

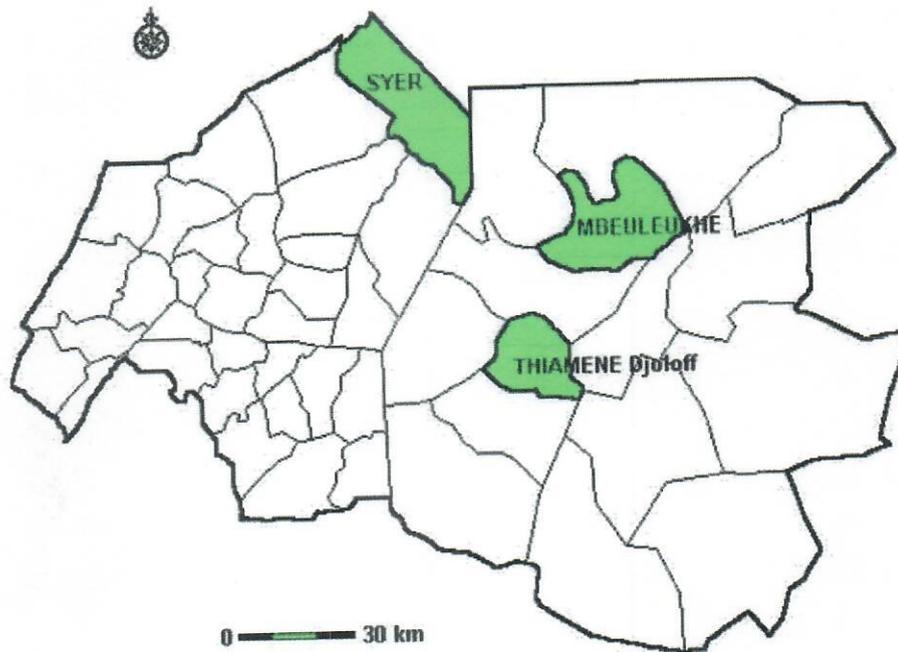
3308/AGY



République du Sénégal  
Ministère de l'Agriculture

# Programme National d'Infrastructures Rurales

## Bureau Régional de Coordination de Louga



### PLAN DE COMMUNICATION DE LA COMMUNAUTE RURALE DE MBEULEUKHE

Version Provisoire



Cabinet CIG  
Communication Information Gestion  
Villa N°1311 HLM Grand Yoff  
BP 39 Dakar - Colobane  
Tel.: (221) 867 07 97 - Fax: (221) 867.19.25  
E.Mail: cig@sentoo.sn

Novembre 2003

# SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
Pourquoi un plan de Communication	3
<b>I. CONTEXTE</b>	<b>6</b>
<b>II. PRESENTATION DE LA ZONE D'INTERVENTION</b>	<b>9</b>
2.1. Présentation de la zone	9
2.2. Résultats du Diagnostic Participatif en terme de Communication	10
<b>III. APPROCHE METHODOLOGIQUE</b>	<b>12</b>
3.1. La vision dégagée lors des DP	12
3.2. méthodologie pour le Plan de Communication	15
3.3. Démarche	16
3.4. Les supports	16
3.4.1. Dépliants et plaquettes	16
3.4.2. Supports – spectacles	17
<b>IV. LE PLAN DE COMMUNICATION</b>	<b>18</b>
4.1. Objectif du plan de Communication	18
4.2. Compréhension globale du plan de communication	18
4.3. Les activités du plan de communication	24
4.3.1. Les thèmes	24
4.3.2. Les activités	25
4.3.2.1. Les événements	25
4.3.2.2. Pour les autres produits	27
4.4. Mise en place d'un plan de communication	30
4.5. Les résultats attendus du plan de communication	31
<b>V. TACHES A FAIRE</b>	<b>32</b>
5.1. Un état des lieux exhaustif de la CR	32
5.1.1. La description	32
5.1.2. L'identification des acteurs et des cibles et potentiels spécifiques	33
5.2. Le plan de mise en œuvre détaillé du plan spécifique	34
<b>VI. EVALUATION DU PLAN DE COMMUNICATION</b>	<b>35</b>

## INTRODUCTION

Ce Plan de Communication concerne les trois (3) Communautés Rurales (CR) de Thaimène Djoloff, Syer et Mbeuleukhé qui sont encadrées par l'Opérateur Privé Partenaire (OPP); cette option d'un Plan de Communication commun provient de l'Initiative de Convergence qui est proposée par les 3 CR depuis le Diagnostic Participatif (DP) et confirmée dans leurs Plans Locaux de Développement (PLD) respectifs.

Ce plan commun favorise une économie d'échelle mais elle permet aussi que chacune des 3 CR la mette en œuvre de façon solitaire sans remettre en cause le principe de l'intercommunalité qui ne supprime aucunement les prérogatives de chaque Conseil Rural.

- **POURQUOI UN PLAN DE COMMUNICATION ?**

La prise de décision dans la gestion des activités du Conseil Rural et plus particulièrement dans la mise en œuvre du Plan Local de Développement nécessite de disposer suffisamment d'informations fiables sur l'état des ressources humaines, financières et naturelles de chaque CR, les intervenants et leurs modalités de coopération.

Trois axes de réflexion s'imposent :

- les systèmes d'information sur chaque Communauté Rurale et les différents intervenants en prenant en compte les aspects intercommunautaires conformément à l'Initiative de Convergence ;
  - la communication relative aux différents domaines (Environnement/GRN, Agriculture, Elevage, Prix et lieux de commerce etc..) ;
  - les mécanismes de suivi-évaluation.
- Un système d'information sur chaque Communauté Rurale et sur l'Association InterCommunautaire et les différents intervenants se réfère à l'ensemble des données compilées sous forme de documentation relative aux CR et aux acteurs

L'information est le résultat d'une collecte et d'un traitement de données diverses en vue de permettre aux acteurs du développement de prendre les décisions les plus appropriées.

Les supports de l'information sont écrits, oraux, ou audio-visuels et doivent être adaptés en fonction des groupes-cibles ; cette information existe à plusieurs niveaux.

Les sources d'information englobent les institutions formelles et les diverses composantes de la société dans et en dehors des Communautés Rurales; d'où la nécessité de tenir compte des valeurs culturelles ayant trait aux ressources notamment naturelles et exprimées dans les langues nationales.

Les priorités dans le domaine de l'information relatives aux ressources naturelles et à l'environnement peuvent par exemple concerner :

- une appréciation fiable du potentiel en ressources naturelles qui devra faire l'objet d'une documentation accessible ;
- la mise en place d'un tableau de bord de l'état des ressources naturelles et de l'environnement ;
- la décentralisation des structures de documentation sur l'environnement et les ressources naturelles

Cependant de nombreuses contraintes entravent la mise en place d'un système d'information performant. Il s'agit notamment de :

- l'absence d'une politique documentaire cohérente et globale au Sénégal et plus particulièrement dans les Communautés Rurales ;
- l'inexistence d'unités documentaires à la base
- l'absence d'une organisation commune des données ;
- l'absence d'évaluation de la fiabilité des informations diffusées ;
- l'insuffisance des ensembles numériques essentiels (couverture cartographique en particulier) ;
- l'absence d'un tableau de bord de l'état de l'économie locale/rurale ;
- l'absence de séries chronologiques de données permettant de mesurer l'étendue des changements environnementaux par exemple.

A ces contraintes, il faut ajouter que l'information n'est toujours pas organisée de manière à répondre à un mécanisme spécifique de gestion opérationnelle. Elle est généralement conçue davantage pour décrire des problèmes (pauvreté, désertification, feux de brousse, survie de l'enfant, etc.) que pour définir des stratégies à mettre en œuvre.

- La communication relative au développement local durable

La communication fait référence aux modes de transmission (vulgarisation et diffusion), de transfert de l'information vers des groupes cibles et d'évaluation de l'impact des actions de sensibilisation.

Le Plan de Communication proposé ici définit une stratégie de communication pour chaque catégorie constitutive de la Communauté Rurale, en fonction de ses besoins et de son niveau de connaissance et d'information.

Les professionnels de la communication, seront appelés à jouer le rôle de diffusions de l'information, mais ils doivent être relayés par d'autres catégories d'intervenants (personnes ressources, leaders d'opinion, éducateurs, etc.).

Des acquis importants ont été notés dans le domaine de la communication :

- existence d'organes de liaison dans les départements ministériels ;
- instauration de débats autour de tables rondes et de fora réunissant les divers acteurs du développement (FIARA, Foire de Kolda etc..) ;
- etc.

## I. CONTEXTE

De l'indépendance en 1960 à nos jours, le Sénégal a mis en œuvre une série de politiques macro-économiques variables qui ont abouti au Document Stratégique de Réduction de la Pauvreté (DSRP) qui a pour finalité entre autres de favoriser un développement local/rural durable et décentralisé qui repose sur un nouveau paradigme qui postule la communauté comme force motrice (Community Driven Development).

Cette perspective nouvelle repose sur une dévolution de pouvoirs comme le préconise la décentralisation notamment dans les domaines de la décision qui repose désormais en grande partie sur les collectivités locales et leurs administrés notamment les groupes vulnérables pour lesquels le processus doit garantir la participation par plus de responsabilités par plus d'appropriation.

Les Communautés Rurales du Sénégal et celles de Thaimène Djoloff, Syer et Mbeuleukhé présentent en général un profil qui les fragilise sous divers rapports avec des effets néfastes sur l'environnement aggravant ainsi la pauvreté des populations rurales tout en compromettant les équilibres nécessaires au développement rural décentralisé.

Les DP ont montré de manière évidente que les trois CR situées dans la zone sylvo - pastorale se trouvent de plus en plus exposées par une dégradation sans précédent de leurs sols aggravée par des abus et pratiques de toutes sortes du fait de pratiques anthropiques ; l'analphabétisme et l'enclavement des villages et la mobilité des populations constituent des contraintes majeures à une nécessaire participation des population au processus de développement local.

Les DP ont aussi permis de définir des Orientations Stratégiques avec comme facteur essentiel du développement, la nécessité de l'élaboration d'un Plan de Communication (PC) qui accompagne leur Plan Local de Développement respectif.

L'une des caractéristiques des PLD est l'importance particulière accordée aux actions d'information et d'éducation des populations pour susciter leur participation effective et les impliquer dans la gestion de leur développement

Le contexte politique de la décentralisation a fait des Collectivités Locales le cadre de la planification et à la programmation du développement.

Pour rappel, il faut souligner que :

**Sur le Plan Politique et Stratégique** le processus de décentralisation entend contribuer à :

- réduire la très forte marginalisation des populations rurales parce qu'aujourd'hui tous les acteurs et partenaires du développement ont choisi d'intervenir principalement au niveau des Communautés Rurales et des villages ; le développement du pays est désormais engagé dans une perspective où l'action des Collectivités est déterminante ;
- pallier à l'absence, au plan local/rural, de dynamique de mobilisation et de motivation des populations ; désormais celles-ci, de par les approches participatives, ne sont plus de simples bénéficiaires mais des partenaires ;
- l'accélération de la maturation politique des populations en les mettant au centre des processus ;
- un élargissement sensible du champ du possible par un espace d'opportunités nouvelles notamment dans la lutte contre la pauvreté.

**Sur le plan juridique :** bien que dans la pratique, toutes les compétences de souveraineté, d'impulsion générale et de coordination des actions de développement économique et social au niveau national sont restées à l'Etat, on trouve entre autres des compétences étendues à neuf domaines, transférées avec une répartition qui s'inspire du principe fondateur 'à enjeux locaux, compétences locales'.

La Décentralisation est devenue au quotidien, une gestion au bénéfice des populations avec :

- un service public à assurer ;
- des politiques à conduire à travers des exercices qui induisent des prises de décision, des actes de gestion, d'animation, de communication et d'information ;
- des ressources humaines locales sur lesquelles et à travers lesquelles conduire ces actions ;
- des attitudes, des savoirs et savoir-faire spécifiques.

**Sur le plan institutionnel :** les Conseils Ruraux mis en place sont en fait des cadres appropriés pour une réelle prise en charge des affaires locales pour permettre:

- l'émergence de leaders issus de la population, renforcés dans leurs identités et rôles par la légitimité du procédé de l'élection ;
- d'impulser le processus de développement à partir du niveau local avec une approche de territorialisation qui prône la gestion participative et planifiée du développement local.
- le début d'élaboration et de mise en œuvre effective d'une politique plus cohérente et conséquente d'aménagement du territoire.

La nouvelle donne de la décentralisation a mis en place des institutions qui déclarent toutes appuyer les collectivités locales dont les responsabilités ont été élargies pour prendre en charge les intérêts des populations locales par le biais de leur Plan de Développement Local (PLD).

Parmi les priorités de ce PLD, la communication constitue un axe de base pour faciliter un partenariat durable basé sur des intérêts mutuels des différentes parties prenantes pour :

- une meilleure gestion durable des ressources naturelles ;
- la création de revenus dans les secteurs productifs incluant l'agriculture, la pêche, la foresterie, l'élevage, l'artisanat, le commerce et le tourisme ;
- la bonne gouvernance par l'implication effective des femmes et de la jeunesse.

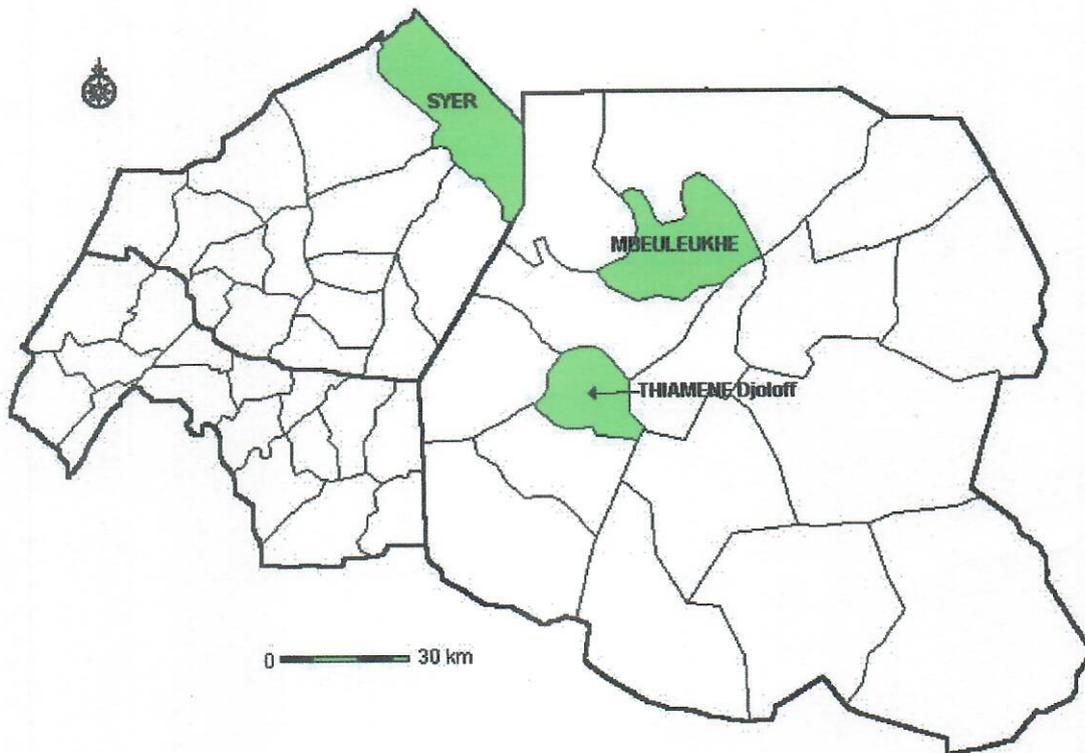
Dans cette lancée et dans une dynamique d'un développement participatif à la base avec tous les acteurs, le Conseil Rural de chaque CR et ses partenaires entendent élaborer un Plan de Communication pour trouver des réponses durables aux contraintes identifiées.

Les 3 CR ont insisté pour que ce Plan de Communication tienne compte d'une politique spécifique à l'endroit des femmes sous l'angle de leur promotion globale à cause :

- des disproportions flagrantes à corriger pour des raisons de simple respect de l'égalité des traitements et des chances ;
- l'inégalité dans l'accès aux services sociaux de base et surtout aux niveaux de décision qui se traduit en inégalité sociale et une quasi dépendance des femmes ;
- le dynamisme avéré des femmes et leur rôle moteur dans l'économie domestique et dans l'économie locale.

## II. PRESENTATION DE LA ZONE D'INTERVENTION

### 2.1. PRESENTATION DE LA ZONE



Les communautés rurales de Syer, Mbeuleukhé et Thiamène (notre zone d'intervention) sont situées dans la zone sylvo-pastorale et la zone du lac et de la basse vallée du Ferlo. Cette diversité agro-écologique fait que c'est une zone relativement bien dotée en ressources. Le déficit en infrastructures constitue cependant un handicap majeur pour une exploitation efficiente de ces ressources.

## 2.2 RESULTATS DU DIAGNOSTIC PARTICIPATIF EN TERME DE C OMMUNICATION

Principaux Enjeux	Objectifs	Contraintes identifiées lors du DP	Besoins en communication
<p><b>ASSEOIR UNE BONNE GOUVERNANCE PARTICULIEREMENT L'EQUITE ET LA DEMOCRATIE DANS LA COMMUNAUTE</b></p>	<p>Fort implication des femmes dans les processus de décision</p> <p>Respect des règles de gouvernance locale</p> <p>Accès des femmes à la terre</p> <p>Gestion transparentes des ressources de la communauté</p>	<p>Faible représentativité des femmes dans les centres de décision</p> <p>Déficit d'information sur le budget et la gestion des ressources</p> <p>Déficit de communication de certaines communautés rurales</p> <p>Absence de cadres de concertation interne entre les différents acteurs</p>	<p>Sensibiliser le CR de la nécessité d'impliquer les femmes pour plus d'équité et de démocratie</p> <p>Mettre en évidence les opportunités en matière de participation</p> <p>Développer des mécanismes d'information sur le fonctionnement de la communauté rurale</p> <p>Renforcer la communication entre acteurs</p>
<p><b>LA PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT ET LA LUTTE CONTRE LA DEGRADATION DES TERRES</b></p>	<p>Améliorer les systèmes de gestion des ressources naturelles</p> <p>Améliorer quantitativement et qualitativement la disponibilité des ressources</p> <p>Mettre en place des mécanismes de protection des et des politiques de régénération des terres</p>	<p>Pratiques de dégradation des ressources naturelles</p> <p>Surcharge sur la ressource</p> <p>La recrudescence des feux de brousse</p> <p>L'émondage et l'élagage abusif des ressources ligneuses</p> <p>L'abandon des structures de santé et d'éducation ; le manque de suivi</p>	<p>Sensibilisation sur les conséquences de la dégradation des terres</p> <p>Développer des espaces de dialogue et de mobilisation sur la ressource</p> <p>Vulgariser les textes de lois qui protègent</p> <p>Partager les expériences des autres acteurs dans des zones identiques ou présentant les mêmes enjeux</p>

Principaux Enjeux	Objectifs	Contraintes identifiées lors du DP	Besoins en communication
<p><b>LA SECURITE ALIMENTAIRE ET L'ACCES AUX INFRASTRUCTURES DE BASE</b></p>	<p>La création de revenus dans les secteurs productifs incluant l'agriculture, la pêche, la foresterie, l'élevage, l'artisanat, le commerce et le tourisme</p> <p>Faciliter accès aux services sociaux de base de base</p> <p>Créer un environnement permissif à la production</p>	<p>Faible productivité des secteurs de l'agriculture, la pêche, la foresterie, l'élevage</p> <p>Accès difficile aux intrants</p> <p>Accès difficile aux sources de financement</p> <p>Faible maîtrise des itinéraires techniques</p>	<p>Informier sur les tendances des marchés</p> <p>Partager les innovations techniques et les résultats</p> <p>Promouvoir une information sur les sources de financement et la complémentarité des acteurs .</p>
<p><b>INITIATIVE DE CONVERGENCE</b></p>	<p>Créer un environnement favorable à l'émergence d'une politique intercommunautaire de cohérence et de convergence des interventions</p>	<p>Déficit de communication entre les différents acteurs</p> <p>Existence de contraintes majeures dépassant la seule compétence d'une communauté rurale</p> <p>Absence d'un mécanisme de gestion efficiente des diverses interventions dans les CR</p>	<p>Créer des espaces de communication sur les enjeux de cette initiative</p> <p>Echanger sur les expériences en matière de convergence et de cohérence</p> <p>Documenter l'initiative</p>

### III. APPROCHE METHODOLOGIQUE

#### 3.1. LA VISION DEGAGEE LORS DES DP SUR LA COMMUNICATION ET LE DEVELOPPEMENT DURABLE

La CR a besoin, dans la conduite de sa mission, d'une visibilité de sa politique mais également de construire des synergies efficaces. C'est ce qui doit sous tendre sa stratégie de communication et c'est aussi le seul gage de la réussite de ses actions

Pour une bonne compréhension des enjeux du développement local et une adhésion aux actions, le Plan de Communication comprend donc :

- une information large sur les orientations stratégiques du PLD et des différents rôles et responsabilités de chacune des acteurs dans sa mise en œuvre ;
- une information sur les acteurs et leurs programmes respectifs ainsi que les modalités de mise en œuvre ;
- une information sur les ressources humaines, financières et naturelles pour obtenir l'adhésion des populations contribuant ainsi à l'émergence d'une nouvelle citoyenneté consciente des enjeux de développement décentralisé durable ;
- une vulgarisation des résultats des études et enquêtes sur la CR et sur l'Initiative de Convergence
- une amélioration de la communication entre le Conseil Rural et les parties prenantes notamment les chercheurs, l'administration territoriale, les services techniques déconcentrés/décentralisés, les autres collectivités locales et la population ;
- la prise en compte des aspects 'genre' avec la promotion des activités de la femme, en amont et en aval pour une meilleure implication de celle-ci dans les actions de développement et plus particulièrement de gestion des ressources naturelles.

Cette vision doit être largement partagée pour nourrir tout d'abord un partenariat à l'interne de la Communauté Rurale pour des actions concertées de tous les acteurs et/ou dépositaires d'enjeux.

Le Conseil Rural se trouve ainsi au centre d'interactions multiples dont les enjeux se prolongent tout naturellement dans le département, la région et au niveau national et international avec l'Initiative de Convergence qui accompagne le PLD.

Pour animer ce jeu complexe, le Conseil Rural devrait se donner les moyens d'une communication et d'une information conséquentes par ce que la communication est aujourd'hui au cœur de toute problématique de développement .

Les gouvernants locaux sont souvent victimes des écarts entre l'image qu'ils veulent projeter et celle qui est effectivement perçue par les populations ; ce biais est non seulement source de dysfonctionnements mais rend difficile la mobilisation des partenaires et des populations en isolant le Conseil Rural suspecté de gouverner du haut de son piédestal.

Seule une approche volontariste de communication peut briser ce mur d'incompréhension et jeter les bases d'un espace pacifié propice à l'échange, à la concertation et aux synergies.

Si le Conseil Rural conduit une mission avec deux volets qui interagissent en un jeu d'équilibre dont l'enjeu est par exemple la sauvegarde de notre environnement, il lui faut pour cela une stratégie de communication à la fois active et réactive qui:

- impulse, donne le ton, prend l'initiative et fait de lui le maître du jeu ;
- sait réagir aux évènements et circonstances de manière appropriée sans faux fuyants.

Une telle politique de communication ,pour être efficace, doit non seulement spécifier ses cibles et ses contenus mais doit aussi reposer sur une bonne appréhension des objectifs et surtout des contraintes qu'elle est censée combattre.

Ces contraintes générales ont pour noms :

- l'information et l'implication insuffisantes de toutes les parties prenantes notamment des populations dans les problèmes de développement local/rural durable surtout dans les zones fragilisées ;
- les difficultés liées à :
  - la vulgarisation de l'information (les paquets technologiques pour l'agriculture) en rapport avec l'analphabétisme de la plus part des cibles/bénéficiaires ultimes ;
  - trouver des supports adéquats et des contenus prégnants.
- Les cadres de concertation non structurés entre acteurs du développement et partenaires techniques d'une part, entre ceux-ci et le Conseil Rural d'autre part ;
- les CR pas toujours suffisamment préparées à jouer leur rôle de moteur et de vecteur de croissance ; pourtant la nécessité est évidente pour une bonne communication constante et spécifique à la situation de chaque CR mais aussi de chaque région.

- la non prise en compte des acteurs dont la caractéristique principale est la mobilité et de leur niveau et état d'esprit avec la nécessité de :
  - mette en œuvre un plan de formation des acteurs adapté à cette situation ;
  - définir le rôle des associations et autres acteurs à la base y compris de l'initiative privée ;
  - la communication intra communautaire et intra-régionale ;
  - la place des cadres de concertation.
- les moyens et techniques pour une information plurielle et diversifiée avec:
  - l'utilisation des supports audiovisuels existants et spécifiques à la région et à la situation tels la non couverture de la zone par les stations FM et insuffisance des infrastructures de communication et l'analphabétisme de la cible, zone non couverte par le réseau électrique
  - le rôle et l'importance des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) ;

Cet enjeu de la communication pose donc le principe de la participation au développement en tant qu'approche où toutes les parties prenantes sont équitablement et activement engagées dans la formulation de la politique et des stratégies de communication, ainsi que dans l'analyse, la planification, la mise en œuvre, le contrôle et l'évaluation des activités retenues.

Cette approche pose les enjeux d'un système itératif menant à un processus continu d'harmonisation des relations entre les divers acteurs avec leur niveau d'influence et leurs initiatives qu'il faut institutionnaliser pour que l'action concertée et collective se poursuive.

Les enjeux d'une telle politique et stratégie traduites en un plan d'action vont toucher tous les aspects institutionnels, des investissements structurants et de la diversification des sources de financement entre autres.

### 3.2. METHODOLOGIE POUR LE PLAN DE COMMUNICATION

La méthodologie proposée repose entre autres sur les principes de base suivants :

- information largement partagée ;
- information précise et personnalisée ;
- information explicite et qui met en lumière les enjeux.

L'information présente une spécificité qui requiert une approche prudente très circonstanciée afin de ménager les susceptibilités et prévenir les défiances en permettant une compréhension univoque seule gage de réussite.

Plusieurs contraintes ont été identifiées dans le secteur de la communication parmi lesquelles :

- les lacunes dans la formation des professionnels en matière de développement local durable et des thèmes spécifiques comme l'environnement, la santé de la reproduction, l'éducation etc....ceci limite leur perception/compréhension des problèmes et influe sur la qualité du traitement de l'information et de sa restitution ;
- l'insuffisance des moyens pour asseoir une bonne politique de communication ;
- la difficulté d'accès à l'information à cause de la réticence des détenteurs à la partager, même si elle revêt un caractère public.

La stratégie de communication (plan) s'appuie sur les besoins des groupes-cibles et tient compte des contraintes identifiées (cf DP).

Elle se fonde également sur l'utilisation aussi des langues nationales pour la transmission des messages et s'attache à recueillir les savoir et les savoir-faire locaux pour susciter l'adhésion des populations à l'effort de gestion du développement local et de ses composantes

A cet égard, en plus des actions d'alphabétisation pour la maîtrise du support écrit, il importe de privilégier les supports audio-visuels qui sont d'un accès plus direct (film, vidéo) ainsi que ceux numériques (site web).

Les messages pourront atteindre les populations en empruntant des formes d'expression / vulgarisation populaires telles que le théâtre. Il en va de même pour le recourt aux mouvements associatifs (ASC) et aux structures représentatives de l'organisation sociale (ONG, mouvement de femmes et de jeunesse, etc.).

### **3.3. DEMARCHE**

La démarche méthodologique de mise en œuvre du Plan de Communication est nécessairement participative et interactive, articulée autour des séquences suivantes :

- Nous avons identifiés les groupes cibles en cherchant à comprendre leur besoins en information et leur niveau d'accès à l'information ; c'est à dire la couverture médiatique de la zone et les canaux traditionnels de communication ;
- nous avons eu des contacts avec les conseillers ruraux pour mieux comprendre leur environnement institutionnel, les problèmes de communication surtout et intégrer les acteurs en jeu ;
- nous intégrons les résultats du DP et du PLD avec ses orientations stratégiques ainsi que les résultats attendus pour mieux situer ce qui a été prévu et ce qui n'a pas été pris en charge, les raisons, et voir les correctifs et amendements nécessaires ;
- nous avons eu des d'entretien auprès de toutes les parties prenantes notamment les femmes, les jeunes relativement à l'accessibilité des cibles et autres partenaires aux messages et aux décideurs.

Notre approche a intégré les enjeux du développement durable décentralisé et leur acuité dans un monde aux mutations permanentes pour dégager des axes de communication en fonction des contraintes identifiées précédemment

### **3.4. LES SUPPORTS**

Les supports traditionnels (dépliants) seront couplés avec des supports spectacle à large spectre (multimédia)

#### **3.4.1. Dépliants et plaquettes**

Le dépliant par sa souplesse et sa maniabilité fait de manière ramassée l'économie des objectifs du PLD de La CR dans sa formulation et ses grandes lignes. Le dépliant sera le plus illustratif possible compte tenu du taux d'analphabétisme élevé 66% en moyenne .

- réalisation : exemplaires en quadrichromie ;
- périodisation : tous les trimestres et/ou selon les évènements ;
- cibles : grand public et spécifiquement les OP/GPF.

### 3.4.2. Supports-spectacles

- **Télévision**

La télévision est le médium le plus performant pour toucher tous les acteurs du développement local/rural.

Il faut à ce niveau envisager deux types de produits :

- un publi-reportage pour poser de façon claire et synthétique les problématiques avec au besoin un plateau pour expliciter les enjeux et les attentes ;
- diffusions des émissions en langues nationales ;
- nombre de diffusions : à déterminer ;
- moment de diffusion : à partir de dix sept heures
- période : une diffusion par quinzaine en langues nationales ;
- Cible : les parties prenantes en autres : les institutions (les populations, les ONG/GPF, les institutions

- **Radio**

En synergie avec la télévision, elle permet de développer un discours complet et didactique .. les radios locales les plus écoutées choisies comme support.

- diffusion dans des émissions à grande audience ; Dans cette zone sylvopastorale, les émissions pulars qui passent tous les jours aux environs de dix sept heures enregistrent la plus forte audience ..

- **Presse**

Elle permet d'avoir une permanence du message. Privilégier le journal 'Nord Ouest' de la Région de Louga.

- Cible : les parties prenantes : administration ONG's , Partenaires Techniques et Financiers etc..

- **La page WEB**

- développement d'une page WEB à loger dans un site;

- **Le bulletin d'information de liaison**

- Ce sera un bulletin de liaison destiné à diffuser l'information factuelle à temps réel en direction de toutes les cibles : institutions et opérateurs.

## **IV. LE PLAN DE COMMUNICATION**

### **4.1. OBJECTIF DU PLAN DE COMMUNICATION**

Le Plan de Communication doit contribuer à:

- construire une vision partagée avec toutes les parties prenantes ;
- faire connaître les structures du Conseil Rural et des différentes parties prenantes ainsi que de leurs mécanismes et services ;
- rendre visible l'agenda du Conseil Rural, ses activités et les événements qu'il organise et/ou supervise et ;
- diffuser les résultats des activités de développement ;
- aider le conseil rural à mobiliser les populations derrière des actions qui contribuent au développement de la CR ( payer taxe rurale , s'acquitter des contre parties demandées par les projets ou programmes) ;
- harmoniser les interventions et créer les synergies possibles pour plus d'efficacité et d'efficience notamment dans le cadre de l'Initiative de Convergence.

Ainsi le Plan de Communication débouchera sur des actions concrètes et ciblées pour rendre effectif l'espace de dialogue et de concertation avec tous les acteurs dépositaires d'enjeu.

La stratégie de communication va reposer en partie sur les médias au sens large. Il s'avère indispensable d'élaborer et de mettre en œuvre des programmes ambitieux de sensibilisation / éducation dont le financement doit être assuré par les partenaires des CR et leurs populations.

### **4.2. COMPREHENSION GLOBALE DU PLAN DE COMMUNICATION**

Le développement rural décentralisé suppose l'existence de partenaires préparés et capables de relayer avantageusement l'action de développement portée jusqu'ici par l'Etat. Il n'est cependant pas toujours facile de mettre en œuvre ces nouvelles orientations si on ne place pas tous les concernés au centre des processus et cela n'est possible que si l'information qui structure l'action est correctement mobilisée et partagée en temps réel, et si la communication entre les partenaires est entretenue, voire sous-tend toutes les prises de décisions.

Ainsi la préparation de toute action de développement durable au niveau local appelle, dans son déroulement séquentiel, un plan d'information et de communication pour assurer une bonne compréhension des enjeux qui la sous-tendent.

Ce plan va regrouper des activités d'appui qui vont permettre aux bénéficiaires d'avoir les conditions optimales pour répondre aux attentes.

Le Plan de Communication permet une amélioration de l'image de la Communauté Rurale par :

- La mise à sa disposition d'une stratégie de communication avec une méthodologie appropriée et des activités/tâches spécifiques (voir matrice ci-après).

**Grille de détermination des résultats attendus du Plan de Communication**

	<b>Objectifs et résultats à atteindre</b>	<b>Cibles Notamment les femmes et les jeunes</b>	<b>Moyens à mettre en œuvre</b>	<b>Modalités de partenariat avec les autres dépositaires d'enjeu</b>
Organisation d'évènements	Mobilisation sociale autour de la gestion des ressources naturelles	GPF , associations de jeunes et de femmes	Fora, manifestations	Information, contact avec les autres acteurs ,
Participation aux grands évènements et rencontres économiques (foires et expositions) dans les zones rurales et urbaines	Vulgariser les richesses de la CR pour créer une ouverture vers les marchés extérieurs	CR Acteurs internes et externes	Exposition Publi-reportage Dépliants, vidéo conférence	Acteurs internes partenaires techniques et financiers
Organisation de campagnes d'information (publicités pour Appel d'Offres etc..)	Transparence dans la gestion	Prestataires de services,	Radio Journaux	Réunion de commission Publication à travers les médias
Organisation de semaines (culturelles, économiques etc..) locales dans la CR	Vulgariser les richesses culturelles existantes, Créer des cadres d'échanges entre communautés rurales	OCB, CR, populations	Exposition, vidéo conférences,	Invitation, location de stands, Organisation des visites Animation
Etc..				

- le mode opératoire de l'ensemble des activités retenues pour en faire une activité institutionnalisée.

Le Conseil Rural a, peut être plus que toute autre partie prenante, l'obligation de se rendre visible et accessible à tout moment pour des besoins de bonne gouvernance; cette visibilité se décline d'abord en un dispositif de communication et d'information et ensuite en une capacité d'animation d'un dialogue (politique) qui a la particularité d'articuler, par exemple, les préoccupations et les exigences d'une population frappée de plein fouet par la pauvreté.

Et quand on sait que la pauvreté touche principalement les zones rurales et les couches que sont les jeunes et les femmes, on comprend toute la dimension éducative que doit revêtir la stratégie de communication du Conseil Rural.

En substance le Conseil Rural va asseoir son option de communication dans une volonté:

- d'améliorer son image en termes de bonne gouvernance et de transparence ;
- de contribuer à la gestion des Ressources naturelles et à la préservation des équilibres naturels ;
- de contribuer à l'émergence d'une nouvelle conscience citoyenneté soucieuse de l'importance de tous les espaces communs et collectifs.

**MODE OPERATOIRE DES ACTIVITES RETENUES**

BESOINS	CIBLES CONCERNES	ACTIVITES	SUPPORTS	MODALITES DE MISE EN ŒUVRE
SENSIBILISER LE CR DE LA NECESSITE D'IMPLIQUER LES FEMMES POUR PLUS D'EQUITE ET DE DEMOCRATIE	GPF et associations féminines	Emissions Publi reportage	Radio Télévision	Location temps d'antennes Recrutement de consultants Impressions de dépliants
METTRE EN EVIDENCE LES OPPORTUNITES EN MATIERE DE PARTICIPATION	GPF et associations féminines	Publi reportage, Théâtre	Journaux Dépliants Affiches	Location temps d'antennes Recrutement de consultants Impressions de dépliants
DEVELOPPER DES MECANISMES D'INFORMATION SUR LE FONCTIONNEMENT DE LA COMMUNAUTE RURALE	Grand public Chefs de villages Conseillers	Emissions	Radio Télévision	Location temps d'antennes
RENFORCER LA COMMUNICATION ENTRE ACTEURS INSTITUTIONNELS	Acteurs intervenant dans la CR	Bulletin de liaison	Bulletins Base de données	Recrutement de consultants Impressions de dépliants
SENSIBILISATION SUR LES CONSEQUENCES DE LA DEGRADATION DES TERRES	Populations OCB	Publi reportage Emissions	Radio Télévision Dépliants	Location temps d'antennes Recrutement de consultants Impressions de dépliants

BESOINS	CIBLES CONCERNES	ACTIVITES	SUPPORTS	MODALITES DE MISE EN ŒUVRE
DEVELOPPER DES ESPACES DE DIALOGUE ET DE MOBILISATION POUR LA PROTECTION DE LA RESSOURCE.	Grand public Chefs de villages Conseillers	Fora	Evènements	Organisation de Fora
VULGARISER LES TEXTES DE LOIS QUI PROTEGENT L'ENVIRONNEMENT	Grand public	Emissions Forum Théâtre	Radio Télévision	Location temps d'antennes
PARTAGER LES EXPERIENCES DES AUTRES ACTEURS DANS DES ZONES IDENTIQUES OU PRESENTANT LES MEMES ENJEUX	Acteurs internes et externes	Publi-reportage Voyages d'échanges	Evènements Base de données	Organisation de fora Recrutement de consultant
INFORMER SUR LES TENDANCES DES MARCHES .	OCB CR	Bulletins Base de données	Journaux Radios	Location d'espace Location temps d'antennes
PROMOUVOIR UNE INFORMATION SUR LES SOURCES DE FINANCEMENT ET LA COMPLEMENTARITE DES ACTEURS	OCB CR	Emissions Communiqués Publi reportage	Radio Journaux	Location d'espace Location temps d'antenne

BESOINS	CIBLES CONCERNES	ACTIVITES	SUPPORTS	MODALITES DE MISE EN ŒUVRE
PARTAGER LES INNOVATIONS TECHNIQUES ET LES RESULTATS .	Acteurs internes OCB	Publireportage Séminaires forum	Cassettes video	Location services spécialiste
CREER DES ESPACES DE COMMUNICATION SUR LES ENJEUX DE CETTE INITIATIVE	Acteurs internes et externes Bailleurs CR	Publi reportage Fora Base de données	CD Rom	Services consultant
ECHANGER SUR LES EXPERIENCES EN MATIERE DE CONVERGENCE ET DE COHERENCE	CR OCB Succes stories	Visites d'échanges	Cassettes video	Services spécialistes de la communication
DOCUMENTER L'INITIATIVE	Acteurs internes et externes	Rapports Base de données	CD ROM	Services Consultants

## 4.3 . LES ACTIVITES DU PLAN DE COMMUNICATION

### 4.3.1. Les Thèmes

Ces thèmes de ces activités comprennent entre autres :

#### ■ La sensibilisation :

L'information et la communication font partie des nouveaux pouvoirs et les partenaires ciblés doivent pouvoir, chacun dans le registre qui est le sien, jouer sa partition à travers un cadre concerté et une dynamique cohérente.

Mais informer ce n'est pas seulement délivrer un catalogue d'informations à ingurgiter mais créer les conditions d'un dialogue par une utilisation judicieuse des outils modernes de communication.

La sensibilisation sera globale parce qu'en dernier ressort elle concerne une grande diversité d'acteurs allant du simple citoyen, aux producteurs de biens et services, aux femmes et autres classes d'âge ainsi qu'aux partenaires techniques et financiers. Elle sera également très ciblée parce qu'il s'agit, de manière sélective, d'assurer parfois l'insertion d'une classe spécifique (les femmes et les jeunes) dans une économie locale.

#### ■ L'information

Il s'agit en substance d'une information plurielle parce que politique, économique, sociale et culturelle donc utile pour documenter la réflexion des acteurs et instruire les prises de décision.

Les parties prenantes qui pourraient tirer partie d'une politique quelconque sont diverses et inégalement prêtes et informées. L'objectif ici est de faire comprendre les enjeux et les objectifs afin de mieux mobiliser et canaliser les efforts.

#### ■ La communication

Les différents partenaires qui, à terme, devront être impliqués dans l'ensemble de l'économie locale devront tout au long du processus communiquer, échanger par tous les canaux appropriés et dans toutes les formes qui permettent une réelle prise en charge des apports et des intérêts de tous.

#### ■ Facilitation

Cette activité de facilitation se déroulera sur un triple plan celui :

- du dialogue entre acteurs à travers des exercices participatifs ;
- du dialogue entre le Conseil Rural et les différents partenaires concernés par le développement local pour coordonner les actions à mettre en œuvre et optimiser les interventions ;
- du dialogue entre les Partenaires Techniques et Financiers, les programmes et projets et les autres acteurs.

## 4.3.2. Les Activités

### 4.3.2.1. Les Evènements

#### ■ Organisation d'évènements

Les évènements ont le double avantage d'être spectaculaires donc fortement mobilisateurs mais aussi d'être "sources" d'information (la préparation et la tenue des évènements sont toujours très fortement médiatisées) et "objet" de choix pour les media (information relayée à temps réelle ou faisant l'objet de reportages, d'analyses, de commentaires divers).

Quand l'évènement s'inscrit dans un calendrier annuel respecté, il devient vite un repère et un référent ; pour cela il faut que la thématique qui la sous tend soit suffisamment lisible et attractive pour les populations ciblées.

Le prestataire professionnel qui sera recruté pour la mise en œuvre du Plan de Communication, compte tenu de la spécificité de la Communauté Rurale va analyser entre autres évènements :

A. le re profilage et ou l'adaptation par exemple de la journée (quinzaine de l'arbre): avec un slogan permanent et une thématique annuelle : on peut imaginer par exemple un slogan du genre : "planter utile" et des thématiques du genre:

- année de l'arbre fruitier ;
- année du Gommier ;
- années "Un espace Communautaire pour chaque village" ;;
- année des arbres pour l'école et pour le Centre de Santé etc. ;
- autres.

La journée, pour atteindre ses objectifs, doit faire l'objet d'une organisation soignée avec un dispositif mis en place pour une préparation méticuleuse (si l'évènement connaît une grande réussite ce dispositif pourrait être permanent).

Le travail portera sur le choix et l'apprêt des sites de l'évènement ainsi que sur :

- le programme :
  - une journée de lancement dans un village au choix avec au menu :
    - une exposition avec le concours des artisans et/ou des élèves;
    - une conférence avec l'agent du CERP et/ou des Eaux et Forêts;
    - une performance du Président de la Communauté Rurale (mise en terre d'un plant symbolique- interview) ;
    - Déjeuner offert et discussion avec la presse locale
    - autres.

- des actions soutenues pendant une semaine ou une quinzaine dans des villages ciblés et désignés par avance chaque année ; cela permet de mesurer les impacts et d'inscrire des actions durables.
- la disponibilité en quantité et à temps des plants ;
- suivi des actions
  - cartographie des lieux d'interventions et suivi annuel de la situation ;
  - base de données des actions ;
  - site Internet de l'événement (si possible).
- préparation de la médiatisation de la performance du Président de la Communauté Rurale et/ou des autorités coutumières durant l'événement.

#### B. Un évènement nouveau : Espace citoyen

Thématique : gestion des espaces communautaires

- lieux publics ;
- ordures ;
- pollution ;
- comportements dangereux ;
- autres.

Nature de l'évènement : semaine d'information d'échanges de sensibilisation

Partenariat avec :

- les ONGs ;
- les universités et le Centre de Recherche de Dahra ;
- le secteur privé ;
- Les GPF et les OP
- Les partenaires Techniques et Financiers

La semaine permettra à des artistes et artisans locaux, des ONGs, des universitaires/chercheurs, des groupes organisés (OP/GPF, ASC) au secteur privé etc.. de se rencontrer de s'exprimer à travers un éventail d'activités:

- des stands d'exposition (de publications, de produits artisanaux, de réalisations, de programmes, d'activités etc.) ;
- des ateliers sur différents thèmes ;
- un forum ;
- des spectacles ( projections - performances artistiques affiches ) ;
- un centre de presse ;
- un centre de ressources.

La semaine sera organisée sur un site unique de manière à faciliter son institutionnalisation et sa popularisation.

Le CDROM pourrait être offert au niveau des partenaires étrangers ou lorsque les Conseillers se déplacent à l'étranger avec par exemple le Ministre de la Coopération Décentralisée et de la Planification Régionale ou s'ils sont invités pour montrer leurs 'success stories' dans les 'side events' des conférences internationales sur le développement local durable.

Le CDROM sera conçu avec les outils les plus performants du moment par une équipe d'informaticiens et de "Designers" pour répondre à toutes les exigences de qualité et de luxe que requiert ce type de produit. Il participera à rehausser l'image de marque de la Communauté Rurale. ministère.

■ **Le site communautaire ( " sous l'arbre" ou tout autre titre approprié)**

Le Conseil Rural suscitera, soutiendra et participera à animer un espace citoyen qui sera le prolongement des autres médiums.

Le site aura pour objectifs :

- d'offrir un espace d'expression à tous surtout les jeunes et les femmes ;
- de diffuser toutes les informations utiles et l'agenda du Conseil Rural et des autres partenaires ;
- de poser les problèmes d'environnement au niveau de la CR comme des villages ;
- de saisir des opportunités d'affaires comme de rencontres ;
- de créer des réseaux régionaux, nationaux voire internationaux autour des préoccupations liées au développement local décentralisé et durable et des thèmes comme l'environnement et la gestion des ressources naturelles, la santé de la reproduction, les maladies sexuellement transmissibles ;
- d'être un centre de ressources à travers des liens vers tous les centres d'informations utiles.

Le site exploitera toutes les ressources d'Internet pour pouvoir répondre aux attentes :

- portail sur le développement local décentralisé et durable et des thèmes comme l'environnement et la gestion des ressources naturelles, la santé de la reproduction, les maladies sexuellement transmissibles ;
- listes de diffusion pour l'échange et la réflexion sur différents thèmes ;
- offre de mails gratuits surtout pour les jeunes.

## ■ La base de Données

Il s'agit de concevoir et de réaliser une base de données informatique, de développer une interface applicative simple et conviviale permettant de renseigner la base, de faire des mises à jour, et d'imprimer certains états statistiques.

L'OPP a déjà offert un base de données avec un interface de Système d'Information Géographique (SIG).

- Tout autre produit que nous aurons mis en exergue avec les partenaires.

#### 4.4.. MISE EN PLACE D'UN PLAN DE COMMUNICATION

Activités	Objectifs	Cibles	Supports	Contenus	Techniques	Calendrier	Attentes
Dossiers de presse	Vulgariser les thèmes majeurs des actions du PLD	Populations Services techniques déconcentrés P T F	Journaux de la place radios télévisions	Informations thématiques	Interview Article communication	Trimestriel	Adhésion à un plan d'actions mis en œuvre ou imminent
Communiqués	Partage d'information	Grand public	Journaux radios télévisions papier	Informations factuelles		En fonction des circonstances	Information perçue à temps réel
Bulletin	Créer un espace d'échanges et d'informations entre acteurs services techniques chercheurs et la CR	Les intervenants dans la mise en œuvre du PLD		Divers	Magazine simple	Trimestriel	Visibilité et partage de l'information entre la CR et ses partenaires avec les populations
Emission	Tribune sur des domaines comme l'environnement, la GRN ,la santé, l'éducation des jeunes peulhs et la filière laitière etc.	Acteurs Organisation de Producteurs, ASC, GPF	Radio Télévision	Information Formations	Emission tonique Espace ludique interactivité	Radio : hebdomadaire Télé :trimestriel	Population plus réceptive aux enjeux du développement local de la commercialisation du lait, sur les MST/Sida, les Changements de comportements
Publi-reportage	Information scientifique de vulgarisation	Grand public	Télévision	Réalisations Effets néfastes attitudes	Documentaire	Semestriel	Thèmes majeurs appropriés
Etc..							

#### 4.5. LES RESULTATS ATTENDUS DU PLAN DE COMMUNICATION

Le plan de communication vise dans son orientation générale à créer les conditions d'une mise en œuvre du PLD. De ce point de vue les résultats attendus se décomposent en :

- les conditions d'une validation consensuelle des orientations stratégiques du Conseil Rural en matière de développement local et/ou de promotion d'une filière ;
- une information soutenue et constante de tous les acteurs sur tous les moments du processus de développement local et ce à temps réel et selon des modalités qui tiennent compte des spécificités des cibles (problèmes de langue, de situation géographique etc.) ;
- Une participation réelle des acteurs de la CR comme des autres villages à travers des activités qui leur permettent de réfléchir sur les contraintes qui pourraient les handicaper, sur leurs besoins en termes d'assistance mais aussi sur leurs avantages comparatifs et compétitifs et les moyens d'en tirer parti ;
- une articulation plus judicieuse des actions des différents acteurs intervenants afin de développer à la fois la transparence et la coordination pour plus d'efficacité et de durabilité ;
- la mise en place d'un dispositif d'information et de communication qui aura permis avant pendant et après les campagnes de communication de traiter l'information disponible, de la mettre en forme, de la distribuer de manière transparente et démocratique et de créer les cadres d'une concertation qui débouche sur des modalités d'action commune entre les différents partenaires concernés.

## **V. TACHES A FAIRE POUR UN PRESTATAIRE PROFESSIONNEL EN COMMUNICATION**

La Communauté Rurale va recruter des spécialistes prestataires professionnels externes pour mettre en œuvre le plan de communication qui inclut l'initiative de convergence ; ce dernier aura les termes de références suivants :

Les Tâches à Faire d'un prestataire professionnel.

Le prestataire professionnel externe proposera un 'Plan de mise en œuvre' du Plan de Communication selon chaque objet de communication qui comprendra :

### **5.1. UN ETAT DES LIEUX EXHAUSTIF DE LA C.R AU MOMENT DU TRAVAIL SPECIFIQUE DEMANDE**

#### **5.1.1. La description de:**

- L'existant en terme d'outils de communications

Cette revue de l'existant en matière de communication n'a pas une finalité critique mais un plan de communication ne peut prospérer s'il ne part pas d'une prise en compte objective de l'existant et de l'expérience en cours.

Aussi le prestataire professionnel externe tentera t-il d'identifier tous les instruments et moyens de communication de la CR et/ou du commanditaire durant les trois dernières années.

La question de base sera : Qu'est ce qui a été fait en la matière par :

- la radio ;
- les rubriques dans la presse écrite ;
- les nouvelles technologies de l'information et de la communication (Internet) ;
- les canaux traditionnels : guides religieux, notables, griots ;
- l'affichage, la confection de calendriers, de gadgets et de tee-shirts ;
- l'organisation d'une communication interprofessionnelle par des contacts directs ;
- l'organisation d'évènements ;
- les publications;
- la mise en place d'une commission de communication dotée de moyens performants ;
- etc.

- La mise à jour de l'état des contraintes spécifiques à la Communauté Rurale :

Quelles sont les contraintes identifiées lors du Diagnostic Participatif qu'un plan de communication doit lever pour être efficace ?

A ces contraintes on peut ajouter de manière générique les facteurs liés à :

- l'insuffisance des ressources allouées à la communication pourtant reconnue comme le principal structurant des sociétés modernes ;
- le déséquilibre dans le choix et l'utilisation des langues dans les médias, par rapport aux réalités locales ;
- l'insuffisance et l'inadaptation des émissions génériques ;
- le manque de formation des acteurs ;
- l'absence d'une stratégie de communication concertée ;
- le déficit de communication à plusieurs niveaux : entre le Conseil Rural, le CCG, les services techniques décentralisés/déconcentrés, les programmes/projets d'appui, entre le siège de la CR et les villages, entre les OCB/GPF et les autres acteurs ;
- l'absence de cadres de concertation à tous les niveaux ;
- etc.

#### **5.1.2. L'identification des acteurs et des cibles actuels et potentiels qui sont spécifiques à l'objet de la Communication**

Ils sont à la fois émetteurs et récepteurs :

- le Conseil Rural et ses Commissions ;
- les Services techniques décentralisés et déconcentrés ;
- les autres Collectivités locales notamment le Conseil Régional et la Commune du Chef Lieu du Département, la structure locale de l'Associations nationale des Communautés Rurales ;
- les ONG, GPF, mouvements associatifs ;
- le Secteur privé : organisations de producteurs (GIE) ;
- les Communicateurs modernes et traditionnels, publics et privés de la région ;
- les Partenaires Techniques et financiers ;

- les Institutions, Centres de recherche et de formation (CRZ Dahra);
- les Populations à la base ;
- les leaders d'opinion : Imams, Chefs coutumiers ;
- la cible particulière des femmes et des jeunes ;
- etc.

#### **5.2. LE PLAN DE MISE EN ŒUVRE DÉTAILLÉ DU PLAN SPÉCIFIQUE QUI LUI EST DEMANDÉ**

- les activités programmées ;
- le chronogramme de réalisation ;
- les résultats spécifiques attendus ;
- le système d'évaluation des résultats ;
- le budget.

## VI. EVALUATION DU PLAN DE COMMUNICATION

Désignation	Nombre de jours	Taux par jour	Total en FCFA
<b>I, Honoraires</b>			
<b>Recrutement de Prestataires professionnels</b>			
1 coordinateur facilitateur pour 60 j ouvrables /an	60	120 000	7 200 000
3 conseillers en Environnement, Décentralisation/ Partenariat (3x30/an)	90	90 000	8 100 000
1 Infographe (40 j/an)	40	75 000	3 000 000
2 Journalistes (en Environnement /Santé &Population,) (2 x 60 j/an)	120	75 000	9 000 000
Secrétariat	30	20 000	600 000
<b>Total Honoraires</b>			<b>27 900 000</b>
<b>II. Autres Coûts Directs</b>			
2,1 Communication (tel/fax/internet) forfait de 200,000/ trimestre	4	200 000	800 000
<b>2,2 Transport et Déplacement</b>			
Location de véhicules pour 60 jours en moyenne	60	75 000	4 500 000
Perdiems pour 7 personnes pour 60 j en moyenne	420	35 000	14 700 000
<b>2,3 Mise en Oeuvre du Plan de Communication par trimestre</b>			
2,3,1 Organisation Campagnes médiatiques	4	15 000 000	60 000 000
2,3,2 Organisation Campagnes de Presse Ecrite	4	25 000 000	100 000 000
2,3,3 Organisation Campagnes Radio	4	30 000 000	120 000 000
23,4 Réalisation de Supports Graphiques (films etc,,)	4	40 000 000	160 000 000
2,3,5 Achat Espace			12 000 000
<b>Total Autres Coûts Directs</b>			<b>472 000 000</b>
<b>Total Général hors taxes</b>			<b>499 900 000</b>