

1346

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DEVELOPPEMENT
FONDS POUR L'ENVIRONNEMENT MONDIAL

PROGRAMME DE MICRO FINANCEMENT DU FONDS POUR
L'ENVIRONNEMENT MONDIAL

**PLAN D'OPERATIONS
DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION
POUR LE PMF/FEM**

Ngoné Sow Cissé

Malick Bâ

Novembre 2001

TABLE DES MATIERES

<u>I. Objectifs</u>	2
<u>II. Contenu</u>	2
<u>III. La stratégie de communication : un cadre de synergie pour l'ensemble des actions antérieures et futures du PMF/FEM</u>	2
<u>IV. Esquisse de budget</u>	8

I. Objectifs

Le but du présent plan d'opérations est de rechercher l'adéquation entre les objectifs de la stratégie de communication et les résultats définis par la stratégie programme du Sénégal (SPS) lors de la seconde phase opérationnelle du Programme de Micro- Financement du Fonds pour l'Environnement PMF/FEM.

II. Contenu

Le présent document intègre les préoccupations de la SPS et doit être perçu comme la contribution de la communication dans l'atteinte des résultats de la SPS. IL est composé de sept parties. L'on notera que pour la partie indicateurs, l'équipe a voulu prendre en compte les différentes écoles relatives aux indicateurs. Sont intégrés par conséquent aussi bien les indicateurs quantitatifs que les indicateurs qualitatifs.

La partie sur les coûts n'est pas présente dans le schéma proposé uniquement pour des raisons de clarté dans la compréhension des données.

A partir des résultats attendus de la SPS, la stratégie de communication propose des objectifs de communication qui accompagnent les actions de programme.

III. La stratégie de communication : un cadre de synergie pour l'ensemble des actions antérieures et futures du PMF/FEM

- Les rubriques communication des Projets PMF/FEM
- Projet RED CONGAD
- Mobilisation des ressources
- Renforcement des capacités
- Réseautage
- Valorisation des expériences (CNS, résultats projets)

/ Modelisation d'approche

* *La dynamique communicationnelle des organisations communautaires de base (OCB) bénéficiaires de projets subventionnés par le PMF/FEM*

Depuis l'avènement de la SPO, l'adéquation entre la SPS et les programmes opérationnels et critères du FEM a nécessité la mise en place d'une ligne budgétaire de communication dans chaque projet financé. Il s'agira de créer un lien entre la stratégie globale de communication du programme et les actions de visibilité et de communication initiées par les bénéficiaires de subvention.

* ***Projet RED CONGAD***

Le projet SEN 010 financé durant le premier semestre de l'année 2001 vise principalement deux objectifs :

- le renforcement des capacités des ONG et OCB par rapport aux différentes conventions internationales sur lesquelles travaille le FEM (biodiversité, changement climatique, eaux internationales, désertification/dégradation des sols)
- l'appui technique aux différents bénéficiaires de projets dans les zones de concentration géographique et thématique à travers les ateliers et foras de formation sur les critères et programmes opérationnels du FEM.

La stratégie de communication appuiera et travaillera en étroite collaboration avec ce projet pour assurer une bonne visibilité des actions du FEM dirigées vers les ONG et OCB.

* ***La mobilisation des ressources***

Les différentes initiatives déjà tentées par le coordonnateur et le CNS envers les partenaires au développement et les acteurs locaux pour garantir la participation des populations et assurer la prise en charge des coûts « FEM » doivent être sous-tendues par des outils et canaux de communication appropriés. Le projet de communication fournira des outils et supports importants de marketing et de plaidoirie pour le programme FEM (cf: produits d'information.

* ***Le renforcement des capacités des acteurs et parties prenantes***

A l'instar du cadre de mobilisation des ressources, l'opérationnalisation de la stratégie de communication visera à fournir les supports essentiels à l'atteinte des objectifs visés par la stratégie de renforcement des capacités.

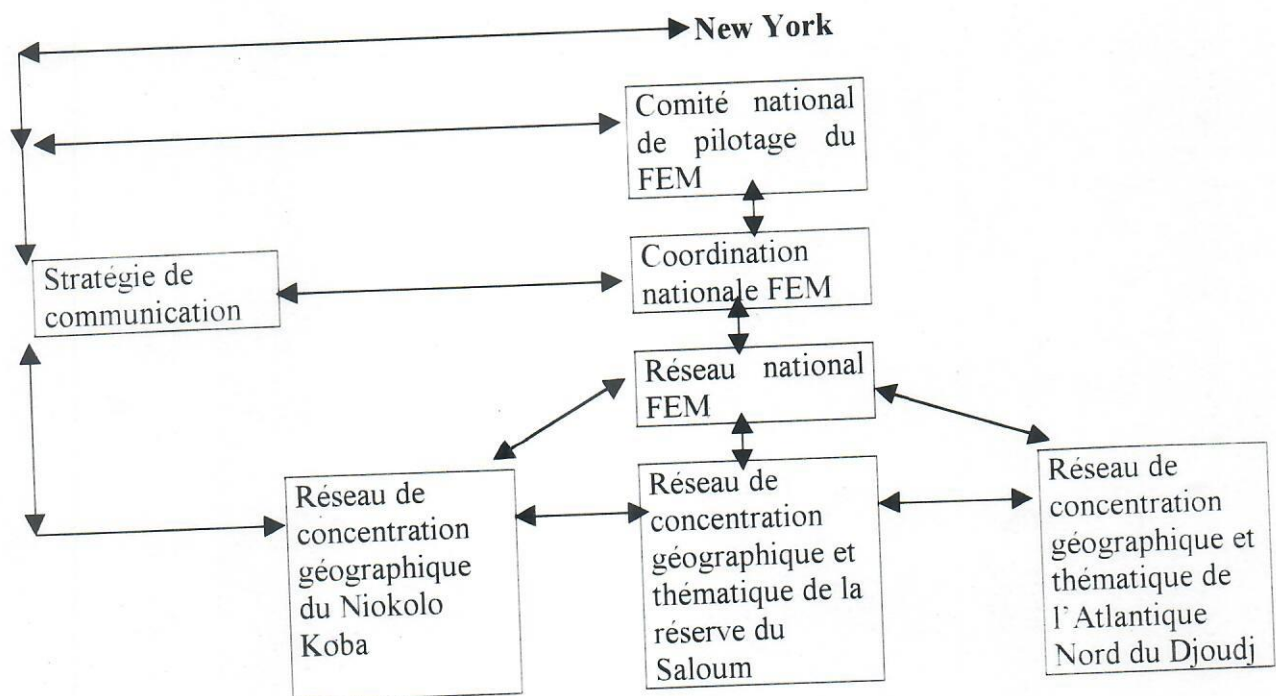
* ***La valorisation des acquis et résultats du PMF/FEM et la capitalisation des expériences***

La stratégie de communication sera le principal levier de conceptualisation, de matérialisation et de vulgarisation des leçons apprises et résultats atteints par le programme. Elle sera responsable de la diffusion, du partage, de l'échange d'information et de savoir faire entre les différents acteurs travaillant à l'atteinte des objectifs focaux du FEM que sont la conservation de la biodiversité et la protection des eaux internationales. Elle devra produire des supports capables de visualiser et matérialiser les réalisations des acteurs sénégalais dans le domaine de l'environnement mondial. D'autres pays pourraient, par ce biais, recevoir d'importantes contributions du Sénégal à l'atteinte d'avantages environnementaux mondiaux.

* ***Le réseautage/ mise en place des points focaux PMF/FEM***

* La mise en réseau des acteurs et parties prenantes du FEM passera par la mise en place, au niveau de chaque zone de concentration géographique et thématique, d'un cadre unitaire de concertation (exemple : de la Fédération des conservateurs de la biodiversité du PNNK) des acteurs ayant travaillé dans un projet FEM et soucieux de la manifestation de résultats, effets et impacts ainsi que de l'atteinte des avantages environnementaux globaux.

* Le deuxième niveau de réseautage sera national et est déjà marqué par la décision de l'ensemble des acteurs bénéficiaires à la base de mettre en place un « Task Force » pour réfléchir sur les schémas et les modalités de l'installation de l'unité centrale et nationale du réseau FEM. La mise en œuvre de la stratégie de communication se fera suivant une optique et une démarche transversale afin de constituer le socle et le ciment de l'ensemble du réseau.



Plan d'opérations

Résultats de la SPS pour la SPO	Objectifs de communication	Activités de communication	Groupes cibles ou acteurs	Produits d'information	Responsables	Indicateurs ou produits d'évaluation
- Un portefeuille de projets communautaires sélectionnés et mis en œuvre - Recherche d'une plus grande conformité entre les stratégies et programmes du PMF/FEM et la stratégie programme.	1- Meilleure connaissance des missions et attributions du PMF/FEM	- Réalisation supports de communication de masse (plaquette de présentation, autocollant, calendrier, logo) - campagne d'information, distribution de produits - participation aux conférences et autres activités, participations séminaires, - organisation de points de presse, participation émissions à la radio, - ateliers d'information, restitution et sensibilisation	- Points focaux - Structures pourvoyeuse d'information - Bailleurs de fonds - ONG, - OPP - Décideurs - Politiques - Média - Université, - Centre de recherche	- Plaquette - Autocollant - Calendrier - Logo - Fichier pour les bailleurs de fonds - Fichier sur les enseignants, chercheurs - Articles publiés - Presse - Rapports d'ateliers - Cassettes audio thématiques - Liste des destinataires disponibles	- Professionnels de la communication - Coordination CNS - Points focaux PMF/FEM	- Plaquettes produits - Produits d'information disponibles - Produits distribués - Articles publiés dans la presse - Emissions à la radio - Cassettes disponibles - Rapports d'ateliers disponibles - Fichiers sur les partenaires disponibles et régulièrement mis à jour

Résultats de la SPS pour la SPO	Objectifs de communication	Activités de communication	Groupes cibles ou acteurs	Produits d'information	Responsables	Indicateurs ou produits d'évaluation
- Création d'un réseau de partenaires entre le PMF/FEM, le Fem Macro et le Fem moyen en plus d'autres programmes et projets. - Exécution d'une politique visant à attirer des ressources supplémentaires au bénéfice des projets PMF/FEM.	II- Mobilisation de ressources par des produits d'information de qualité	- Atelier de réflexion sur les produits d'information - Formation en PAO - Atelier d'initiation aux techniques et technologies de la communication - Distributions des produits d'information - Réalisation s de site Web - Réalisation banque de données - Réalisation d'un bulletin d'information - Réalisation de notes de conjoncture - Réalisation de communiqués de presse	- Equipe coordination - CNS - Points focaux PMF/FEM	- Une maquette standard est disponible - Une liste des différents produits est disponible - Bulletin d'information - Site Web du PMF/FEM - Banques de données du PMF/FEM - Un fichier des partenaires disponibles	- Coordonateur - Equipe de la coordination - CNS - Le professionnel en communication - Expert informaticien	- Planning de réalisation des produits est disponible - Répartitions des tâches - 6 bulletins annuels sont sortis - 3 notes de conjoncture annuelles - au moins 3 communiqués de presse sont réalisés - l'équipe de coordination et le CNS sont formés - Coordination participe activement à la réalisation des produits d'information - CNS écrivent des articles - Le site Web est visité - Banque de données consultée - Feed-back assuré

Résultats de la SPS pour la SPO	Objectifs de communication	Activités de communication	Groupes cibles ou acteurs	Produits d'information	Responsables	Indicateurs ou produits d'évaluation
- Formation des acteurs pour renforcer leurs capacités dans le cadre d'un programme à travers des ateliers d'information, un appui technique aux OCB et ONG - Formulation et mise en œuvre d'une stratégie de communication par une vulgarisation de documents sur le PMF/FEM - Suivi-évaluation des projets mis en œuvre pour une revue d'expériences tirées d'études de cas	III- Valorisation des acquis	- Séminaires d'information - Visites de projets - Journées portes ouvertes - Animation rurale - Conférence de presse - Causeries - Théâtres - Journée d'information - Journées mondiales (comme celles consacrées à l'environnement, l'eau, etc...)	- OCB - OPP - Membres du CNS - Responsables de projets - Responsables de points focaux PMF/FEM - Coordination nationale - Responsables de groupements féminins	- Rapports - Plaquettes - Banderolles - T-shirts - Chants - Danses - Panneaux - Tableaux - Calendriers - Porte-clés - Casquettes - Sacs et sachets - Média	- Coordination nationale du PMF/FEM - Comité national de sélection de projets - Points focaux du PMF/FEM	- Nombre de rapports distribués - Nombre de banderoles, de plaquettes, de shirts, de panneaux, de calendriers, de porte-clés, entre autres produits, distribués. - Nombre de personnes atteintes - Nombre de personnes potentiellement ciblées par la stratégie de communication - Amélioration des résultats atteints par les objectifs - Augmentation du nombre de projets - Amélioration de la capacité à formuler de nouveaux projets

IV. Esquisse de budget

Matériel de communication

N°	Désignation	Coût
1.	Vidéo projecteur Power point	3.500.000 F CFA
2.	Ecran	500.000 F CFA
3.	Appareil photo numérique	250.000 F CFA
4.	Caméra numérique	750.000 F CFA
5.	Consommables audiovisuelles (cassettes audio, piles, films)	500.000 F CFA
6.	Consommables informatiques (abonnement Internet)	1.000.000 F CFA
7.	Magnétoscopes multisystèmes	500.000 F CFA
8.	Téléviseur multisystèmes	500.000 F CFA
9.	Ordinateur Pentium 3 + onduleur	1.500.000 F CFA
10.	Imprimante Laser	800.000 F CFA
11.	Rétroprojecteur (appareil diapositive)	1.500.000 F CFA
12.	Site Web	

Supports de communication

N°	Désignation	Coût
1.	Bulletin journal	1.000.000 F CFA
2.	Fiche de présentation plaquette	1.000.000
3.	Autocollants	500.000 F CFA
4.	Site Web	2.200.000 F CFA
5.	Impression des produits d'information	2.500.000
6.	Relation média/couverture	500.000 F CFA
7.	Ateliers d'information/foras	1.000.000 F CFA
8.	Mise en place des points focaux (budget communication des projets)	

Supplément

	Désignation	Nombre	Coût unitaire	Total
	Atelier de réflexion	4	1.500.000 F CFA	4.000.000 F CFA
	Formation CN en informatique (mise à jour site) pendant 5 jours	4		2.000.000 F CFA
	Formation CN, CNS et PF en technologies de communication			2.000.000 F CFA
	Experts	2	500.000 F CFA	1.000.000 F CFA
	Formation PAO			1.000.000 F CFA
	Expert informaticien			500.000 F CFA
	Carburant			1.000.000 F CFA
	Matériel didactique			1.500.000 F CFA
	Appui conseil/programme			4.800.000 F CFA

Note budgétaire

- 1) Ateliers réflexion sur les produits d'information, 4 ateliers (2 ateliers /an)
 $1.500.000 \text{ F CFA} \times 4 = 4.000.000 \text{ FCFA}$
- 2) Formation CN (formation informatique + mise à jour site, banque de données, etc..., 5 jours) 2 formations par an / 4 formations les 2 ans
 $500.000 \times 4 = 2.000.000 \text{ F CFA}$
- 3) Formation CN + CNS + PF en technologie, 2 jours
 $50.000 \text{ F CFA/jour} \times 24 \text{ mois} = 2.000.000 \text{ F CFA}$
 $3 \text{ experts} \quad 500.000 \text{ F CFA} \times 2 = 1.000.000 \text{ F CFA}$
- 4) Formation PAO
 $(5 \text{ personnes} / 5 \text{ jours}) / 2 \text{ ans} = (50.000 \times 5) \times 2 = 1.000.000 \text{ F CFA}$
 $\text{expert informatique} \quad 50.000 \text{ F CFA} \times 5 \text{ jours} = 250.000 \text{ (x 2 ans)} =$
 500.000 F CFA
- 5) Carburant
 $1.000.000 \times 2 \text{ ans}$
- 6) Matériel didactique
 $1.500.000 \text{ (2ans)}$
- 7) Appui conseil/programme
 $4.800.000 / 2 \text{ ans}$

**Arrêté le projet de Budget à la somme
de 39.300.000 F CFA**