

**PLAN DE COMMUNICATION DE LA
COMMUNAUTE RURALE DE
MISSIRAH SIRIMANA**

I- CONTEXTE

L'Information, l'Education et la Communication (**IEC**) constituent 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 adaptée au contexte locale. C'est pourquoi le PNIR dans la mise en œuvre de ses 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 Misirah Sirimana, arrondissement de Saraya située dans le département de Kédougou, Région de Tamba.

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 l'information, l'éducation, la communication et le 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 Missirah Sirimana, de membre du CCG, et de différents OCB en vue de renforcer les résultats du diagnostic.

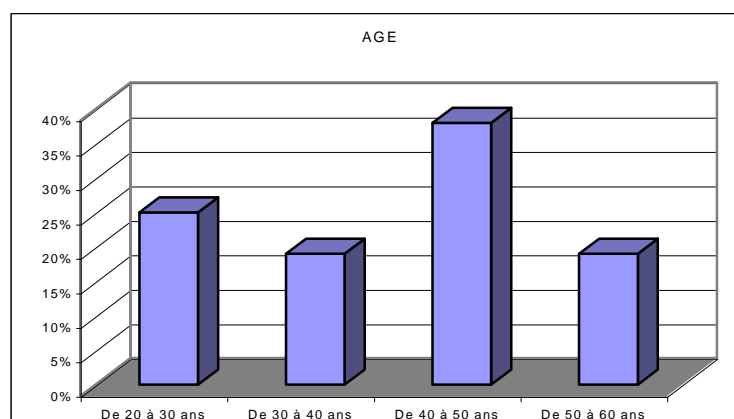
IV DIAGNOSTIC

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 :

4.1 Caractéristiques des cibles

- **structure par âge**

Au niveau des cibles interrogées, la tranche d'âge 40 à 50 ans reste la plus représentée, elle se situe à 37,5%, suit la tranche d'âge de 20 à 30 ans occupés par les jeunes qui se situe à 25% tandis que les adultes occupent le même pourcentage que les jeunes. Ainsi donc l'institution communautaire est monopolisée par des personnes relativement jeunes, ce qui est en rupture avec une tradition où la gérontocratie est souvent dominante.

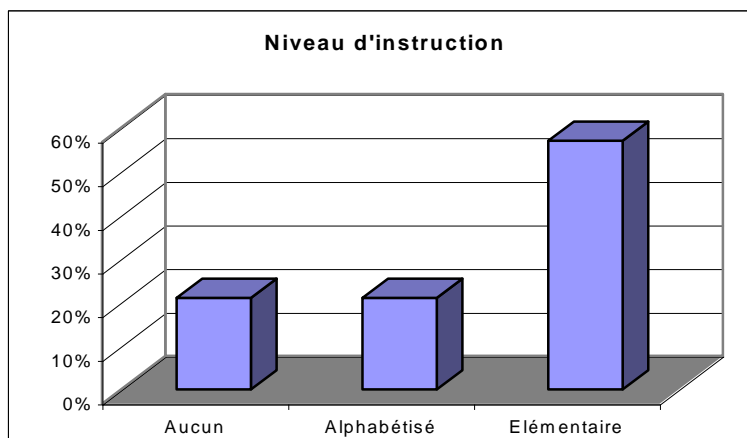


- **Structure par sexe**

La tendance est largement favorable aux hommes avec un pourcentage de 93,8% contre 0% chez les femmes. Cette situation met en évidence l'hégémonie des hommes sur les instances de prises de décision.

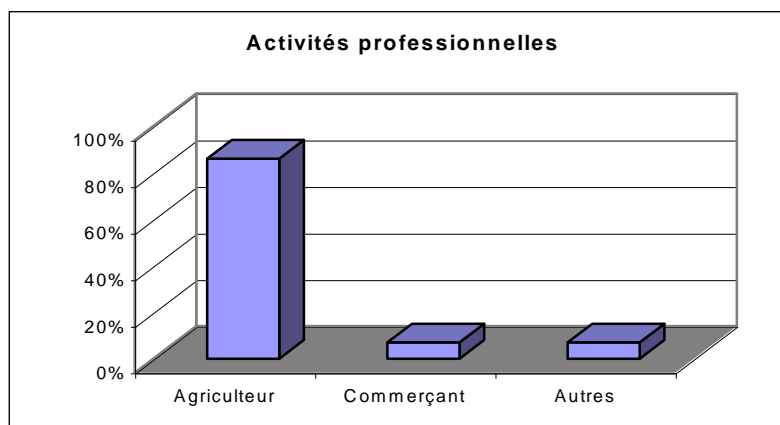
- **Niveau d'instruction**

Le niveau d'instruction des personnes cibles est relativement correct. La moitié 50% a atteint le niveau élémentaire. L'alphabétisation avec un taux de 18,8% contribue à améliorer le niveau d'instruction déjà atteint, 18,8% sont sans niveau, cette situation doit inciter au renforcement de l'alphabétisation pour renforcer les capacités des acteurs.



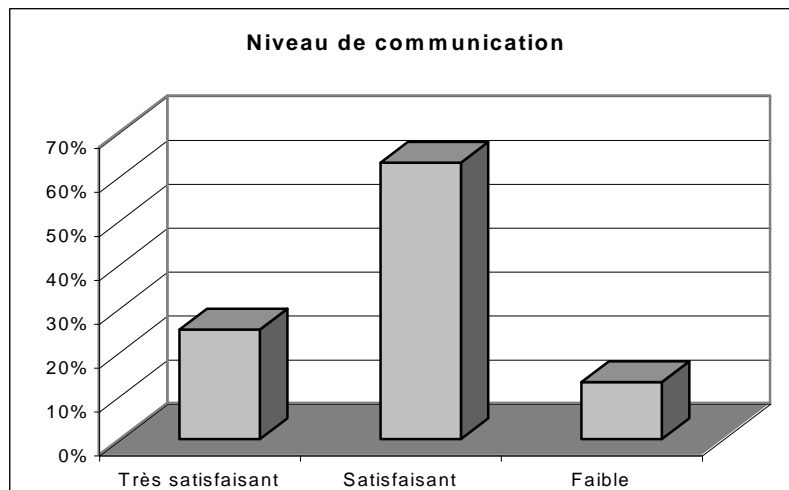
- **Activités professionnelles**

L'activité économique est largement dominée par l'agriculture qui représente 75% contrairement à beaucoup de localités où l'élevage est très lié à l'agriculture, à Missirah cette activité est faiblement représentée 0%, le commerce et les autres activités viennent en appoint à l'agriculture, ils représentent 6,3%.



4.2 Niveau de communication

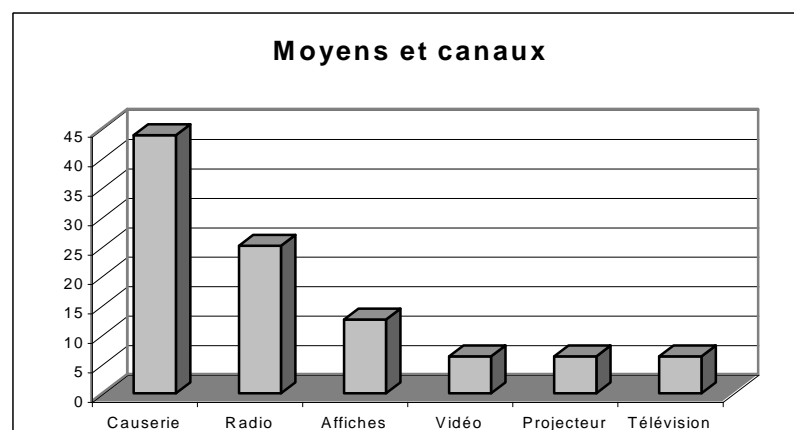
Le niveau de communication entre les acteurs est relativement satisfaisant dans la CR de Missirah Sirimanah. L'âge relativement jeune des acteurs et leur niveau d'instruction cité plus haut permettent d'assurer une bonne circulation de l'information. La situation est d'autant plus satisfaisante si on se réfère à l'enclavement de la zone. L'action des projets et ONG qui interviennent dans la zone a largement contribué au renforcement de la communication, mais spécialement sur des thèmes liés à la maîtrise des activités dans le cadre des programmes menés auprès des populations.



Les thèmes qui ont été développés concernent la maîtrise de la production cotonnière pour la SODEFITEX qui sous tend toutes ces actions par un important volet d’alphabétisation fonctionnelle.

Le PROMER qui entretient une gamme diversifiée d’activités soutient les OB dans la réalisation de micro projets. Cet appui est important et bien appréciée par ce qu’elle permet aux nombreuses organisations de base de la CR de mettre en valeur les énormes potentialités économiques.

Le FDL a axé sa communication sur la gestion et la maîtrise technique des infrastructures dans son volet d’équipement communautaire et d’appui à des activités productives. Ces ONG et projets ont utilisé divers moyens et canaux de communication que voici.



Au niveau de la CR la circulation de l’information est déséquilibrée entre les différents acteurs et catégories sociales. Cependant les informations sont davantage contrôlées par les hommes qui se trouvent être les autorités locales. Les femmes contrairement à d’autres localités sont pleinement associées dans les prises de décision.



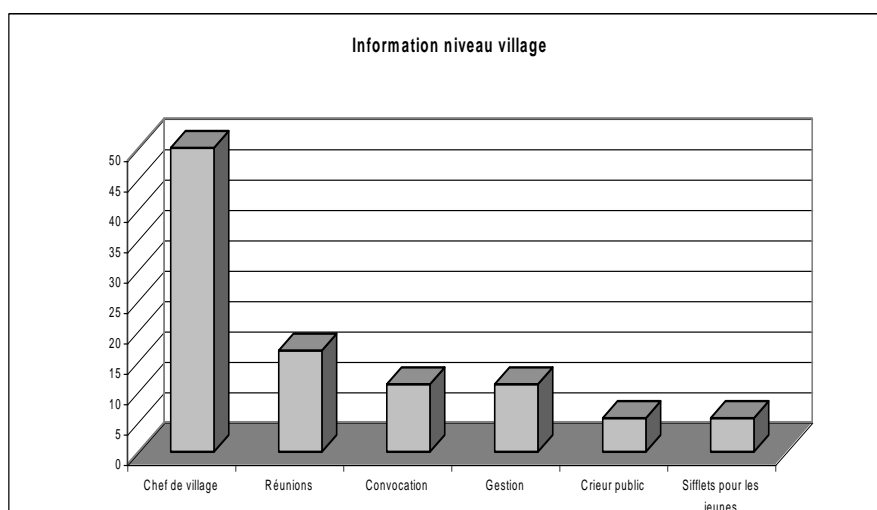
4.3 Moyens de communication

-Les canaux

Les résultats du diagnostic placent le chef du village et le PCR comme les principaux canaux de communication. En effet le PCR plutôt par la position centrale qu'il occupe est un important maillon dans la diffusion de l'information. Le chef de village représente une forte tradition dans l'acheminement de l'information au niveau de la base, à côté des griots qui toujours assuré ce rôle dans la communauté.

Les structures déconcentrées de l'Etat ne sont pas une présence bien marquée dans le relais de l'information. Cette situation se justifie par l'absence de moyens de déplacement au niveau de ces services notamment le cas du CERP de Saraya qui encadre les 3 CR de l'arrondissement.

L'essentiel de la communication sociale est institutionnelle est assuré par le PCR et les chefs de villages.



L'absence de lieu d'échange et de communication comme les loumas dans la CR, aggrave le déficit de communication à la base.

-Les outils

Les outils qui ont été utilisés concernent la radio, la production d'image, la communication inter personnelle. Ces outils ont été les principaux supports utilisés dans la communication sociale et institutionnelle.

-Les cibles des thèmes de communication

La cible déterminante des thèmes de sensibilisation demeure les jeunes avec un pourcentage de 35%. Les femmes viennent en seconde position et devancent légèrement les notables et les leaders d'opinion qui occupent respectivement 23% et 18%.

V BESOINS EN COMMUNICATION

A l'issue des enquêtes, les personnes cibles ont identifié un ensemble de thèmes, qui tournent autour de la santé, de l'éducation, de la GRN, de l'alphabétisation et de la mobilisation de la taxe rurale.

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

Thèmes/Cibles	CR	CCG	OCB	Chef de village	Villages bénéficiaires	Acteurs
Information/ sensibilisation sur les activités du PNIR	X	X	X	X	X	CR, CCG, OPP, animateurs relais
Vulgarisation PLD	X	X	X	X	X	CR, CCG, OPP, animateurs relais
Sensibilisation mobilisation contre partie financière				X	X	CR, CCG, chef de village, OPP animateurs relais
Sensibilisation entretien infrastructures			X	X	X	CCG, CGE, OPP, animateur relais
Sensibilisation hygiène et assainissement			X			ICP, relais de santé
Sensibilisation partage information	X	X	X	X		PCR, OPP, animateur relais
Sensibilisation sur la GRN	X	X	X	X		Commission GRN, ATEF
Sensibilisation sur la scolarisation des filles	X	X	X	X		Commission éducation du CR, IDEN
Sensibilisation sur la fréquentation des programmes d'alphabétisation	X	X	X	X		Commission éducation du CR, IDEN

L'identification de ces thèmes trouve sa justification dans le désir de lever les contraintes qui entravent leur épanouissement socioéconomique, leurs capacités manageriales et au-delà le développement global de la CR. Pour le volet scolaire, un accent particulier devrait être mis sur la scolarisation des filles pour relever le taux. Au niveau de la tranche d'âge des adultes,

l'analphabétisme constitue un handicap sérieux surtout pour les leaders locaux dans l'assumption de leur mission.

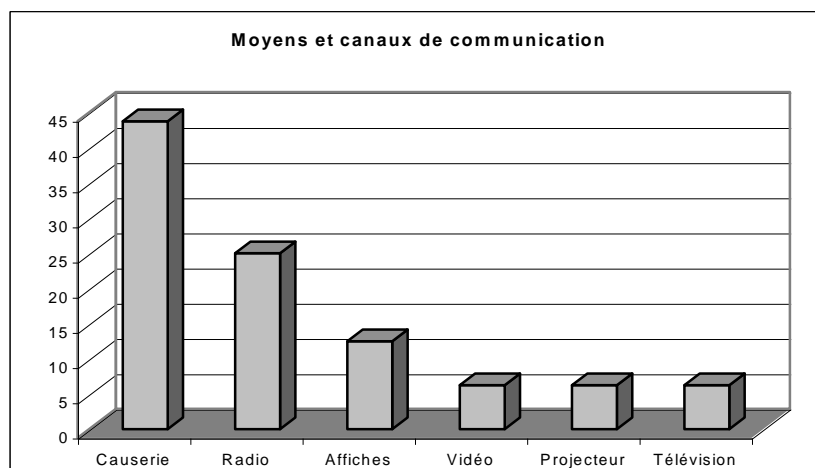
La CR dispose de ressources naturelles assez abondantes, mais leur gestion par les populations n'est pas toujours rationnelle ; Cette situation constitue une menace grave sur les potentialités économiques de la CR à l'égard des autorités locales.

La taxe rurale constitue la principale ressource financière de la CR ; de plus en plus il existe de réelles difficultés à la recouvrer, au point de compromettre beaucoup de programmes de développement qui axent leur démarche sur le partage des coûts à l'instar du PNIR.

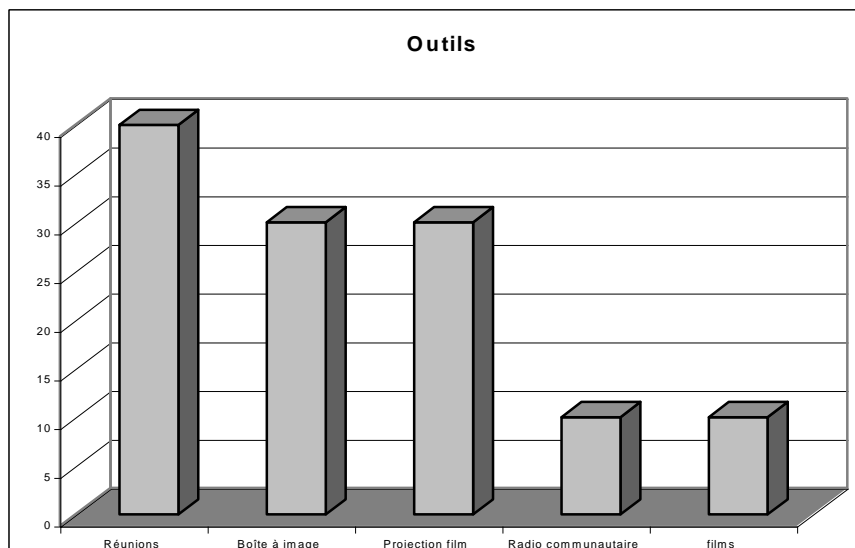
En plus des thèmes identifiés par les populations, la mise en œuvre des activités retenues dans le PAI va impliquer d'autres thèmes. Il s'agit :

- Information / sensibilisation de la contrepartie financière
- Vulgarisation du PLD / PAI
- Sensibilisation sur la mobilisation de la contrepartie financière
- Sensibilisation sur le paiement de la taxe rurale
- Sensibilisation pour l'entretien des infrastructures
- Sensibilisation des leaders pour partager l'information

L'atteinte des objectifs visés à travers ces thèmes de sensibilisation requièrent un choix de moyens et canaux de communication adaptés aux cibles.



Les moyens et canaux retenus concernent la communication interpersonnelle, la radio, les affiches, les photos.



L'utilisation d'images comme support constitue un moyen pédagogique adapté aux cibles et permet de mieux assimiler les messages.

L'enquête a permis d'identifier les moments les plus propices pour les actions de sensibilisation. La période post récolte qui va de janvier à mai constitue à leurs avis les moments opportuns pour atteindre le maximum de cibles pour une large diffusion des messages.

VI STRATEGIE COMMUNICATIONNELLE

La mise en œuvre des activités d'information, d'éducation et de communication, pour atteindre les résultats escomptés, doit 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** doit être assurée par le PNIR qui utilisera 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 Bureau Régional de Coordination du PNIR devra prendre le relais dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie d'information, d'éducation et de communication pour une meilleure visibilité.

Au **niveau local**, 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.

Pour atteindre tous ces objectifs assignés, une stratégie communicationnelle efficace au service du développement est élaboré. Un réseau d'animateurs relais équipés de vélos est mis en place pour assurer la transmission de l'information.

Les différentes campagnes à mener sont ainsi énumérées :

Campagne N° 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, régional et local.

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, carré.

- Cibles

Au niveau national :

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

Au niveau régional

- 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 Missirah Sirimana
- Sous préfet, CERP de Missirah Sirimana
- 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 et Support**

Au niveau national

- Télévision
- Radio
- Presse écrite

Au niveau régional

- radio locale
- tournée
- brochures

Au niveau local

- séance de causerie/sensibilisation
- radios communautaires
- tournées au niveau des différents villages
- boîte à image
- Film
- Soirées folkloriques

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 et Supports**

- séance de causerie/sensibilisation
- radio communautaire
- tournées au niveau des différents villages
- boîte à image
- 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 et/ 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 et Supports**

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

Campagne 4 : Sensibilisation pour 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 et les chefs de village.

- **Moyens et Support**

Les moyens et canaux de communication privilégiés sont :

- les séances de sensibilisation
- les causeries
- les tournées au niveau des villages
- Boîte à image
- Exposé

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 et Supports**

- 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
- Boîtes à image
- 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 autres 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 et Supports

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

Campagne 7 : 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 et Supports

- La radio,
- les causeries,

- les sketch et théâtres
- les communicateurs traditionnels
- les affiches
- les boites à images.

Campagne 8 : Sensibilisation sur la scolarisation des filles

- 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 et Supports

- 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
- * les boites à images
- les affiches

Campagne 9 : sensibilisation sur l'hygiène et l'assainissement

- Objectifs

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

- Cibles

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

- Moyens et supports

Les moyens utilisés sont

- la radio

- les causeries
- les sketch et théâtres.

- Boites à image
- Affiches

Campagne 10 : Sensibilisation sur la fréquentation des programmes d’alphabétisation

- 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 et Supports

- tournée de sensibilisation dans les villages
- radio communautaire
- appui conseil des animateurs relais
- causerie avec les leaders religieux et d’opinion
- les sketches et théâtres
- les boites à images
- les affiches

Le tableau ci-dessous récapitule pour chaque thème les cibles et les acteurs du plan de communication.

Tableau Récapitulatif des thèmes retenus ainsi que des cibles et acteurs de la communication

Cibles	CR	CCG	OCB	Chef de Village	Villages Bénéficiaires	Acteurs
Information /sensibilisation sur les activités du PNIR	X	X	X	X	X	CR, CCG, OPP, Animateurs relais
Vulgarisation PLD	X	X	X	X	X	CR, CCG, OPP, Animateurs relais
Sensibilisation sur le paiement de la taxe rurale				X		CR, OPP, Animateurs relais
Sensibilisation sur la mobilisation de la contrepartie financière				X	X	CR, CCG, OPP, Animateurs relais, chef de village
Sensibilisation sur l'entretien des infrastructures			X	X	X	CGE, CCG, OPP, Animateurs relais
Sensibilisation sur le partage de l'information	X	X	X	X		PCR, OPP, Animateurs relais
Sensibilisation sur la santé : Sida / MST, grossesses précoces, santé de la reproduction			X			ICP, Relais de santé
Sensibilisation sur la scolarisation des filles	X	X	X	X		Commission éducation IDEN
Sensibilisation sur l'hygiène et l'assainissement	X	X				OPP, Animateurs relais, service d'hygiène
Sensibilisation sur la GRN	X	X	X	X		Commission GRN ATEF

Le tableau 2 récapitule les moyens, canaux et supports de communication

Cibles	Moyens de communication	Supports de sensibilisation
Structures propres à la communauté rurale : (CR,CCG ,CC,CGE,OCB)	<ul style="list-style-type: none"> - causeries - tournées - sketch et théâtre - communicateurs traditionnels 	<ul style="list-style-type: none"> - Boîte à image - Film
Autorités administratives et services déconcentrés de l'Etat	<ul style="list-style-type: none"> - Information - sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> - courriers - documents administratifs
Assemblées villageoises	<ul style="list-style-type: none"> - causeries - tournées - sketch et théâtre - communicateurs traditionnels 	<ul style="list-style-type: none"> - Boîte à image - Film - Affiches
Projets et ONG locaux	<ul style="list-style-type: none"> - Information - sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> - courriers

SYNTHESE DES CAMPAGNES D'INFORMATION

Les tableaux suivants présentent 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 - Radio - Presse écrite - brochures - Causerie - Sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Boîtes à image - 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 - réunions - Sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Boîtes à image - 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	- sensibilisation - Causerie - Sketch, théâtre - Séance de tam tam	- Boite à image

4. Paiement de la taxe rurale				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
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 - Sketch, théâtre	- Boites à image - 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	- Sensibilisation - Causerie - réunion - Sketch, théâtre	- Boite à image

6. Sensibilisation des leaders sur le partage de l'information				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Amener le pouvoir local à partager les informations avec les populations à la base	- CR - CCG	- CR - OPP - AR	- Séances de travail avec les personnes cibles	- Boite à image

7. Sensibilisation sur l'hygiène et l'assainissement				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
Améliorer l'environnement et les conditions de vie des populations	<ul style="list-style-type: none"> - OCB, - jeunes, - femmes 	<ul style="list-style-type: none"> - agent du service d'hygiène - relais en santé 	<ul style="list-style-type: none"> • la radio rurale • les causeries • les sketch et théâtres. 	<ul style="list-style-type: none"> - Boite à image

8 Gestion des ressources naturelles				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
	<ul style="list-style-type: none"> - CR - CCG - OCB - Populations villages 	Commission GRN, CR, ATEF	<ul style="list-style-type: none"> • la radio rurale • les causeries • les sketch et théâtres 	<ul style="list-style-type: none"> - Boite à image - Affiches

9. Sensibilisation sur la scolarisation des filles				
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 	<ul style="list-style-type: none"> - conseillers - CCG - OCB, - chef de village, - parents d'élèves 	Commission Education du CR, IDEN CV, RDA	<ul style="list-style-type: none"> • radio communautaire • causerie avec les leaders religieux et d'opinion • les sketch et théâtres 	<ul style="list-style-type: none"> - Boite à image - Affiches

10. Sensibilisation sur l'éducation/ alphabétisation des masses				
Objectifs	cibles	Acteurs	Moyens et Canaux	Supports
<ul style="list-style-type: none"> • relever le taux de scolarisation • Faire baisser le 	<ul style="list-style-type: none"> - conseillers - CCG - OCB, 	Commission Education du CR, IDEN CV, RDA	<ul style="list-style-type: none"> • radio communautaire • causerie avec les leaders 	<ul style="list-style-type: none"> - Boite à image - Affiches

taux d'analphabétisme dans la zone	- chef de village, - parents d'élèves		religieux et d'opinion • les sketch et théâtres	
--	--	--	--	--

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
Païement taxe rurale	152500	152500	152500	152500	610000
partage des informations			152500		152500
Entretien des infrastructures	152500	152500	152500	152500	610000
Sensibilisation sur la scolarisation des filles	205000	205000			410000
Hygiène et assainissement	205000	205000			410000
Gestion des ressources naturelles		205000			205000
Sensibilisation sur la fréquentation des programmes d'alphabétisation	152.500	152.500			305000
Total	1.325.000	1.225.000	610.000	457.500	3.617.500

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

Paieement 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

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

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 fréquentation des programmes d'alphabétisation

Désignation	H/J	Nbre de jours	Nbre de personnes	Montant total
Animateurs 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

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 filles

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

