ou une liste des activités individuelles accomplies, mais une description de progrès fait vers l'objectif principal du projet. (limite de 1500 caractères):**

Plusieurs changements ont été réalisés par le projet :

**1 Les jeunes auditeurs du Studio Sifaka sont plus engagés dans la vie publique.**

Selon l'étude baseline, 62,2% des auditeurs sondés disent être plus engagé(e)s dans les processus de développement et de résolution de conflit depuis qu'ils écoutent le Studio Sifaka.

**2. Les jeunes auditeurs du Studio Sifaka pensent plus que les non-auditeurs qu'un dialogue constructif entre groupes antagoniste est possible**, et 80,2% des auditeurs pensent que le dialogue est la première solution pour résoudre les conflits (contre 68,2%). Selon l'étude endline, 94,6% des auditeurs pensent qu'un dialogue constructif est possible, pendant que seulement 77,4% des non-auditeurs sont de cet avis.

**3. Le dialogue est plus développé chez les jeunes qui ont écouté les émissions du Studio Sifaka que ce soit au niveau de leur cercle familial, de leur cercle amical ou au niveau de leur communauté.** 68,5% des auditeurs disent avoir pu établir un dialogue plus constructif au sein de leur communauté, ou au sein de leur famille et avec leurs amis.

**4. La majorité (70%) des auditeurs du Studio Sifaka sondée pense que les jeunes sont plus intégrés ou entendus dans la société grâce aux émissions radiophoniques de Sifaka.** Et selon un sondage de Viamo, 66,3% des auditeurs pense que les jeunes sont assez ou même trop présents et représentés par le Studio Sifaka.

**5. 98% des auditeurs du Studio Sifaka pensent que les émissions contribuent davantage à la cohésion sociale à Madagascar, et 80% se sentent investi(e)s dans l'atteinte d'un objectif collectif au sein de leurs communautés.** Selon un sondage de Viamo, 82% pensent que les programmes de Studio Sifaka contribuent à aider les personnes à apprendre à vivre ensemble de façon pacifique.

Annexe 1 : Les changements apportés par le projet Sifaka (version plus longue)

Annexe 2 : Rapport baseline du projet Sifaka

Annexe 3 : Rapport endline du projet Sifaka

**En quelques phrases, expliquez comment le projet a eu un impact humain réel. Ceci peut inclure un exemple spécifique de comment il a affecté la vie des personnes dans le pays - si possible, utilisez des citations directes des bénéficiaires ou des weblinks à la communication stratégique publiée. (limite de 2000 caractères):**

La majorité des jeunes auditeurs se sentent mieux informés (96,1%) depuis qu'ils écoutent le Studio Sifaka, et ils pensent que les programmes sont fiables (98,2%) et équilibrés (99,4%). Selon une étude d'audience externe fait par Kantar, 80% des auditeurs déclarent que les informations relayées par Studio Sifaka sont fiables, et 76% que les émissions donnent la parole à tous les points de vue et sont donc impartiales et équilibrées. Les informations diffusées par Studio Sifaka sont jugées utiles par 97% des auditeurs, et près des 2/3 des auditeurs affirment aussi que les émissions sont proches de leurs préoccupations et qu'ils les recommanderaient à leur entourage.

*Selon un auditeur à Vohipeno, « moi j'ai réalisé que certains de mes amis n'écoutaient pas la radio avant mais maintenant, ils sont toujours là, à la même heure, pour écouter les programmes du Feon'ny Tanora Maroloko. C'est un peu notre lieu de rendez-vous et de rencontre, et on se retrouve pour écouter et commenter ce qu'ils disent à la radio. Et parfois, les discussions se prolongent après. Il y a tellement de contenus et de nouvelles choses que nous apprenons chaque jour et qui nous ouvrent les yeux. »*

Les programmes ont également aidé les jeunes à mieux connaître et réclamer leurs droits.

*Selon une jeune auditrice à Sambava, « moi, en tant que jeune femme, je sais maintenant ce que c'est le harcèlement et la violence basée sur le genre. Et je sais quoi faire et où aller si jamais j'en suis victime ou une de mes connaissances en est victime. Mais je sais aussi qu'on peut très bien éviter la violence, qu'on n'est pas obligé d'en arriver là. »*

Certains jeunes sont également devenus plus engagés dans la vie associative ou publique. Par exemple, Léonce, le point focal du club d'auditeurs du Studio Sifaka dans la région de Mahajanga est devenu un leader de jeunes dans son quartier. Il le doit à l'écoute des émissions du Studio. Grâce aux émissions, 54% de jeunes de Mahajanga sondés ont également maîtrisé la notion de leadership. Ils sont devenus des leaders, par exemple, au sein de l'église, dans la société ou dans le sport de leur Fokontany.

Les radios partenaires du Studio Sifaka sont aussi positivement impactées par le projet. Par exemple, pour la Radio RTA Majunga « nous avons remarqué que notre taux d'écoute a augmenté depuis que nous avons diffusé le programme Feon'ny Tanora Maroloko [le programme du Studio Sifaka] ».

Annexe 4 : L'impact humain du projet Sifaka (version plus détaillée)

## **Partie II: Progrès par Résultat du projet**

*Décrire les principaux progrès réalisés au cours de la période considérée (pour les rapports de juin: janvier-juin ; pour les rapports de novembre: janvier-novembre ; pour les rapports*

*finaux: durée totale du projet). Prière de ne pas énumérer toutes les activités individuelles). Si le projet commence à faire / a fait une différence au niveau des résultats, fournissez des preuves spécifiques pour les progrès (quantitatifs et qualitatifs) et expliquez comment cela a un impact sur le contexte politique et de consolidation de la paix.*

- *“On track” – il s’agit de l’achèvement en temps voulu des produits du projet, comme indiqué dans le plan de travail annuel ;*
- *“On track with peacebuilding results” - fait référence à des changements de niveau supérieur dans les facteurs de conflit ou de paix auxquels le projet est censé contribuer. Ceci est plus probable dans les projets matures que nouveaux.*

*Si votre projet a plus de quatre Résultats, contactez PBSO (Bureau d’Appui à la Consolidation de la Paix) pour la modification de ce canevas.*

**Résultat 1: Les jeunes hommes et les jeunes femmes, ont un meilleur accès à des informations fiables et professionnelles et à un espace pour se faire entendre, ce qui leur permet de mieux participer à la résolution pacifique des conflits et aux processus démocratiques et de développement**

**Veillez évaluer l’état actuel des progrès du résultat:  
on track with significant peacebuilding results**

**Resumé de progrès:** (Limite de 3000 caractères)

Le projet Sifaka permet à la population, notamment aux jeunes hommes et jeunes femmes à Madagascar d’avoir accès à des informations fiables et professionnelles, ainsi qu’à un espace d’expression. En effet, le Studio (1) diffuse quotidiennement des émissions basées sur des informations fiables et accessibles, (2) permet aux jeunes d’occuper des positions de leaders en renforçant leurs capacités, (3) de leur donner la parole pour une meilleure cohésion sociale intergénérationnelle.

1-Un meilleur accès à des informations fiables

L’équipe du Studio Sifaka produit et diffuse 2 heures de contenu radiophonique tous les jours depuis le 11 décembre 2019 et produit 3 articles en moyenne par jour pour le site web. Pour ce faire, une équipe de 16 jeunes journalistes, d’âge moyen de 23 ans, a été recrutée, formée et coachée tous les jours pendant la durée du projet. Au total, ce sont 30 journalistes qui ont bénéficié d’une formation dispensée par les experts de la Fondation Hironnelle pendant le projet. Egalement, 16 correspondants du Studio Sifaka ont été formés, et font partie du réseau de correspondants, ce qui permet au Studio Sifaka d’avoir une couverture nationale.

La grille des programmes a été élaborée et ajustée régulièrement à partir d’un sondage réalisé par 455 jeunes afin de connaître leurs attentes et intérêts. Elle est composée de courtes chroniques pour rendre l’émission dynamique et jeunes. Toutes les séquences intègrent des informations sur les domaines de développement, de droits de l’Homme et de consolidation de la paix. En outre, les thèmes liés à tous les ODD sont régulièrement abordés. Ces informations sont toutefois présentées de façon ludique, via des sujets d’actualité, afin de garder l’intérêt des jeunes pendant les deux heures. Cela permet de donner les outils nécessaires aux jeunes



auditeurs afin de leur permettre de comprendre les enjeux de consolidation de la paix et les moyens d'y participer.

## 2- Des capacités des leaders développées

Le projet Studio Sifaka a permis à des jeunes de devenir des leaders dans leurs communautés. Comme cité précédemment, l'écoute des émissions a permis à des jeunes de s'engager dans la vie locale publique, comme par exemple au sein de l'église, dans le sport dans la vie de leur Fokontany. Grâce aux émissions, 54% de jeunes de Mahajanga sondés maîtrisent la notion de leadership.

Cette position de leader est également atteinte grâce aux renforcements de capacités effectués par les différents acteurs du projet. Dans le cadre de la mise en place de Clubs de Jeunes Reporters, 285 jeunes (dont 145 filles) ont bénéficié d'un renforcement de capacités sur les techniques radiophoniques et les thématiques liées aux Droits de l'Enfant et de l'Adolescent. Également, afin de mener des groupes d'auditeurs et focus groups, 58 encadreurs et points focaux issus des associations de jeunes scouts ont été formés sur les DDH et les techniques de consultation des jeunes, et 44 jeunes issus du réseau Youth First ont été formés sur l'organisation de groupes d'auditeurs et de focus groups, pour être des points focaux dans leurs régions.

## 3- Intégration de la voie des jeunes

Les émissions intègrent la production de programmes réalisés par les groupes de jeunes : cela concerne les associations de jeunes du réseau Youth First, ainsi que les très jeunes journalistes des Jeunes Reporters Clubs. Ainsi, 300 contributions sonores aux programmes du Studio Sifaka ont été produites et envoyées par les jeunes de la société civile.

**Indiquez toute analyse supplémentaire sur la manière dont l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes et / ou l'inclusion et la réactivité aux besoins des jeunes ont été assurées dans le cadre de ce résultat:** (Limite de 1000 caractères)

Au niveau des ressources humaines, le Studio Sifaka a fait attention à garantir une parité homme/femme dans les recrutements. L'équipe est composée de 14 journalistes, dont 12 femmes et 2 hommes, tous de moins de 30 ans, ainsi que de deux rédacteurs web hommes. Au niveau des clubs JRC, le recrutement des jeunes reporters favorise la participation des filles pour adresser les questions d'égalité des sexes et l'autonomisation des jeunes filles dans les régions d'intervention

Studio Sifaka vise aussi à donner la parole aux femmes. Malgré les efforts déployés dans ce sens, on observe une difficulté à avoir des intervenantes femmes dans les émissions : 30% des invités dans le programme de débat étaient des femmes, ainsi que 33% des experts interviewés pour le programme « Question à ». Dans une société dans laquelle les hommes sont plus souvent entendus, donner la parole à des femmes peut avoir un impact, même si le seuil de la parité n'est pas encore atteint. Cette présence des femmes est aussi remarquée par les auditeurs. Selon un auditeur du Studio Sifaka à Sambava, *« le Studio Sifaka accorde une vraie place aux femmes. D'ailleurs, les journalistes sont majoritairement des jeunes femmes. Et parfois les invités aussi. Mais il y a quand même de l'équilibre avec les animateurs et les autres intervenants. »*

**Résultat 2: Le secteur médiatique diffuse des contenus contribuant à une coexistence pacifique, notamment en donnant une meilleure place aux jeunes**

Veillez évaluer l'état actuel des progrès du résultat:  
**on track with significant peacebuilding results**

**Resumé de progrès:** (Limite de 3000 caractères)

Le Studio Sifaka contribue à la coexistence pacifique du pays en diffusant des contenus fiables et accessibles pour environ 50% de la population, à travers un réseau de radios partenaires. Le réseau de radios partenaires s'est développé rapidement : à la date du lancement des premières émissions de Sifaka (décembre 2019), le projet comptait 6 radios partenaires. Actuellement, 20 radios diffusent les émissions, permettant au Studio Sifaka d'être écouté dans les 6 provinces, et dans 17 régions (sur les 22 que compte Madagascar). (Voir annexe 5)

Afin de multiplier les possibilités d'écoute, les émissions du Studio Sifaka sont également disponibles sur mobile via le service Viamo (écoute gratuite pour les clients Airtel) ainsi que sur les réseaux sociaux et en podcasts sur le site internet. Ces canaux de diffusion sont prometteurs, avec un nombre croissant d'abonnés. La page Facebook de Sifaka a atteint plus de 56.000 followers en quelques mois et le site-web a été lancé fin -février afin de toucher un plus grand nombre de jeunes (celui-ci comprend également une page spéciale Informations COVID19). Le site a obtenu jusqu'à 23.000 visites par mois au moment du pic de la pandémie et en moyenne est visité en moyenne 15.000 fois chaque mois. Les écoutes via la plateforme Viamo sont également en hausse : en 2020, plus de 525 000 appelants uniques ont écouté plus de 1.8 million de messages clés du Studio Sifaka.

Pour assurer un changement à le long terme, le projet a travaillé sur la stratégie de pérennisation, stratégie difficile à mettre en œuvre compte tenu de la faiblesse de revenus du paysage médiatique Malgache. En mars 2020, le projet a organisé une première mission avec un expert dans la génération de revenus des radios en Afrique. Il a effectué une évaluation du secteur commercial médiatique de Madagascar ; élaboré une stratégie de génération des revenus de Sifaka au regard du contexte local et développé l'offre commerciale pour Sifaka. Une seconde mission a été réalisée entre juin et septembre 2021 à distance (impossibilité de déplacement vers Madagascar), ce qui a permis de mettre en place une organisation commerciale au sein du Studio Sifaka, de recruter deux Responsables Commercial et Marketing et d'assurer une formation de l'équipe autour de « Les Fondamentaux de la commercialisation radio ».

Un travail auprès des organisations internationales a été initié sous la forme de rencontres, et un atelier, « La table ronde des bailleurs » a également été organisé en octobre par le Bureau de la Coordination des Nations Unies à Madagascar et par l'Ambassade de Suisse à Madagascar pour présenter le Studio Sifaka, pour trouver le financement nécessaire pour faire fonctionner Sifaka sur le moyen -terme. En novembre 2020, le Studio Sifaka a organisé une Conférence de présentation aux ONGs, pour présenter le Studio Sifaka et les options concrètes de services cross média (radio-web-réseaux sociaux) offerts sur base du contenu de la grille de programme du Studio Sifaka.

Ainsi, afin d'assurer son autonomie progressive, Studio Sifaka propose une approche publicitaire basée sur le cross-média, ce qui lui permet de se démarquer des acteurs



communicationnels via la qualité et l'originalité de son approche à Madagascar et de générer des revenus commerciaux supérieurs à 10 ou 15% du budget actuel. Au cours des 18 prochains mois, la majorité du financement sera donc assuré via les bailleurs. Le PNUD et la Coopération Suisse se sont déjà engagés, et des discussions sont actuellement en cours avec l'Union Européenne. La Fondation Hirondelle va se retirer progressivement du projet, afin de diminuer dans le temps le budget nécessaire au fonctionnement du Studio Sifaka. Le Studio Sifaka fonctionnera pour un coût inférieur et générera progressivement davantage de revenus commerciaux, afin d'assurer sa progressive autonomie.

**Indiquez toute analyse supplémentaire sur la manière dont l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes et / ou l'inclusion et la réactivité aux besoins des jeunes ont été assurées dans le cadre de ce résultat:** (Limite de 1000 caractères)

La rédaction du Studio Sifaka aborde très souvent des questions importantes pour les femmes mais aussi pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes. Pendant le projet, le Studio Sifaka a traité le rôle de la femme dans la société ; les femmes dans le monde professionnel, comme l'art, l'agriculture, ou la science ; l'égalité homme/femme ; et les droits des femmes. Egalement, d'autres sujets comme la violence basée sur le genre (VBG), le harcèlement, et l'abus ou l'exploitation sexuelle, ont été abordés pour sensibiliser toute la population. L'objectif, à travers ces émissions, est de pouvoir fournir des informations pratiques sur la santé des femmes, et des informations pratiques pour les jeunes femmes (et jeunes hommes) qui peuvent les aider dans leur autonomisation.

### **Résultat 3:**

Veillez évaluer l'état actuel des progrès du résultat: **Veillez sélectionner**

**Resumé de progrès:** (Limite de 3000 caractères)

**Indiquez toute analyse supplémentaire sur la manière dont l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes et / ou l'inclusion et la réactivité aux besoins des jeunes ont été assurées dans le cadre de ce résultat:** (Limite de 1000 caractères)

### **Résultat 4:**

Veillez évaluer l'état actuel des progrès du résultat: **Veillez sélectionner**

**Resumé de progrès:** (Limite de 3000 caractères)

**Indiquez toute analyse supplémentaire sur la manière dont l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes et / ou l'inclusion et la réactivité aux besoins des jeunes ont été assurées dans le cadre de ce résultat:** (Limite de 1000 caractères)



**Partie III: Questions transversales**

<p><b><u>Suivi:</u></b> Indiquez les activités de suivi conduites dans la période du rapport (Limite de 1000 caractères) Le projet a pu mener une étude de référence baseline puis endline pour montrer les impacts du projet sur les bénéficiaires Le projet a également fait l'objet d'une évaluation finale indépendante Egalement, le projet a mis en place d'autres méthodes de collecte de données : -Organisation de focus groups -Organisation de groupes d'écoute -Sondage via VIAMO (plus de 100.000 répondants)</p>	<p>Est-ce que les indicateurs des résultats ont des bases de référence? Oui</p> <p>Le projet a-t-il lancé des enquêtes de perception ou d'autres collectes de données communautaires? Oui</p>
<p><b><u>Evaluation:</u></b> Est-ce qu'un exercice évaluatif a été conduit pendant la période du rapport? Oui</p>	<p>Budget pour évaluation finale (réponse obligatoire): USD 35.000 Si le projet se termine dans les 6 prochains mois, décrire les préparatifs pour l'évaluation (Limite de 1500 caractères): L'évaluation finale indépendante a été achevée et rapport est ci-joint. La clôture tardive du programme a été justement causé par le retard dans la fourniture du rapport final et plusieurs échanges entre les prestataires et la groupe de référence.</p>
<p><b><u>Effets catalytiques (financiers):</u></b> Indiquez le nom de l'agent de financement et le montant du soutien financier non PBF supplémentaire qui a été obtenu par le projet.</p>	<p>Nom de donateur: Montant (\$): La Direction du développement et de la coopération Suisse 300.000 CHF</p> <p>Viamo 2157 USD</p> <p>Viamo 44 440 EUR</p> <p>Grandir Dignement 1'823'500 MGA</p> <p>Ministère de la Santé Publique et le Fonds des Nations Unies pour la Population 1'540'000 MGA</p> <p>PNUD 4'440 USD</p>
<p><b><u>Autre:</u></b> Y a-t-il d'autres points concernant la mise en œuvre du projet que vous souhaitez partager, y compris sur les besoins en capacité des organisations bénéficiaires? (Limite de 1500 caractères)</p>	



**Partie IV : ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE DU PROJET SUR**

**LA BASE DES INDICATEURS:**

Utiliser le cadre de résultats du projet conformément au document de projet approuvé ou à toute modification et fournir une mise à jour sur la réalisation des indicateurs clés au niveau des résultats et des produits dans le tableau ci-dessous. Veuillez sélectionner les produits et les indicateurs les plus pertinents avec les progrès les plus pertinents à mettre en évidence. S'il n'a pas été possible de collecter des données sur les indicateurs particuliers, indiquez-le et donnez des explications. Fournir des données désagrégées par sexe et par âge. (300 caractères maximum par entrée)

	<b>Indicateurs</b>	<b>Base de données</b>	<b>Cible de fin de projet</b>	<b>Etapes d'indicateur/milestone</b>	<b>Progrès actuel de l'indicateur</b>	<b>Raisons pour les retards ou changements</b>
<b>Résultat 1 Les jeunes hommes et les jeunes femmes, ont un meilleur accès à des informations fiables et professionnelles et à un espace pour se faire entendre, ce qui leur permet de mieux participer à la résolution</b>	Indicateur 1.1 Pourcentage d'auditeurs qui déclarent vouloir participer plus activement au processus de développement et de résolution des conflits, notamment grâce aux émissions de Studio Sifaka	<b>Générale : 15%</b>  Désagrégé par sexe : Baseline Hommes : 14% Baseline femme : 16%  Désagrégé par localité : Baseline Antananarivo : 13% Baseline Mahajanga : 16% Cible : 26% Baseline Antsiranana : 15%	<b>Générale : 25%</b>  Désagrégé par sexe : Cible Homme : 24%  Cible femme : 26%  Désagrégé par localité : Cible Antananarivo : 23% Cible Mahajanga : 26%  Cible Antsiranana: 25%		<b>Générale Auditeurs : 62,2%</b> <b>Non auditeurs : 11,4%</b>  Pour auditeurs : Désagrégé par sexe : – Hommes : 66,9% – Femmes : 57,8%  Désagrégé par localité : – Antananarivo : 53,2% – Mahajanga : 79,7% – Antsiranana : 70,0%	
	Indicateur 1.2 Pourcentage d'auditeurs qui pensent qu'un	<b>Générale : 38%</b>  Désagrégé par sexe :	<b>Générale : 50%</b>  Désagrégé par sexe :		<b>Auditeurs généraux : 94,6%</b>  Désagrégé par sexe :	



United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
pacifique des conflits et aux processus démocratiques et de développement	dialogue constructif entre groupes antagonistes est possible.	Baseline Hommes : 33% Baseline femme : 43%  Désagrégé par localité : Baseline Antananarivo : 44% Baseline Mahajanga : 35% Baseline Antsiranana : 31%	Cible Hommes : 45% Cible femme : 55%  Désagrégé par localité : Cible Antananarivo : 60% Cible Mahajanga : 50% Cible Antsiranana : 45%		– Hommes : 95,6% – Femmes : 93,6%  Désagrégé par localité : – Antananarivo :97,6% – Mahajanga : 100,0% – Antsiranana :96,7%	
	Indicateur 1.3 Pourcentage d'auditeurs qui déclarent avoir un dialogue plus constructif au sein de leur cercle familial / amis et leur communauté, notamment grâce aux programmes de Sifaka.	<b>Générale : 13%</b>  Désagrégé par sexe : Baseline Hommes : 12% Baseline femme : 14%  Désagrégé par localité : Baseline Antananarivo : 9%	<b>Générale : 18%</b>  Désagrégé par sexe : Cible Hommes : 17% Cible femme : 19%  Désagrégé par localité : Cible Antananarivo : 14%		<b>Général Auditeurs : 93,1%</b> <b>Général Non auditeurs : 13,3%</b>  Pour auditeurs : Désagrégé par sexe : – Hommes : 92,5% – Femmes :93,6%  Désagrégé par localité : – Antananarivo : 88,9% – Mahajanga : 91,1%	



United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
		Baseline Mahajanga : 17% Baseline Antsiranana : 12%	Cible Mahajanga : 22% Cible Antsiranana : 17%		– Antsiranana : 96,7%	
Produit 1.1 La capacité technique de jeunes journalistes et techniciens de radio malgaches à produire des émissions répondant aux normes et adaptées aux besoins d'informations des jeunes et des acteurs d'appui à la promotion des jeunes (genre, âge)	Indicateur 1.1.1 Nombre de jeunes journalistes capables de produire des émissions répondant aux normes et adaptées aux besoins d'informations des jeunes et des acteurs d'appui à la promotion des jeunes (genre, âge)	<b>0</b>	<b>16 journalistes rédacteurs web, dont au moins 50% de femmes.</b>		En cours du projet, 24 journalistes ont été recrutés et formés. Actuellement, le Studio Sifaka comporte 14 journalistes, dont 12 femmes et 2 hommes. Tous ont moins de 30 ans.	
	Indicateur 1.1.2					
	La capacité technique de jeunes journalistes et techniciens de radio malgaches à produire des émissions répondant aux normes et adaptées aux besoins d'informations des jeunes et des acteurs d'appui à la promotion des jeunes est développée en tenant compte des règles professionnelles et déontologiques					



United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
du journalisme et des médias						
Produit 1.2 Des contenus indépendants et variés d'information et de programmes éducatifs et ludiques à effet catalytique pour les engagements en faveur de la consolidation de la paix sont produits par la radio Sifaka	Indicateur 1.2.1 Nombre d'heure de contenu par jour	<b>0</b>	<b>Au moins 2h de production par jour</b>		2 heures de production par jour du 11 décembre 2019 au 23 mars 2020. Suite au confinement à cause de la crise sanitaire Covid19, du 23 mars au 31 mai 2020, Studio Sifaka produit 1 heure par jour. A partir du 24 juillet 2020, le Studio Sifaka a recommencé de nouveau à produire 2h de programmes par jour jusqu'à la fin du projet.	
	Indicateur 1.2.2 Pourcentage des auditeurs ayant répondu qui pensent être mieux informés depuis qu'ils écoutent le studio Sifaka	<b>0%</b>	<b>Au moins 50%</b>		<b>Auditeurs généraux : 96,1%</b>  Désagrégé par sexe : – Hommes : 97,5% – Femmes : 94,8%  Désagrégé par région :	





United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapas d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
					<ul style="list-style-type: none"> <li>– Antananarivo :82,5%</li> <li>– Mahajanga : 88,6%</li> <li>– Antsiranana : 100,0%</li> </ul>	
	<p><b>Indicateur 1.2.3</b> Les auditeurs de Studio Sifaka (hommes et femmes) ayant répondu considèrent que les programmes de Studio Sifaka sont fiables et équilibrés.</p>	<b>0%</b>	<b>Au moins 50%</b>		<p><b>Auditeurs généraux : 99,4%</b></p> <p>Désagrégé par sexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Hommes : 100,0%</li> <li>– Femmes : 98,8%</li> </ul> <p>Désagrégé par région :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Antananarivo : 99,2%</li> <li>– Mahajanga : 100,0%</li> <li>– Antsiranana : 98,3%</li> </ul>	
Produit 1.3 Les capacités des associations de jeunes malgaches sont renforcées pour produire des émissions et faire remonter les	<p><b>Indicateur 1.3.1</b> Nombre de Clubs de Jeunes Reporters capables de produire des émissions radiophoniques.</p>	<b>0</b>	<b>19</b>		19	
	<p><b>Indicateur 1.3.2</b> Nombre de jeunes capables d'organiser des</p>	<b>0</b>	<b>90</b>		FH : 44 HCDH : 49	



United Nations  
Peacebuilding

	<b>Indicateurs</b>	<b>Base de données</b>	<b>Cible de fin de projet</b>	<b>Etapes d'indicateur/milestone</b>	<b>Progrès actuel de l'indicateur</b>	<b>Raisons pour les retards ou changements</b>
préoccupations des jeunes dans les zones urbaines et rurales.	focus groups et/ou des groups d'auditeurs.					
	<b>Indicateur 1.3.3</b> Nombre de propositions de contenus de programmes basées sur les préoccupations des jeunes remontées par les associations de jeunes.	<b>0</b>	<b>30</b>		<b>300</b>	
	<b>Indicateur 1.3.4</b> Nombre de jeunes consultés pour adapter régulièrement la grille des programmes (auditeurs et focus groups).	<b>0</b>	<b>570</b>		<b>455 jeunes consultés lors des Focus Groups pour définir et adapter la grille des programmes et 47 focus groups ont été organisés dans les 22 région</b>  <b>999 jeunes ont participé aux clubs d'auditeurs et ont permis d'améliorer la grille des programmes au cours du projet</b>	
	<b>Indicateur 1.3.5</b> Nombre de JRC ayant des connaissances améliorées en matière de droits de l'homme	<b>0</b>	<b>65</b>		<b>105 (interventions sur 3 régions : Analamanga, Atsinanana, Atsimo Adrefana)</b>	



United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
Produit 1.4	Indicateur 1.4.1					
	Indicateur 1.4.2					
<b>Résultat 2</b> Le secteur médiatique diffuse des contenus contribuant à une coexistence pacifique, notamment en donnant une meilleure place aux jeunes.	Indicateur 2.1 Nombre de jeunes ayant répondu qui pensent que le secteur médiatique diffuse davantage des contenus contribuant à une coexistence pacifique,	<b>Générale : 7%</b>  Désagrégé par sexe : Baseline Hommes : 4% Baseline femmes : 7%  Désagrégé par localité : Baseline Antananarivo : 5% Baseline Mahajanga : 8% Baseline Antsiranana : 7%	<b>Générale : 20%</b>  Désagrégé par sexe : Cible Hommes : 20 % Cible femmes : 20%  Désagrégé par localité : Cible Antananarivo : 20% Cible Mahajanga : 20% Cible Antsiranana : 20%		<b>Général Auditeurs : 98,2%</b> <b>Général Non auditeurs : 31,8%</b>  Pour auditeurs : Désagrégé par sexe : – Hommes : 97,5% – Femmes : 98,8%  Désagrégé par localité : – Antananarivo : 97,6% – Mahajanga : 97,5% – Antsiranana : 100,0%	
	Indicateur 2.2 Nombre d'auditeurs ayant répondu qui pensent que les jeunes sont plus intégrés ou entendus dans la société	<b>Général : 0%</b>  Désagrégé par sexe : Baseline Hommes : 4% Baseline femmes : 7%	<b>Général : Au moins 50%</b>  Désagrégé par sexe : Cible Hommes : 50% Cible femmes : 50%		<b>Général Auditeurs : 81,4%</b>  Désagrégé par sexe : – Hommes : 81,3% – Femmes : 81,5%	



United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
	grâce aux émissions radiophoniques de Sifaka	Désagrégé par localité : Baseline Antananarivo : 5% Baseline Mahajanga : 8% Baseline Antsiranana : 7%	Désagrégé par localité : Cible Antananarivo : 50% Cible Mahajanga : 50% Cible Antsiranana : 50%		Désagrégé par localité : – Antananarivo : 82,5% – Mahajanga : 74,7% – Antsiranana : 88,3%	
	Indicateur 2.3					
Produit 2.1 Les émissions de Studio Sifaka sont produites quotidiennement.	Indicateur 2.1.1 Nb de villes couvertes quotidiennement	0	12		708 communes sont couvertes, dans 17 régions sur 22	
	Indicateur 2.1.2 Population couverte par les émissions de Studio Sifaka	0	35%		12 325 411 personnes couvertes, soit 49.3% de la population totale	
Produit 2.2 Les programmes d'information et de dialogue produits par Sifaka sont diffusés par un	Indicateur 2.2.1 Couverture géographique des radios partenaires de la Radio Sifaka	0	12 radios partenaires		20 radios partenaires	
	Indicateur 2.2.2 Nombre d'heures de diffusion des émissions Sifaka par semaine que	0	168h par semaine		273 heures de diffusion par semaine (avec 20 radios)	



United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
réseau de médias malgaches partenaires dans tout le pays et sur le web	les radios partenaires s'engagent à diffuser					
	Indicateur 2.2.3 Site web et pages sur les réseaux sociaux diffusent de contenu de Studio Sifaka	0	Création du site web ; Création des pages.		Site et pages créées Facebook : Studio Sifaka Twitter : @StudioSifaka Site web : <a href="http://www.studiosifaka.org">www.studiosifaka.org</a>	
	Indicateur 2.2.4 Nombre de visites par mois sur le site web	0	6000		Mars : 742 Avril : 1'192 Mai : 15'158 Juin : 20'702 Juillet : 23'425 Août : 17'202 Septembre : 14'887 Octobre : 20'318 Novembre : 13'533	
	Indicateur 2.2.5 Nombre d'abonnés sur les RS	0	50.000		Fin novembre 2020 : Facebook : 56'867 Twitter : 312	
Produit 2.3 Les mesures sont prises pour assurer la mise	Indicateur 2.3.1 Stratégie de pérennisation du studio Sifaka	0	1 stratégie		Une mission d'un expert dans la génération de revenus a eu lieu en mars 2020. Une grille de tarifs pour la production et diffusion a été	



United Nations  
Peacebuilding

	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
en place, le fonctionnement et la durabilité de la radio Sifaka					<p>élaborée et des modèles d'offres.</p> <p>Un code publicitaire a été défini ; une guide de procédure commerciale produit, avec des outils pratiques.</p> <p>Une liste de formats des productions et diffusions que Sifaka peut commercialiser a été élaborée.</p> <p>Une liste d'autres activités pour la génération des revenus a été élaboré.</p> <p>2 responsables marketing/commerciaux ont été recrutés et formés à la publicité radio.</p> <p>5 contrats de production et de diffusion signés avec des clients.</p> <p>2 ateliers de réflexion avec le fonds Fanainga pour un soutien</p>	



	Indicateurs	Base de données	Cible de fin de projet	Etapes d'indicateur/milestone	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements
					institutionnel dans la création d'une ONG « Sifaka ». 1 table ronde des bailleurs organisée. 1 conférence de présentation aux ONGs sur la publicité à la radio et sur le Studio Sifaka.	
	Indicateur 2.3.2 Taux d'exécution du budget	0%	100%			