

PROGRAMME ECONOMIE D'ENERGIE

Contexte et justification

Objectifs

Objectif général :

Contribuer à la rationalisation de la consommation d'électricité par un changement de comportement individuel, familial et communautaire.

Objectifs spécifiques :

- Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication sur l'économie d'énergie ;
- Renforcer les capacités des acteurs et des partenaires institutionnels ;
- Améliorer l'accès et l'utilisation par les cibles des lampes LBC ;
- Mettre en œuvre des programmes de transferts sociaux en faveur des ménages pauvres ciblées ;
- Assurer la coordination et le suivi-évaluation des actions retenues.

Résultats attendus

- Un plan de communication sur l'économie d'énergie élaboré et mis en œuvre;
- les capacités des acteurs et des partenaires institutionnels renforcées;
- l'accès et l'utilisation par les cibles de lampes LBC améliorés ;

- des programmes de transferts sociaux en faveur des ménages pauvres ciblés sont mis en œuvre et contribuent à l'amélioration de leurs conditions de vie;
- des mécanismes de coordination et de suivi-évaluation des actions retenues sont opérationnels.

Stratégies de mise en œuvre

Sur la base du protocole d'entente et de partenariat régissant les relations entre les deux départements ministériels, le présent plan d'action sera mis en œuvre à travers les stratégies d'intervention ci-après :

- S'agissant du plan de communication, l'accent sera mis sur une démarche participative assurant les conditions d'une bonne implication et d'une adhésion des cibles aux objectifs d'économie d'énergie du Plan Taakal. A cet effet, des activités d'information, de sensibilisation, d'éducation et de communication de proximité favorables aux changements d'attitude et de comportement, seront développées ;

- Par rapport au renforcement des capacités, les acquis du ministère en matière d'ingénierie sociale notamment la Stratégie Accélérée de Développement des Compétences (SADCE), « Learning By Doing », seront valorisés ;

- Pour l'amélioration de l'accès et de l'utilisation par les cibles des lampes LBC, le ministère s'appuiera sur son dispositif institutionnel et communautaire constitué des Plate-formes techniques opérationnelles (services déconcentrés de l'administration), des 25 000 Associations et Organisations de Femmes et des 1200 Acteurs Porteurs de Dynamique Communautaire (APDC), présents sur l'étendue du territoire national et répertoriés sur des registres informatisés ;

- En ce qui concerne les programmes de transferts sociaux, il s'agira des mettre en place des mécanismes souples et efficaces de redistribution des ressources financières tirées des efforts d'économie d'énergie en faveur des ménages pauvres en vue

les résultats attendus
de rendre pérenne et durable le Plan Taakal. Les mécanismes de cash transfert visent ainsi à renforcer les capacités socio-économiques des familles, à assurer leur bien-être et à saisir les opportunités de valorisation de leurs initiatives productives attendues du Plan Taakal. *leur permettre d'*

la plupart des techniques attendues
Dans une perspective de changement d'échelle, l'intermédiation du ministère en charge de l'énergie sera sollicitée pour faciliter la mobilisation de ressources financières additionnelles à tirer des programmes-pays de certains partenaires techniques financiers ;

- Enfin, pour ce qui est des mécanismes de coordination et de suivi-évaluation, il sera mis en place d'une part un Comité de Pilotage co-présidé par les deux ministres et un Comité Technique composé des experts désignés à cet effet. Les modalités d'organisation et de fonctionnement desdits comités seront régies par arrêté ministériel.

Ce cadre de coordination et de suivi sera mis en place au niveau national et déconcentré et s'appuiera sur le dispositif institutionnel et communautaire indiqué plus haut.

Cadre logique

Descriptif	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens de vérification	Risques et hypothèses
Objectif global: Contribuer à la rationalisation de la consommation d'électricité par un changement de comportement individuel, familial et communautaire.	Gain de 10 à 15 mégawatts dans la consommation d'énergie dans les ménages Amélioration qualitative de la fourniture d'électricité Amélioration des conditions socio-économique des ménages ciblés	Rapport de mission Rapport statistiques de la SENELEC Rapport de conjoncture de la DPE Enquête de suivi de la pauvreté (ESP 2011-2012/ANSD)	Rupture dans la mobilisation des ressources financières prévues Non disponibilité et non gratuité des LBC
O.S1 : Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication sur l'économie d'énergie Résultat OS1 : Un plan de communication sur l'économie d'énergie élaboré et mis en œuvre; Activités : A111 : élaborer un plan de communication avec des supports médiatiques spécifiques A112 : concevoir les guides et supports de communication (flyers, tee-shirt, casquettes, spot publicitaires, sketch, prospectus et affiches,	<i>Un Plan de Communication sur l'économie d'énergie élaboré et mis en plan</i> Nombre d'ateliers organisés <i>Documents Nombre de sessions ou de rencontres de vulgarisation des supports</i>	<i>- Document valide et Rapport périodes des achats de Communication produits et autres supports d'illustration</i> Rapports d'ateliers <i>Documents et supports produits.</i>	<i>Non disponibilité des ressources.</i>

banderoles, foulards, écharpes, etc.) A113 : organiser des ateliers d'information et de partage avec les acteurs et partenaires institutionnels (Elus locaux, presse, société civile, ONG, etc.) aux niveaux national, régional, départemental et local. A114 : organiser des campagnes de sensibilisation aux niveaux national, régional, départemental et local (débats télévisés, émissions radio inter-actives, causeries, visites de proximité etc). A115 : organiser des ateliers régionaux d'évaluation	Nombre de caravane organisé par région La journée nationale sur les économies organisée	Rapports	
OS2 : Renforcer les capacités des acteurs et des partenaires institutionnels. Résultat OS2 : les capacités des acteurs et des partenaires institutionnels renforcées. A221 : Organiser un séminaire national de formation des formateurs ; A222 : Organiser un séminaire régional de formation des distributeurs de LBC ;			
OS3 : Améliorer l'accès et l'utilisation par les cibles des lampes LBC. Résultat OS3 : l'accès et l'utilisation par les cibles de lampes LBC améliorés.			
OS4 : Mettre en œuvre des programmes de			

transferts sociaux en faveur des ménages pauvres ciblées Résultat OS4 : des programmes de transferts sociaux en faveur des ménages pauvres ciblés sont mis en œuvre et contribuent à l'amélioration de leurs conditions de vie. Activités A441 : élaborer des projets/programmes de transferts sociaux ; A442 : mettre en place le dispositif institutionnel et communautaire d'encadrement ; A443 : concevoir un modèle souple et efficace de ciblage des bénéficiaires des cash transfer ; A444 : identifier et renforcer les initiatives et capacités productives des bénéficiaires; A445 : mettre en place les mécanismes de transferts A446 : mettre en place un mécanisme de suivi-évaluation des actions destinées aux familles pauvres.			
OS5 : Assurer la coordination et le suivi-évaluation des actions retenues. Résultat OS5 : des mécanismes de coordination et de suivi-évaluation des actions retenues sont opérationnels.			

<u>Activités</u> A551 : créer un comité de pilotage et un comité de coordination et de suivi-évaluation ; A552 : élaborer un plan de travail et de suivi des activités prévues ; A553 : élaborer des rapports trimestriels et annuels des activités réalisées. A554 : organiser des activités d'évaluation (enquêtes, ateliers, missions de terrain);			

Evaluation du budget

	Evaluation	
Activités OS1: <i>et nets en cours</i>		427 400 000 FCFA
A111 : élaborer un plan de communication avec des supports médiatiques spécifiques (services consultances et diffusion)		30 000 000 FCFA
A112 : concevoir les guides et supports de communication (flyers , tee-shirt, casquettes, spot publicitaires, sketch, prospectus et affiches, banderoles, foulards, écharpes, etc.) (	flyers 250FCFA*5000, tee-shirt 1500FCFA*1000, casquettes1000FCFA*1000, spot publicitaires200000, sketch 300000FCFA, prospectus 3000CFA et affiches5000FCFA, banderoles30000FCFA*10, foulards500FCFA*1000,	189 700 000 FCFA
A113 : organiser des ateliers d'information et de partage avec les acteurs et partenaires institutionnels (Elus locaux, presse, société civile, ONG, etc.) aux niveaux national, régional, départemental et local. (1atelier national et 14 atelier régionaux)	(14 région*6000000)+1 atelier national*20000000+fournitures300000	104 300 000 FCFA
A114 : organiser des campagnes de sensibilisation aux niveaux national, régional, départemental et local (débats télévisés, émissions radio inter-actives, causeries, etc.	15jours*5000FCFA*1200 APDC	90 000 000 FCFA
A115 : organiser des ateliers régionaux d'évaluation (2jours)	(2jours*5000FCFA*10pers*14reg)+(5000FCFA*1200APDC*2jours)	13 400 000 FCFA
Activités OS2 : les capacités des acteurs et des partenaires institutionnels renforcées.		12 840 000 FCFA
A221 : Organiser un séminaire national de formation des formateurs ;	(30pers*56000FCFA Hôtel*3jours)+(15000FCFA transport*30pers+150000FCFA fournitures	5 640 000 FCFA
A222 : Organiser un séminaire régional de formation des distributeurs de LBC ;	(14reg*6pers*25000FCFA*3jours)+(60pers*5000FCFA*3jours)+50000 fournitures	7 200 000 FCFA
Activités OS3 : Améliorer l'accès et l'utilisation par les cibles des lampes LBC. (transport carburant)		15 000 000 FCFA
Activités OS4 Mettre en œuvre des programmes de transferts sociaux en faveur des ménages pauvres ciblées		2 000 000 000 FCFA
A441 : Elaborer des projets/programmes de transferts sociaux ;		<i>(P.H. van Doorn)</i>
A442 : mettre en place le dispositif institutionnel et communautaire d'encadrement ;		

A443 : concevoir un modèle souple et efficace de ciblage des bénéficiaires des cash transfert ;		
A444 : identifier et renforcer les initiatives et capacités productives des bénéficiaires;		
A445 : mettre en place les mécanismes de transferts		
A446 : mettre en place un mécanisme de suivi-évaluation des actions destinées aux familles pauvres.		
Activités OS5 : Assurer la coordination et le suivi-évaluation des actions retenues.		13 000 000 FCFA
A551 : créer un comité de pilotage et un comité de coordination et de suivi-évaluation ;		
A552 : élaborer un plan de travail et de suivi des activités prévues ;		
A553 : élaborer des rapports trimestriels et annuels des activités réalisées.		
A554 : organiser des activités d'évaluation (enquêtes, ateliers, missions de terrain);	(Atelier 6000000FCFA)+(Missions 14reg*2jours*25000FCFA*10pers	13 000 000 FCFA
Total		2 453 240 000 FCFA

Composante 2 : Renforcement de capacité Communication et Sensibilisation pour un changement de comportement

Composante 3 : acquisition et distribution des lampes Communication et Sensibilisation pour un changement de comportement

PLAN « TAAKAL »

Contexte :

- Crise énergétique aigue;
- Absence de maitrise de la demande en électricité;
- Persistance des délestages;
- Causes de la crise déjà identifiées après un audit à 360° du secteur de l'énergie;
- Nouvelles dispositions déjà prises pour l'amélioration de la fourniture en électricité;
- Appréciation positive du plan « TAAKAL » par les bailleurs de fonds;
- Interdiction de la production et de l'importation des lampes à incandescence;

Nouvelle politique pour le remplacement des lampes à incandescence par les lampes à économie d'énergie par une politique de promotion des LBC

- Forte dégradation de l'image du service public de l'énergie;
- Forte incursion des politiques dans le débat sur l'énergie;

Objectifs généraux :

- **Partager avec les différents publics cibles les résultats des audits sur le secteur de l'énergie**, mais aussi les tenir informés de toutes les nouvelles dispositions prises pour résoudre définitivement la crise énergétique.
- Il s'agit notamment de **présenter aux différents publics cibles les grandes lignes du plan « taakal »**, afin de les rassurer et de susciter leur adhésion.

Cette campagne de communication vise aussi à **amener les différents publics cibles à cultiver de nouveaux reflexes** tendant à consommer l'électricité de manière beaucoup plus rationnelle.

Objectifs spécifiques

- Partager avec les différents publics cibles les cinq (5) volets du plan « Taakal »;
- Rassurer les différents publics cibles sur la viabilité du plan « Taakal »;
- Améliorer la relation – client et l'image de SENELEC
- Amener les différents publics à cultiver de bons reflexes dans leur consommation d'électricité;
- Dépolitiser le débat sur la crise énergétique en favorisant un consensus national sur la crise énergétique; Partager avec les différents publics cibles les cinq (5) volets du plan « Taakal »;

Résultats attendus

- Les différents publics cibles sont convaincus de la viabilité du plan « TAAKAL » et sont confiants pour l'avenir;
- Les différents publics cibles deviennent plus tolérants
- Le plan « TAAKAL » est considéré comme un projet d'entreprise par les agents de la SENELEC.

Cibles :

- Cibles partenaires
- Cibles intermédiaires (relais)
- Cibles destinataires

Un mécanisme opérationnel qui donne la priorité à une campagne de proximité sur le terrain fondée sur des partenariats.