



REPUBLIQUE DE GUINEE

Travail-Justice-Solidarité

2023

Ligne éditoriale Portail Guinéen Information santé (PGIS)

Carte Des Structures De Santé En Guinée

CATÉGORIES	Nombre
Système Santé	912
Grand Public	102

Ministère Santé et Hygiène
Publique (MSHP) : SCRP,
SMSI, SNPS

13/06/2023



Mis en œuvre par:



Table de matière

But Guide éditorial PGIS	1
1. Contexte.....	2
1.1 Système sociale et santé Guinée	2
1.2 Secteur santé Guinée.....	2
1.3 Résultats d'enquêtes d'Accès aux mass media et à la technologie de l'information/ communication (TIC).....	4
1.4 Paysage Médiatique et technologique (NTIC).....	6
1.5 Responsabilités MSHP en matière de communication (stratégie).....	6
1.6 Tableau des solutions numériques existent en Guinée (URL).....	8
2. Portail Guinéen Informations Santé (PGIS)	11
2.1 Description du site	11
2.2 Principes de base.....	13
2.3 Objectifs.....	14
2.4 Public Cible.....	17
3. Gestion Décentralisé PGIS	18
3.1 Principes alimentation de contenu du site web décentralisée	18
3.2 Conseils Règles rédaction contenu	19
4. Gestion des Contributeurs	22
4.1 Gestion de droits	22
4.2 Rôles et capacités des 3 rôles	23
5. Conditions Générales d'Utilisation	24
6. Annexe	28
6.1 Conseils Règles rédaction contenu en détail.....	28

But Guide éditorial PGIS

Définir le type de collaboration, les thématiques et les type de contenue pour le portail Guinéen Information santé (PGIS) du MSHP Guinée <http://portail.sante.gov.gn/> qui met à disposition de l'information de santé en général via les menu point « Système santé » et "Grand publique ».

1. Contexte

1.1 Système sociale et santé Guinée

Sociale : Avec une population de 12 millions d'habitants, dont plus de 40% vit dans la pauvreté, la Guinée est classée 183 sur 188 suivant l'indice de développement humain (IDH). Les taux de mortalité infantile (61/1000) et de mortalité maternelle (679/100000) sont parmi les plus élevés au monde. La Guinée fait également face à des défis importants dans le secteur de l'éducation, avec un taux d'alphabétisation très faible (30,4%), particulièrement chez les femmes (22%).

Le faible niveau d'éducation est certainement un facteur important à prendre en compte en communication stratégique, en particulier dans la rédaction de messages clés et dans les programmes d'engagement des citoyens. Il affecte également la perception publique de la santé publique.

1.2 Secteur santé Guinée

La structure organisationnelle du système de santé est calquée sur le découpage administratif et comprend huit (8) régions avec des directions régionales de la santé (DRS) et 38 districts sanitaires ou directions préfectorales de la santé (DPS).

Le système de soins est composé de trois secteurs : public, privé et communautaire. Le secteur public est organisé en niveaux et en échelons.

Organisation publique

Le sous-secteur public est organisé de façon pyramidale et comprend de la base au sommet: le poste de santé, le centre de santé, l'hôpital préfectoral, l'hôpital régional, et l'hôpital national.

Le Ministère de l'Hygiène et santé publique (MSHP) assure le pilotage de l'ensemble du système à travers la mise en œuvre et le suivi de l'atteinte des objectifs de la Politique Nationale de Santé.

Tbl N°1 Organisation structurelle du secteur public de la santé en Guinée

Secteur public	1er Niveau				2ème Niveau	3ème Niveau
	1er Echelon		2ème Echelon			
Echelons	Poste de santé	Centres de santé	CMC	Hôpital Préfectoral	Centre Hospitalier Régional	Hôpital National
Structures sanitaires						
Nombre	961	423	9	31	7	3

Les OSC et ONG nationales sont nombreux, spécialisées en domaines (gouvernance, SSR, droits, etc). La Direction Nationale Promotion Santé (SNPS) a constitué une base de données avec leur compétences respectives. Les partenaires internationaux sont les organisations multinationales (FM, UE), du système nations unis (OMS, UNFPA, Unicef, BM), les bilatéraux (AFD/EF, USAID, ENABEL, GIZ, JICA, coopération italienne, ..) et ONG internationales (MSF, Croix Rouge international,). Des hôpitaux sont appuyés par des congrégations religieux surtout chrétiennes (Dream, ...)

Le MSHP est associés dans les Projets : Unité d'Appui à la Gestion et à la Coordination des Programmes (UAGCP)/FM, GAVI : <https://uagcp-guinee.org/>, Unité de gestion des Projets (UGP)/BM : <https://www.ugp-passp-ms.org.gn/>, PASA2, Programme d'Appui au Renforcement du Système de Santé (PASA2), Promotion de la santé reproductive et familiale (PSR Guinée) / KFW, Projet de Renforcement des Services et Capacités Sanitaires (PRSCS)/BM/GFF, Projet Régional d'Amélioration des Systèmes de Surveillance des Maladies en Afrique de l'Ouest (REDISSE)/BM, COVID-19 FA/ BM, Projet d'appui au secteur de la sante post Ebola (PASSPE)/ BID/GG : <https://passpe-guinee.org/>, Projet de Soutien au Système Sanitaire National (PSN)/ coopération italienne

Organisations multinationales : Parmi les organisations internationales, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) exerce un leadership dans l'appui au secteur de la santé en Guinée et offre une coopération technique pour les politiques et plans nationaux.

L'UE et la Banque mondiale (BM) se partagent des régions et amplifient les fonds et la coopération technique pour le renforcement de la fourniture des services de santé locaux.

L'UNICEF et le FNUAP fournissent des fonds et une coopération technique importants en particulier dans le secteur de la santé maternelle et infantile. La Banque africaine de développement (BAD) et la Banque Islamique de Développement apportent une aide aux installations et équipements dans le secteur de la santé.

BAD - Banque africaine de développement : Elle fournit des équipements aux hôpitaux et établissements de santé en Guinée et accorde des prêts pour des rénovations des installations

Banque Islamique de Développement : Elle accorde des prêts pour la construction de centres de santé améliorés (centres et postes de santé. Voir aussi « Projet d'appui au secteur de la sante post ebola (PASSPE)/ BID/GG ».

Agences de coopération bilatérale

Agence française de développement (AFD) : L'AFD a construit un centre d'expertise de l'Institut Pasteur après l'épidémie de maladie à virus Ebola. À l'avenir également, le renforcement d'un système d'examen / d'analyse et la nutrition représenteront les domaines prioritaires de l'aide. Elle apporte son soutien à l'aménagement des équipements des installations d'examen / d'analyse, et à la gestion de l'information par le biais de la Fondation Mérieux. Un soutien est également mis en oeuvre pour l'organisation d'ateliers de travail portant sur le renforcement des capacités d'administration du ministère de la Santé ainsi que pour le renforcement de la gestion de l'information. Un projet d'appui à la santé sexuelle et reproductive (SSR) région de Boké vient de démarrer en 2023.

Agence américaine de coopération internationale (USAID) : L'USAID a terminé le projet Finance et Gouvernance de la Santé (HFG) en tant qu'efforts de renforcement de l'administration sanitaire et lancé de nouveau un nouveau programme « Projet de Renforcement du Système de Sante Local en Guinee » mise en oeuvre par un consortium avec lead RTI.

D'autres agences bilatérales : Enabel (Belgique), JICA (Japon), Coopération italienne

1.3 Résultats d'enquêtes d'Accès aux mass media et à la technologie de l'information/communication (TIC)

Tbl N°2 Accès mass média / Utilisation NTIC

Accès aux mass media ¹	Utilisation de la technologie de l'information/communication
<p>Exposition aux médias : 5,6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pourcentage de femmes âgées de 15-49 ans qui, au moins une fois par semaine écoutent la radio et regardent la télévision et lisent un journal ou un magazine, 	<p>Utilisation d'ordinateurs : 5,7</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Pourcentage de jeunes femmes âgées de 15-24 ans qui ont utilisé un ordinateur au cours des 12 derniers mois</i> <p>Utilisation l'internet : 17,8</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Pourcentage de jeunes femmes âgées de 15-24 ans qui ont utilisé l'internet au cours des 12 derniers mois</i>

Accès aux médias

Seulement 8,9 pour cent des femmes enquêtées lisent un journal ou un magazine, 40,2 pour cent écoutent la radio et 41,3 pour cent regardent la télévision au moins une fois par semaine.

Dans l'ensemble, 42,3 pour cent ne sont pas régulièrement exposées à aucun des trois médias, tandis que 57,5 pour cent sont exposées à au moins un et 5,6 à tous les trois types de médias chaque semaine.

Du point de vue âge, les femmes de moins de 25 ans sont plus exposées aux trois types de médias que celles plus âgées. En effet, la proportion des femmes qui lisent un journal ou un magazine, écoutent la radio et regardent la télévision au moins une fois par semaine diminue en fonction de l'âge.

Utilisation de la technologie de l'information et la communication

8 % des femmes âgées de 15-24 ans ont déjà utilisé un ordinateur, 5,7 pour cent l'ont utilisé au cours de l'année dernière et 4 pour cent l'ont utilisé au moins une fois par semaine au cours du mois dernier. Dans l'ensemble, 19,4 pour cent des femmes âgées de 15-24 ans ont déjà utilisé l'internet, tandis que 17 pour cent l'ont utilisé l'année dernière.

La proportion de jeunes femmes ayant utilisé l'internet plus fréquemment, au moins une fois par semaine le mois dernier, est plus faible en se situant à 15,4 pour cent. Comme attendu, l'utilisation à la fois de l'ordinateur et de l'Internet au cours des 12 derniers mois est plus répandu chez les femmes de 15-19 ans. L'utilisation de l'ordinateur et de l'internet est aussi fortement liée au milieu, à l'éducation et à la richesse.

Seulement 1 pour cent des femmes ayant suivi l'enseignement primaire déclarent avoir utilisé un ordinateur l'année dernière, alors que 15 pour cent pour les femmes ayant suivi l'enseignement secondaire et plus l'ont utilisé. L'utilisation plus élevée de l'internet est observée chez les jeunes femmes en milieux urbains (10 pour cent) par rapport à celles en milieux ruraux (1,1 pour cent).

¹ Enquête par grappes à indicateurs multiples MICS 2016

Taux de pénétration téléphonie mobile

Le taux de pénétration de la téléphonie mobile est très élevé avec une bonne couverture du pays en matière des réseaux mobiles.

Le pays a connu une croissance rapide du taux de pénétration des services TIC passant de 32 % en 2010 à 114% en 2020 pour le téléphone mobile et de 1% en 2010 à 48% en 2020 pour l'internet.

- En fin 2020 le parc des abonnés au téléphone mobile est évalué à 14 441 000 soit un taux de pénétration de 114% contre 82% en Afrique.
- Le **taux de pénétration d'Internet est estimé à 48% en décembre 2020** contre 30% en Afrique.
- En 2017, la Guinée occupe le rang de 163ème sur 176 de l'indice de développement de l'utilisation des TIC établi par l'Union Internationale des télécommunications.

Tbl. N° 3 Tx de pénétration

	Guinée	Afrique
Taux de pénétration mobile	100 %	80 %
Taux de pénétration internet	22 %	28 %

Source : www.itu.int 2019

Connectivité nationale

La Guinée dispose d'une bonne connectivité au niveau de tous les centres urbains.

- Les préfectures et sous-préfectures sont couvertes par la 3G à 100% par les opérateurs Orange et MTN en 2020. Cependant l'opérateur Cellcom ne couvre que 11% en 3G.
- La 4G (ORANGE) est disponible dans les villes de Conakry, Kankan, Labé, Mamou, Nzérékoré, Siguiri (la sous-préfecture de Doko). Le pays est couvert à hauteur de 89% par les réseaux mobiles en septembre 2020.

Tbl. N°4 Statistiques divers

Pays	Revenu mensuel par habitant en USD	Taux d'alphabétisation 2018 sauf pour la guinée 2014	TAUX ELECTRIFICATION 2018	% Abonné mensuel Internet mobile 1 Go par rapport au revenu mensuel moyen	Coût mobile On-Net de 150mn/mois par rapport au revenu	Coût SMS On-Net de 60 SMS /mois par rapport au revenu mensuel moyen
National			Urbain		Rural	
Guinée	76	32%	44%	87%	20%	2,2% 10% 0,8%

Source : Stratégie nationale santé numérique 2021- 2025

Digital divide genre

Les filles / femmes sont moins susceptibles d'avoir accès à la technologie numérique (propriété, achat d'unités)

1.4 Paysage Médiatique et technologique (NTIC)

Technologique : Le paysage médiatique comprend des journaux, la télévision et radio appartenant à l'État et un nombre croissant de stations de radio privées, quelques journaux et télévisions privées et la presse en ligne. Étant donné le taux élevé d'analphabétisme, la radio rurale demeure le «medium dominant». La pénétration de l'Internet reste très faible (4,7%), mais la couverture des téléphones cellulaires est très répandue. Le système téléphonique est bien desservi à Conakry, mais reste particulièrement négligé dans les zones rurales. Tout progrès technologique aura certainement une incidence positive sur la mise en oeuvre de la stratégie de communication du Ministère de la Santé. Les défis technologiques du Ministère aujourd'hui reflètent le paysage technologique du pays.

La Guinée s'est dotée d'une [Stratégie Nationale Santé Numérique 2021 – 2025](#).



1.5 Responsabilités MSHP en matière de communication (stratégie)

Le ministère de la Santé incombe des obligations/responsabilités vaste et multiples en matière de communication - définir le paquet d'information et assurer une bonne circulation des informations entre toutes les parties prenantes nationales et internationales sur l'avancement de la mise en œuvre des activités et de distribuer les rapports d'avancement à toutes les parties prenantes du pays

Dans le manuel de gouvernance du Ministère de la Santé, les responsabilités du Ministère de la Santé envers le grand public, les décideurs, les faiseurs d'opinion, les médias, les différentes composantes de la société civile et d'autres institutions sont de fournir les informations adéquates et actualisées des activités :

- Améliorer le niveau et le flux d'information
- Améliorer la connaissance des outils de gouvernance
- Mettre à disposition des documents du Ministère de la Santé auprès des acteurs

La communication entre le Ministère de la Santé et les acteurs dans le secteur santé permet l'accès aux documents techniques et améliore la transparence des activités des services centraux et des partenaires.

Le système de Communication et d'information continue du Ministère de la Santé et de ses structures affiliées est désignée à renforcer la visibilité et la lisibilité des actions du Ministère de la Santé.

Les nouvelles autorités du pays ont fixé comme priorité la « **Réconciliation de la population guinéenne avec le système de santé** » qui doit être atteinte par :

1. Offrir des soins de qualité à la population ; 2. Traiter nos compatriotes avec empathie et dignité ; 3. Transparence dans la gestion ; 4. Obligation de résultats ; 5. Redevabilité

Les mesures suivantes avaient été implémentées : 1. Mise à la retraite des fonctionnaires (resp. IRS et DPS) ; 2. Mise en place de nouvelles Équipes au niveau Central, Régional et Préfectoral; 3. Élaboration des lettres de Missions pour les Directeurs des Services Centraux et des contrats d'objectifs ainsi que des moyens pour les services déconcentrés, les projets et programmes ; 4. Evaluation du PNDS et élaboration d'un nouveau Plan triennal et d'un PAO consolidé pour 2022 ; 5. Réorganisation des programmes prioritaires.

Dans la stratégie de communication du ministère de la santé, 8/2017 PGIS n'est pas mentionnées comme pas encore existant. Les suivantes paragraphes adaptés et actualisées s'appliquent au Portail Guinéen Information santé.

Etat des lieux de la communication au Ministère de la Santé

Le service de communication (SCRP) est désigné pour traiter toutes les questions de communication du Ministère soit par une publication sur le Site web du ministère (<https://sante.gov.gn/>) ou via communication facebook (<https://www.facebook.com/SanteGN/>).

Communication interne: Le Ministère de la Santé n'a pas un système de communication interne efficace pour diffuser des informations à la fois verticalement et horizontalement.

Circuit correspondances / gestion physique et électronique des documents du MSHP :

En 2022 une solution numérique « gestion électronique du courrier MSHP (circuit correspondances) était développé par des informaticiens du cabinet MS.

Un manuel de procédures de gestion archives (validation en 2023) documente les processus de gestion physique existant avec des orientations pour le développement d'un système d'archivage électronique. Cette solution de gestion électronique des archives est développé avec le logiciel libre Open KM qui organise et sert de dépôt pour les documents MSHP dans des dossiers de façon hiérarchique.

Les défis technologiques du MSHP reflètent à travers l'absence d'un système intranet, de la disponibilité limitée d'accès à Internet et la disponibilité réduit d'équipements comme les ordinateurs fixes/de bureau, ordinateurs portables et interphones.

L'absence d'un réseau de communication interne systématique a un impact également sur le flux d'informations au niveau des régions et districts, et comme l'a prouvé la crise d'Ebola. La capacité du ministère en matière de communication interne et externe doit être renforcé pour gérer avec succès les crises et à obtenir la confiance du public.

La communication externe et la participation des citoyens : Le Ministère de la Santé n'a pas suffisamment de canaux de communication avec ses partenaires, les principaux acteurs

du secteur de la santé et les médias. Ni les citoyens, ni les acteurs clés ne sont suffisamment engagés dans le développement des politiques de santé, même si les problèmes de santé y relatés les affectent directement.

Même si les liens avec la société civile et les médias sont faibles, le nombre pléthorique d'ONG et d'organisations de médias du secteur de la santé à Conakry et à travers le pays, offre une opportunité d'un engagement plus actif au Ministère de la Santé. La Direction Nationale Promotion Santé (SNPS) en 2022 a procédé à une repertorisation des médias et OSC/ONG, ce que donnera plus de transparence sur les activités des OSC.

En plus la SNPS fait partie intégrante de l'équipe gestionnaire du Portail OSC (<https://osc-guinee.org/>) qui facilitera une présence sur le web des OSC/ONG nationales ².

Cartographie et évaluation des supports de communication pour la Santé en Guinée.

Dans le cadre de la cartographie et d'évaluation des supports de communication utilisés par les projets, les programmes et direction du Ministère de la santé et de l'hygiène publique (MSHP) ainsi que les partenaire techniques et financière, le Service National de la Promotion de Santé a répertorié toutes les supports de communication parmi les organisations intervenant dans la communication pour la santé en Guinée en vue leur archivage dans le portail numérique du ministère de la santé et de l'hygiène publique (PGIS).

1.6 Tableau des solutions numériques existent en Guinée (URL)

Sites web en Guinée	
<p>A. Ministère de la Santé et de l'Hygiène Publique</p>  <p>MSHP RÉPUBLIQUE DE GUINÉE Ministère de la Santé et de l'Hygiène Publique</p> <p>https://sante.gov.gn/</p>  <p>Portail Guinéen information santé GN : https://portail.sante.gov.gn/</p> <p>Plateforme apprentissage à distance Moodle : https://learning.sante.gov.gn/</p> <p>Plateforme visioconférence MSHP : https://visioconference.sante.gov.gn</p> <p>DNPM - Direction Nationale de la Pharmacie et du Médicament : https://dnpm-msgn.com/</p> <p>PNLP : https://pnlp-guinee.org/</p> <p>ANSS Guinée: http://anss-guinee.org/</p> <p>B. PROJETS</p>	<p>E. APPLICATIONS</p>  <p>Application SSRAJ Kouyé : https://kouye.com/</p> <p>Dépliant APP SSRAJ « Kouyé » Kouyé - Téléchargement Google Play</p> <p>App. EpiGuinee EpiGuinée https://play.google.com/store/apps/details?id=com.epiguinee.gn</p> <p>Flyer PDF Kouyé-Portail-InfoSanté-PPIC- EpiGN</p> <p>F. SANTÉ SEXUELLE ET RÉPRODUCTIVE (SSRAJ)</p> <p>La Génération qui ose : https://generationquiuse.org</p>

² Stratégie de communication du ministère de la santé, 8/2017 actualisé

**Unité d'Appui à la Gestion et à la
Coordination des Programmes :**
<https://uagcp-guinee.org/>

Unité de gestion des Projets (UGP) :
<https://www.ugp-passp-ms.org.gn/>

**Le Projet d'Appui au Secteur de la Santé
Post Ebola (PASSPE)**
<https://passpe-guinee.org/>

**C. SERVICE NATIONALE PROMOTION
SANTÉ (SNPS)**

Page Facebook SNPS

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100068941698466>

Springboardforsbc



<https://springboardforsbc.org/>

The compass for SBC



<https://thecompassforsbc.org>



**Plateforme Promotion Initiatives
Communautaires (PPIC) :** <https://osc-guinee.org/>

D. AUTRES MINISTERES

**Ministère de la Promotion fém, de l'Enfance
et des Personnes vulnérables (MPFEPV)**

**Centre d'Autonomisation Entrepreneuriat
Féminin (CAF):** <https://caf-guinee.com>

Merci mon héros :

<https://www.facebook.com/mercimonheros/>

Hello Ado :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=app.helloado.contenu&hl=en&gl=US>

**CNLS – Comité Nationale lutte contre
le Sida :** <https://cnls-guineecon>

G. PLATEFORMES PARTENAIRES

OMS :

<https://www.afro.who.int/fr/countries/guinea>

<https://www.who.int/countries/gin/fr/>

UNFPA : <https://guinea.unfpa.org/>

Unicef Guinée

<https://www.unicef.org/guinea/>

U-Report :

<https://guinea.ureport.in/stories/>

b. Solutions numériques internationales/ sous-régionales

Sites internationaux de référence	
<p>CDNSS – Centre de documentation Numérique du secteur santé http://cdnss.minsante.cm/</p> <p>INSPQ – Centre d’expertise et de référence en santé publique https://www.inspq.qc.ca/</p> <p>Medbox.org https://www.medbox.org/</p> <p>Plateforme Apprentissage en ligne Minsanté Sénégal http://www.formation.sante.gouv.sn/</p> <p><i>Introduction à la prise en charge intégrée des maladies de l’enfant (PCIME)</i> http://www.formation.sante.gouv.sn/course/index.php?categoryid=9</p>	<p>App SSRAJ Ma vie mon choix (Benin) : https://play.google.com/store/apps/details?id=org.unfpabenin.mvmc&hl=en&gl=US</p> <p>Bisa App (Sénégal) : https://play.google.com/store/apps/details?id=sn.bisa.app</p> <p>Zanzu : https://www.zanzu.nl/fr</p> <p>RAES Sénégal : https://ongraes.org/</p>
Apps SSRAJ	Information santé
<p>MST Risk : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.corpnco.mstrisk</p> <p>www.info-ist.fr : http://www.info-ist.fr/tout-savoir-sur-les-ist/</p> <p>Trouver ma méthode de contraception https://findmymethod.org/fr/</p> <p>Questions sexualité : Choisir sa contraception https://questionsexualite.fr/choisir-sa-contraception</p> <p>Loveattitude.be http://www.loveattitude.be/contraceptions/</p> <p>Marie Stopes contraception conseil : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.msi.msiAppClient</p> <p>MSI Reproductive Choices : https://www.youtube.com/watch?v=t4zzwOGTsMk&list=PLdFAIjSUIxGAIjEreh-Vjz0UAQAiy5fwx</p>	<p>MSD Manual Grand Public : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.msd.consumerFrench</p> <p>Safe delivery: https://play.google.com/store/apps/details?id=dk.maternity.safedelivery</p> <p>Zéro décès maternel https://play.google.com/store/apps/details?id=com.universaldocor.zeromothersdie</p> <p>Plateforme ELSA : Centre de ressources francophones sur le VIH/sida en Afrique https://plateforme-elsa.org/</p> <p>Share-net-Burundi : Plate-forme de connaissances sur la santé et les droits sexuels et génésiques https://share-net-burundi.org/</p>

2. Portail Guinéen Informations Santé (PGIS)

Le Portail Guinéen Informations Santé du Ministère de la Santé <https://portail.sante.gov.gn/> (PGIS) a été mis en ligne pour diffuser des informations de santé pour les acteurs de la santé en Guinée (institutions étatiques et PTF) mais aussi pour la population en général via le menu point "Grand publique". Aussi PGIS communique avec les partenaires et le grand public via des réseaux sociaux (Facebook, Canal Youtube etc...).

Le PGIS ne constitue pas une solution Intranet (communications internes protégées entre différentes entités du MSHP) pour le ministère mais est une site Internet qui facilite l'accès des professionnels de santé à un contenu technique (documents clés du secteur) et en plus au grand public des informations plus générales sur la santé et son organisation en Guinée.

PGIS à été mis en œuvre par le Service de Modernisation du Système d'information (SMSI) division NTIC de Ministère de santé avec l'appui technique et financière de GIZ/PASA2.

Les suivantes directions et services du MSHP gèrent le portail :

- SMSI : administration et contenu « compétences numériques »
- Service de communication (SCRP): vue d'ensemble « Oversight »
- Direction promotion santé (SNPS) : Grand publique, contenu technique

Liens réseaux sociaux

Facebook: <https://www.facebook.com/PGISGN?mibextid=ZbWKwL>

Canal Youtube PGIS : <https://www.youtube.com/@portailinfosantegn>

Service National Promotion Santé (SNPS) Guinée

<https://www.youtube.com/@servicenationaldepromotion9854>

2.1 Description du site

Menu principale

Grand Public	Santé Publique et Recherche	Gestion de connaissances	Acteurs	Infos Portail / Blog
Système Santé Guinée	Recherche	Ressource Numériques	Services Centraux et Directions Nationales	Informations site web PGIS
Habitudes de vie / prévention maladies chroniques	Santé Publique	Compétences numériques	Projets	Forums
Santé communautaire Médecine traditionnelle	E-Santé/ E-Learning		Partenaires Techniques & Financiers - PTF	Accessibilité / Bas débit
Santé Mère Enfant Adolescent				Glossaire
Démarche clinique				Plan du site

Grand Public

Thèmes identifiés pour le volet Grand Public

Informations sur Système de santé et le Ministère <ul style="list-style-type: none">- Organigramme (Directions, Programmes, DRS, DPS)- Pyramide sanitaire (trois Echelons)- Fonctionnement- Projets et Evolution- Ressources	Acteurs secteurs santé <ul style="list-style-type: none">- Partenaire techniques & Financiers- ONG / OSC Etudes & statistiques
<ul style="list-style-type: none">- Diagnostic et traitements- Info Utiles / Conseils pratiques- Médecine Traditionnelle- Mythes Santé	<ul style="list-style-type: none">- Maladies Transmissibles- Covid-19- Maladies Non transmissibles- Maladies et Handicap
<ul style="list-style-type: none">- Alimentation – Nutrition- Eau-Hygiène-Assainissement- Lutte Alcoolisme – Drogue – Tabac	<ul style="list-style-type: none">- Psychologie humaine- Affections médicales selon Groupes démographiques- Communication (IEC/CCC)
<ul style="list-style-type: none">- Santé Sexuelle Adolescents et Jeunes (SSRAJ)- Mutilations génitales- Violences basées sur le genre- Droit de l’homme et Egalité genre	

Miscell :

- Réponses techniques liées au secteur santé
- Blog d’information de référence dans le secteur santé
- Proposition de conseils

Compétences numériques

Gestion connaissances <ul style="list-style-type: none">- Accessibilité - bas débit- Centre ressources- E-Learning- Questionnaires / Quiz	Compétences numériques <ol style="list-style-type: none">1. Recherche et traitement de l’information2. Collaboration et communication3. Création de contenu (digitaux)4. Protection et Sécurité5. Environnement numérique / Résolution de problèmes
---	--

[Ressources PGIS](#)

2.2 Principes de base

- Pas de publicité
- Respect des principes générales du HONCode - « Health on the Net » - au stade actuelle on ne cherche pas encore la certification – prévu à moyen terme
- Pas de conseils médicaux spécifiques en réponse des questions posés (signifie un acte médical)
- Informations générales du système de santé Publique en Guinée, les prestations offerts dans les trois échelons du système santé, son fonctionnement, informations pratiques
- Informations pratiques et utiles – recommandations santé aux grand publique élaboré et publié par les acteurs étatiques (directions, programmes) et partenaires de santé
- Dans le volet « Grand Publique » publication d'informations adapté à cette publique cible
- Toute document produit en relation avec la Guinée qualifié d'être inclus dans le data base du portail santé
- Les Sites web et documents utiles et pratiques de l'extérieur peuvent être mentionnées en tant que liens (avec Logo) en mentionnant de façon claire la source
- Contenus : Articles (avec photos), documents, liens, événements, vidéos (aussi : organisations/Logo, ..)
- Impliquer des externes à la publication des informations (partenaires santé, acteurs santé numérique)

Extrait HONCode³

Le HONcode est un code de déontologie guidant les responsables de sites Web dans la mise en place de mécanismes fondamentaux permettant de mettre à disposition une information médicale de qualité, objective et transparente adaptée à la mission et à l'audience du site. La transparence d'un site améliore l'utilité et l'objectivité de l'information et la publication de données correctes.

- 1. Autorité :** Indiquer la qualification des rédacteurs
- 2. Complémentarité :** Compléter et non remplacer la relation patient-médecin
- 3. Confidentialité :** Préserver la confidentialité des informations personnelles soumises par les visiteurs du site
- 4. Attribution :** Citer la/les source(s) des informations publiées et dater les pages de santé
- 5. Professionnalisme :** Rendre l'information la plus accessible possible, identifier le webmestre, et fournir une adresse de contact
- 6. Transparence du financement :** Présenter les sources de financements

³ <https://www.hon.ch/HONcode/French/>
<https://www.hon.ch/en/tools.html>

2.3 Objectifs

- Créer une communication accessible et crédible en direction du personnel, des partenaires et de la population en vue d'apporter une plus grande visibilité des actions et politiques du Ministère de la Santé,
- Créer et maintenir un système de communication ouvert et fiable entre les niveaux central, régional et de district sanitaire du système national de santé
- Créer un cadre idéal de Collaboration avec les professionnelles de la santé en partageant des ressources clés ;
- Renforcer la capacité du Ministère de la Santé en communication externe ;
- Renforcer la capacité du personnel du MS sur l'utilisation adéquate des outils de communication ;
- Rationaliser l'échange d'informations et de connaissances au sein du Ministère de la Santé ;
- Publier (et permettre leur téléchargement) des documents clés du secteur
- Promouvoir la compétence numérique et la gestion de compétences personnelles (PKM)

Il s'agit de diffuser des informations, documents, pour de fins techniques, IEC – Information – Education – Communication sur les maladies sous surveillance et le Renforcement du Système Sanitaire.

Vision: Une communication accessible et crédible en direction du personnel, des partenaires et de la population en vue d'apporter une plus grande visibilité, transparence des actions et politiques du Ministère de la Santé et du rétablissement de la confiance du public.

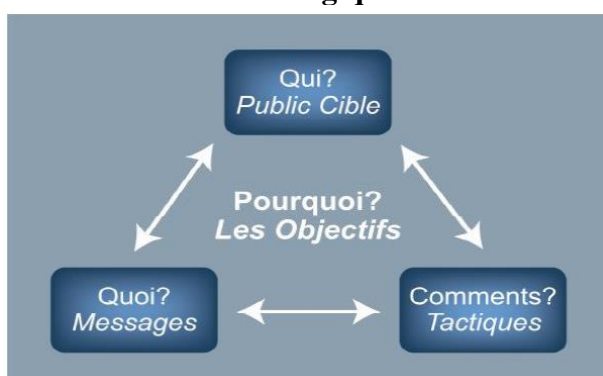
Mission

Mener des activités d'informations et de communication en collaboration avec les partenaires pour rétablir la confiance du public et assurer plus de visibilité, de transparence et de crédibilité des politiques et actions du Ministère de la Santé.

Objectifs de la stratégie de communication stratégique

On trouvera ci-après trois principaux objectifs de la stratégie de communication du Ministère de la Santé et les objectifs spécifiques relatifs à la communication externe et interne. Ces objectifs ont été discutés et validés au cours de la série d'ateliers tenus avec les parties prenantes clés et les groupes de travail pour l'élaboration de la communication stratégique.

Communications Stratégiques



Principaux objectifs

- Établir la confiance de la population dans le système de santé et le Ministère de la Santé (MSHP) ;
- Assurer la transparence des politiques et des actions du Ministère de la Santé ;

Objectifs spécifiques de la Communication Interne

- Créer et maintenir un système de communication ouvert et fiable entre les niveaux central, régional et de district sanitaire;
- Renforcer la capacité du personnel du MS sur l'utilisation adéquate des outils de communication interne ;
- Echanger avec le personnel du MS du niveau central, régional et de district sanitaire sur les politiques de santé et questions administratives du Ministère de la Santé ;
- Rationaliser l'échange d'informations et de connaissances au sein du Ministère de la Santé ;
- Accroître la transparence financière et budgétaire au sein du Ministère de la Santé et entre les niveaux central, régional et de district sanitaire.

Objectifs spécifiques de la Communication Externe

- Renforcer la capacité du Ministère de la Santé en communication externe ;
- Engager les citoyens, les leaders d'opinions et communautaires / et les autres personnes influentes, ainsi que la société civile dans le développement des politiques de santé ;
- Engager ouvertement et de façon proactive les médias à travers le pays ;
- Promouvoir les réformes et les politiques de santé auprès de la population et des parties prenantes clés ;
- Accroître la transparence financière et budgétaire du Ministère de la Santé auprès de la population et des parties prenantes clés;
- Répondre rapidement et efficacement aux questions posées par le public et durant les crises.

Figure 2 : Cibles : Stratégie de communication du Ministère de la Santé, MK, ISB, HFG/USAID, 8/2017



Communication Externe

La communication externe fait référence à la transmission et à la diffusion d'informations sur les politiques de santé aux acteurs de l'environnement extérieur du MS, y compris principalement la société civile, les médias, la communauté et les leaders d'opinion, les organisations internationales, les partenaires Techniques et Financiers (PTF) et les pouvoirs exécutif et législatif du gouvernement. L'objectif principal de la communication externe est d'accroître la transparence et la visibilité des politiques et des programmes du MS afin de rétablir la confiance du public au secteur de la santé publique.

Objectifs de la communication externe

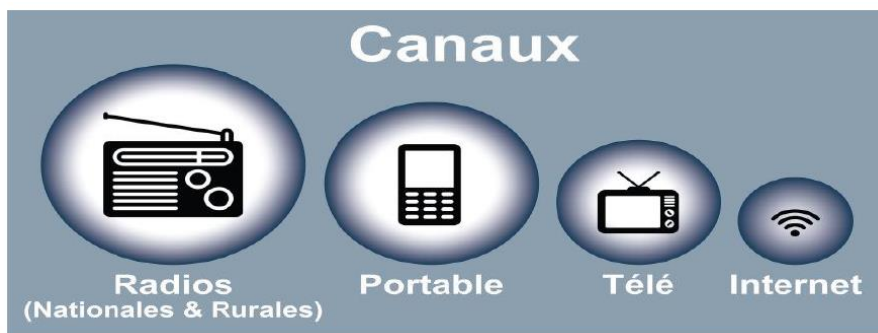
- Renforcer la capacité du Ministère de la Santé en matière de communication externe ;
- Engager les citoyens, les leaders d'opinions, communautaires, les autres personnes influentes, la société civile, les organisations internationales, les partenaires Techniques et Financiers (PTF) et les pouvoirs exécutif et législatif du gouvernement dans le développement des politiques de santé par un dialogue ouvert ;
- Engager ouvertement et de façon proactive les médias à travers le pays ;
- Promouvoir les réformes et les politiques de santé auprès des parties prenantes et de la population guinéenne ;
- Accroître la transparence financière et budgétaire du Ministère de la Santé auprès de la population et des parties prenantes ;
- Répondre rapidement et efficacement aux questions d'intérêt public ou crises qui émergent.

Canaux de communication

Le choix des canaux de communication devrait cadrer parfaitement avec le public cible visé par le MS pour un message ou un programme donné. Cependant, en général, et compte tenu du paysage médiatique de la Guinée, les canaux de communication des médias les plus appropriés sont la radio (en particulier la radio rurale), la télévision, la presse écrite, les médias sociaux, les télécommunications et la messagerie via la téléphonie mobile (SMS).

Les autres canaux de communication pour l'engagement des citoyens comprennent des espaces ouverts, participatifs, communautaires, des séances de dialogue avec des personnes influentes locales, des réunions publiques d'échanges, des ateliers, des groupes de discussions, des sondages, des enquêtes, des tableaux de bord ou fiches d'évaluation par les citoyens (scorecard).

Canaux des Communications



Les Messages

Les messages de base du Ministère de la Santé devraient être conformes à la vision et à la mission du ministère concernant les soins de santé équitables et accessibles à tous les Guinéens.

- **«Votre santé, notre priorité»**

Les messages spécifiques devraient cadrer parfaitement avec le public cible et les canaux de communication appropriés.

2.4 Public Cible

La cible à laquelle s'adresse le portail peut être classé en six groupes :

1. Cadres et contractuels du MSHP (services centraux, IRS, DPS, prestataires de soins CS et hôpitaux et formations sanitaires privées
2. Partenaires Techniques et Financières (PTF)
3. Institutions de la société civile (OSC) et Médias
4. Institutions publiques (Ministères : Jeunesse, MPFEPV, MATD, ..) et privées d'autres secteurs
5. Individus du Grand public se trouvant à Conakry ou à l'intérieur du pays
6. Géographiquement : Guinée, Afrique Francophone

1. Ministère de santé et Hygiène publique : Tout le personnel du Ministère de la Santé au niveau central, régional et de district sanitaire représente le principal public cible pour la PGIS.

- Le Cabinet, les Directions, Divisions, sections, programmes, projets et structures techniques, administratives et services du Ministère de la Santé au niveau central ;
- Les directeurs régionaux et les directions préfectorales du Ministère de la Santé ;
- Les Centres de Santé et hôpitaux au niveau des communes de Conakry et 33 districts (préfectures) sanitaires à l'intérieur du pays.

2. Les organisations internationales travaillant dans le secteur de la santé telles que les institutions multilatérales (UE ; FM, ...), les bilatérales (AFD, USAID, ...), les institutions des Nations Unis (OMS, UNFPA, UNICEF, ..) , ONG internationales, Institutions de recherche et autres partenaires internationaux ;

3. Organisations de la société civile, en particulier celles qui travaillent dans le secteur de la santé, parmi d'autres la Plate-forme des Organisations de la Société civile pour la Santé et la Vaccination (POSSAV), qui représente un conglomérat d'organisations de la société civile dans trente-trois districts sanitaires des huit régions de Guinée ;

- **Les médias (TV, radio, presse écrite et en ligne, médias numériques et sociaux) et les associations et organisations des médias**, tels que la Maison de la Presse, l'Agence Guinéenne de Presse et l'Association des journalistes en Santé.

4. Autres Institutions publiques et privées d'autres secteurs ;

5. La population guinéenne des huit régions administratives du pays ;

6. Tous institution et Grand public de la zone géographique et linguistique Afrique Francophone.

3. Gestion Décentralisé PGIS

3.1 Principes alimentation de contenu du site web décentralisée

La stratégie adoptée pour amener les producteurs de contenus à intégrer leurs documents, liens, articles, médias dans le PGIS est l'alimentation du contenu décentralisée.

Le portail Guinéen information Santé (PGIS) est un site web décentralisée qui donne droits d'écriture multiples éditeurs pour faciliter l'actualisation contenu *pour décentraliser* la production *de son contenu* auprès *de* contributeurs au sein de PGIS.

Les services centraux du MSHP, programmes, projets et PTF ont un accès au portail via les responsables de communication pour publier de contenu selon leurs besoins.

Pour les services centraux et IRS/DPS cet accès est assuré par les Points focaux communication promotion de la santé qui sont des démembrements du service national de promotion de la santé.

Ils sont désignés par leur responsable à travers une lettre de désignation signée par monsieur le ministre de santé, ils sont au niveau central et déconcentré (Programmes, projets, services, Directions, DPS et les IRS). Ils jouent un rôle crucial : Coordonner, apporter un soutien et des conseils sur la mise en œuvre du plan stratégie promotion de la santé 2021-2025 et des pratiques de l'organisation en matière de changement social et de comportement (CSC). Dans la gestion de la PGIS, ils ont la responsabilité d'assurer entre autres :

1. Collaborer avec les managers pour mettre et actualiser le contenu niveau des programmes, projets, directions et services ;
2. Travailler avec les managers et les autres membres du personnel pour s'assurer que les programmes, directions et services intègrent les mesures du PGIS dans toutes les activités.
3. Jouer un rôle de premier plan dans la création des contenus, le fonctionnement et sensibilisation au niveau du PGIS ;

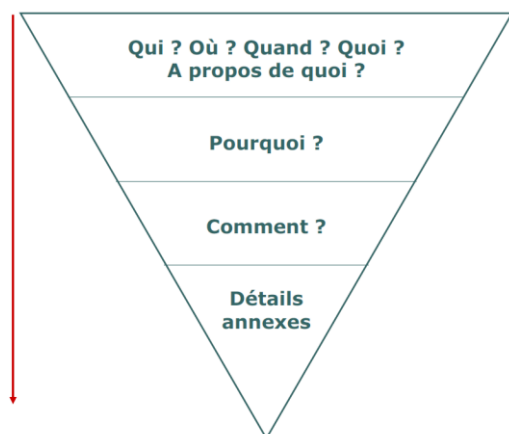
Une **Instance technique contrôle de qualité** a été mis en place pour vérifier la validité du contenu (articles, documents, liens, media)

- Evaluation de la **pertinence** et **conformité** avec la ligne éditoriale du portail
- **Contrôle** : Titre, désignation des catégories et autres champs à remplir
- Proposition équipe mixte : Cellule de communication, SMSI, SNPS (selon leur compétence) avec l'appui technique des PTF
 - Tache : contacter collègues service centraux pour identifier documents pertinents et les insérer

3.2 Conseils Règles rédaction contenu

Un texte web de lecture aisée pour l'internaute, l'est aussi pour les moteurs de recherche. L'écriture peut ainsi être mise au service du référencement naturel. De façon complémentaire, l'actualisation fréquente des pages et une attention particulière au formalisme des pages (balises title, meta description, URL, etc.) favorisent un bon référencement ⁴.

La Pyramide inversée



Règle de bonne écriture des articles

La rédaction d'un article de presse nécessite une méthodologie. Que votre objectif soit de faire la promotion d'un produit ou service ou de présenter votre activité, votre article de presse doit respecter d'abord les codes du journalisme et susciter ensuite l'intérêt de votre lectorat.

De façon générale un article de presse doit être précis, concis et clair dans un langage accessible à tous. Cet exercice obéit à un certain nombre de règles.

1. Identifier le sujet

Rédiger un article de presse consiste avant tout à identifier un sujet tout en tenant compte du public cible.

Avant de commencer la rédaction de votre article de presse, gardez toujours votre lecteur en tête. Cherche-t-il des informations sur l'actualité politique, sanitaire ou économique, etc. ? Renseignez-vous au préalable sur ces centres d'intérêt et sur ses modes de communication pour vous adresser à lui avec pertinence.

2. Rassembler les informations

Après l'identification du sujet, le rédacteur rassemble les informations à travers les personnes ressources, les documents ou d'autres sources fiables, afin de livrer un produit consommable.

⁴ Ecrire pour le Web/Soigner le formalisme des pages/CSI-FJ/avril 2012

3. Structurer l'article

Le rédacteur doit savoir que tout article de presse comporte une structure qui se présente comme suit : surtitre, titre, chapeau (ou chapô), corps de l'article et chute.

Le titre est la partie la plus importante de votre article de presse puisque c'est lui qui va donner envie au lecteur de poursuivre sa lecture. Il peut être informatif ou incitatif, mais quoi qu'il en soit, il doit toujours être court et accrocheur.

Vous pouvez optimiser votre titre avec un surtitre ou un sous-titre qui viendra préciser votre information.

Ensuite, vient votre chapeau (ou chapô) qui résume l'ensemble de votre article de presse en quelques lignes.

4. Rédiger un article

Commencez par une phrase d'attaque pour interpeller votre audience. Elle consiste à présenter l'événement et doit répondre aux six questions qui vont définir la structure même de votre article :

- Qui ?
- Quoi ?
- Où ?
- Quand ?
- Comment ?
- Pourquoi ?

Ensuite, vient le développement qui se divise en plusieurs paragraphes. Pour les longs articles, il est judicieux de les séparer par des intertitres pour faciliter la lecture.

Chaque paragraphe doit contenir une idée. Faites des phrases courtes et pensez à hiérarchiser vos informations. Très peu de lecteurs ne liront pas votre article en entier s'il n'accroche pas leur intérêt dès le départ.

Vous pouvez vous appuyer sur un grand principe de rédaction : la pyramide inversée. Partez des informations importantes pour finir par les détails intéressants et les infos de second plan.

5. Adopter un style d'écriture professionnel

Le rédacteur doit écrire comme un journaliste. Utilisez un ton neutre et objectif et évitez d'utiliser des superlatifs. Adoptez une écriture professionnelle et ne négligez pas la relecture afin de déceler d'éventuelles fautes d'orthographe ou des répétitions inutiles.

Allez directement à l'info sans vous perdre dans des explications beaucoup trop poussées pour un simple lecteur.

7. Être clair et concis

Allez toujours à l'essentiel. En règle générale, un bon article ne dépasse pas deux pages.

- Évitez les longueurs, les répétitions et les tournures de phrase alambiquées.
- Présentez brièvement les personnes citées ou interviewées et expliquez les sigles utilisés.
- Parlez au présent de l'indicatif.

En bref, soyez concis, mais surtout précis !

8. Toujours citer ses sources

Pour une question de crédibilité, il est important de citer vos sources d'information sur les faits relayés. Vous donnerez ainsi l'opportunité à votre lecteur d'approfondir ses connaissances et vous éviterez aussi le plagiat.

Sans pour autant mettre en cause le travail déjà abattu, nous mettons à votre disposition de façon succincte ces règles qui pourront contribuer à enrichir le document déjà élaboré.

Synthèse

Chiffres

Ci-après, quelques chiffres de statistiques concernant la lecture à l'écran :

- Les titres et intertitres sont 5 fois plus lus que les textes ;
- Les blancs entre les paragraphes augmentent le taux de lecture de 12% ;
- La longueur idéale d'une page web : 500 à 4000 signes ;
- La longueur idéale d'une phrase : 15 à 20 mots ;
- La lecture à l'écran est 25% + lente que celle sur papier. Elle s'effectue en diagonale, l'oeil fait « des bonds », en groupe de mots ;
- Au maximum, 20 hyperliens sur une page d'accueil ;
- Au maximum, 5 liens intégrés au contenu ;
- De préférence, ne pas dépasser 7 hyperliens à un même niveau.

Le lecteur doit pouvoir comprendre l'article dans les 10 premières secondes de lecture

Récapitulatif

Un contenu rédigé sur le web doit être facile :

- à lire;
- à comprendre;
- à explorer.

Privilégiez :

- La contextualisation de vos contenus : orientez constamment les utilisateurs avec des titres et intertitres significatifs ;
- Des mots simples et explicites : allez à l'essentiel.

Il est préférable d'éviter :

- Encombrer le visiteur d'informations qui ne le concernent pas ou d'éléments non informatifs ;
- D'attendre des utilisateurs qu'ils retiennent tout ce qu'ils ont lu précédemment ⁵.

⁵ Rédiger pour le web : Quelques conseils pour faciliter la rédaction de contenu à diffusion web, Élodie TERRET - Grenoble Universités 09/01/06 - Conseils rédactionnels

Rédiger : “simple, concis, structuré”

Faire (plus) court

Textes plus courts que sur papier : ½ de l'équivalent papier

Pages courtes : 1 à 3 écrans (1 écran ~ 250 mots = 1 feuillet = 1500 signes)

Phrases courtes : 12 à 15 mots idéalement ; en tout cas < 20 mots/phrased

Mots courts : en français, privilégier les mots de 3 syllabes ou moins (limite à adapter selon les contextes)

Ecrire court = raccourcir. Ecrire puis éliminer (écrire court directement prend plus de temps), ne garder que l'essentiel : textes denses

L'essentiel d'abord

Définir le message essentiel : un seul message essentiel par page

L'exprimer par oral brièvement avant de l'écrire : efficace pour valider/invalider/clarifier

Commencer le texte par sa conclusion : de l'essentiel à l'exhaustif, du particulier au général, du synthétique au développé ...

Débuter la phrase par l'information essentielle

Alléger le style

Choisir une syntaxe simple : SUJET + VERBE + COMPLEMENT (*éviter qui, que, dont, lequel ...*)

Favoriser le **présent** de l'indicatif et la **voie active**

Utiliser des repères temporels absolus

Préférer les **affirmations**, les formes positives aux (doubles) négations

Abandonner les tournures inutiles (*Il est à noter que... Il s'agit avant tout de... Il importe que... Il convient de préciser que... En ce qui a trait à...*)

Eviter les excès d'adjectifs et de mots de liaison, les adverbes, le jargon, les abréviations, les sigles

Arrondir les chiffres sauf exception

Utiliser les fractions

Varié les types de contenus

Multiplier les angles et les styles : factuel, institutionnel, pratique, témoignages, articles d'expert, FAQ...

4. Gestion des Contributeurs

4.1 Gestion de droits

Il existe trois rôles avec différentes possibilités d'intervention dans le système :

1. Administrateur technique, 2. Editeur et 3. Contributeur.

La gestion des droits des utilisateurs peut être réglé par l'administrateur :

- Ouvert (même public), pour blogs enable commentaires
- Semi-ouvert ou modéré (lire, pas d'écriture pour les visiteurs)
- Groupes de travail en ligne fermés.

1. Administrateurs technique et administratif (Webmasters) du portail web MINISTÈRE DE LA SANTÉ

Assistant administratif / Coordinateur

Les informaticiens (cellule NTIC)

- Décident sur la délégation des droits d'écriture/publication
- Veillent sur la conformité aux standards sites web (ergonomie)

2. Editeur

- Mise à jour du Domaine
- Animation des GE et d'autres contributeurs (PR, Programmes)
- Publier, Ajouter, Contrôler (Supprimer) les documents insérés

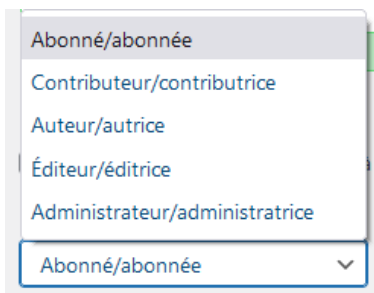
3. Contributeur

- Expert dans un secteur précis de la santé
- Elaborer un blog pour son thème
- Anime son espace
- Insère les documents dans le site (mais seulement le GD a les droits de les publier)

4.2 Rôles et capacités des 3 rôles

Tbl N° Table d'utilisateurs - Rechercher, Filtrer, Parcourir

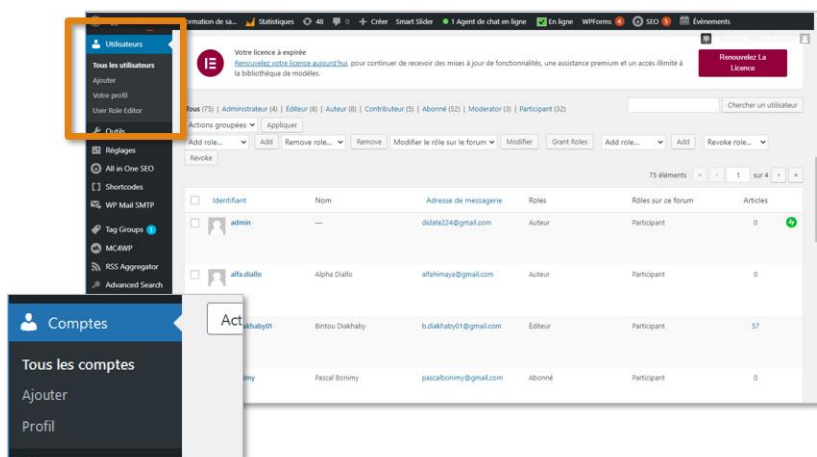
Rôle	Accéder et gérer toutes les fonctionnalités d'administration du site	Créer, rédiger, publier articles des autres	Publier ses propres articles	Créer et Rédiger ses propres articles	Gérer son profil
Administrateur / Administratrice	X	X	X	X	X
Editeur / Editrice	-	X	X	X	X
Auteur / Autrice	-	-	X	X	X
Contribuer / Contributrice	-	-	-	X	X
Abonné / Abonnée	-	-	-	-	X



Gestion des utilisateurs :

Menu Utilisateurs, Dashboard

- Ajouter
- Rechercher des utilisateurs
- Modifier son profil



5. Conditions Générales d'Utilisation

Le présent site internet est édité par le ministère de la santé l'hygiène publique de la République de Guinée.

Siège social : Quartier Almama, Commune de Kaloum, BP : 000 Conakry - Guinée

Les présentes conditions de service sont conclues entre :

- Le MINISTERE DE LA SANTE – REPUBLIQUE DE GUINEE
- Et toute personne physique ou morale, particulier ou professionnel, de droit privé ou de droit public souhaitant utiliser les services du site <https://portail.sante.gov.gn>, ci-après nommée l'UTILISATEUR.

Le fait de visiter ce portail internet et d'ouvrir une session implique que vous acceptez les présentes conditions de service dans leur intégralité et sans réserve.

ARTICLE 1 – QUELS SONT LES SERVICES OFFERTS?

Le portail portail.sante.gov.gn offre à ses visiteurs un portail de présentation de l'organisation des départements et d'information sur les activités du Ministère de la Santé de la République de Guinée et des différentes parties prenantes du secteur de la santé en Guinée.

Les Objectifs qualitatifs & quantitatifs du portail sont les suivants :

- Renforcer la communication interne et externe du MINISTÈRE DE LA SANTÉ avec toutes parties prenantes
 - Accroître la transparence des activités du MINISTÈRE DE LA SANTÉ Guinée
 - Publier et permettre le téléchargement des documents clés du secteur de la Santé
 - Faire connaître et valoriser les activités des Organisations de la Société Civile (OSC)
 - Permettre un travail collaboratif entre les acteurs clés du MINISTÈRE DE LA SANTÉ
 - Promouvoir la compétence numérique et la gestion de compétences personnelles (PKM)
- Avoir en plus les possibilités que l'information arrive au MINISTÈRE DE LA SANTÉ à la fois que la chercher activement (veille informationnelle active)
 - Disposer d'un moyen de communication adapté au grand public en général et aux jeunes en particulier

ARTICLE 2– COMPTE D'UTILISATEUR

L'enregistrement préalable sur le portail portail.sante.gouv.gn est indispensable pour l'utilisation de certains services du portail.

L'UTILISATEUR s'engage à renseigner tous les champs obligatoires du formulaire et à communiquer au portail des informations exactes, complètes et à jour afin de permettre au portail de valider sa réservation.

ARTICLE 3 – GARANTIES

3.1 Responsabilité du MINISTERE DE LA SANE

Le MINISTERE DE LA SANTE s'engage à répondre à toute obligation explicitement identifiée dans le cadre du présent Contrat.

Sauf mention explicite dans le présent Contrat, la responsabilité du MINISTERE DE LA SANTE ne pourrait être engagée dans le cas où l'inexécution de ses obligations serait imputable soit au fait imprévisible et insurmontable d'un tiers au contrat soit à un cas de force majeure telle que définie par la Jurisprudence guinéenne. De même, la responsabilité du MINISTERE DE LA SANTE ne saurait être engagée pour tous les inconvénients ou dommages inhérents à l'utilisation du réseau Internet, notamment une rupture de service, une intrusion extérieure ou la présence de virus informatiques.

3.2 Pouvoir

L'UTILISATEUR s'engage à disposer du pouvoir, de l'autorité et de la capacité nécessaires à la conclusion et à l'exécution des obligations prévues aux présentes.

3.3 Utilisation des Authentifiants

L'UTILISATEUR est le responsable entier et exclusif de son identifiant unique et de son mot de passe (ci-après les «Authentifiants») nécessaires à l'utilisation des services du portail portail.sante.gov.gn.

Le MINISTERE DE LA SANTE dégage toute responsabilité pour toute utilisation illicite ou frauduleuse des Authentifiants mis à la disposition de l'UTILISATEUR. La fourniture des Authentifiants est considérée comme confidentielle. Toute suspicion d'une divulgation, intentionnelle ou non, des Authentifiants fournis, engage la responsabilité unique de l'UTILISATEUR à l'exclusion de celle du MINISTERE DE LA SANTE. L'UTILISATEUR

doit informer le MINISTERE DE LA SANTE dans les 24 heures de la perte, du vol ou de toute utilisation non autorisée des Authentifiants de l'UTILISATEUR.

A la demande des autorités administratives ou judiciaires, le MINISTERE DE LA SANTE pourra être amené à leur communiquer toutes données en sa possession.

3.4 Restrictions d'utilisation

L'UTILISATEUR s'engage à respecter l'ensemble des prescriptions légales et réglementaires en vigueur, et à ne pas :

- I.** Utiliser les services du portail d'une quelconque manière illégale ou illicite ou dans un quelconque but illégal ou illicite.
- II.** Agir de manière à gêner ou perturber les services du portail.
- III.** Echanger avec des d'autres utilisateurs ou des personnes n'utilisant pas les services du portail, des contenus diffusés par le portail, par quelque média que ce soit.
- IV.** Faire usage de tout ou partie du logiciel, des labels, indicateurs, modèles, protocoles, manuels, bases de données et autres droits d'auteurs détenus par le MINISTERE DE LA SANTE.

En cas de non-respect par l'UTILISATEUR des dispositions du présent Article, le MINISTERE DE LA SANTE se réserve le droit de suspendre partiellement ou totalement, et/ou d'interrompre sans délai et sans mise en demeure préalable les comptes de l'UTILISATEUR, et de résilier immédiatement le Contrat, sans préjudice du droit à tous dommages et intérêts auxquels le MINISTERE DE LA SANTE pourrait prétendre.

ARTICLE 4 – DONNEES PERSONNELLES

Le MINISTERE DE LA SANTE informe l'UTILISATEUR que ses Données Client sont enregistrées, à des fins de gestion de ses relations avec l'UTILISATEUR.

En conséquence, l'UTILISATEUR dispose d'un droit d'accès, de modification, de rectification ou de suppression de ses Données Personnelles collectées, en contactant simplement le MINISTERE DE LA SANTE , à l'adresse Quartier Almamy – Conakry – République de Guinée.

Les Données Personnelles transmises par l'UTILISATEUR sont conservées le temps légal nécessaire à l'administration de la preuve.

ARTICLE 5 – MODIFICATION

Les conditions générales de service en ligne prévalent sur les conditions générales de service imprimées.

Les parties conviennent que le MINISTERE DE LA SANTE peut, de plein droit, modifier son service sans autre formalité que d'en informer l'UTILISATEUR par un avertissement en ligne et/ou de porter ses modifications dans les conditions générales en ligne. Toute modification ou introduction de nouvelles options de Service fera l'objet d'une information en ligne sur le site localisé à l'adresse URL <https://portail.sante.gov.gn> ou l'envoi d'un courrier électronique à l'UTILISATEUR.

ARTICLE 6 – DROIT APPLICABLE – LITIGES

Le présent Contrat est soumis à la Loi guinéenne.

De convention expresse entre les parties, tout différend susceptible de naître de

l'interprétation ou de l'exécution du présent Contrat sera de la compétence exclusive des juridictions compétentes sur le territoire de la République de Guinée.

6. Annexe

6.1 Conseils Règles rédaction contenu en détail

Comment préparer un contenu écrit pour le Web ?

Ecrire pour le Web/Soigner le formalisme des pages/CSI-FJ/avril 2012 4/6

TITRE : informatif et accrocheur, avec mots-clés (pour optimiser le référencement)

CHAPEAU : paragraphe qui introduit et résume l'article, le chapeau doit livrer l'essentiel dès le début (sur le modèle des articles de presse) : 300 signes maximum

Titre1 : accroche visuelle

Paragraphe 1 : de 4 à 8 lignes – 300 à 1000 caractères max

Inter-titres / sous paragraphes / listes : au besoin – pour hiérarchiser l'information

Paragraphe 2

Inter-titres / sous paragraphes / listes etc.

ENCADRÉS : Pour informations annexes, textes réglementaires, contacts, images, liens, mise en avant d'une partie du contenu

À savoir

- Les pages web ne sont pas lues dans leur intégralité : elles sont survolées, parcourues rapidement.
- Balayage de l'oeil : de haut en bas et de gauche à droite.
- Il faut donc faciliter ce mode de lecture. Par exemple, un long texte en un seul bloc uniforme est inadapté à lecture sur écran.

Simplifiez votre contenu au maximum. Soyez pertinent pour l'internaute.

- Cernez ce qui est utile à l'internaute ciblé (grand public, enseignant, élève, parent, etc.).
- Evitez les historiques, les longues explications, les mises en avant des participants à un dispositif donné. Lorsqu'il y a besoin de développement, préférez les documents annexes (PDF). La page doit rester concise.

Pensez à l'avenir de votre page

- Le contenu doit toujours être actualisé. Lorsqu'une information ne doit rester qu'un temps donné, utilisez la publication planifiée.
- Lorsque vous êtes en attente, mettez une phrase pour faire patienter. Ne créez pas de page « en construction ».

Hiérarchisez l'information :

Découpez votre page en intro, titres, textes, encadrés...

Sur le Web, la conclusion est en premier !

- Suivre la logique de la pyramide inversée : aller de l'essentiel au secondaire
- la première phrase énonce l'idée importante, le reste du paragraphe détaille ou explique

Pensez à faire des liens hypertextes vers des contenus internes, des sites externes, des PDF !

- Ne pas dépasser 80/100 caractères

- Ne pas oublier de joindre la pièce jointe (PDF, document, image etc.) ou l'url du lien lors de la transmission de votre contenu.

Développez les sigles et les acronymes

... au moins une fois dans la page (au début en général). *DPES* (*Division des personnels de l'enseignement secondaire*, sans mettre les majuscules dans le développement du sigle...)

Ne copiez pas de contenu venu d'ailleurs

- Ne refaites pas ce que d'autres font mieux que nous et mettent à jour régulièrement. Pointez vers des sites officiels (Eduscol, etc.)
- Le cadre réglementaire doit pointer vers Légifrance, education.gouv...etc.

Organiser son message

- 1 phrase = 1 information
- 1 paragraphe = 1 seule idée maîtresse
- 1 article = 1 message essentiel

Découper le plus possible le texte

- avec des titres et sous-titres
- avec de nombreux paragraphes courts
- avec des énumérations sous forme de listes à puce

Être simple et concis :

- 1 phrase = 12 à 15 mots
- 1 paragraphe = 4 à 8 lignes
- Décomposer les idées complexes en plusieurs phrases

Utiliser une syntaxe élémentaire : sujet + verbe + complément

Pour alléger la syntaxe **Évitez** :

- les inversions
- Les incises
- Les compléments circonstanciels intercalés
- La voix passive
- Les tournures négatives
- Les mots superflus : supprimer la plupart des adverbes et adjectifs
- Le présent de l'indicatif
- La voix active
- Les tournures affirmatives

Clarté

L'objectif est d'être compris du plus grand nombre.

Évitez le jargon

Ecrivez pour un lecteur qui ne connaît rien au sujet.

Ton neutre et sobre

Compatible avec l'institution, le service public.

Ton engageant, dynamique et positif

Justifier les textes à **gauche** pour le confort de l'oeil et pour faciliter la lecture. Sur le document préparatoire (le canevas de pages web standard ou un doc .odt, .doc) **n'appliquer aucun style** hormis les titres 1,2,3 etc. et le gras. Pas de changement de police, ni de couleur, ni de changement de casse (majuscule).

Éviter...

- *l'italique* (peu lisible)
- LES TEXTES TOUT EN CAPITALES (ralentissent la lecture)
- Le soulignement du texte (réservé aux liens hypertexte).
- Gras pour les mots-clés

Niveaux de titre

Sous-titre

Correction de la langue

- Respecter l'**orthographe** et soigner la syntaxe. C'est un critère de crédibilité, qui engage l'image du MSHP
- D'une manière générale, respecter les règles de ponctuation et les règles typographiques en usage.

Comment préparer des documents annexes pour le Web ?

- Pour tous les documents : veiller à respecter les règles de nommage des fichiers.
- Les photos / vidéos viennent illustrer le contenu textuel et non l'inverse.

Les images doivent être optimisées

Les images doivent être préparées au format jpeg / maximum 500px de large/ 72dpi.

Pour cela :

- 1- Utiliser un logiciel d'optimisation (Gimp, photoshop)
ou
- 2- Envoyer au service communication

Les vidéos doivent être encodées pour la mise en ligne.

Penser au droit à l'image, au droit d'auteur

Les droits de propriété intellectuelle doivent être scrupuleusement respectés : veillez à l'obtention d'une autorisation écrite de :

- l'auteur pour la reprise d'un fichier son ou vidéo, d'une photographie, d'une carte géographique
- des personnes filmées ou photographiées : pour les élèves, avoir une autorisation parentale

Mentionner le copyright et une légende, ainsi qu'une description pertinente de l'image (pour l'accessibilité)

Tous les documents annexes doivent :

Etre exportés en **PDF** (sauf exception pour des documents à remplir) : les PDF produits à la suite d'un scan sur imprimante sont à bannir (> ils ne sont pas reconnus sur les moteurs de recherche et ne sont pas accessibles aux personnes en situation de handicap)

Ne pas oublier de remplir les métadonnées lors de l'insertion dans le CMS (Wordpress) :

- Champ « alt » ou « texte de remplacement » pour les images
- « titre » du document

Ecrire pour le Web

Structurer, hiérarchiser, habiller

La structuration du texte en niveaux (paragraphes) et son habillage (titres, intertitres, sous-titres, sur-titres ; mise en exergue - gras, couleur -, sommaire interne, listes) facilitent la lecture et la compréhension, pour les lecteurs comme pour les moteurs.

Les zones les plus vues

- «en haut, à gauche »
- Les titres et intertitres sont 5 fois plus lus que les textes
- Titres : surtout le début
- Micro contenus : intertitres, sous-titres, mise en exergue (gras, couleur), listes à puces ou numérotées (2 premiers mots de chaque item sont plus lus), liens et menus de navigation, sommaire interne à une page

Structuration en niveaux

- Découpage en paragraphes bien distincts (augmente le taux de lecture et le taux de compréhension)
- Une seule idée par paragraphe
- Le chapeau (pour les textes >1feuille, 250 mots/1500 signes) : un seul paragraphe court (10 % du texte) et informatif, en gras, avec l'essentiel
- Utiliser les compléments : encadré, interview, chiffres clés, biographie, sources

Soigner le titre

Caractéristiques d'un bon titre :

- Visible, central, en + gros caractères
- Intégrant les mots clés
- Commencant par l'essentiel (essentiellement les 2 premiers mots sont vus)
- Autonome (compréhensible hors contexte)
- Informatif (et non incitatif), explicite
- Court : 5 à 7 mots idéalement ; dans tous les cas < 10 mots

Utiliser les listes à puces ou numérotées

Pour obtenir une liste efficace :

- Enumérer 3 à 10 items
- Eliminer les articles inutiles
- Eviter les répétitions au début des items
- Commencer par des mots du même type (verbes, noms, adjectifs)
- Supprimer la ponctuation pour alléger
- Présenter la liste en retrait pour renforcer sa visibilité
- Limiter le nombre de listes au sein d'un texte
- Préférer les listes à un seul niveau

Mettre en exergue

- Gras ou couleur différente
- Ne pas en abuser : < à 5 mots à la suite ; par rapport à l'ensemble du texte

Intertitres, sous-titres, sur-titres

Jouer sur la différence de taille et de police de caractère

Hiérarchiser ses mots

- Identifier les mots-clés importants pour le site web, pour une page précise
- Placer les mots-clés aux endroits-clés du site (page d'accueil, pages N-1, signature/slogan, arborescence/menu de navigation) ou de la page (titre, 1^{er} paragraphe, mots en exergue, listes à puces, textes des liens)
- Utiliser les balises pour mettre en valeur le titrage : titre (balise h1), intertitres et sous-titres (balises h2, h3, etc.). Les mots contenus dans les balises de forme (gras) sont surpondérés par les moteurs.

Liens

- Intégrer les mots-clés
- Rédiger court et précis : 5 mots (le format des liens doit être distinct, les mots clés ne doivent pas être dilués)
- Ne lier qu'une partie de la phrase
- Spécifier poids et format si ≠ html (pdf, ppt, xls...)
- Eviter les liens en début de texte ou de paragraphe
- Regrouper les liens dans un encadré pour éviter les liens en début de texte ou de paragraphe ou les liens trop nombreux au sein d'un texte

Liens internes à une page et sommaire interne

- Pour contenus longs (> 600 mots : 3 écrans) et difficilement fractionnables
- Sommaire en haut de page : met en valeur le contenu, permet un accès direct
- Liens internes avec ancrés : pointant à un endroit précis, au sein de la même page
- Limités à ~ 10 liens
- Liens « Revenir en haut de page »

Soigner le formalisme des pages

Outre les conseils donnés dans la partie Ecrire pour le web, soigner le formalisme des pages améliore le classement par les moteurs de recherche et favorise le trafic.

Nom de domaine ma-societe.com

- Courts : < 30 signes (> 35 signes = indice de spam), 3 mots au maximum, séparés par des tirets
- Pérenne : l'ancienneté a un impact positif
- Extension nationale : impact sur les classements locaux *monsie.fr mieux classé sur Google.fr*
- [Présence des mots clés = impact faible]

URL et noms des pages

- Courte : nom de fichier = 3 mots clés maximum
- Unique : 1 page = 1 url
- Pérenne : l'ancienneté a une influence positive
- Intelligible, reflet de l'arborescence <http://www.societe.com/formation/rediger.htm>
- Simple : pas trop de paramètres ni de redirections successives
- Intégrant les mots clés, sans accents, séparés par un tiret *conseils-jardinage.htm*

Balise Title

- La rédiger avec soin pour chaque page

ou

- Paramétrer sa génération automatique à partir du titre h1 dans l'outil de gestion de contenu
- Explicite et incitative (inutiles : Bienvenue, Homepage, Accueil...)
- 60 signes (10 mots) seulement sont visibles

Avec les principaux mots clés

- Page d'accueil : « nom du site ou de la structure » + « vocation », « *Marmiton : 55000 recettes de cuisine !* »
- Autres pages : « titre du contenu (= h1) » + « nom du site ou de la structure » ou « titre du contenu (= h1) » + « rubrique » + « nom du site ou de la structure »
 - « *Une grande aventure | Success stories | Capgemini France* »
 - « *Le Figaro - Médias & Publicité : Numérisation : les premiers chantiers retenus* »
 - « *Fête des voisins : racontez vos pires désagréments - LeMonde.fr* »

Liens

- Favoriser les liens entrants (par la qualité du contenu des pages)
- Multiplier les liens internes
- Soigner la pertinence du texte : intégrer les mots clés
- Préférer des liens html

Nuages de tags

- Moyen supplémentaire pour accéder aux contenus
- Vision globale des contenus
- Impact très positif en termes de référencement

Les images et les contenus audiovisuels sont mal référencés sur Internet donc il faut les mettre en valeur à travers textes et attributs

Images

- Légendes
- Nom et adresse des fichiers : mots clés descriptifs sans accents, séparés par des tirets
- Attribut Alt : de préférence limité à 80 caractères, avec les mots clés si justifié

Vidéos

- Qualifier, mettre en valeur, décrire avec du texte (titre, chapeau)
- Offrir des alternatives : textes
- Intégrer les mots clés dans les noms de fichiers
- Poster la vidéo sur les plates-formes participatives

Aller encore plus en détail « rédiger pour le web » - Extraits

Rédiger pour le web : Quelques conseils pour faciliter la rédaction de contenu à diffusion web, Élodie TERRET - Grenoble Universités 09/01/06 - Conseils rédactionnels

Rédiger des contenus

Lire à l'écran : une lecture contraignante

- La lecture à l'écran est 25% + lente que celle sur papier. Elle s'effectue en diagonale, l'oeil fait « des bonds », par groupe de mots ou par zone déterminée.
- Ces aspects expliquent pourquoi un article électronique se doit d'être plus court et plus concis qu'un article papier.

Éviter les redondances

- Répéter plusieurs fois la même chose dans un texte ne fait qu'alourdir : attention aux adverbes ou adjectifs inutiles, aux répétitions, aux longueurs, etc.
- Tous ces éléments peuvent converger pour vous permettre d'être explicite et informatif.

Orthographe et typographie

- Vérifier les fautes d'orthographe
- N'hésitez pas à utiliser les correcteurs orthographiques et typographiques des outils de traitement de texte (word, open office, etc.) afin d'éliminer les éventuelles erreurs.

Relire ses écrits

Vérifiez si les informations essentielles (date, lieu, personnes identifiées) sont présentes et corrigez les fautes si besoin.

Les règles de typographie

Respectez les règles de ponctuation (ex : un espace avant et après les signes doubles, pas d'espace avant et un espace après les signes simples)

Utiliser les liens hypertexte

Compléter le contenu principal

Les hyperliens permettent de préciser par des contenus supplémentaires (liens ou documents à télécharger) les éléments qui sont évoqués dans le corps de la page. Placer ces éléments en encadré peut améliorer leur accès et faciliter leur lecture.

Optimiser les hyperliens

- Se limiter à 5 hyperliens par contenu
- Appliquer le lien sur 3 ou 4 mots (mettre toute une phrase en lien est abusif). Les mots sur lesquels s'appliquent des liens sont pris en compte dans le référencement d'une page, c'est pourquoi il est important de cibler sur les mots porteurs de sens
 - Éviter les liens généraux de type « Cliquez ici »
 - Éviter de souligner ce qui n'est pas un lien
 - Associer les liens à un élément graphique (picto, logo, etc.) : cela peut servir de repère dans la page

Utiliser des images

- Choisir une image pour sa portée informative
- Utilisez une image pour sa valeur informative par rapport au contenu qu'elle illustre, évitez les images décoratives.

Intégrer une image dans le fil du texte

Une image est mieux vue et lue si elle est intégrée au texte, plutôt que si elle le suit ou le précède.

Mêlée aux mots, elle participe à la construction du sens global. Mise à part, elle risque de ne pas être assez prise en compte.

Optimiser le format des images

Les images utilisées doivent être de bonne qualité et légères afin d'être affichées rapidement lors de l'ouverture d'une page.

Remarque : veillez à respecter les critères de format des images mis en place dans votre établissement (ex : vignettes ou images à taille fixe)

Légender les images

- Selon le type d'image, il peut être nécessaire de préciser qui en est l'auteur, qui est représenté dessus, etc.
- La légende permet d'associer aux éléments graphiques des éléments informatifs supplémentaires.