

PLAN DE COMMUNICATION DE KOUKANE

I- CONTEXTE

L'Information, l'Education et la Communication (**IEC**) constitue une composante essentielle des programmes de développement. En effet aucun programme de développement surtout à la base ne peut être mené avec réussite sans une participation des populations concernées. Ainsi la mise en œuvre d'une bonne politique de développement à la base suppose un plan de communication dynamique et opérationnel qui met en place un système d'échange et de circulation de l'information adapté au contexte local. C'est pourquoi le PNIR dans la mise en œuvre de ces activités insiste sur une approche participative par le biais d'une bonne politique de communication.

Ce plan de communication est élaboré pour le compte de la CR de Koukané situé dans le département de Vélingara, Région de Kolda. Elle est le chef lieu de l'arrondissement qui porte le même nom, Koukané s'étend sur une superficie de 453 Km², soit 32,16% de la superficie de l'ensemble de l'arrondissement. Elle comptait en 1988 16041 habitants répartis en 86 villages et hameaux.

II- OBJECTIFS

Le plan de communication vise l'émergence de citoyens responsables et conscients de leurs rôles et devoirs dans la poursuite d'un développement durable de leurs localités et de l'amélioration des conditions de vie des populations. Le plan doit favoriser une approche participative dans la conception et l'exécution des actions, l'émergence d'un savoir faire et d'un savoir être locale au service du développement à la base.

Ce plan de communication se justifie par la nécessité de mettre en œuvre un programme de sensibilisation des populations rurales dans les zones d'intervention du PNIR en vue de contribuer aux changements de comportements souhaités pour un développement local durable.

Pour que les buts et objectifs du Plan Local de Développement puissent être atteints, une information et une connaissance accrues des bénéficiaires ainsi qu'une volonté plus affirmée de tous, du niveau individuel au niveau communautaire, sont indispensables. La dimension communication dans les activités de développement paraît fondamentale. Il existe, en effet, une relation d'interdépendance entre information, éducation, communication et développement économique. Les progrès accomplis dans le domaine de la communication ont grandement favorisé l'essor économique des pays développés. La mise en œuvre d'activités efficaces d'information, d'éducation et de communication sont une condition préalable à un développement humain durable et ouvre des perspectives en terme de changements de modes de pensée, d'habitudes et de comportements parfois solidement enracinés.

III- METHODOLOGIE

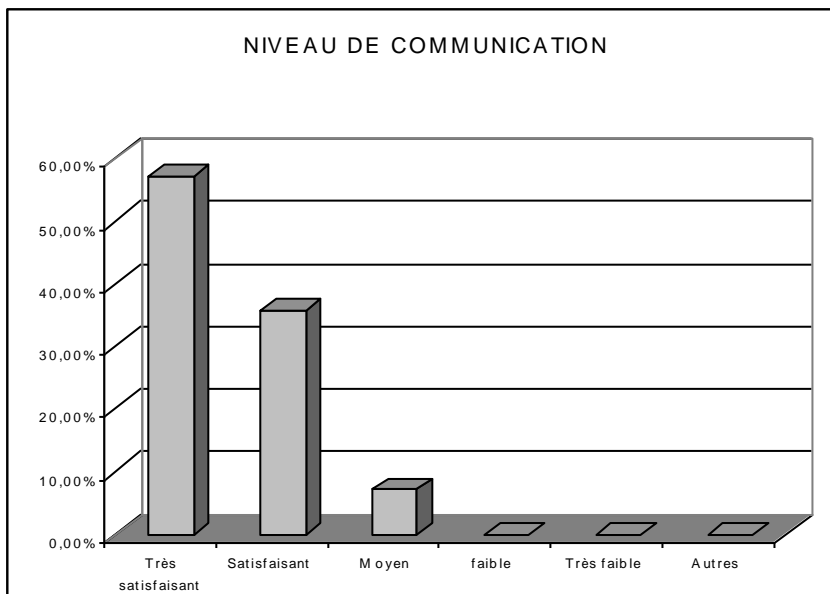
Ce plan a été élaboré à l'issue :

- du diagnostic participatif effectué lors de l'élaboration du PLD et du PAI. En effet le diagnostic a fait apparaître des besoins en communication qu'il serait nécessaire de couvrir.

- d'une enquête réalisée auprès de conseillers ruraux de la communauté rurale de Kounkané, de membre du CCG, et de différents OCB en vue de renforcer les résultats du diagnostic.

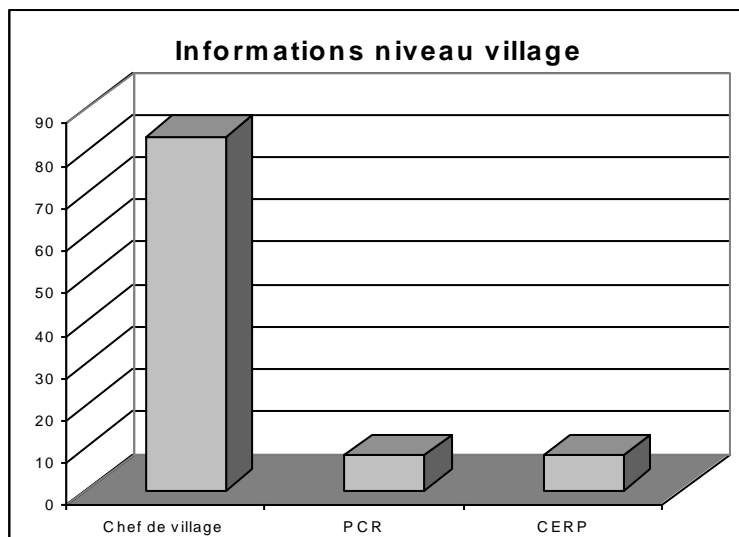
IV- DIAGNOSTIC

Le diagnostic effectué lors de l'élaboration des PLD et des PAI et les enquêtes menées auprès des personnes cibles ont donné les résultats suivants :



Le niveau de communication est jugé globalement satisfaisant par les populations. En effet il existe beaucoup de structures qui interviennent au niveau de la zone et l'information est plus où moins bien véhiculée. Toutefois pour certains, il existe des personnes mieux informés que d'autres et des groupes qui pour une raison ou pour une autre sont moins informés que les autres.

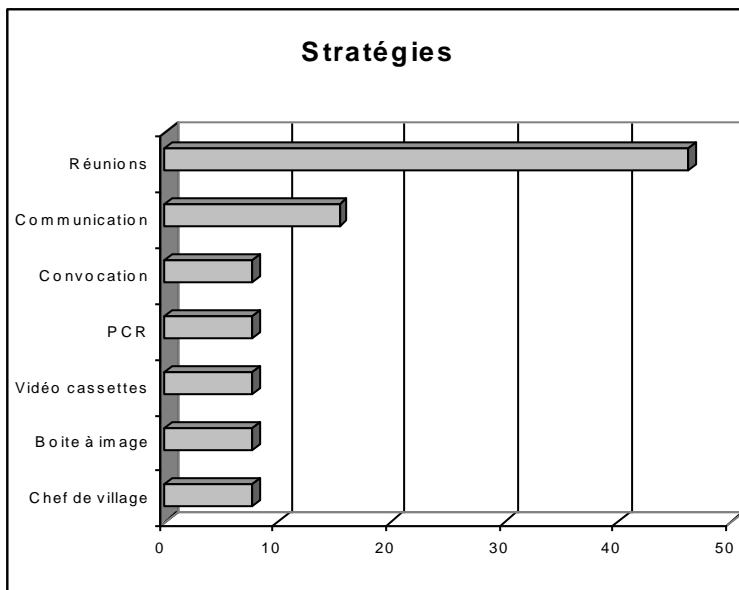
Cependant les femmes sont bien intégrées dans les instances de décision et sont consultées sur toutes questions.



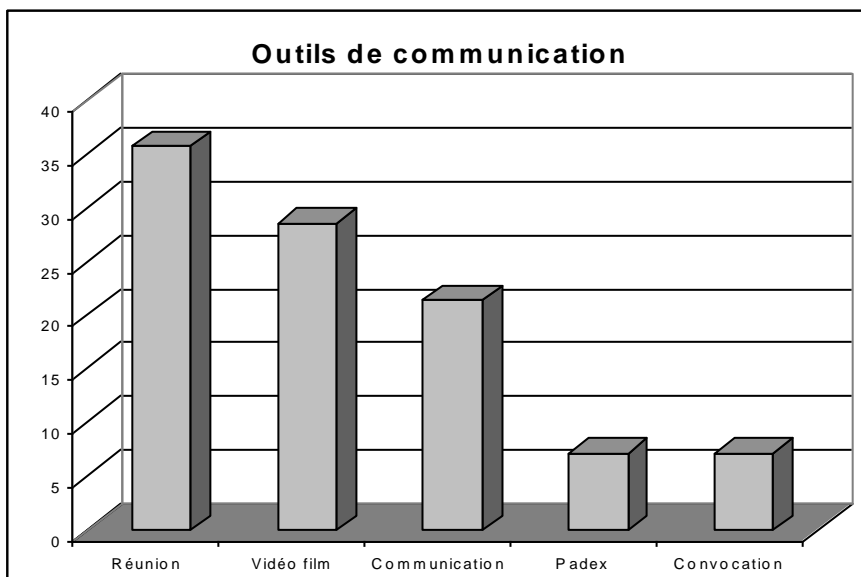
Au niveau du village, le chef de village demeure la personne morale par qui passe les informations, viennent ensuite le PCR et le CERP, structure déconcentrée qui assure l'encadrement des CR.

Au niveau de la communauté rurale, c'est principalement le PCR qui véhicule l'information au niveau de sa collectivité.

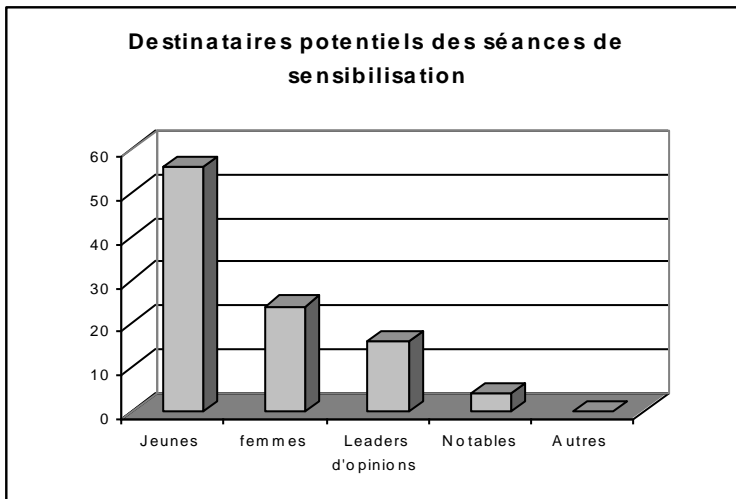
De nombreux projets et ONG interviennent dans la zone et ils utilisent des stratégies diverses pour atteindre leurs cibles.



Les réunions et les tournées constituent les moyens les plus utilisés.

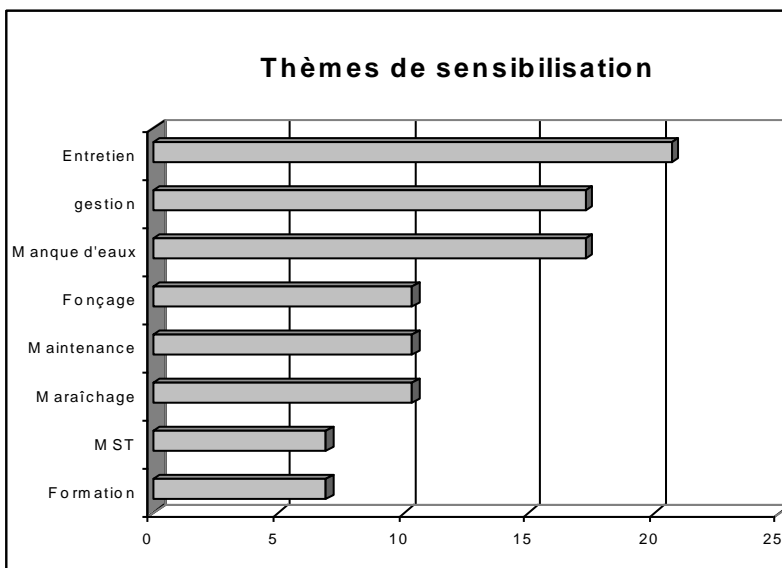


Et les jeunes sont les principaux destinataires des thèmes de sensibilisation développés par ces structures, ensuite arrivent les femmes en second position. puis les notables avec 28,6% et les leaders d'opinion avec 7,1% sont aussi des cibles privilégiés.

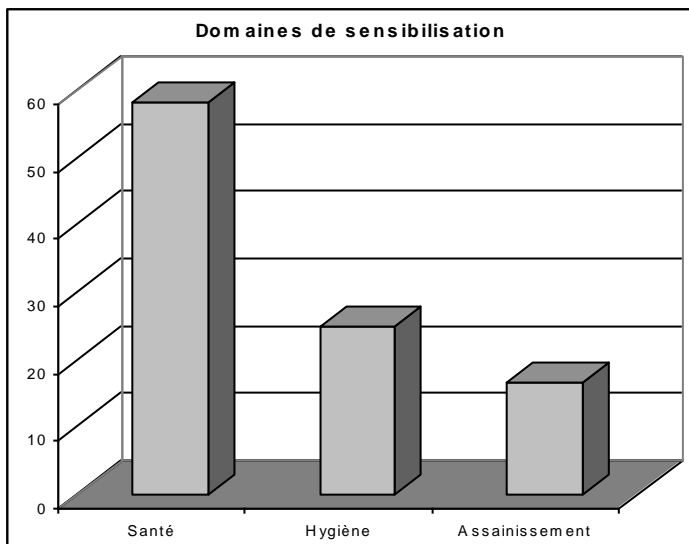


V- Besoins en communication

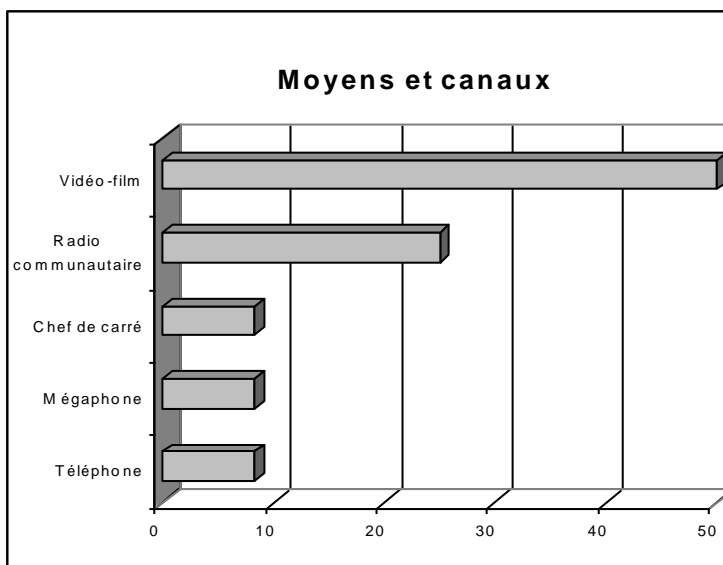
Les différentes personnes cibles ont dégagé des thèmes sur lesquels ils aimeraient être sensibiliser :



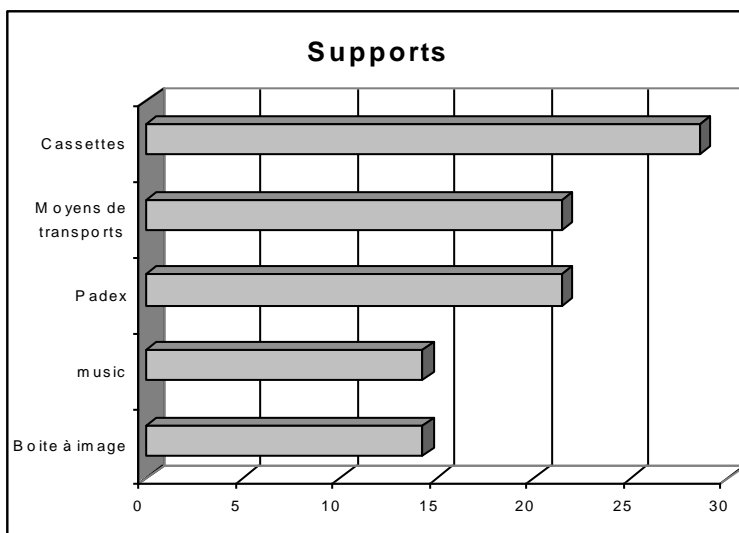
Ces domaines sont variés, ils vont de la santé, à l'hygiène, à l'assainissement, à l'éducation, à la gestion, à l'entretien, au maraîchage...



Pour sensibiliser sur ces thèmes les populations, ces dernières ont suggéré l'utilisation de certains moyens et canaux de communications qui leur semblent plus appropriés.



Afin de mettre en œuvre ces moyens de communication, certains supports sont privilégiés notamment les films, les images, les Padex... La préférence des supports visuels s'explique principalement par le faible niveau d'instruction des cibles qui ont plus de facilités pour comprendre les supports imagés.



Toutes les personnes interrogées sont unanimes au sujet du moment le plus approprié pour faire de la sensibilisation. En effet la période post récolte constitue le meilleur moment pour faire de la sensibilisation selon les résultats du diagnostic et des enquêtes.

Le tableau récapitule pour chaque thème, les cibles et les acteurs de communication.

Thèmes/Cibles	C R	CC G	OC B	Chef de village	Village bénéficiaire	Acteurs
Vulgarisation PLD			X	X		CR, CC
Sensibilisation paiement taxe rurale				X		CR, an
Sensibilisation mobilisation contre partie financière				X	X	CR, CC relais
Sensibilisation entretien infrastructures			X	X	X	CCG, C
Sensibilisation partage information	X	X	X	X		PCR, C
Sensibilisation sur la santé : MST / SIDA / Grossesses précoces / PEV			X			ICP, rel
Sensibilisation hygiène et assainissement			X			ICP, rel
Sensibilisation sur la GRN	X	X	X	X		Commis
Sensibilisation sur la scolarisation des enfants	X	X	X	X		Commis

V- STRATEGIE DE LA COMMUNICATION

La mise en œuvre des activités d'information, d'éducation et de communication, pour atteindre les résultats escomptés, doivent utiliser toutes sortes de filières de communication, des modes traditionnels d'expression et de communication

appropriée jusqu'aux nombreuses opportunités offertes par les impressionnants sauts qualitatifs réalisés dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

La stratégie au niveau national est assurée par le PNIR qui utilise divers canaux de communication dont les plus importants sont la radio et la télévision nationale. L'objectif est de faire connaître la stratégie et la mission du PNIR ainsi que les activités du programme au niveau des communautés rurales bénéficiaires.

Au niveau régional, le BRC du PNIR apporte son appui dans la stratégie d'information, d'éducation et de communication.

Au niveau CR, il faut mettre en œuvre dans tous les villages et au sein de tous les groupes les activités d'information, d'éducation et de communication (IEC) pour créer les conditions d'appropriation des actions en matière de développement durable.

Une information plus complète et plus appropriée permet aux décideurs, à l'échelle de la communauté rurale, d'élaborer des stratégies mieux adaptées en matière de développement durable. A l'échelle villageoise, une information plus complète et plus appropriée permet d'induire de profonds changements d'attitudes en vue d'une amélioration des conditions de vie.

Des campagnes de sensibilisation, information, vulgarisation sur différents thèmes intéressant la vie de la communauté et la mise en œuvre des actions du PNIR seront menées à tous les niveaux au sein de la CR. Tous les acteurs locaux seront ciblés : leaders politiques, leaders d'opinion, leaders religieux, organisations de base, groupements de femmes, de jeunes, groupes marginalisés... A cet effet en plus de l'animateur communautaire, des animateurs relais ont été mis en place au niveau de chaque zone afin de se rapprocher de plus en plus des populations au niveau village et même au niveau carré.

IL s'agit d'assurer une meilleure vulgarisation du PLD et des activités à mener par le PNIR et une meilleure implication des populations locales.

Ainsi plusieurs campagnes seront menées sur la base de moyens et supports de communication adaptés qui ont été identifiés lors du diagnostic participatif pour l'élaboration du PLD/PAI et lors des enquêtes quantitatives et qualitatives effectuées auprès de certains cibles pour renforcer les besoins identifiés lors du diagnostic.

Pour mettre en œuvre cette stratégie, des campagnes de communication/ sensibilisation seront menées aussi bien sur des thèmes généraux identifiés lors du diagnostic intéressant les activités du PNIR que sur des thèmes spécifiques ressortis lors des enquêtes.

Les différentes campagnes à mener sont ainsi énumérées :

Campagne No 1 : Information/ sensibilisation sur les activités du PNIR

- Objectifs

Le but de cette campagne est de mieux faire connaître les interventions du PNIR. Cette campagne d'information sera menée au niveau national, régionale et locale. Au niveau national, le PNIR se chargera d'informer et de vulgariser ses activités à travers le pays.

Au niveau régional, le bureau régional de coordination du PNIR assure la mise en œuvre de la stratégie de communication. L'objectif visé est de faire connaître le PNIR, sa mission, ses objectifs et d'amener les populations à s'approprier le programme.

Au niveau local, l'objectif visé est de faire descendre l'information à la base notamment au niveau CR, village, carrée.

- Cibles

Au niveau national :

- Population,
- les structures étatiques,
- les projets et ONG

Au niveau régionale

- les autorités administratives et les structures déconcentrées de l'Etat
- les Projets et ONG intervenant dans la zone
- la population de la région

Au niveau local

- Conseil rural de Koukané
- Sous préfet, CERP de Koukané
- les Projets et ONG intervenant dans la communauté rurale
- population des villages

Pour assurer cette campagne des moyens et outils de communication adaptés seront utilisés.

- Moyens

Au niveau national

- Télévision
- Radio
- Presse écrite

Au niveau régionale

- radio locale
- tournée
- brochures

Au niveau local

- séance de causerie/sensibilisation

- radios communautaires
- tournées au niveau des différents villages

- **Support**

- boîte à image
- padex
- Film

Campagne 2 : Vulgarisation des PLD/PAI

- **Objectifs**

L'objectif de la vulgarisation des PLD/PAI est de faire connaître les documents et d'impliquer les populations dans le processus de mise en œuvre des résultats. En plus il faut amener les populations à s'approprier ces documents

- **Cibles**

- les structures évoluant dans la CR(CR, CCG, OCB)
- les autorités administratives et les structures déconcentrées de l'Etat
- les Projets et ONG intervenant dans la zone
- les populations des différents villages

- **Moyens**

- séance de causerie/sensibilisation
- radio communautaire
- tournées au niveau des différents villages

- **Support**

- boîte à image
- padex
- Film

Campagne 3 : Sensibilisation pour la mobilisation de la contrepartie financière

- **Objectifs**

La sensibilisation sur la nécessité pour les populations bénéficiaires de mobiliser la contrepartie en argent ou en nature préalablement au financement des actions qu'elles ont identifiées dans le cadre de l'intervention du PNIR s'avère nécessaire. En effet cette participation financière favorise l'appropriation du projet par les bénéficiaires.

- **Cibles**

Les cibles de cette campagne sont les populations des villages bénéficiaires de micro projets ainsi que les villages polarisés.

- **Moyens**

- tournée de sensibilisation dans les villages bénéficiaires et polarisés
- appui conseil des animateurs relais
- causerie avec les leaders religieux et d'opinion
- communicateurs traditionnels

- **Supports**

- Boîtes à image
- Padex

Campagne 4 : Sensibilisation sur le paiement de la taxe rurale

- **Objectifs**

La nécessité de payer la taxe rurale est un thème de sensibilisation auquel les conseillers ruraux attachent un intérêt particulier car elle doit alimenter le budget de la communauté rurale et permettre ainsi au conseil rural de pouvoir mobiliser la contribution financière requise dans le cadre de la mise en œuvre des actions du PNIR.

- **Cibles**

Les cibles de cette campagne sont les populations imposables de la CR

- **Moyens**

Les moyens et canaux de communication privilégiés sont :

- les séances de sensibilisation
- les causeries
- les tournées au niveau des villages

- **Support**

- Boite à image
- Exposé
- Padex

Campagne 5 : Sensibilisation pour l'entretien des infrastructures

- Objectifs

Le thème sur l'entretien et la préservation des infrastructures et équipements communautaires s'inscrit dans le cadre plus global de l'émergence d'une mentalité de citoyen responsable de son rôle dans le développement durable de son terroir.

- Cibles

Les cibles de cette campagne sont les populations des villages bénéficiaires de micro projets ainsi que les villages polarisés.

- Moyens

- tournée de sensibilisation dans les villages bénéficiaires et polarisés
- appui conseil des animateurs relais
- causerie avec les leaders religieux et d'opinion
- les sketch et théâtres

- Supports

- Boites à image
- Padex
- affiches

Campagne 6 : Sensibilisation des leaders sur la nécessité de partager l'information

- Objectifs

Cette campagne est primordiale dans un contexte de bonne gouvernance locale et de transparence qui est de rigueur aujourd'hui. Ce partage de l'information aura pour conséquences entre autre d'impliquer les populations dans la gestion de leur CR et de les responsabiliser.

- Cibles

Les cibles de cette campagne sont les membres du conseil rural, du CCG, les chefs de village, les dirigeants des OCB

- Moyens

- Séances de travail avec ces personnes cibles
- Appui conseil des membres du CR et des CCG
- Radio communautaire
- sketch et théâtres

- Supports

- Boites à image
- Padex

- affiches

Campagne 7 : Sensibilisation sur la santé : MST / SIDA / Grossesses précoces

- Objectifs

La prévention des MST et la lutte contre les grossesses précoces constituent aussi des thèmes de sensibilisation importants dans ces zones confrontées aux taux élevés de mortalité maternelle et infantile ainsi qu'à la propagation des MST.

- Cibles

Les cibles principales de cette formation sont les OCB, les jeunes, les femmes.

- Moyens

Les moyens utilisés sont

- la radio
- les causeries
- les sketch et théâtres.

- Supports

- Boîtes à image
- Padex
- affiches

Campagne 8 : Sensibilisation sur l'hygiène et l'assainissement

- Objectifs

L'hygiène et l'assainissement constituent des domaines de sensibilisation très important. En effet, l'hygiène conditionne la bonne santé des personnes ; et l'assainissement garantie un environnement sain aux populations.

- Cibles

Les cibles principales de cette formation sont les OCB, les jeunes, les femmes.

- Moyens

Les moyens utilisés sont

- la radio
- les causeries
- les sketch et théâtres.

- Supports

- Boites à image
- Padex
- Affiches

Campagne 9 : Sensibilisation sur la Gestion des Ressources Naturelles

- Objectifs

La GRN conditionne le développement durable. Devant la menace que constitue la surexploitation des ressources naturelles, une bonne sensibilisation sur les GRN s'avère primordiale.

- Cibles

Cette sensibilisation sur les GRN interpelle au premier plan les conseillers, le CCG, les OCB, les chefs de villages et les comités villageois.

- Moyens

- *La radio,
- *les causeries,
- *les sketch et théâtres
- les communicateurs traditionnels

- Supports

- * les affiches
- * les boites à images.

Campagne 10: Sensibilisation sur la scolarisation des enfants

- Objectifs

- relever le taux de scolarisation
- Faire baisser le taux d'analphabétisme dans la zone

- Cibles

Cette sensibilisation vise tous les acteurs : les conseillers, le CCG, les OCB, les chefs de village, les parents d'élèves.

- Moyens

- tournée de sensibilisation dans les villages
- radio communautaire
- appui conseil des animateurs relais
- causerie avec les leaders religieux et d'opinion
- les sketch et théâtres

- **Supports**

* les boites à images

* les affiches.

Le tableau suivant présente les différents thèmes de sensibilisation retenus par les populations, ainsi que les cibles et les acteurs susceptibles de mener cette sensibilisation.

1. Information/sensibilisation sur le PNIR				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Informer les populations sur la mission et les activités menées par le programme	<ul style="list-style-type: none"> - populations - Autorités étatiques, administratives et services déconcentrés - Projets et ONG - Comités villageois 	<ul style="list-style-type: none"> - Bureau national du PNIR - BRC - CR - CCG - AR 	<ul style="list-style-type: none"> - Télévision - Radios - Presse écrite - brochures - Causerie - Sensibilisation - Tournées au niveau des villages 	<ul style="list-style-type: none"> - Boites à image - Padex - film
2. Vulgarisation des PLD/PAI				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Impliquer les populations dans la mise en œuvre des résultats des PLD/PAI Assurer une appropriation des PLD/PAI par les populations	<ul style="list-style-type: none"> - CR,CCG,OCB - Autorités administratives et services déconcentrés - Projets et ONG - Comités villageois 	<ul style="list-style-type: none"> - CR - CCG - AR 	<ul style="list-style-type: none"> - Causerie - Sensibilisation - Tournées au niveau des villages 	<ul style="list-style-type: none"> - Boites à image - Padex - film

3. Sensibilisation sur la mobilisation de la contrepartie				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Amener les populations à mobiliser leurs contreparties en argent ou en nature	- Populations des villages bénéficiaires ou polarisés	- CR - AR - CCG - CV	- Tournée - Causerie - Appui conseil	- Boite à image - Padex
4. Paiement de la taxe rurale				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Sup ports
Sensibiliser sur l'importance de la taxe rurale pour le bon fonctionnement de la CR	- populations imposables de la zone	- CR - AR - animateur relais	- Causerie - Sensibilisation - Tournées au niveau des villages	- Boites à image - Padex - Exposé
5. Sensibilisation sur l'entretien des infrastructures				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Assurer un bon entretien des infrastructures par les populations	- Populations des villages bénéficiaires ou polarisés	- CCG - CGE - AR	- Tournée - Causerie - Appui conseil	- Boite à image - Padex
6. Sensibilisation des leaders sur le partage de l'information				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Amener le pouvoir locale à partager les informations avec les populations à la base	- CR - CCG	- CR - OPP - AR	- Séances de travail avec les personnes cibles - Appui conseil	- Boite à image - Padex
7. Sensibilisation sur la santé : MST / SIDA / Grossesses précoces				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Lutter contre le taux élevé de mortalité	- OCB, - jeunes,	- ICP - relais en santé	• la radio • les causeries • les sketch	- Boite à image

maternelle et infantile	- femmes		et théâtres.	- Padex
8. Sensibilisation sur l'hygiène et l'assainissement				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Améliorer l'environnement et les conditions de vie des populations	- OCB, - jeunes, - femmes	- agent du service d'hygiène - relais en santé	<ul style="list-style-type: none"> • la radio • les causeries • les sketch et théâtres. 	- Boite à image - Padex
9. Gestion des ressources naturelles				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
	- CR - CCG - OCB - Populations villages	Commission GRN, CR, ATEF	<ul style="list-style-type: none"> - Tournée de sensibilisation dans les villages - Appui conseil des animateurs relais 	- Boite à image - Affiches
10. Sensibilisation sur la scolarisation des enfants				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
<ul style="list-style-type: none"> • relever le taux de scolarisation • Faire baisser le taux d'analphabétisme dans la zone 	- conseillers - CCG - OCB, - chef de village, - parents d'élèves	Commission Education du CR, IDEN CV, RDA	<ul style="list-style-type: none"> • tournée de sensibilisation dans les villages • radio communautaire • appui conseil des animateurs relais • causerie avec les leaders religieux et d'opinion • les sketch et théâtres 	- Boite à image - Affiches

VII- BUDGET

I- Budget indicatif du plan de communication

Le plan de communication doit être souple et efficace, il doit prendre en compte les réalités locales, utiliser les moyens et canaux de communication accessibles aux populations. Le budget quadriennal ci dessous présenté est à titre indicatif, étant entendu que de nouvelles campagnes pourront être menées si nécessaire.

Thème de formation	An1	An 2	An 3	An 4	Coût de la formation
Information/sensibilisation sur les activités du PNIR	152500				152500
Vulgarisation PLD	152500				152500
Mobilisation contrepartie	152500	152500	152500	152500	610000
Paiement taxe rurale	152500	152500	152500	152500	610000
partage des informations			152500		152500
Entretien des infrastructures	152500	152500	152500	152500	610000
scolarisation des enfants	205000	205000	205000	205000	820000
MST/SIDA/Grossesse précoce	220000	220000	220000	220000	880000
Hygiène et assainissement	205000	205000			
Gestion des ressources naturelles		205000			205000
Total	1392500	1292500	1035000	882500	4602500

ANNEXE

La liste des budgets par thème de communication est ainsi annexée :

Information/ sensibilisation sur les activités du PNIR

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Animateur communautaire et relais				
Frais de déplacement	2500	1	1	2500
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				152 500

Vulgarisation PLD

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Animateur communautaire et relais				
Frais de déplacement	2500	1	1	2500
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				152 500

Mobilisation contrepartie

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Animateur communautaire et relais				
Frais de déplacement	2500	1	1	2500
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				152 500

Partage des Informations

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Animateur communautaire et relais				
Frais de déplacement	2500	1	1	2500
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				152 500

Paiement taxe rurale

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Animateur communautaire et relais				
Frais de déplacement	2500	1	1	2500
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				152 500

Entretien des infrastructures

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Animateur communautaire et relais				
Frais de déplacement	2500	1	1	2500
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				152 500

Sensibilisation sur la santé : MST / SIDA / Grossesses précoces

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Infirmier chef de poste				
Frais de déplacement	5000	2	2	20000
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	150000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				220 000

Hygiène et Assainissement

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Agent service d'hygiène				
Frais de déplacement	5000	1	1	5000
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	150000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	50 000
Total				205 000

Gestion des ressources naturelles

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
ATEF				
Frais de déplacement	5000	1	1	5000
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	100 000
Total				205 000

Scolarisation des enfants

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Agent IDEN				
Frais de déplacement	5000	1	1	5000
Frais d'organisation et de restauration	forfait	forfait	forfait	100000
Moyens et Support pédagogique	forfait	forfait	forfait	100 000
Total				205 000