

## DESINFOX TCHAD

La finalité du projet est de contribuer à la stabilité et à la cohésion sociale du Tchad en garantissant l'accès de la population à une information vérifiée, impartiale, et inclusive, ainsi qu'à un environnement numérique propice à la création d'espaces de dialogue citoyen pluralistes et pacifiés. Il s'agit donc de favoriser, à travers des médias capables de déconstruire des fausses informations et de traiter l'actualité de façon équilibrée et nuancée, un exercice constructif et apaisé du débat public, et de faciliter ainsi la participation citoyenne, la prévention des crises et la réduction des foyers de tension. Il s'agit également de promouvoir une citoyenneté numérique pour encourager les jeunes, notamment les femmes, à développer leurs compétences, leur engagement et leur créativité en ligne, ainsi qu'une conscience des incidences juridiques de leurs activités, pour pratiquer des formes d'engagement civique et de participation sociale qui soient respectueuses des droits humains et de la dignité des personnes grâce une utilisation responsable des *technologies numériques, notamment les réseaux sociaux*. Une meilleure qualité d'expression écrite et orale en langue française s'inscrit dans cet objectif global tant l'usage approximatif de la langue est source de malentendus souvent préjudiciables.

### **I. Les Bénéficiaires**

Les bénéficiaires directs sont regroupés en deux catégories. La première est composée d'organisations pouvant avoir un impact direct sur l'amélioration de la qualité de l'information par la régulation (HAMA), l'auto-régulation (MMT) ou la pratique du journalisme (médias, en capitale ou en régions). La seconde catégorie est composée de jeunes de N'Djamena et Abéché engagés dans l'action civique à travers les « clubs RFI », qui sont constitués en association de droit tchadien, et qui souhaitent s'investir davantage dans la promotion et la création d'une citoyenneté numérique au Tchad.

Les 24 journalistes et responsables éditoriaux des médias sélectionnés pour les formations au fact-checking et choisis par appel à candidatures, en fonction de leur projet éditorial (souhait d'intégrer le fact-checking). La Haute autorité des médias et de l'audiovisuel (HAMA), qui participera aux forums multi-acteurs et bénéficiera d'une formation sur les bonnes pratiques en matière de lutte contre la désinformation.

Les organisations membres de la Maison des médias du Tchad (MMT) qui participeront aux forums multi-acteurs et bénéficieront d'une formation sur l'auto-régulation comme outil de lutte contre la désinformation.

Les organisations de la société civile et les activistes du web (bloggeurs/bloggeuses, influenceurs/influenceuses) et le ministère de l'Éducation nationale qui participeront aux forums multi-acteurs.

Les 40 jeunes de Ndjamenas et Abéché (divisés en deux groupes respectant la parité femme-homme), tous membres des clubs RFI, qui participeront aux ateliers d'éducation aux médias et à la citoyenneté numérique.

Les 120 journalistes tchadiens renforcés en langue française (expression écrite et orale)

<b>Personnes</b>	<b>Nb de personnes qui bénéficieront directement des activités financées par le projet :</b>	<b>250</b>
	<i>Dont Nb de femmes :</i>	50
	<i>Dont Nb de jeunes (- 30 ans) :</i>	52
	<i>Dont Nb de personnes visées par des actions de formation :</i>	209
<b>Organisations</b>	<b>Nb d'organisations qui bénéficieront directement des activités financées par le projet :</b>	<b>18</b>
	<i>Dont Nb d'organisations d'administrations publiques locales</i>	2
	<i>Dont acteurs privés économiques implantés localement (entreprises, coopératives, incubateurs.....)</i>	6 (médias)
	<i>Dont organisations de la société civile implantées localement</i>	10

## II. Les composantes et activités

Composante 1
<b>Objectif de la composante</b>
Sensibiliser l'écosystème médiatique tchadien aux enjeux et aux moyens de lutte contre la désinformation et la mésinformation
<b>Activités prévues</b>
<p><b>Activité préparatoire pour les activités des composantes 1 et 2 :</b> Diffuser un appel à manifestation d'intérêt pour sélectionner les médias bénéficiaires des formations sur la base de leur expérience et projet éditorial (sélection de 6 médias, 4 journalistes + 1 responsable éditorial par média dont au moins 2 femmes/media). Dans le cadre de la <b>composante 1</b> les expertes et experts internationaux et nationaux seront identifiés préalablement, ainsi que les modérateurs et modératrices.</p> <p><b>Activité 01.1</b> – Organiser un forum de lancement du projet et de concertation pluri-acteurs (médias, HAMA, organisations professionnelles et de la société civile, bloggeuses/bloggeurs, bailleurs etc.)</p> <p><b>Activité 01.2</b> – Organiser un atelier de sensibilisation pour la Haute autorité des médias et de l'audiovisuel (HAMA) sur les bonnes pratiques en matière de régulation de la désinformation et de la mésinformation</p> <p><b>Activité 01.3</b> – Organiser un atelier de sensibilisation pour les organisations membres de la Maison des Médias (MMT) sur les enjeux de l'auto-régulation dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation</p> <p><b>Activité 01.4</b> – Organiser un atelier de sensibilisation pour les responsables des six médias bénéficiaires du projet sur les enjeux éditoriaux de la lutte contre la désinformation et la mésinformation</p> <p><b>Activité 01.5</b> - Organiser un forum de clôture pour présenter les résultats du projet aux parties prenantes (médias, HAMA, organisations professionnelles et de la société civile, ministère de l'Education nationale, Ecole nationale supérieure des technologies de l'information et de la communication, bailleurs internationaux.)</p>
<b>Réalizations, résultats et impacts escomptés</b>
<b>Indicateurs de réalisations</b> <i>(se réfèrent aux biens et services délivrés par la composante)</i>
<p><b>IR 1.1 :</b> A la fin de projet, <b>100%</b> des activités de sensibilisation planifiées, impliquant l'ensemble des acteurs médiatiques tchadiens (1 forum de lancement et de concertation pluri-acteurs ; 1 atelier de sensibilisation pour les 9 membres de la HAMA, 1 atelier de sensibilisation pour la MMT, 1 atelier de sensibilisation pour les responsables éditoriaux des médias sélectionnés et un forum de clôture) ont été délivrées auprès des publics visés. Les bénéficiaires sont satisfaits des conditions et de la qualité des interventions (pertinence du programme d'évènements avec les objectifs du projet, compréhension de la thématique principale et approche adaptée, qualité des prestations, diversité et qualité des personnes intervenantes) : taux de satisfaction <b>80%</b>.</p> <p><b>IR 1.2 :</b> Au moins <b>60</b> actrices et acteurs impliqués dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation ont participé au forum de lancement du projet, dont au moins les <b>9</b> membres de la HAMA, <b>10</b> représentants d'organisations membres de la MMT, <b>12</b> journalistes et les <b>6</b> responsables des médias sélectionnés pour le programme de renforcement des capacités en fact-checking, <b>4</b> membres des clubs RFI, des journalistes d'autres médias et des membres d'OSC. Les femmes représentent au moins <b>40%</b> des personnes participantes.</p> <p><b>IR 1.3 :</b> <b>Les 9 membres du collège de</b> la HAMA ont participé à un atelier de sensibilisation sur les enjeux de la régulation de la désinformation et de la mésinformation.</p> <p><b>IR 1.4 :</b> <b>10</b> personnes représentant des organisations membres de la MMT ont participé à un atelier de sensibilisation sur les enjeux de l'auto-régulation de la désinformation et mésinformation, dont au moins <b>4</b> femmes.</p> <p><b>IR 1.5 :</b> <b>6</b> responsables éditoriaux des médias sélectionnés ont participé à un atelier de sensibilisation sur enjeux éditoriaux de la lutte contre la désinformation et la mésinformation.</p> <p><b>IR 1.6 :</b> Au moins <b>60</b> personnes impliquées dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation ont participé au forum de clôture du projet, dont au moins <b>18</b> journalistes des médias sélectionnés, les <b>9</b> membres de la HAMA et <b>10</b> représentants d'organisations membres de la MMT et des jeunes des clubs RFI, des journalistes d'autres médias et des membres d'OSC. Les femmes représentent au moins <b>40%</b> des personnes participantes.</p>
<b>Indicateurs de résultats</b> <i>(se réfèrent aux effets à court et moyen terme auprès des bénéficiaires directs des activités)</i>
<p><b>R1.1 : Les enjeux liés à la désinformation et la mésinformation sont connus par les principaux acteurs et actrices susceptibles d'avoir une action positive sur cette problématique</b></p> <p>En fin de projet, au moins <b>50%</b> des actrices et acteurs interrogés dans un panel représentatif parmi les bénéficiaires directs du projet connaissent les principaux enjeux de la lutte contre la désinformation et la mésinformation et affirment avoir modifié leurs pratiques en conséquence.</p>

**R1.2 : La HAMA est sensibilisée aux bonnes pratiques en matière de lutte contre la désinformation et la mésinformation et développe une approche plus compréhensive à l'égard des médias.**

En fin de projet, la HAMA prépare des **assises nationales du journalisme** pour coconstruire avec les organisations professionnelles une stratégie de lutte contre la désinformation conforme aux bonnes pratiques.

**R1.3 : Les organisations membres de la MMT prennent conscience de leur rôle dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation et mettent cette préoccupation à leur agenda.**

En fin de projet, **1 feuille de route** pour adapter le code de déontologie du journalisme aux enjeux de l'information numérique a été élaborée par les organisations professionnelles.

**R1.4 : Les responsables éditoriaux des 6 médias appuyés savent comment intégrer dans leur ligne éditoriale des contenus de déconstruction de fausses informations et adopter des pratiques permettant aux journalistes de leur rédaction d'être plus rigoureux dans le traitement et la vérification des informations.**

A N+1, **100%** des médias accompagnés ont intégré dans leur ligne éditoriale au moins un programme, ou ont adopté au moins une pratique visant à lutter contre la désinformation et la mésinformation.

**R1.5 : Les acteurs médiatiques tchadiens s'engagent individuellement et collectivement dans la lutte contre les infox et le ministère de l'Education nationale est sensibilisé aux enjeux de l'éducation aux médias**

En fin de projet, au moins **une rencontre** a été organisée entre la HAMA, la MMT, le ministère de l'Education nationale pour définir les lignes directrices permettant l'introduction d'un curriculum d'éducation aux médias et à la citoyenneté numérique dans l'enseignement primaire et secondaire.

**Indicateurs d'impacts** (se réfèrent aux effets plus lointains et généraux susceptibles d'être engendrés)

\* Les responsables éditoriaux des médias directement appuyés par le projet affirment que leur média produit régulièrement des contenus de déconstruction de fausses informations et qu'ils vérifient que les pratiques journalistiques dans leur rédaction sont adaptées aux enjeux de la lutte contre les infox à N+1.

\* La HAMA adresse au gouvernement des recommandations pour lutter contre la désinformation et la mésinformation selon des modes de régulation conforme aux bonnes pratiques à N+2.

\* Les organisations professionnelles adoptent un projet de révision du code de déontologie du journalisme tenant compte des spécificités du traitement de l'information numérique à N+2

\* L'Ecole nationale supérieure des technologies de l'information et de la communication intègre le fact-checking à son curriculum de journalisme à N+2

\* Le ministère de l'Education nationale initie une stratégie d'éducation aux médias en milieu scolaire à N+2.

**Sources mobilisées pour collecter les informations permettant de renseigner les indicateurs**

Dossiers de candidatures des médias bénéficiaires (incluant des données sur la ligne éditoriale du média avant-projet) / Feuilles de présence / Questionnaires de satisfaction des bénéficiaires / Evaluations menées par les formateurs et formatrices / Enquête réalisée auprès d'un panel de bénéficiaires à N+2 / Compte-rendu d'activités / Stratégie et recommandations élaborées par la HAMA / Feuille de route élaborée par la Maison des Médias / Monitoring des productions médiatiques (grilles d'émissions, revue de presse) / Consolidation des données de suivi récoltées tout au long du projet / Evaluation finale externe : entretiens de fin de projet et questionnaires / Etude d'impact à N+2

**Composante 2**

**Objectif de la composante**

Former quatre journalistes de six médias tchadiens (24 journalistes au total) aux techniques de la vérification de l'information et du fact-checking, et les accompagner dans la production de contenus de déconstruction de fausses informations

**Activités prévues**

**Activité préparatoire pour les activités de la composante 2** : Sélectionner un binôme de formatrices et formateurs européens et africains pour chacune des sessions de formation

*NB : 12 mêmes journalistes bénéficieront des activités 02.1, 02.2, 02.3 et 12 autres journalistes bénéficieront de l'activité 02.4 / Les 24 journalistes bénéficieront de l'activité 02.5*

**Activité 02.1** – Former 12 journalistes (2/média) à la vérification de l'information (une session de 6 jours)

**Activité 02.2** - Former 12 journalistes (2/média) aux techniques de base du fact-checking (une session de 6 jours)

**Activité 02.3** - Former 12 journalistes (2/media) à la narration du fact-checking (une session de 6 jours)

**Activité 02.4** – Former 12 journalistes (2/media) à la prise en main des réseaux sociaux (une session de 6 jours)

**Activité 02.5** – Accompagner les journalistes ayant bénéficié des activités 02.1, 02.2 et 02.3 de manière individuelle (coaching), et pendant toute la durée du programme de formation, dans la production de contenus de déconstruction de fausses informations (4 jours de coaching par journaliste formé, soit **48 jours en tout**)

## Réalisations, résultats et impacts escomptés

### Indicateurs de réalisations *(se réfèrent aux biens et services délivrés par la composante)*

**IR 2.1 :** A la fin du projet, au moins **12** journalistes (2 par média sélectionné), dont au moins **4** femmes, sont formés aux techniques de la vérification de l'information et au fact-checking et sont satisfaits des conditions et de la qualité des sessions de formation (pertinence du programme avec les objectifs du projet et les besoins des journalistes, qualité du contenu pédagogique, méthodologie adaptée et interaction, expertise des formateurs et formatrices et des intervenants) : **80%** de satisfaction

**IR 2.2 :** A la fin du projet, au moins **12** journalistes (2 par média sélectionné), dont au moins **4** femmes, sont formés à la prise en main des réseaux sociaux et sont satisfaits des conditions et de la qualité de la session de formation (pertinence du programme avec les objectifs du projet et les besoins des journalistes, qualité du contenu pédagogique, méthodologie adaptée et interaction, expertise des formateurs et formatrices et des intervenants) : **80%** de satisfaction

**IR 2.3 :** En fin de projet, 100% des jours de coaching prévus pour la production de contenus de fact-checking ont été délivrés : **96 jours**, à raison de 4 jours par journaliste sélectionné. Les bénéficiaires sont satisfaits du mentoring (disponibilité des mentors, adéquation aux besoins, qualité du mentoring) : **80%** de satisfaction

**IR 2.4 :** En fin de projet, chaque journaliste produit au moins 4 contenus de fact-checking, soit un total de **96** contenus au total.

### Indicateurs de résultats *(se réfèrent aux effets à court et moyen terme auprès des bénéficiaires directs des activités)*

#### **R2.1 : Les journalistes ayant bénéficié d'au moins un module de formation identifient des fausses informations et les déconstruisent avec professionnalisme**

Les journalistes formés au fact-checking affirment que leur intérêt et leurs compétences, notamment numériques, dans la production de contenus de déconstruction des fausses informations a augmenté globalement de **80%** entre le début et la fin du projet

#### **R2.2 : Les sujets produits par les médias bénéficiaires en relation avec la déconstruction de fausses informations sont davantage relayés sur les réseaux sociaux**

En fin de projet, **au moins la moitié** des contenus médiatiques produits en relation avec les infox sont publiés/diffusés dans au moins un réseau social.

#### **R2.3 : Les médias bénéficiaires prennent conscience de l'importance des outils et techniques du fact-checking pour déconstruire les infox et réduire ainsi les risques que la désinformation fait peser sur la stabilité et la cohésion sociale au Tchad.**

Le nombre de sujets traités par les médias bénéficiaires liés à la déconstruction de fausses informations a augmenté d'au moins **10%** entre le début et la fin du projet

### Indicateurs d'impacts *(se réfèrent aux effets plus lointains et généraux susceptibles d'être engendrés)*

\* Augmentation d'au moins **30%** des personnes appartenant à un panel choisi parmi les audiences des médias bénéficiaires affirmant faire davantage confiance à leur média habituel pour s'informer entre le démarrage et la fin du projet

\* A N+1, la fréquentation des comptes de réseaux sociaux des médias formés, diffusant des contenus de déconstruction des infox produits par leurs journalistes, a augmenté d'au moins **20%**.

\* A N+2, au moins **50%** des personnes appartenant à un panel choisi parmi les audiences des médias bénéficiaires déclare avoir suivi au moins un sujet traitant des fausses informations au cours des 6 derniers mois.

### Sources mobilisées pour collecter les informations permettant de renseigner les indicateurs

Dossiers de candidatures des médias bénéficiaires (incluant des données sur la ligne éditoriale du média avant-projet) / Feuilles de présence / Questionnaires de satisfaction des bénéficiaires / Evaluations menées par les formateurs et formatrices / Auto-évaluation des personnes formées / Enquête réalisée auprès d'un panel de bénéficiaires à N+2 / Compte-rendu d'activités / Monitoring des productions médiatiques (grilles d'émissions, revue de presse) / Comptage des « vues » sur les réseaux sociaux / Consolidation des données de suivi récoltées tout au long du projet / Evaluation finale externe : entretiens de fin de projet et questionnaires / Etude d'impact à N+2

## Composante 3

### Objectif de la composante

Renforcer la citoyenneté numérique de 40 jeunes afin qu'ils puissent jouer un rôle de vigie de la désinformation et de la mésinformation sur les réseaux sociaux

#### Activités prévues

**Activité préparatoire pour les activités de la composantes 3 :** Identifier/sélectionner les personnes formatrices / Les activités de cette composante visent deux groupes de jeunes (20 jeunes de N'Djaména et 20 jeunes d'Abéché) qui participeront à la totalité des ateliers. Chaque activité fera donc l'objet de 2 ateliers (1 atelier à N'Djaména et 1 atelier à Abéché) et chacun des ateliers aura une durée de 3 jours.

**Activité 03.1** – Organiser 2 ateliers de décryptage des médias sur la collecte et le traitement de l'information.

**Activité 03.2** - Organiser 2 ateliers sur la typologie des infox au Tchad (en français et en langues nationales).

**Activité 03.3** - Organiser 2 ateliers sur les techniques de vérification de l'information des journalistes.

**Activité 03.4** – Organiser 2 ateliers sur la prise en main des réseaux sociaux (gestion du profil, protection des données et traces numériques, amis et groupes, commentaires et tags etc.).

**Activité 03.5** - Organiser 2 ateliers sur le traitement de l'information numérique, notamment en contexte de crise.

**Activité 03.6** – Organiser 2 ateliers de production de contenu de déconstruction des fausses information (session 1).

**Activité 03.7** – Organiser 2 ateliers de production de contenu de déconstruction des fausses informations (session 2).

**Activité 03.8** – Organiser 2 ateliers sur les communautés numériques établies pour alerter sur la circulation des fausses informations et sur les manières d'endiguer leur propagation.

#### Réalisations, résultats et impacts escomptés

##### Indicateurs de réalisations *(se réfèrent aux biens et services délivrés par la composante)*

Formulez l'indicateur en mentionnant des cibles quantitatives et/ou qualitatives à atteindre

**IR 3** – A la fin du projet, **40** jeunes, dont au moins 40% sont des femmes, ont participé à l'ensemble des **8** ateliers sur le rôle des médias dans la collecte et le traitement de l'information, les méthodes de vérification de l'information numérique et l'utilisation éclairée des réseaux sociaux.

##### Indicateurs de résultats *(se réfèrent aux effets à court et moyen terme auprès des bénéficiaires directs des activités)*

**R3.1 : Les jeunes ayant participé au cycle d'ateliers sont sensibilisés au rôle des médias dans la collecte et le traitement des informations et ont acquis un savoir-faire pour identifier les médias publiant une information vérifiée**

A l'issue des ateliers, au moins **80%** des jeunes affirment être en mesure de décrypter les différents types de traitement de l'information et de choisir les médias correspondant à leurs attentes.

**R3.2: Les jeunes comprennent l'environnement dans lequel ils évoluent sur les réseaux sociaux et ajustent leur pratique en s'assurant de leur utilisation sécurisée et exemplaire**

A l'issue des ateliers, au moins **80%** des jeunes disent avoir acquis une meilleure compréhension de l'environnement des réseaux sociaux et ont adopté de nouvelles pratiques pour leur utilisation sécurisée et exemplaire.

**R3.3 : Les jeunes sont capables de produire des contenus structurés et vérifiés à publier sur leurs réseaux sociaux, en réponse aux fausses informations, en utilisant les principales méthodes des journalistes professionnels**

A la fin du projet, au moins **60** contenus visant à déconstruire de fausses informations ont été publiés sur les réseaux sociaux des jeunes ayant participé aux ateliers.

##### Indicateurs d'impacts *(se réfèrent aux effets plus lointains et généraux susceptibles d'être engendrés)*

\* Augmentation d'au moins **30%** des personnes appartenant à un panel choisi parmi les membres de la communauté des jeunes ayant participé aux ateliers affirmant que le traitement des fausses informations sur les réseaux sociaux s'est amélioré entre le démarrage et la fin du projet

\* A N+2, la fréquentation des comptes sociaux des jeunes ayant participé aux ateliers et diffusant des sujets déconstruisant les fausses informations, a augmenté d'au moins **20%**.

#### Sources mobilisées pour collecter les informations permettant de renseigner les indicateurs

Feuilles de présence aux ateliers / Questionnaires de satisfaction des bénéficiaires / Evaluations menées par les personnes formatrices / Auto-évaluation des jeunes / Enquête réalisée auprès d'un panel de membres des communautés des jeunes au début du projet et à N+2 / Compte-rendu d'activités / Monitoring des publications sur les réseaux sociaux / Comptage des « vues » sur les réseaux sociaux / Consolidation des données de suivi récoltées au cours du projet / Evaluation finale externe : entretiens de fin de projet et questionnaires / Etude d'impact à N+2

#### Composante 4

#### Objectif de la composante

Renforcer les capacités linguistiques, techniques de réception et d'expression en français de 120 journalistes tchadiens provenant de différents organes de presse. Franchissement d'un pallier de haute maîtrise de la langue française.

#### Activités prévues

##### **Activité préparatoire pour les activités de la composante 4 :**

- Diffuser un appel à manifestation d'intérêt pour sélectionner les médias et 120 journalistes bénéficiaires du programme. (publics arabophones et francophones)

**Activité 04.1 :** Evaluer individuellement chaque bénéficiaire, sous la forme d'un test DALF (diplôme approfondi de la langue française), niveau C1 selon le CECRL (cadre européen commun de référence pour les langues). Recensement des aptitudes et lacunes observées, établissement d'un programme de formation et constitution de groupes d'apprentissage homogènes.

**Activité 04.2 :** Dispenser, pour chaque journaliste, 200 heures de formation linguistique avec l'appui des enseignants expérimentés des CALF, titulaires de l'Education nationale tchadienne et spécialistes de l'enseignement français langue étrangère et seconde. Application des descripteurs de compétence des niveaux DELF B2 et/ou DALF C1 (en fonction des groupes), avec le support des manuels d'apprentissage et d'enseignement *Edito B2 et C1* (Editions Didier).

**Activité 04.3 :** Préparer les bénéficiaires à l'évaluation sommative avec la dispense de cours de préparation aux examens DELF B2 et DALF C1 (selon les groupes). 30 heures supplémentaires pour chaque bénéficiaire seront dispensées au sein des CALF.

**Activité 04.4 :** Effectuer l'évaluation sommative finale : passation du DELF B2 ou DALF C1 au sein des centres d'examens agréés par France Education International (FEI). (3 dates possibles par an au sein des 5 CALF)

#### A

##### **Indicateurs de réalisations** (se réfèrent aux biens et services délivrés par la composante)

**IR 4 : 120 journalistes issus de médias francophones et arabophones** ont été évalués, formés, ont passé et obtenu un examen de langue (DELFF / DALF) suivant le programme fixé par le Centre d'Apprentissage de la Langue Française (CALF).

##### **Indicateurs de résultats** (se réfèrent aux effets à court et moyen terme auprès des bénéficiaires directs des activités)

**R 4.1 :** 120 journalistes tchadiens issus de médias Francophones et arabophones ont été évalués dans leur maîtrise de la langue française. **R 4.2 :** 120 journalistes ont été formés, en fonction de leur niveau attribué en phase d'évaluation. **R 4.3 :** 120 journalistes ont été préparés aux exigences du passage des concours de langue **R 4.4 :** En fin de projet, 120 journalistes ont passé et obtenu le Diplôme de langue (DELFF / DALF) correspondant à leur niveau à atteindre évalué (R 4.1).

##### **Indicateurs d'impacts** (se réfèrent aux effets plus lointains et généraux susceptibles d'être engendrés)

\* 100 % des journalistes impliqués ont amélioré leur maîtrise écrite et orale en langue française. Maîtrise sanctionnée par un diplôme.

\* La qualité des productions écrites et orales en langue française dans les médias est améliorée.

##### **Sources mobilisées pour collecter les informations permettant de renseigner les indicateurs**

Dossiers d'évaluation des journalistes bénéficiaires / Feuilles de présence / Questionnaires de satisfaction des bénéficiaires / Evaluations menées par les formateurs et formatrices / Obtention d'un diplôme en langue (DELFF / DALF) / Monitoring des productions médiatiques (grilles d'émissions, revue de presse)