

République du Niger



Présidence de la République



Programme des Nations unies
pour le Développement

**HAUTE AUTORITE A LA
CONSOLIDATION DE LA PAIX
(HACP)**

**ETUDE POUR L'ELABORATION
D'UN PROGRAMME DE
COMMUNICATION
SOCIALE SUR LA PAIX, LE
PARDON ET LA TOLERANCE**

RAPPORT

Décembre 2011



AGENCE DE COMMUNICATION

**19 rue de l'ORTN quartier Dar Es Salam Niamey –NIGER
Tél: (227) 96 96 19 23 / (227) 93 93 18 15**

SIGLES ET ABREVIATIONS

HACP : Haute Autorité à la Consolidation de la Paix

HCRP : Haut Commissariat à la Restauration de la Paix

ORTN : Office de Radiodiffusion et Télévision du Niger

OTAN : Organisation du Traité de l'Atlantique Nord

TV : Télévision

SWOT : **STRENGTH** – **WIKNESS** – **OPPORTUNITY** – **TWREAT** ou FFOM (Force, Faiblesse, Opportunité et Menace)

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°1 : Activités communication HACP

Tableau N°2 : Qualité communication HACP

Tableau N°3 : Synthèse SWOT

Tableau N°4 : Visibilité HACP

Tableau N°5 : Analyse système communication HACP

Tableau N°6 : Activités nouvelle citoyenneté

Tableau N°7 : Plan visibilité HACP

Tableau N°8 : Plan amélioration système HACP

Tableau N°9 : Plan nouvelle citoyenneté

Tableau N°10 : Budgétisation visibilité HACP

Tableau N° 11 : Budgétisation système communication

Tableau N° 12 : budgétisation nouvelle citoyenneté

Tableau N° 13 : Coût global stratégie de communication

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique N°1 : Connaissance de la HACP

Graphique N°2 : Communication de la HACP

TABLE DES MATIERES

LIBELLE	PAGES
SIGLES ET ABREVIATIONS	2
LISTE DES TABLEAUX	3
LISTE DES GRAPHIQUES	4
TABLE DES MATIERES	5
PREMIERE PARTIE	
ELABORATION PROGRAMME DE COMMUNICATION SOCIALE	
1. ANALYSE ET COMPREHENSION DES TERMES DE REFERENCE	8
1.1 Les activités de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix 1.2. Problématique du programme de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon 1.3 La capitalisation des expériences du HCRP de la Paix en matière de plaidoyer 1.4 Objectifs et résultats attendus de la consultation 1.4.1 Objectif général 1.4.2 Objectifs spécifiques 1.4.3 Résultats attendus 1.4.4 Contenu de l'étude 1.5. Objet de la demande de service	
2. METHODOLOGIE	13
2.1 Notre démarche 2.2 Les acteurs centraux 2.3 Les acteurs régionaux et départementaux 2.4 Les citoyens et les structures organisationnelles de base 2.5 Les acteurs transversaux	
3. LES ACTIVITES DE COMMUNICATION	14
3.1 Des ateliers de concertation pour identifier davantage les enjeux de la culture de la paix 3.2 Des caravanes d'information, de communication et de plaidoyer sur la culture de la paix, la tolérance et le pardon 3.3 Capitalisation des activités et des dynamiques 3.4 Le rôle des acteurs 3.4.1 Sur le plan conceptuel 3.4.2 L'appui à la mise en œuvre du programme de communication	
4. LES PHASES METHODOLOGIQUES DE MISE EN ŒUVRE DES ACTIVITES DE COMMUNICATION SOCIALE SUR LA PAIX, LA TOLERANCE ET LE PARDON	34
5. MOYENS ET METHODES DE COMMUNICATION	40
5.1 La communication pédagogique 5.2 La communication institutionnelle 5.3 La communication traditionnelle 5.4 La communication radiophonique	
6. LOGIQUE D'INTERVENTION	42

7. ORGANISATION DES PRESTATIONS ET GESTION DE L'EXPERTISE	
7.1 Principes généraux de gestion 7.2 Relations du consultant avec la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix 7.3 Moyens mis en œuvre par le consultant	
8. CHRONOGRAMME DES ACTIVITES	47
DEUXIEME PARTIE ENQUETE SUR LA COMMUNICATION DE LA HACP	
9. APPROCHE METHODOLOGIQUE	53
9.1. Phase préparatoire 9.2. Phase de terrain 9.3. Travaux de bureau	
10. DEPOUILLEMENT ET INTERPRETATION DES RESULTATS	57
10.1. Populations enquêtées	
11. DIAGNOSTIC DES ACTIVITES DE COMMUNICATION DE LA HACP	59
11.1. Visibilité HACP 11.2. Fonctionnalité département communication 11.3. Non appropriation des activités par les citoyens	
12. PROPOSITION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION	60
12.1 Objectif 12.2. Public cible 12.3. Contenu message 12.4. Forme message 12.5. Source message 12.6. Canaux diffusion 12.7. Budgétisation	
13. LES GRANDS AXES DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	61
13.1. Visibilité HACP 13.2. Amélioration système communication HACP 13.3. Promotion nouvelle citoyenneté 13.4. Suivi et évaluation de la stratégie	
14. IDENTIFICATION DES ACTIVITES DE COMMUNICATION	63
15. PLAN DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE	64
16. BUDGETISATION DE LA STRATEGIE	67
17. CONCLUSION	70
18. RECOMMANDATIONS	71

PREMIERE PARTIE

STRATEGIE DE MISE EN ŒUVRE D'UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SOCIALE SUR LA PAIX, LE PARDON ET LA TOLERANCE

1. ANALYSE ET COMPREHENSION DES TERMES DE REFERENCE

Dans le cadre de l'appui à la mise en œuvre d'un programme efficace et pertinent de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon au Niger et singulièrement dans les zones pastorales des régions d'Agadez, de Diffa, de Maradi, de Tahoua, de Tillabéry et de Zinder, la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix (HACP) a cru devoir recourir aux compétences d'une expertise indépendante pour l'aider à soutenir sa vision *DE LA CULTURE DE LA PAIX*, à travers des activités de communication susceptibles d'améliorer les conditions de vie des populations dans un environnement de paix, de sécurité et de forte cohésion sociale.

De fait, le Niger, pays continental largement tributaire des aléas climatiques, présente dans les régions précitées des indicateurs qui postulent et concluent à une très grande insécurité dont les tendances semblent exacerbées par les incursions de mouvements terroristes au Niger, au Mali et en Mauritanie ou par la prolifération d'armes de guerre dans ces pays depuis le démantèlement de la Jamahiriya arabe libyenne par les forces de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN).

En outre, le Nord de ces sept régions administratives du Niger est soumis, depuis de nombreuses années, à une insécurité alimentaire chronique qui touche la quasi-totalité des aires pastorales qui s'étendent sur une superficie de 1 100 000 Km², soit 87% du territoire national.

Les caractéristiques physiques, sociales et économiques font ressortir toute une kyrielle de facteurs limitant au développement de cette zone :

- des contraintes physiques dues aux disparités du milieu et à l'aggravation des conditions climatiques ;
- des contraintes socio-économiques singularisées par l'enclavement prononcé de la zone et son étendue, la faiblesse du tissu économique, l'insuffisance des infrastructures sociales de base, etc. ;
- des contraintes engendrées par la faible implication des populations dans le choix et la définition de leurs propres objectifs de développement.

En dépit de toutes ces contraintes, il existe d'importantes opportunités dont la mise en valeur pourrait faire reculer durablement les frontières de la pauvreté dans cette zone peuplée, selon les projections 2010 de l'Institut National de la Statistique, de quelque 13 981 756 habitants :

- un véritable cordon minier (uranium, charbon et sel dans la région d'Agadez ; or dans la région de Tillabéry ; natron, sable de verroterie et pétrole dans les régions d'Agadez, et Diffa, etc.) ;
- l'existence de nombreux bas-fonds et vallées fertiles propices au maraîchage ;
- l'abondance des eaux de surface et souterraines pour développer l'élevage ;
- l'existence de nombreux sites archéologiques, historiques et culturels qui peut aider à la promotion du tourisme, etc.

Il va sans dire que l'exploitation de ce potentiel passe nécessairement par l'apaisement du climat social et politique, en particulier dans la partie Nord du pays qui, depuis les années 80, a connu plusieurs rebellions armées ayant contribué à une excessive paupérisation des populations des aires agropastorales.

Or, il est désormais établi que chaque conflit armé mal géré renforce la précarité des ménages et donc, favorise l'émergence de nouveaux pauvres.

D'où la nécessité de sensibiliser la communauté nationale sur l'intérêt pour le pays de retrouver la paix, d'aider à la recherche et à l'élimination de tous les obstacles à la consolidation de l'unité

nationale, de populariser tous les actes qui concourent à la restauration et à la consolidation la culture de la paix dans notre pays.

A sa création en 1994 déjà, le Haut Commissariat à la Restauration de la Paix (HCRP) en a fait son credo et toutes les activités de communication qu'il a menées, étaient essentiellement axées sur la promotion de cette culture de la paix que les accords de N'Djaména et les accords additionnels d'Alger ont concrétisée. De même qu'ils ont jeté les bases d'une réinsertion socio-économique, administrative et politique de tous les «*ex-combattants*». L'expérience capitalisée par cette institution dans les actions de plaidoyer en faveur de la sécurité et de la paix peut être valorisée par une stratégie de communication plus prégnante.

C'est pourquoi, la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix qui, depuis juillet 2010, a pris le relais de son prédécesseur dans la campagne en faveur de la paix, s'inscrit dans une logique de construction d'un programme de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon et qui plus est, dans un contexte de communalisation intégrale et donc de transfert aux populations de la démocratisation de gestion des affaires locales.

1.2 Les activités de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix

La Haute Autorité à la Consolidation de la Paix a été créée le 19 juillet 2010 pour mettre en œuvre toute idée ou initiative susceptible d'aider à la consolidation de l'unité nationale, au renforcement de la culture démocratique, de la tolérance et de la paix au Niger.

Dans cette perspective, il doit identifier les disparités régionales pour proposer des mesures correctives et préconiser toutes actions de développement capables d'apporter des réponses concrètes et pertinentes aux injustices communautaires et des mesures pragmatiques aux causes socioéconomiques de l'insécurité, du banditisme et des rébellions armées.

Le programme de communication sociale pour lequel la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix a requis une expertise indépendante, veut surtout privilégier la prévention et/ou la gestion des conflits par l'instauration d'un dialogue, d'une éducation civique de masse pour promouvoir effectivement la non violence et la culture de la paix au Niger.

En outre et pour prémunir les Nigériens contre les mécanismes biopsychologiques de la violence, elle entend développer une communication de masse pour les sensibiliser sur les enjeux de la paix, de la tolérance et du pardon.

Le Comité consultatif qui est composé d'une vingtaine de membres issus des différentes segmentations sociales, semble avoir les moyens de telles prérogatives puisque le président de la Haute Autorité dispose des ressources nécessaires à la mise en perspective de sa mission et du soutien politique indispensable à la concrétisation des options de la réconciliation nationale et de la restauration de la paix dans notre pays, à travers :

- la supervision et le suivi de l'insertion socio-économique des groupes vulnérables, de commun accord avec les partenaires au développement ;
- le rapatriement volontaire des personnes déplacées ;
- la résolution et la gestion pacifiques des conflits ;
- la conciliation des parties en conflits ;
- le suivi permanent des actions engagées dans le cadre de la réconciliation nationale et de la restauration de la paix.

D'ores et déjà, la campagne de la culture de la paix doit être perçue comme un réceptacle pouvant permettre à ses initiateurs de faire l'inventaire et l'analyse des besoins en

information des populations et agents endogènes de développement et des moyens que la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix entend déployer pour assurer un meilleur portage de ses activités et une plus grande verbalisation/ancrage de ses messages auprès des décideurs, des partenaires et des populations

1.2. Problématique du programme de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon

Dans le cadre de l'élaboration et de la mise en œuvre d'un programme de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon au Niger, la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix espère pouvoir disposer d'un plan opérationnel dont l'objectif de communication est de développer des outils pouvant lui permettre d'informer, de sensibiliser et de mobiliser tous les acteurs autour des objectifs, enjeux et finalités de la culture de la paix.

Depuis le retour de la paix et de la démocratie, de nombreux partenaires au développement ont pris, aux côtés du Niger, une part active à l'atténuation des conflits armés qui, en maintes régions de notre vaste pays, soumettent les populations à des pénuries exacerbées, et dans les cas extrême, à des pertes matérielles et en vies humaines incommensurables.

C'est pour prévenir de telles distorsions qui contribuent largement à la détribalisation des aires culturelles et à une destruction systématique des sociétés agraires et pastorales, que la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix a initié cette étude, pour apporter des réponses concrètes aux interrogations des pouvoirs publics nigériens et des solutions pragmatiques au désarroi des populations..

Les outils et supports de communication qui seront proposés par le consultant s'inscrivent dans la même logique puisqu'ils devront servir, eux aussi, de réceptacle à une meilleure hiérarchisation des besoins prioritaires des populations en matière d'information sur la culture de la paix.

1.3 La capitalisation des expériences du Haut Commissariat à la Restauration de la Paix en matière de plaidoyer

Le Haut Commissariat à la Restauration de la Paix a été très actif dans le plaidoyer pour influencer les décideurs, même si toutes les parties prenantes au discours sur la paix, la tolérance et le pardon s'accordent à dire que les degrés de réceptivité des messages sont variables d'un acteur à un autre.

Malgré tout, il est important de noter que, au cours de ces dernières années, le Haut Commissariat à la Restauration de la Paix a beaucoup investi dans la collecte de preuves pour comprendre les principaux déterminants de l'insécurité voire des conflits armés et mettre en place des programmes de prévention. C'est sur cette expertise qu'il a acquis une certaine crédibilité dans la collecte des armes de guerre, dans la réinsertion des «*ex-combattants*» dans les rouages de l'administration publique et des secteurs productifs. Mais le succès qui plaide davantage en faveur de cette institution, est sans contexte la proclamation de la fête de la concorde nationale fortement symbolisée par l'incinération, à Agadez, de toutes les armes de guerre et/ou de destruction massive.

Le Haut Commissariat à la Restauration de la Paix a pu également propager des messages à destination des bailleurs de fonds afin d'accroître l'émergence des secteurs sociaux de base (santé, éducation, accès à l'eau potable, etc.) et la protection des personnes et de leurs biens. Ce qui en a fait une institution fiable et crédible non seulement auprès de ces acteurs, mais aussi auprès de toutes les communautés de base.

Cependant, le Haut Commissariat à la Restauration de la Paix n'a pu entreprendre et réaliser toutes ses activités de communication dans une logique de continuité pour assurer davantage sa présence dans tous les événements nationaux et internationaux et en fondant sa stratégie sur des messages porteurs de changement, et donc susceptibles de contribuer largement à une réduction globale voire l'éradication de l'insécurité au Niger.

1.4 Objectifs et résultats attendus de la consultation

La présente étude entend capitaliser ces acquis pour proposer un programme pour la campagne de sensibilisation sur la paix, la tolérance et le pardon.

1.4.1 Objectif général

La consultation a pour objectif de proposer, à la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix, une méthodologie d'intervention pouvant assurer la visibilité de ses activités pour lui permettre, non seulement de tracer les lignes opérationnelles d'une campagne d'information, de communication et de plaidoyer, mais pour asseoir aussi un climat de paix, de tolérance et de pardon pouvant aider au renforcement et à la consolidation de l'unité nationale au Niger.

1.4.2 Objectifs spécifiques

- Consolider la paix et la cohésion sociale ;
- Susciter le pardon et la tolérance ;
- Créer les conditions de l'unité nationale.

1.4.3 Résultats attendus

- La paix et la cohésion nationale sont consolidées ;
- Le sens du pardon et la tolérance est cultivé ;
- La culture démocratique est renforcée.

1.4.4 Contenu de l'étude

En conformité avec les termes de référence, cette étude s'inscrit dans un double perspectif :

- Mener une enquête de terrain pour identifier et interroger les différents acteurs sur la pertinence des activités de communication déjà entreprises, de recueillir les suggestions, propositions et recommandations pour en améliorer le contenu ;
- exploiter les données recueillies et identifier les activités de communication à mener, conformément aux souhaits et attentes des différents publics, en l'occurrence ;

1.5. Objet de la demande de service

La mise à disposition d'une expertise indépendante en communication vise deux types d'actions :

- un appui à la définition d'un programme de communication, en particulier un appui à la conception de messages, l'identification des outils de communication les plus appropriés, l'adaptation des messages en fonction des différents groupes d'acteurs cibles, l'appui dans la planification des actions ;

- la mise en œuvre des activités de communication et leur appropriation par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix du programme de communication sur la culture de la paix.

Ces activités s'organisent essentiellement autour de trois axes :

- l'organisation et la réalisation effective du programme de communication ;
- l'organisation de débats publics, de foras et d'ateliers thématiques dans les toutes les régions du Niger ;
- la conception et la diffusion des supports adaptés

L'assistance attendue se compose :

- d'une expertise en communication pour le développement fondée sur une expérience avérée en communication, en planification stratégique et dans le multimédia ;
- d'une expertise avérée dans la conception et la réalisation de supports audiovisuels-visuels et l'organisation d'événements.

2. METHODOLOGIE

Tenant compte, d'une part, des expériences du Haut Commissariat à la Restauration de la Paix en matière de communication et de mobilisation populaire, et d'autre part, de sa capacité de réponse aux besoins des populations cibles en matière de paix et de développement, notre démarche repose essentiellement sur la création d'espaces de dialogue : il faut donner la parole aux acteurs locaux sur leur développement et apporter des réponses à leurs attentes ou à leurs questions de la sécurité en général. L'enjeu n'est pas une communication descendante bien menée, mais plutôt une implication effective des populations et des acteurs dans une réflexion collective sur l'impact et les effets des activités du Haut Commissariat à la Restauration de la Paix sur le niveau de développement social, économique, culturel et politique de la zone pastorale.

L'implication comprend bien sûr un certain niveau d'information, mais elle s'enracine sur la prise en compte effective des préoccupations et intérêts des acteurs en présence et sur la création des conditions d'un dialogue qui devra se poursuivre bien au-delà des activités ponctuelles ou circonstanciées.

2.1 Notre démarche

Le programme de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon envisagé par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix dans le Nord des régions d'Agadez, de Diffa, de Maradi, de Tahoua, de Tillabéry et de Zinder, fonde sa réalité sur un contexte de communalisation intégrale et donc de transfert aux populations de la démocratisation de la gestion des affaires locales.

A cette logique de démocratisation s'oppose cependant toute une kyrielle de contraintes structurelles et/ou conjoncturelles qui, dans ces régions, se traduisent aussi par les effets conjugués de la sécheresse et de la désertification.

Ce déséquilibre rejaille naturellement sur la structure de composition des régions cibles dans lesquelles la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix développe déjà, avec l'appui des partenaires techniques et financiers, des programmes d'appui à la sécurité alimentaire et à la lutte contre la pauvreté.

Quelles actions de communication concrètes et pertinentes doivent être déployées dans ces zones pour permettre aux populations trop souvent victimes des tensions sécuritaires, de s'assumer pour soutenir et accompagner les efforts déployés par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix en faveur de la paix

Les termes de référence commandent, en effet, d'élaborer une stratégie cohérente et des outils de communication pertinents pouvant aider la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix à valoriser ses moyens et méthodes d'intervention dans les terroirs, et d'ouverture de ses modes opératoires aux autres acteurs de développement.

Dans ces conditions, il s'agira, pour l'expertise indépendante, de mettre en place une communication tous azimuts qui privilégiera les échanges, la vulgarisation et le partage des idées prospectives sur les fondements de la paix, des émissions publiques pour pouvoir déterminer le degré d'implication-adhésion des populations à la culture de la paix : toute la problématique d'appui à la stratégie de communication de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix s'appuiera sur ce continuum d'actions qui devrait l'aider à atténuer les effets de l'insécurité au Niger.

Au regard de l'importance spatiale des régions concernées, il importe de fonder les activités de communication autour d'actions concrètes, réalistes, réalisables et à impacts multiples sur le niveau de développement des principaux acteurs, en l'occurrence :

2.2 Les acteurs centraux

- Le ministère de la Défense nationale ;
- Le ministère de l'Intérieur ;
- Le ministère de la Justice ;
- L'Assemblée nationale dont la Représentation a en charge la votation des lois ;
- Les Secrétaires généraux et leurs adjoints, les Directeurs de cabinet, les Directeurs généraux et centraux de l'Administration centrale qui sont la cheville ouvrière voire la mémoire des départements ministériels et qui sont les dépositaires de la technicité, des expériences acquises au fur et à mesure de leur parcours professionnel. Ces acteurs doivent comprendre et intégrer leur rôle et leur mission dans le suivi du continuum des activités menées en faveur de la culture de la paix, de la tolérance et du pardon au Niger.

2.3 Les acteurs régionaux et départementaux

Les Représentants territoriaux de l'Etat : ce sont les Gouverneurs de région, les préfets, et les Secrétaires généraux.

Représentants de l'Etat, ils sont chargés de relayer les actions gouvernementales. Il importe donc les sensibiliser et de les outiller sur le suivi des activités envisagées par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix.

Les services techniques déconcentrés de l'Etat : ils sont chargés d'assurer l'appui-conseil aux collectivités territoriales et de mettre en œuvre les politiques sectorielles du gouvernement. A ce niveau, le contenu du programme de communication de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix devra porter sur l'aide et l'assistance que ces services peuvent apporter, aux populations de leurs entités respectives, dans le cadre de la promotion de la culture de la paix, du rapprochement effectif de la justice des justiciables et de l'émergence de la citoyenneté locale.

La chefferie traditionnelle : elle est dépositaire des valeurs socioculturelles ancestrales et, à ce titre, elle constitue une cible prioritaire dans les actions de communication à entreprendre. Elle reste et demeure un «*leader d'opinion*» incontesté auprès des femmes et les enfants, les premières victimes des conflits armés et des convulsions sociales.

2.4 Les citoyens et les structures organisationnelles de base

La population en généra : jadis contribuable passif et simple bénéficiaire des actions de développement, la population doit aujourd'hui être en mesure d'agir, d'apprécier et de pouvoir demander ce à quoi elle aspire, notamment l'accès à l'information judiciaire et à la Justice. Elle doit, pour cela, apprendre à développer une attitude citoyenne et comprendre les véritables enjeux et motivations de la culture de la paix.

Les femmes et les jeunes : cette catégorie d'acteurs devra faire l'objet d'une attention particulière en matière de communication portée sur les actions de promotion et de protection des droits humains. La place et le rôle de la femme en particulier dans la vie communautaire doivent faire l'objet de la plus grande préoccupation compte tenu de son rôle dans la société.

Les formations politiques : les dirigeants des partis politiques doivent être informés et mobilisés autour des objectifs de la paix sociale, de l'apaisement du climat politique, et de la pérennisation des mécanismes de prévention et de gestion des conflits. Ils devront être des alliés potentiels et prendre en compte les axes de communication et les thèmes y afférents dans leurs préoccupations afin d'aider le Comité consultatif de la Haute Autorité dont ils sont membres, à mener à bien sa mission d'information et d'éducation civique des populations.

2.5 Les acteurs transversaux

La société civile : dans un Etat démocratique, la société civile joue un rôle, tant que partenaire dans le dialogue social, un rôle prépondérant dans l'édification d'un Etat de droit et le renforcement des bases constructives de la démocratie.

Les professionnels des médias : porteurs des messages pour informer, sensibiliser, former et éduquer, les médias seront au cœur de toutes les actions de communication entreprises par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix qui devra en faire ses alliés dans la recherche d'un impact plus large de sa campagne de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon. Au demeurant, cette institution devrait même nouer un de partenariat convergent avec les organes de presse publics et privés, voire les radios communautaires.

Les projets/programmes et partenaires au développement : ils devront être constamment motivés, pour leur participation à la communication, pour intégrer davantage leur soutien au corpus des actions des acteurs impliqués dans la mise en œuvre et le suivi du continuum des activités de communication menées en faveur de la culture de la paix et de la démocratie au Niger.

En élargissant la problématique à tous ces acteurs, notre approche devrait permettre d'aboutir aux résultats suivants :

- les acteurs partagent la même compréhension des objectifs de communication de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix et connaissent, par ailleurs, leurs rôles respectifs dans la vulgarisation des moyens et méthodes de la communication sociale ;
- tous sont décidés à s'impliquer dans la recherche de solutions à toutes les formes d'insécurité ;
- Ils expriment aux responsables de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix, leur volonté à développer et à soutenir des actions porteuses de changement ;
- Les partenaires étatiques expliquent aux populations la manière dont ils travaillent à la réduction de l'insécurité et les moyens mis en œuvre pour atteindre ces objectifs ;
- Les communautés de base et leurs interlocuteurs de la Haute Autorité ainsi que les représentants des services déconcentrés de l'Etat envisagent concrètement la façon de traiter en profondeur les questions du développement local.

Ces différents points impliquent que les acteurs locaux disposent, par exemple, d'espaces lors des ateliers, pour débattre :

- des difficultés qu'ils rencontrent (contraintes)
- de ce qu'ils souhaitent (perspectives désirables)

- de ce qu'ils veulent faire en priorité
- de ce qu'ils souhaitent dire ou demander aux représentants de l'Etat et/ou de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix.

La caravane de la paix pourrait être le support de toutes ces rencontres dans chaque région concernée.

- Ces rencontres auront lieu avant le passage proprement dit de la caravane de la paix et elles devront aider plutôt à la préparer. Une équipe d'animation, préparée aux objectifs et enjeux de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix travaillera, pour sa part, à favoriser l'expression complète de tous les acteurs sur le contenu du programme de communication..
- Toutes les rencontres (ateliers préparatoires et caravane) seront médiatisées, dans toute la mesure du possible, afin d'informer la population sur la nature et le contenu des activités de communication qui seront portées par la campagne d'information, de communication et de plaidoyer sur la paix, la tolérance et le pardon. Une attention particulière sera portée à l'implication des radios communautaires qui existent dans les différentes régions cibles.

3. LES ACTIVITES DE COMMUNICATION

3.1 Des ateliers de concertation pour identifier davantage les enjeux de la culture de la paix

Les ateliers de concertation locale ont pour but d'identifier les priorités des populations par rapport aux différents programmes d'appui à la culture de la paix, de la tolérance et du pardon, en vue :

- de les intégrer au système de communication sociale de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix ;
- de poser des bases solides pour les autres activités de communication, en particulier celles qui mobilisent les populations autour des travaux à haute intensité de main d'œuvre pour assurer la restauration des terres dégradées, les cultures de contre-saison, etc.

Il sera loisible d'organiser un atelier par département. Chaque atelier sera conduit par un animateur expérimenté en techniques de prévention et de gestion des conflits et un spécialiste en communication pour le développement, et se déroulera en présence des élus locaux ainsi que des représentants de l'Etat. Il se déroulera dans les différentes langues nationales pratiquées dans les zones pastorales.

Les ateliers pourront se dérouler simultanément dans un temps circonscrit, trois jours minimum, avec une participation comprise entre 50 et 70 personnes.

Un jour de préparation sur place pour l'équipe d'animation doit précéder chaque atelier; un jour d'évaluation formative doit également être envisagée.

Pour chaque atelier départemental, cinq délégués seront sélectionnés ; ils devront être choisis sur la base de leur représentativité vis-à-vis de toutes les franges de la population (jeunes, vieux, hommes, femmes, activités agricoles ou pastorales, chefs traditionnels, etc.).

Les questions centrales abordées au cours de ces ateliers concernent les difficultés de développement en période de conflits et les mécanismes d'intégration des populations des zones affectées après les conflits, en particulier les priorités en matière d'accès à la santé, à l'alimentation et aux revenus monétaires.

Les contributions seront systématiquement collectées. Un répertoire de toutes les contributions sera constitué et il servira de base à la conception de messages et des supports de communication. Ce répertoire constituera un outil précieux pour les partenaires de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix qui auront à cœur de cibler des activités qui se nourrissent, elles aussi, des préoccupations et priorités des populations.

Un atelier national de synthèse sera également organisé pour valider les résultats et qui pourra être élargi aux partenaires techniques et financiers, aux organisations de la société civile, aux services techniques, ainsi qu'aux médias nationaux.

Afin de maximiser l'impact de ces ateliers et d'harmoniser les interventions, des activités préparatoires seront organisées :

- pour permettre au Comité consultatif de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix et aux principaux partenaires nationaux et internationaux de partager, au cours d'un atelier préparatoire à Niamey, les enjeux, les objectifs et la démarche, ainsi que les outils d'animation de la campagne de communication sociale ;
- A l'attention des populations, des émissions de radio, de télévision et des communiqués de presse seront diffusés afin d'annoncer à l'avance la tenue de huit ateliers régionaux au cours desquels elles pourront partager leurs réflexions sur l'enracinement et la consolidation de la paix au Niger et faire valoir leurs idées en faveur d'un changement qualitatif de comportement ;
- Six ateliers pilotes (un atelier dans chacun des départements sensibles de la zone pastorale) permettront de valider la méthodologie et les outils d'animation et de proposer un plan d'opération pour la caravane de la paix. Ce plan devra tenir compte de la nature des questions posées, du niveau de préparation des acteurs locaux et des outils dont ils auront besoin pour apporter des réponses appropriées à leurs préoccupations.

Résultats attendus	Activités	Ressources / acteurs
Les enjeux, la démarche et les outils sont partagés par le Comité consultatif de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix au cours d'un atelier préparatoire à Niamey	Rencontres préliminaires avec les partenaires Recrutement des animateurs Elaboration des termes de références pour l'atelier préparatoire Validation des outils d'animation avec les animateurs Organisation logistique dans les régions	- Comité consultatif de la Haute Autorité - La Direction de la communication de la Haute Autorité devra nécessairement impliquer les médias nationaux dans la conception et la diffusion des messages préparatoires aux ateliers régionaux. Ils devront être invités à participer à l'atelier préparatoire
Des messages préparatoires aux ateliers régionaux sont diffusés dans les médias	Conception des messages sous différents supports orientés vers les populations Diffusion des messages dans les localités au moins quinze jours avant la tenue des ateliers dans les régions de la zone pastorale	- Comité consultatif de la Haute Autorité - Radios, télévisions, journaux nationaux - La Direction de la communication de la Haute Autorité
Un signal fort est donné par les plus hautes autorités	Enregistrement d'un message radio télévisé et conception d'encarts dans les journaux. Organisation cérémonie officielle de lancement dans les départements sensibles à l'insécurité	- Experts en prévention et gestion des conflits, et en communication pour le développement
Un atelier est organisé dans chaque département sensible à l'insécurité	Invitation aux responsables de l'Etat dans chaque département Organisation logistique (transport, hébergement, prise en charge des participants)	
Un répertoire des contributions collectées est constitué	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'un rapport sur le déroulement des ateliers - Collecte systématique des contributions émises lors de ces ateliers - Transmission au niveau national pour compilation - Développement de l'outil de traitement et d'analyse des contributions (base de données) 	
Un atelier interne de synthèse est organisé par le Comité consultatif de la Haute Autorité pour valider les résultats	Analyse des contributions collectées (tendances, contradictions, priorités de développement avant, pendant et après un conflit) et des liens avec les politiques sectorielles (santé, nutrition, agriculture, éducation, etc.) Préparation de l'animation de l'atelier Organisation logistique de l'atelier d'internalisation	-Comité consultatif de la Haute Autorité -Direction de la communication et de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement -Partenaires nationaux et internationaux -Organes de presse publics et privés impliqués dans la démarche

3.2 Des caravanes d'information, de communication et de plaidoyer sur la culture de la paix, la tolérance et le pardon

La caravane de la paix vise à répondre aux préoccupations, priorités et demandes exprimées lors des ateliers régionaux et départementaux en faisant le lien avec les options majeures du programme de communication sociale de la Haute Autorité.

Son animation repose donc sur quatre principes :

- l'intégration des préoccupations de tous les acteurs à la problématique générale du programme de communication sociale de la Haute Autorité;
- l'interdisciplinarité entre les communicateurs, les spécialistes et les acteurs de du Comité consultatif de la Haute Autorité ainsi que les populations (dont on doit valoriser les savoir-faire et les savoir-être en matière de prévention et de gestion des conflits) ;
- l'interactivité entre les acteurs (populations, acteurs endogènes de développement, élus locaux, autorités traditionnelles, Etat) ;
- la durabilité qui prend en compte les contraintes, les opportunités, les ressources, et l'état d'avancement des différents programmes initiés et exécutés en faveur de l'exploitation et de la valorisation des potentialités de la zone pastorale .

Il est prévu une caravane par région ; cette caravane mettra en place :

- Des conférences-débats pour nourrir la réflexion et faciliter les propositions concrètes sur les modalités pratiques sur l'exercice de la paix et de sa pérennisation ;
- du théâtre populaire (mise en scène des préoccupations identifiées et suggestions de solutions dans le but de faire réagir la population par des propositions locales).

Ces activités permettront d'instaurer des espaces de dialogue entre les populations, la Haute Autorité, les cadres de terrain et les représentants de l'Etat, etc.

Les membres de la caravane disposeront des analyses réalisées sur les contributions collectées lors des ateliers départementaux et de la synthèse de l'atelier d'internalisation, de fiches thématiques pour expliquer les principaux axes stratégiques du programme de communication sociale, des supports d'animation (visuels, audio-visuels), etc.

Ces fiches thématiques et supports (manuels, affiches, panneaux, dessins, etc.) seront conçus par la Direction de la communication de la Haute Autorité, à laquelle seront associés les experts en prévention/gestion des conflits et en communication pour le développement, ainsi que des représentants de différents médias (radios, presse, télévision, technologies de l'information). Un atelier de mise à niveau sera organisé pour permettre aux différents acteurs des caravanes de se familiariser avec les thématiques et les supports.

Une trousse d'information à l'intention des médias (au sens large) et des organisations de la société civile sera également produite afin d'encourager la production d'émission ou d'articles ainsi que la réalisation d'activités de communication sur les activités de communication retenues par le programme de communication sociale de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix.

Des messages diffusant les résultats des ateliers départementaux seront également conçus et diffusés dans les médias de proximité à l'intention des populations en préparation au passage de la caravane de la paix dans les départements.

Ils permettent ainsi aux populations de constater la prise en compte réelle des préoccupations, demandes et points de vue exprimés lors des ateliers départementaux ;

elles peuvent donc rester mobilisées et attentives. Lorsque les questions d'organisation seront abordées, elles seront disponibles pour s'impliquer.

Un guide pour la communication de proximité sur la culture de la paix élaboré par la Haute Autorité pourrait être diffusé lors de la caravane. Il a pour objet de favoriser l'autonomisation progressive des responsables des radios communautaires sur les questions liées à l'insécurité et à la paix. Il portera sur les étapes d'élaboration d'une communication, les techniques de collecte des informations, la préparation et la conduite de séances d'animation ainsi que sur les outils de communication de proximité. La recherche documentaire nécessaire à la conception du guide sera enrichie par les conclusions des ateliers organisés dans les départements sensibles à l'insécurité.

Résultats attendus	Activités	Ressources / acteurs
Les supports d'animation sont disponibles	<ul style="list-style-type: none"> -Analyse des contributions -Conception des fiches thématiques et diffusion sur support (imprimé, électronique) -Conception d'une animation théâtrale (conte, chanson, sketch) adaptée aux réalités de chaque région -Production d'émissions de radios en langues nationales -Production d'émissions de radios en langues nationales sur des thèmes transversaux identifiés lors des ateliers locaux -Production d'affiches et supports visuels (animation avec des tableaux papiers, etc.) -Production d'une vidéo sur les activités de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix 	<ul style="list-style-type: none"> -Comité consultatif de la Haute Autorité -Direction de la communication et de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement -Partenaires nationaux et internationaux -Organes de presse publics et privés impliqués dans la démarche -Prestataires associés (équipes théâtrales, animateurs, radios) -Prestataires (productions audiovisuelles, imprimerie, site Internet) diffusion site Internet -Traducteurs (langues nationales)
Les membres des caravanes partagent les objectifs, la démarche et les outils	<ul style="list-style-type: none"> Elaboration d'un guide d'animation Organisation d'un atelier de mise à niveau à l'intention des acteurs des caravanes 	<ul style="list-style-type: none"> -Comité consultatif de la Haute Autorité -Direction de la communication et de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement -Partenaires nationaux et internationaux -Organes de presse publics et privés impliqués dans la démarche
Les populations connaissent le programme, l'objet et le contenu des caravanes	<ul style="list-style-type: none"> Conception et diffusion de messages préparatoires au passage des caravanes par les médias de proximité Production d'une trousse d'information à l'intention des médias et des organisations de la société civile Production d'articles de presse et d'émissions télévisuelles 	<ul style="list-style-type: none"> -Comité consultatif de la Haute Autorité -Direction de la communication et de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement -Partenaires nationaux et internationaux -Organes de presse publics et privés impliqués dans la démarche
Les thèmes et activités prioritaires qui peuvent contribuer au changement qualitatif de comportement sont identifiés	<ul style="list-style-type: none"> Analyse des échanges au cours des caravanes et des consensus sur les thèmes et activités prioritaires 	
Les responsables des radios communautaires disposent d'un guide sur la communication de proximité	<ul style="list-style-type: none"> Conception du guide reposant sur des références claires en communication et s'appuyant sur des cas pratiques recensés lors des ateliers départementaux Atelier de validation Edition et multiplication du guide Distribution aux responsables des radios communautaires. 	

3.3 Capitalisation des activités et des dynamiques

La capitalisation des activités et des résultats est un élément fondamental de la politique de communication. Elle élargit le public potentiel touché. Elle pose les bases d'un dialogue franc entre acteurs. C'est ainsi que des messages à l'attention des populations, des acteurs et des partenaires institutionnels de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix doivent précéder chaque activité majeure (atelier préparatoire, atelier régional ou départemental, caravane, conférence, formation) ; que toutes les contributions devront être collectées et diffusées et que la restitution des résultats doit se faire jusqu'au niveau des communes.

Afin de mener à bien ces activités, il convient de s'appuyer sur les ressources disponibles et les dynamiques existantes. Au niveau des médias, on note le recours à : - la communication traditionnelle (chanson, conte, théâtre, jeu de marionnettes) ;

- la radio, particulièrement accessible par les populations (Voix du Sahel, stations régionales de l'Office de la radiodiffusion et télévision du Niger, des radios régionales, des radios privées à antennes régionales, du réseau des radios communautaires du Niger, de l'Association des Radios clubs du Niger) ;

- la radio internationale par les correspondants des médias étrangers (*Radio France International, British Broadcasting Corporation, DW* etc.) ;

- la télévision nationale ainsi que des chaînes privées disposant d'antennes régionales ;

- la presse écrite (une dizaine de journaux nationaux en français), l'Agence de presse nationale ainsi que les agences de presse étrangères ;

- l'utilisation des technologies de l'information (afin de donner une envergure plus large aux activités, aux résultats et aux supports de communication du programme de communication sociale destiné des partenaires au développement et d'un public international s'intéressant aux expériences du Niger en matière de prévention et de gestion des conflits et à sa campagne de communication sur la paix, la tolérance et le pardon.

Les partenariats avec les médias locaux et nationaux devraient être préconisés afin de bénéficier de taux intéressants pour une couverture de l'ensemble des activités.

SUGGESTIONS

Un atelier sous-régional sur l'expérience de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix en matière d'information, de communication et de plaidoyer en faveur de la paix, de la tolérance et du pardon

L'organisation d'un atelier sous-régional au Niger sur la vision *CULTURE DE LA PAIX* permettrait de capitaliser les expériences des pays partenaires (Mali, Nigéria, Mauritanie, République Démocratique du Congo, Tchad, Centrafrique, Côte d'Ivoire, Guinée-Conakry, etc.) ; de faire le point sur les forces et faiblesses de la campagne de communication sociale initiée par le Niger, sur la base de l'expérience de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix Niger. Pour un meilleur impact, cet atelier pourrait être avantageusement organisé suite à la synthèse nationale des préoccupations exprimées lors des ateliers départementaux.

Cette activité n'est pas prévue dans les termes de référence, mais elle pourrait être envisagée par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix pour assurer, au plan international, une plus grande visibilité à ses activités.

Par ailleurs, il convient de relever la présence, au Niger, d'une société civile dynamique qui peut s'impliquer dans des activités étroitement liées aux préoccupations des populations en matière de sécurité, de paix, de citoyenneté, et d'engagement dans la bataille pour le développement.

Il importe donc d'envisager son intégration aux ateliers de formation, aux ateliers régionaux, départementaux ou aux caravanes d'information, de communication et de plaidoyer pour pouvoir démultiplier les effets de la communication et renforcer ainsi les espaces de dialogue et de partage.

<i>Résultats attendus</i>	<i>Activités</i>	<i>Ressources / acteurs</i>
La diffusion de l'expérience de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix contribue à au renforcement de la visibilité de l'image internationale du Niger et de sa volonté de paix	Rendre disponible les outils, documents d'animation, supports, analyses des résultats, par le plus grand nombre de médias et autoriser la rediffusion et l'utilisation par d'autres acteurs Constitution et publication d'un recueil (articles de presse, émissions de radio, annonces, etc.) des communications – suivi de tout ce qui se dit ou s'écrit dans les médias nationaux sur les actions de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix	-Comité consultatif de la Haute Autorité -Direction de la communication et de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement -Partenaires nationaux et internationaux -Organes de presse publics et privés impliqués dans la démarche

A l'issue de l'exécution de cette offre de service, la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix disposera des produits suivants :

- des guides et outils d'animation des différents ateliers de formation ;
- d'un répertoire des contributions collectées lors des ateliers régionaux et départementaux ;
- d'analyses thématiques sur les priorités en matière de développement local et communautaire des régions sensibles et les exigences de la lutte contre l'insécurité en zones pastorales ;
- d'outils de communication sur la campagne sociale sont disponibles pour d'éventuelles rediffusions ;
- d'un recueil de presse (articles, émissions de radios et télévision) ;
- de rapports sur les grandes étapes de la démarche (activités préparatoires, ateliers régionaux et départementaux, caravanes de communication, d'information et de plaidoyer sur la paix, la tolérance et le pardon, capitalisation des activités et des dynamiques), rapport d'exécution des activités du programme de communication sociale, conformément aux termes de référence).

3.4 Le rôle des acteurs

Dans le cadre de l'exécution de cette consultation, l'expertise technique travaillera en étroite collaboration avec une multitude d'acteurs et/ou partenaires institutionnels de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix.

Dans les faits et selon notre analyse, la coordination des activités sera assurée par le Comité consultatif et le département de la communication de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix.

Ces deux entités s'assureront que les informations circulent bien, notamment sur l'état d'avancement, la diffusion des résultats, le rôle de chaque acteur, la coordination avec des activités avec les experts en prévention/gestion des conflits et en communication pour le développement ainsi que les partenaires de la Haute Autorité (ministères techniques centralisés et décentralisés, autorités administratives et coutumières et structures du Dispositif national de prévention et de gestion des crises alimentaires, etc.).

La Direction de la communication de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix pourra même mettre en place différents outils de liaison (bulletins d'information) et organiser des réunions qui pourraient s'élargir régulièrement aux médias impliqués dans la démarche.

Il devrait également s'appuyer sur l'encadrement méthodologique apporté par les experts en prévention/gestion des conflits et en communication pour le développement pour s'assurer que les orientations fondamentales de la démarche sont partagées par tous les acteurs et partenaires de la Haute Autorité.

En plus de son rôle majeur dans la mise en œuvre de campagne de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon, la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix devra impliquer tous les membres du Comité consultatif, les responsables des ministères et services techniques concernés dans la démarche de la campagne. Ils seront invités aux différents ateliers et réunions, recevront les bulletins d'informations et compte rendus d'activités. Leur participation concrétise la volonté des autorités nigériennes de réussir son challenge dans la lutte contre l'insécurité et en faveur de la paix.

Les membres du Comité consultatif participeront aux ateliers régionaux et départementaux ainsi qu'aux différentes activités de la campagne et seront mobilisés à l'avance, par le président de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix sur les enjeux, les activités et le déroulement de la campagne.

Destinataires du guide de communication au même titre que les animateurs des radios communautaires, ils auront un rôle majeur à jouer dans la mobilisation des populations des régions de la zone pastorale.

Les médias de proximité, les organisations de la société civile et les partenaires au développement impliqués dans les activités de développement de ces régions, les agents des services techniques de l'Etat qui y travaillent, les chefs traditionnels, les chefs religieux : tous des médiateurs naturels avec les populations et, à ce titre, ils devront être dûment associés aux activités de la Haute Autorité (ateliers, caravanes, émissions, débats, etc.).

Les médias nationaux partenaires auront un rôle particulier à jouer dans la validation des outils de communication et dans la diffusion des messages, annonces, résultats et autres. La reconnaissance de leur rôle stratégique et leur implication effective dans les activités devrait pouvoir se concrétiser, encore une fois, par des accords de partenariat définissant les rôles, les champs d'intervention et les ressources.

Le recours aux radios communautaires pour appuyer les communautés de base dans l'appropriation du guide de communication est susceptible de créer des dynamiques durables dans les différentes régions de la zone pastorale.

L'expert commis à cette consultation fournira un appui à la fois sur le plan conceptuel et sur le plan de la mise en œuvre de la campagne de mobilisation sociale sur la paix, la tolérance et le pardon.

3.4.1 Sur le plan conceptuel

- un encadrement méthodologique de l'ensemble de la démarche par courrier électronique, visites auprès du directeur de la communication de la Haute Autorité au besoin, portant notamment sur l'animation, sur la transparence et la capitalisation ;
- l'organisation de huit ateliers régionaux et six ateliers dans les départements sensibles à l'insécurité et d'un atelier national pour valider la démarche et les outils proposés ;
- un appui à l'analyse des contributions récoltées lors des ateliers régionaux et départementaux afin d'orienter la conception du programme de communication de la Haute Autorité ;
- un appui à l'élaboration d'outils pertinents de communication, d'orientation des activités de la caravane de communication, d'information et de plaidoyer sur la paix, la tolérance et le pardon ;
- un appui à l'identification et la mise en œuvre d'outils pertinents pour la circulation des informations entre les acteurs impliqués dans la démarche.

3.4.2 L'appui à la mise en œuvre du programme de communication

Cet appui pourrait se traduire par :

- Un appui à l'établissement du calendrier détaillé, gardant une caractéristique itérative et flexible, et des calendriers des activités terrain ;
- Un suivi régulier du déroulement des activités (échanges avec le Directeur de la communication de la Haute Autorité, échanges avec les experts, échanges avec les membres du Comité consultatif de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix. Les échanges peuvent se faire par courrier électronique, par téléphone, par visites ou par tout autre moyen approprié. Ces activités impliquent des questions d'animation, d'organisation logistique, de relations de partenariat, etc.
- Une appréciation de la qualité des outils et supports de communication produits par la Direction de la communication de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix, de commun accord avec les experts en prévention/gestion des conflits et en communication pour le développement, en vue de leur validation pour utilisation ou diffusion.
- Une analyse de la situation d'insécurité (avec enjeux, difficultés, perspectives de règlement) à l'intention de tous les acteurs afin d'appuyer la conduite ou la réorientation des activités en tenant compte bien évidemment du contexte national et de ses interactions avec la démarche de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix.

4. LES PHASES METHODOLOGIQUES DE MISE EN ŒUVRE DES ACTIVITES DE COMMUNICATION SOCIALE SUR LA PAIX, LA TOLERANCE ET LE PARDON

ACTIVITES PREVUES	IDENTIFICATION DES ACTEURS	THEMATIQUES	OBJECTIFS	RESPONSABLES
1. Préparation de l'atelier préparatoire	<ul style="list-style-type: none"> -Comité consultatif de la Haute Autorité -Direction de la communication de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement 	<ul style="list-style-type: none"> -Elaboration des TDR -Identification des participants -Identification des personnes ressources pour les exposés -Organisation logistique de l'atelier -Préparation des documents didactiques 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre au point l'ensemble du dispositif organisationnel, pédagogique, matériel et technique de l'atelier 	<ul style="list-style-type: none"> -Haute Autorité à la Consolidation de la Paix -Direction de la communication de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement
2. Organisation de l'atelier de la campagne de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon	<ul style="list-style-type: none"> -Représentants des institutions de la République (Présidence, Assemblée nationale, Primature, CESOC, ONC, CNDDHLF, Médiature) Leaders des partis politiques Directeurs de cabinet et secrétaires généraux des ministères Directeurs généraux et centraux des ministères Coordination des organisations de la société civile Centrales syndicales Partenaires techniques et financiers Représentants des médias publics et privés Réseau des radios communautaires Association des radios clubs 	<ul style="list-style-type: none"> -Elaboration des TDR -Identification des participants -Identification des personnes ressources pour les exposés -Organisation logistique de l'atelier -Préparation des documents didactiques -Etat des lieux sur les missions et prérogatives de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix et fondements du programme de communication sur la paix, la tolérance et le pardon -Présentation du plan de campagne d'information, de communication et de plaidoyer sur la culture de la paix envisagée dans les huit régions et les départements sensibles à l'insécurité dans la les régions de la zone pastorale 	<ul style="list-style-type: none"> -Sensibiliser les participants sur les déterminants de l'insécurité au Niger -Informer les participants sur l'existence d'un plan de campagne d'information, de communication et de plaidoyer sur la culture de la paix, initié par la Haute Autorité -Partager avec les participants le continuum des activités de communication envisagées pour la campagne -Recueillir des éléments d'enrichissement de la dynamique engagée 	<ul style="list-style-type: none"> -Direction de la communication de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement

ACTIVITES PREVUES	IDENTIFICATION DES ACTEURS	THEMATIQUES	OBJECTIFS	RESPONSABLES
	<ul style="list-style-type: none"> -Représentants de l'Administration 	<ul style="list-style-type: none"> Echanges et partage d'information sur les 	<ul style="list-style-type: none"> -Mise en place de groupes de travail 	<ul style="list-style-type: none"> Haute Autorité à la Consolidation de la

3. Préparation et organisation de huit ateliers régionaux	territoriale -Maires -Chefferie traditionnelle -Services techniques déconcentrés -Organisations paysannes -Jeunes -Femmes -Société civile -ONG -Projets et programmes	activités de lutte contre l'insécurité au Niger <i>«Forces et faiblesses de l'accessibilité des populations aux services sociaux de base et attentes en matière de développement avant, pendant et après une situation de crise ou en période de conflits».</i> Collecte des contraintes, des attentes, propositions et recommandations	pour : -Partager avec les participants sur les actions entreprises et celles qui restent à entreprendre au regard des faiblesses structurelles ou des contraintes fonctionnelles -Recueillir les attentes, orientations, suggestions et recommandations des participants pour enrichir le programme communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon -Sensibiliser les participants sur les activités de communication prévues par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix -Créer les conditions d'une meilleure implication des acteurs dans la dynamique d'appropriation	Paix Direction de la communication de la Haute Autorité Expert en prévention/gestion des conflits Expert en communication pour le développement
4. Synthèse des ateliers régionaux	Comité consultatif de la Haute Autorité Direction de la communication de la Haute Autorité Expert en prévention/gestion des conflits Expert en communication pour le développement	-Capitalisation des suggestions et recommandations issues des ateliers régionaux -Inventaire des préoccupations et autres attentes des acteurs -Répertoire des problématiques majeures autour de la mise en œuvre des actions du programme de communication sociale	Apprécier qualitativement et quantitativement les résultats des ateliers Disposer d'un document relatant les suggestions, recommandations et attentes des acteurs	-Haute Autorité à la Consolidation de la Paix -Département de la communication de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement
5. Préparation des ateliers dans six	-Représentants de l'Administration territoriale	Echanges et partage d'information sur les activités de lutte	Apprécier qualitativement et quantitativement les	Haute Autorité à la Consolidation de la Paix

départements sensibles à l'insécurité	<ul style="list-style-type: none"> -Maires -Chefferie traditionnelle -Services techniques déconcentrés -Organisations paysannes -Jeunes -Femmes -Société civile -ONG -Projets et programmes 	<p>contre l'insécurité au Niger</p> <p><i>«Sécurité et développement : conditions de mobilisation sociale et appropriation des méthodes et moyens d'implication des populations dans le processus de développement»</i></p> <p>Collecte des contraintes, des attentes, propositions et recommandations</p>	<p>résultats des ateliers</p> <p>Disposer d'un document relatant les suggestions, recommandations et attentes des acteurs</p>	<p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>
6. Synthèse des ateliers départementaux	<p>Comité consultatif de la Haute Autorité</p> <p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>	<p>Capitalisation des suggestions et recommandations issues des ateliers régionaux</p> <p>Inventaire des préoccupations et autres attentes des acteurs</p> <p>Répertoire des problématiques majeures autour de la mise en œuvre des actions du programme de communication sociale</p>	<p>Apprécier qualitativement et quantitativement les résultats des ateliers</p> <p>Disposer d'un document relatant les suggestions, recommandations et attentes des acteurs</p>	<p>Haute Autorité à la Consolidation de la Paix</p> <p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>
7. Capitalisation et préparation de la campagne de mobilisation sociale sur la paix, la tolérance et le pardon	<p>Consolidation de la Paix</p> <p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Compilation des avis, suggestions et recommandations issus des ateliers régionaux et départementaux -Constitution d'un répertoire de personnes ressources à impliquer -Elaboration des TDR de la campagne -Définition des objectifs et résultats attendus -Organisation logistique de la campagne 	<p>Disposer d'un support de référence et d'orientation pour la tenue de la campagne</p> <p>Assurer une meilleure préparation pédagogique, méthodologique et matérielle de la campagne</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Haute Autorité à la Consolidation de la Paix -Direction de la communication de la Haute Autorité -Expert en prévention/gestion des conflits -Expert en communication pour le développement -Médias impliqués dans la démarche

		-Préparation des documents didactiques		
8. Conception, élaboration des outils & supports de communication et préparation logistique et matérielle de la campagne	<p>Haute Autorité à la Consolidation de la Paix</p> <p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>	<p>Conception, élaboration et production des outils et supports de communication</p> <p>Habillage de s caravanes (contenu, objectifs, publics-cibles, démarche)</p> <p>Formation des animateurs et superviseurs des caravanes</p> <p>Mobilisation de la logistique</p>	<p>Disposer de supports et d'outils adaptés aux cibles et aux messages</p> <p>Renforcer les capacités d'intervention des animateurs et des superviseurs</p> <p>Informer largement tous les publics sur les caravanes</p> <p>Créer les meilleures conditions de réalisation des caravanes</p>	<p>Haute Autorité à la Consolidation de la Paix</p> <p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>

<p>9. Déploiement des caravanes dans les régions et départements</p>	<p>Autorités administratives et locales (gouverneurs, préfets, maires) Chefferie traditionnelle Services municipaux Services techniques déconcentrés et décentralisés</p> <p>Organisations paysannes</p> <p>Jeunes</p> <p>Femmes</p> <p>Société civile</p> <p>ONG</p> <p>Projets et programmes</p>	<p>Objectifs et enjeux de la campagne de mobilisation sociale sur la paix, la tolérance et le pardon</p> <p>Rôle des différents acteurs impliqués dans la prévention et la gestion des conflits</p> <p>Rapports entre acteurs</p> <p>Amélioration de l'accès des populations à la justice, aux services sociaux de base, etc.</p> <p>Conditions d'accroissement des revenus monétaires et non monétaires ménages les plus pauvres</p> <p>Problématique générale du développement local et communautaire</p>	<p>Faire mieux comprendre les objectifs du programme de communication de la Haute Autorité</p> <p>Clarifier les responsabilités et les rôles des différents acteurs par rapport à l'atteinte des objectifs du Millénaire pour le Développement</p> <p>Provoquer un changement qualitatif des attitudes et des comportements</p> <p>Rechercher l'adhésion de tous les acteurs aux objectifs de communication de la campagne</p> <p>Impliquer et responsabiliser toutes les parties prenantes au processus</p>	<p>Haute Autorité à la Consolidation de la Paix</p> <p>Département de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p> <p>Médias impliqués dans la démarche</p>
<p>10. Capitalisation</p>	<p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>	<p>Résultats qualitatifs et quantitatifs des caravanes</p> <p>Suggestions et recommandations issues des caravanes</p> <p>Répertoire des préoccupations majeures et des problématiques dégagées</p> <p>Appréciation des outils et supports, de la pertinence des thèmes, du ciblage et de la catégorisation des acteurs</p>	<p>Apprécier les résultats des caravanes (fiches de suivi)</p> <p>Apprécier la pertinence de la caravane, comme moyen de communiquer</p> <p>Evaluer les outils, les supports et la méthodologie</p> <p>Disposer d'un support pour enrichir davantage le programme de communication de la Haute Autorité</p>	<p>Haute Autorité à la Consolidation de la Paix</p> <p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p>

11. Compilation de tous les documents produits	<p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>	<p>Réalisation de CD ROM</p> <p>Confection d'un <i>book press</i></p> <p>Répertoire des documents</p> <p>Répertoire des outils et supports de communication</p>	<p>Mettre à la disposition de la Haute Autorité tous les produits attendus</p> <p>Disposer d'un référentiel de produits sur la campagne communication sociale</p> <p>Enrichir le plan de communication sociale</p>	<p>Haute Autorité à la Consolidation de la Paix</p> <p>Direction de la communication de la Haute Autorité</p> <p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>
12. Restitution des produits à la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix	<p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>	<p>Remise des produits attendus du consultant</p>	<p>Etre en conformité avec les engagements pris</p>	<p>Expert en prévention/gestion des conflits</p> <p>Expert en communication pour le développement</p>

5. MOYENS ET METHODES DE COMMUNICATION

Les supports et moyens de communication devront permettre à la Haute Autorité d'assurer la visibilité de ses activités et aux acteurs impliqués dans le processus d'information et de sensibilisation des populations, de valoriser davantage la problématique de la paix dans les villes et villages des régions de la zone pastorale affectées par l'insécurité ou soumises à des irrédentismes.

L'existence de radios communautaires dans les régions de la zone pastorale devrait également contribuer à l'émergence d'une communication plus prégnante et en cohérence avec les besoins et attentes des populations, parties prenantes de tout le processus de l'information et de la communication dont elles constituent à la fois les moteurs et les acteurs.

5.1 La communication pédagogique

Elle repose essentiellement sur les attributs d'une pédagogie active puisque l'objectif recherché par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix est d'impliquer les populations dans le choix et la définition de tous les objectifs de communication pour le développement et davantage encore, de les mobiliser afin qu'elles s'approprient les problématiques de la paix, de la tolérance et du pardon et s'en servent comme d'un instrument d'aide à la décision et à l'action face à une question aussi essentielle que la sécurité, fondement de la cohésion sociale.

La clarté et la pertinence de ces objectifs offrent à la Haute Autorité et à ses partenaires institutionnels, l'opportunité d'impulser l'action et la réflexion en engageant les acteurs locaux dans une créativité permanente à travers une pédagogie active, progressive et répétitive pendant et après toute la campagne de communication sociale.

5.2 La communication institutionnelle

Elle se déploiera dans les régions de la zone pastorale au gré des foras, des débats publics, des émissions publiques, les échanges interrégionaux et des opérations «Portes ouvertes» au cours desquels le partage et les échanges mutuellement enrichissants permettront à la Haute Autorité de mesurer la portée des messages sur la paix, la tolérance et le pardon et de jauger le degré d'assimilation, par les populations, des concepts liés non seulement aux méthodologies de la communication pour le développement, mais encore à la gestion même de la culture de la paix dans leurs environnements respectifs..

Les échanges interrégionaux devraient permettre à toutes les parties de poser ensemble les problèmes liés par exemple à l'exode consécutif à l'insécurité, et de réfléchir ensemble aux moyens d'y remédier.

5.3 La communication traditionnelle

La diversité des moyens et méthodes de communication peut être valorisées par les radios communautaires pour assurer une plus grande verbalisation des messages à travers la chanson, le conte, le théâtre ou le jeu de marionnettes au cours de la réalisation des émissions publiques.

5.4 La communication radiophonique

La radio est la caisse de résonance par excellence puisqu'elle contribue largement à la verbalisation collective des messages et leur appropriation par les populations qui disposent, pour la plupart, de postes récepteurs.

Cette verbalisation peut s'opérer au niveau des programmes des radios communautaires dans les zones où il en existe ; les antennes des stations régionales de l'Office de radiodiffusion et télévision du Niger (ORTN), les fiches d'information thématique de l'Association des radios clubs du Niger ou encore des radios périphériques qui diffusent en région.

Elle se fera sous forme d'émissions thématiques, de magazines, de spots et annonces, d'émissions publiques, de causerie, de débats radiophoniques ou de théâtre populaire en langues nationales.

Dans tous les cas, le programme de communication sociale doit privilégier l'approche multimédia qui offre l'avantage d'élargir la visibilité du champ d'action des activités de la Haute Autorité, de surcroît porteuse de messages à forte connotation cognitive sur l'insécurité alimentaire, la déscolarisation des jeunes, l'exode, etc.

Quant à la télévision, elle offre toute une kyrielle d'expressions et de tonalités qui, lorsqu'elles sont associées à la force de suggestion des images, permettent d'affirmer la pertinence du message, de caractériser davantage la prééminence de son contenu et de sa signification.

6. LOGIQUE D'INTERVENTION

THEMES	MOYENS ET METHODES DE COMMUNICATION	CANAUX	SUPPORTS	CHANGEMENTS ESCOMPTES	FINALITES	CADRES D'EXECUTION
Plaidoyer sur la culture de la paix, de la démocratie et de l'Etat de droit au Niger	Lobbying Information	Sessions de communication destinées au gouvernement, à l'Assemblée nationale	Conférences Projection PowerPoint	Volonté politique à assurer le portage des valeurs paix et de cohésion sociale et des options de changements souhaités et/ou attendus dans le cadre de la campagne de sensibilisation sur la paix, la tolérance et le pardon	Des signaux forts sont nécessaires pour traduire la volonté du gouvernement de travailler au renforcement de l'unité nationale et à la consolidation de la paix au Niger	-Haute Autorité à la Consolidation de la Paix -Primature -Assemblée nationale -CESOC -CNDDH/JF -Comité consultatif de la Haute Autorité -Médias nationaux
Plaidoyer sur la paix, la tolérance et le pardon	Information Sensibilisation Formation	Ateliers d'information, de sensibilisation ou de formation destinés aux acteurs de l'administration centrale ; aux représentants de l'administration territoriale ; des services techniques déconcentrés et décentralisés ; aux élus locaux ; Caravanes d'information et de sensibilisation	Conférences Projection PowerPoint Dépliants Réunions de concertation	- Adhésion aux missions et prérogatives de la Haute Autorité - Compréhension de la mission de l'Etat dans la lutte contre l'insécurité et les irrédentismes -Meilleure compréhension de la mission des collectivités territoriales dans l'émergence de la citoyenneté locale - Adoption d'attitudes positives et en conformité avec les textes en matière d'appui conseils et accompagnement des communes dans la promotion du droit et des libertés fondamentales	Transparence, équité, efficacité : les conditions d'un réel accès à la défense des justiciables Front commun contre l'injustice : l'expression d'une citoyenneté responsable	-Haute Autorité à la Consolidation de la Paix -Comité consultatif de la Haute Autorité -Médias publics et privés -Administrations centrale et régionales -Radios communautaires

THEMES	MOYENS ET METHODES DE COMMUNICATION	CANAUX	SUPPORTS	CHANGEMENTS ESCOMPTEES	FINALITES	CADRES D'EXECUTION
Rôle de la société civile dans l'émergence de la citoyenneté locale dans un Etat de droit	-Campagnes de communication -Utilisation du canal socio-traditionnel	Séminaires d'information et de sensibilisation, Sessions de formation	Conférences Projection PowerPoint Dépliants Réunions de concertation	Distinction des rôles et des limites imposées par la loi Meilleure perception des règles du jeu entre différents acteurs face à la justice, à la démocratie et à la protection des droits humains	Front commun contre l'injustice et l'impunité	Haute Autorité à la Consolidation de la Paix Comité consultatif de la Haute Autorité Médias publics et privés Administrations centrale et régionales Organisations de la société civile
Dynamique de changement et mutations sociales : la paix, fondement de la cohésion sociale et du progrès social	-Sensibilisation, Education par le divertissement, -Formation, -Information, -Mobilisation sociale	Caravanes d'information et de sensibilisation		Adhésion de la population aux idéaux et principes de la démocratie et meilleure compréhension de ses enjeux		
Médias et moralisation sociale	Information, Formation Sensibilisation Education Distraction	Séminaires d'information et de sensibilisation, Sessions de formation		Engagement à accompagner la Haute Autorité et à assurer une meilleure visibilité à ses activités		
Coordination des interventions dans la zone pastorale	Plaidoyer Lobbying Information			Soutien des PTF	Promotion d'une justice juste et équitable	Haute Autorité à la Consolidation de la Paix

7. ORGANISATION DES PRESTATIONS ET GESTION DE L'EXPERTISE

7.1 Principes généraux de gestion

Afin que les prestations soient conduites dans les temps et le budget alloué, il est primordial de recourir à une gestion rigoureuse. Il est essentiel que chacun des experts mobilisés adhère à une telle philosophie afin de s'assurer que les services remplis par les différents experts s'articulent de manière cohérente et efficace.

La philosophie de gestion des experts qui sera adoptée pour ce contrat de services sera fondée sur les quatre principes suivants :

- assurer une gestion rapprochée du contrat ; ce qui suppose une relation suivie avec la Direction de la communication de la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix de l'avancement du programme, de la programmation prévisionnelle, de l'approbation des rapports, etc.
- garantir la mobilisation des experts identifiés (expert en prévention/gestion des conflits, experts en communication pour le développement) au stade de l'offre dans les délais prévus
- donner aux experts, avant le démarrage de leurs services, une information concise, mais complète sur les objectifs du programme de communication sociale, les activités déjà menées, en cours ou prévues, et les enjeux spécifiques de leur mission
- assurer un suivi rigoureux des activités en cours et un contrôle qualité des prestations.

7.2 Relations du consultant avec la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix

Tout le long du contrat, le consultant en communication conduira ses différentes tâches au meilleur niveau de ses capacités et connaissances, en étroite collaboration avec le Comité consultatif de la Haute Autorité et en particulier avec le Directeur de la communication, directement concerné par le programme de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon.

Leurs relations doivent se construire dans le strict respect des prérogatives dévolues à chacune des parties.

Vis-à-vis du consultant, la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix devra s'engager à faciliter l'accès aux informations et aux données, d'une part, et à faciliter les contacts avec les personnes-clés, d'autre part.

Avant, pendant et après la campagne d'information, de communication et de plaidoyer, les experts mobilisés par consultant s'engagent, pour leur part, à assurer une restitution régulière de leurs réflexions à la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix au fur et à mesure de la progressivité de la consultation.

7.3 Moyens mis en œuvre par le consultant

La conduite satisfaisante des prestations repose non seulement sur la qualité des experts qui y seront associés, mais également sur la qualité de l'organisation de l'équipe et du travail.

Pour assurer l'ensemble des tâches, le consultant en communication mobilisera une équipe pluridisciplinaire reposant sur deux éléments complémentaires :

- un pôle de réflexion et d'action représenté par un binôme de deux experts, spécialisés en prévention/gestion des conflits, et en communication pour le développement ;
- une équipe multidisciplinaire composée de professionnels des médias audiovisuels-visuels (radio, TV, graphisme, journaux, cinéma, etc.)

8. CHRONOGRAMME DES ACTIVITES

Nous proposons un calendrier indicatif d'activités, selon les étapes suivantes :

- Offre de service et phase d'administration du contrat : janvier 2012 ;
- Organisation de l'atelier préparatoire : janvier 2012
- Préparation, organisation et synthèse des travaux des ateliers régionaux : février 2012 ;
- Préparation, organisation et synthèse des travaux des ateliers de six ateliers dans les départements sensibles à l'insécurité dans les régions de la zone pastorale : février 2012 ;
- Capitalisation et préparation du lancement de la campagne de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon : mars 2012 ;
- Conception, élaboration des outils & supports de communication et préparation logistique et matérielle de la campagne sur la paix, la tolérance et le pardon : avril 2012 ;
- Déploiement des caravanes dans les régions et départements de la zone pastorale : juin 2012 ;
- Compilation de tous les documents : juillet 2012 ;
- Restitution des produits à la Haute Autorité : août 2012.
- Journée Portes Ouvertes à la Haute Autorité : septembre 2012

Ce chronogramme des activités est présenté à titre indicatif : il peut être modifié en fonction des activités retenues. Il fera ainsi l'objet d'une validation par la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix.

CHRONOGRAMME D'EXECUTION DES ACTIVITES DE COMMUNICATION SOCIALE SUR LA PAIX, LA TOLERANCE ET LE PARDON

ACTIVITES		PERIODE D'EXECUTION										ACTEURS RESPONSABLES	
Année 2012	Mois	Année 2012											
		Janv	Fév	Mar s	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct		
Offre de service et phase d'administration du contrat													Haute Autorité Consultant
Organisation de l'atelier préparatoire													-Haute Autorité -Conseil Consultatif -Direction de la communication de la Haute Autorité -Consultant -Médias associés à la démarche
Préparation, organisation et synthèse des travaux des ateliers régionaux													
Préparation, organisation et synthèse des travaux des ateliers de six ateliers dans les départements sensibles à l'insécurité dans les régions de la zone pastorale													
Capitalisation et préparation du lancement de la campagne de communication sociale sur la paix, la tolérance et le pardon													-Haute Autorité -Conseil Consultatif -Département de la communication de la Haute Autorité -Consultant
Conception, élaboration des outils & supports de communication et préparation logistique et matérielle de la campagne sur la paix, la tolérance et le pardon													-Département de la communication de la Haute Autorité -Consultant -Médias associés à la démarche
Déploiement des caravanes dans les régions et départements de la zone pastorale													-Haute Autorité -Conseil Consultatif -Département de la communication de la Haute Autorité -Consultant
Compilation de tous les documents													Consultant
Restitution des produits à la Haute Autorité													Consultant

Organisation d'événement : Journée <i>Portes Ouvertes</i> à la Haute Autorité											-Haute Autorité -Conseil Consultatif -Département de la communication de la Haute Autorité -Consultant -Médias associés à la démarche
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

L'offre financière comporte trois volets : les frais généraux de consultation, les frais de mission de terrain et la production des outils et supports de communication.

1. FRAIS GENERAUX DE CONSULTATION

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant	Observations
Recherche documentaire	2 consultants	10 000 x 5 j	100 000	
Expert en prévention et gestion des conflits	1	50 000 x 60 j	3 000 000	
Expert en Communication pour le développement et le changement de comportement	1	50 000 x 60 j	3 000 000	
TOTAL				6 100 000

2. ORGANISATION DES ATELIERS ET CARAVANES DE COMMUNICATION SOCIALE SUR LA PAIX, LA TOLERANCE ET LE PARDON

2.1 ORGANISATION GENERALE

Désignation	Qt	Prix U	Montant	Observations
Atelier préparatoire à Niamey	1	4 000 000	4 000 000	
Ateliers régionaux	8	2 500 000	20 000 000	
Atelier d'internalisation des résultats des ateliers régionaux	1	4 000 000	4 000 000	
Ateliers départementaux	6	2 500 000	15 000 000	
Atelier d'internalisation des résultats des ateliers départementaux	1	4 000 000	4 000 000	
Atelier de formation des journalistes	1	2 500 000	2 500 000	
Atelier de formation des animateurs des caravanes	1	2 500 000	2 500 000	
Caravanes d'information	8	3 000 000	24 000 000	
Sous-total 1				86 000 000
3.2 LOCATION VEHICULES ET CARBURANT				
Désignation	Km	Prix U	Coût	Observations
Ateliers régionaux		3 000 000	3 000 000	
Ateliers départementaux		2 500 000	2 500 000	
Caravanes Axe Maradi-Zinder-Diffa	3 000	750l X 679	509 250	
Caravanes Axe Agadez-Tahoua	2 000	500l X 679	339 500	
Caravanes Axe Tillabéry-Dosso	600	150 X 679	101 850	
Sous-total 2				6 451 155
TOTAL 1 + 2				92 451 155

3.3 MISSIONS EXPERTISE

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant	Observations
Ateliers régionaux	2 pers	500 000	1 000 000	
Ateliers départementaux	2 pers.	500 000	1 000 000	
Caravanes d'information	2 pers.	500 000	1 000 000	
TOTAL				3 000 000

COUT DES INDICATEURS

RUBRIQUES	DESIGNATION	PRIX UNITAIRE	MONTANT
Supports écrits			
Conception des outils de communication	-Encarts de messages publicitaires d'une ½ page dans 10 journaux	80 000	800 000
	500 cartons d'invitation et programmes manifestations		300 000
	-1500 exemplaires du guide de communication sur la paix, la tolérance et le pardon	3 000	4 500 000
	-500 exemplaires du guide d'information destiné aux médias	3 000	1 500 000
	8 fiches thématiques	50 000	400 000
sous total 1			7 500 000
Supports radiophoniques			
	-3 pièces théâtrales en français et en langues nationales	500 000	1 500 000
	-3 débats radios en français et en langues nationales	500 000	1 500 000
	-3 émissions thématiques à diffusion régionale	250 000	750 000
	-Production de deux spots et diffusion sur les radios communautaires des zones pastorales	200 000	400 000
sous total 2			4 150 000
Supports audiovisuels			
	-6 spots (15') en langues nationales	250 000	1 500 000
	-3 débats en français et en langues nationales	600 000	1 800 000
	- projection de film lors de la caravane (en langues nationales)	500 000	500 000
sous total 3			3 800 000
Communication de proximité			
	Réalisation d'une chanson à thème en langues nationales et français, à diffusion nationale	500 000	1 000 000
	-Réalisation de 2 chansons à thème en hausa et kanuri, à diffusion régionale	500 000	1 000 000
	-Réalisation de 2 pièces théâtrales à thèmes en langues nationales	1 000 000	2 000 000
	-Réalisation de 3 sketches et/ou saynètes en langues nationales	500 000	1 500 000
sous total 4			5 500 000
Dérivés de communication			

	-Production de 1 00 cassettes audio	1 000	10 000
	-Confection de 3 000 affiches	2 000	600 000
	-Impression de rouleaux de pagnes Confection de tee-shirts		5 000 000
	-Confection de banderoles (3)	25 000	75 000
	Information et supervision		250 000
	- Journées de communication avec les médias		250 000
sous total 5			6 185 000
<i>Déploiement caravane</i>			
Préparation et déploiement des caravanes dans les 6 départements-cibles	- lancement officiel de la caravane à Niamey		2 500 000
	- Couverture médiatique <i>ORTN + Le Sahel</i> (chefs-lieux départements)		2 000 000
	- Animations culturelles et caravanes (par 6 départements)/lancement		6 000 000
sous total 6			10 500 000
TOTAL SOUS TOTAUX 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6			37 635 000

DEUXIEME PARTIE

ENQUETE SUR LA COMMUNICATION DU HACP, DEPOUILLEMENT INTERPRETATION DES RESULTATS ET PROPOSITION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION

9. APPROCHE METHODOLOGIQUE ET CONDITION DE REALISATION DE L'ENQUETE SUR LA COMMUNICATION A LA HACP

La qualité de notre étude repose sur une démarche participative. Les données et informations proviennent de sources fiables : enquêtes, études, données statistiques.

Le présent chapitre a pour objet de définir l'approche méthodologique adoptée pour atteindre les objectifs tels que décrits dans les termes de référence. Les phases de la démarche que nous proposons ci-dessous permettront, à notre avis, d'atteindre les résultats attendus et de couvrir les différents volets des termes de référence. Notre approche a été régulièrement revue afin d'assurer une fiabilité continue et meilleure en fonction de l'avancement de la mission lors des travaux.

L'étude a été réalisée en trois (3) grandes phases successives et interdépendantes :

- PHASE PREPARATOIRE
- PHASE DE TERRAIN
- PHASE DE BUREAU

Chaque phase comporte des étapes.

9.1. PHASE PREPARATOIRE

9.1.1. Entretien d'approfondissement et de compréhension de la mission.

L'équipe de la mission, au cours de cette étape, a eu un entretien avec le responsable de la communication de la HACP.

Ce volet nous a permis notamment de :

- Mieux comprendre les activités à entreprendre et formuler certaines hypothèses;
- Valider et harmoniser notre compréhension des objectifs, contenu des travaux à réaliser et des résultats de la mission;
- Définir avec plus de précision, les attentes des commanditaires de la mission.

9.1.2. Revue documentaire

Afin d'appréhender les aspects liés à cette étude, le Consultant a pris connaissance du contenu des différents documents y relatifs qui sont disponibles au niveau de la HACP.

En plus de ce fonds documentaire, la mission a consulté d'autres documents disponibles ayant trait à l'étude au niveau des différentes structures de la capitale.

Ces différents documents ont été analysés et synthétisés pour les besoins de l'étude. Le Consultant a sélectionné les informations pertinentes et les a présentés sous une forme adaptée aux besoins de l'étude.

L'inventaire des documents consultés est présenté dans la partie bibliographique.

9.1.3. Prise de contact de terrain

Il est important de souligner que l'équipe de consultant qui a été en charge de cette étude connaît certaines régions de l'étude. Le consultant a fait diverses prises de contact de terrain dont le but est de :

- Avoir un premier contact avec les différents groupes cibles à rencontrer avant la période de collecte de données ;
- Etablir des relations de confiance entre le Consultant et les différents responsables des structures intervenants dans la consolidation de la paix ;
- Recueillir des informations devant permettre de faire un planning de terrain cohérent ;
- Prévoir des difficultés éventuelles dès le démarrage de la collecte des données sur le terrain et proposer des actions correctives ;
- Orienter la méthodologie en tenant compte des réalités du terrain.

9.1.4. Elaboration des outils de collecte de données

Deux types d'outils ont été adoptés, à savoir les fiches d'enquêtes quantitatives pour la collecte des données quantitatives et des fiches d'enquêtes qualitatives (les guides d'entretiens semi structurés ou de focus groups).

9.1.5. Echantillonnage

▪ Echantillonnage des groupes cibles

Un échantillon raisonné des différents acteurs ci-dessous mentionnés a été tiré dans le cadre de cette mission. Ils ont été choisis dans les groupes cibles suivants :

- Citoyens
- Autorités administratives
- Leaders religieux
- Leaders d'opinion
- Responsables du HACP

9.1.6. Réunion de synthèse

Une réunion de synthèse, a eu lieu à la fin de la prise de contact de terrain. Elle a permis d'arrêter les lignes directrices qui doivent être observées lors des travaux de terrain. Cette réunion de synthèse a permis de discuter sur les outils de collecte et l'échantillonnage proposés.

9.1.7. Recrutement, formation des enquêteurs et contrôleurs (Superviseurs) et constitution des équipes.

Cette partie de la méthodologie a permis de former les enquêteurs qui appuieront les experts sur le terrain pour :

- une meilleure compréhension des termes de référence avec analyse approfondie des points essentiels;
- une prise de contact avec les instruments de saisie des données;
- une étude des techniques de collecte des informations;
- un test de simulation (test de remplissage des questionnaires).

A la fin de la formation, la mission a élaboré un plan de déploiement des enquêteurs et le calendrier des enquêtes. Ainsi, les bases de la composition des équipes ont été jetées avec l'organisation et le système de contrôle à mettre en place.

9.2. PHASE DE TERRAIN

Il s'agit des travaux d'enquête proprement dits qui ont été exécutés sur le terrain. L'objectif poursuivi ici est de compléter les informations existantes par des informations susceptibles d'éclairer les décisions, mais non disponibles. La démarche consiste à procéder à des enquêtes directes sur le terrain. Ainsi, cette phase de collecte des données s'est appuyée sur les éléments des TDR qui définissent deux axes à savoir : une enquête quantitative et une enquête qualitative.

9.2.1. Enquête quantitative

L'enquête quantitative a été organisée autour des techniques suivantes :

▪ Collecte des données statistiques

C'est une technique qui a permis à la mission de collecter les données existantes sur la consolidation de la paix, et faire un rapprochement avec les données collectées sur le terrain.

▪ Sondages et tests d'opinion

- En vue de compléter les données, la mission a procédé à des sondages auprès d'un échantillon raisonné des Citoyens des autorités administratives des leaders religieux des leaders d'opinion.

- **Administration des questionnaires**

Cette technique a permis aux différents acteurs de s'exprimer sur la consolidation de la paix.

9.2.2. Enquête qualitative

L'enquête qualitative s'est appuyée sur les techniques suivantes :

- **Entretiens de focus-group**

C'est une technique qui a permis de collecter des informations nécessaires auprès des acteurs.

- **Entretiens d'approfondissement**

A partir de cette technique, la mission a approfondi certains points que les membres des différents groupes n'ont pas eu le courage d'évoquer au cours des entretiens de focus-group pour certaines raisons. Somme toute, il s'agit de disposer des informations complémentaires pour une bonne analyse.

- **Observation participative**

C'est une technique de l'approche qualitative qui a conduit les consultants à apporter une appréciation sur le sport et l'athlétisme en particulier et d'en faire une analyse comparative. D'une manière générale, un accent particulier a été mis sur l'approche participative pour permettre aux acteurs d'exprimer leurs opinions.

9.2.3. Entretiens spécifiques avec les acteurs institutionnels

La mission a eu des entretiens avec des acteurs institutionnels et d'autres partenaires impliqués dans cette problématique. Il s'agit des ONG qui militent pour la paix.

9.2.4. Organisation de la mission sur le terrain

La mission a eu trois réunions de coordination avec l'équipe de travail sur le terrain pour le suivi, le cadrage et la gestion des enquêtes de terrain :

- a) La première en début de mission : séance de travail de cadrage ;
- b) la seconde en cours de mission : appréciation de l'évolution des travaux de terrain avec la possibilité d'orientation et d'amélioration des guides d'entretien et des fiches techniques, bref exposé des résultats intermédiaires et les premières tendances ;
- c) la dernière en fin de mission de terrain pour évaluer l'ensemble des travaux sur le terrain et tirer les premières conclusions de la mission.

9.3. TRAVAUX DE BUREAU

Ce sont les étapes de dépouillement, de traitement et d'analyse de données d'une part et de rédaction de rapport d'autre part.

9.3.1. Dépouillement, Traitement et Analyse des données collectées

Ce volet de l'approche méthodologique comporte trois (3) sous-volets.

- **Vérification et validation des données collectées**

On a apprécié la conformité des travaux de collecte et l'arrangement méthodique des données. Ces données lorsqu'elles sont jugées suffisantes sont retenues pour le dépouillement ; dans le cas contraire elles sont déclassées.

- **Dépouillement et traitement**

Au niveau des enquêtes quantitatives, le dépouillement des outils de collecte, la compilation et les traitements des données ont été faits à l'aide d'un logiciel et parfois manuellement. Des tableaux ont été établis en fonction de la synthèse des informations recherchées. Au niveau des enquêtes qualitatives, le dépouillement des outils de collecte, la compilation et les traitements des données ont été faits manuellement.

- **Analyse et interprétation des données**

La mission a analysé et interprété les données obtenues suivant les résultats à obtenir.

9.3.2. Elaboration de rapports

- **Elaboration de la première version du document provisoire**

Les résultats des enquêtes quantitatives et qualitatives avec les groupes cibles susmentionnés et l'exploitation de la documentation disponible sont présentés sous une forme adaptée et compréhensible pour tous. Ils ont servi à la rédaction du rapport provisoire dont les analyses ont permis de cerner les indicateurs mentionnés dans les TDR

10. DEPOUILLEMENT ET INTERPRETATION DES RESULTATS

10-1. Les populations enquêtées

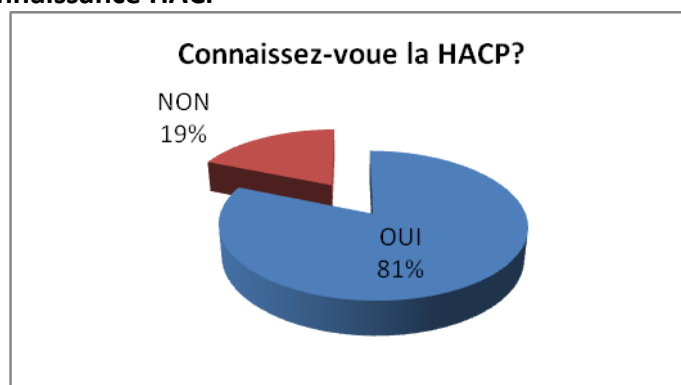
Notre enquête a touché 100 personnes de toutes les huit régions du Niger. Sur les 100 fiches, 85 ont été considérées valables. Les quinze autres ont été déclassées. Dans les bonnes réponses ont compte 29 leaders religieux et d'opinion, 24 de la société civile et 32 responsables administratifs et citoyens. Aussi par précaution et afin de disposer des informations susceptibles d'améliorer la qualité des informations le champ du questionnaire a été étendu à toutes les huit régions du pays (Agadez, Diffa, Dosso, Maradi, Niamey, Tahoua, Tillabéry et Zinder).

Au demeurant, compte tenu du nombre des personnes interviewées (100), les résultats de l'enquête ne peuvent être extrapolés à l'ensemble du pays. Cependant, les informations collectées peuvent permettre de donner un précieux outil d'aide à la décision.

Notre première question avait trait à la connaissance de la HACP. Si 81% des personnes enquêtées disent connaître la HACP et 19% non.

Question : *Connaissez-vous la Haute Autorité à la Consolidation de la Paix ?*

Graphique N°1 : connaissance HACP



A la lumière du graphique ci-dessus nous remarquons que huit nigériens sur dix des zones de l'enquête connaissent le HACP. C'est à notre avis un grand atout.

Pourtant, 68,8% des personnes enquêtées affirment ne pas connaître les activités que mène l'institution ;

d'où l'existence d'un déficit d'information. Par ailleurs 59,4% ont trouvé peu efficace la communication de la HACP ?

Question : *Que pensez-vous qu'il faille faire pour que vous soyez mieux informer sur les activités de la HACP ?*

Tableau N°1 : activités de communication de la HACP

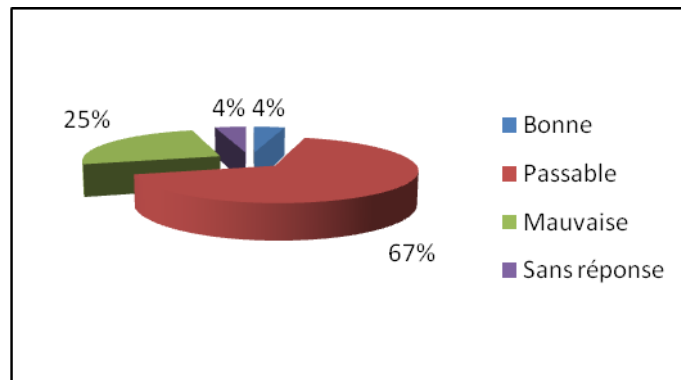
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Editer un journal	2	6,3	6,3	6,3
Diffusion radio TV	10	31,3	31,3	37,5
Informer, sensibiliser, expliquer	15	46,9	46,9	84,4
Décentraliser le Haut Commissariat	5	15,6	15,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

A la lecture du tableau ci-dessus, 46,9% des interviewés pensent que pour mieux informer la population, il faut aller vers elle pour mener une campagne c'est-à-dire l'informer, lui

expliquer afin qu'elle comprenne la mission, les objectifs et la philosophie de la HACP. 31,3% estiment qu'il faut utiliser le canal des médias pour atteindre la population.

Question : comment trouvez vous la communication de la HACP

Graphique N°2 : communication HACP



Dans le tableau précédent nous remarquons que 67% des enquêtés trouvent la communication de la HACP passable et que 25% la trouve mauvaise. Cette situation s'explique par le fait que les messages conçus par la haute Autorité ne semblent pas adaptés aux publics cibles.

Question : Quelles propositions vous faites pour améliorer la communication de la HACP ?

Tableau N°2 : qualité communication HACP

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Elaborer un plan de communication	3	12,5	12,5	12,5
Recourir aux médias	5	20,8	20,8	33,3
Actions de sensibilisation vers tous les acteurs	10	41,7	41,7	75,0
Structures décentralisées	2	8,3	8,3	83,3
Contact direct avec la population	2	8,3	8,3	91,7
Utiliser les leaders d'opinion	2	8,3	8,3	100,0
Total	24	100,0	100,0	

Le tableau ci-dessus est éloquent. 41,7% des enquêtés estiment qu'il faille mener des actions de sensibilisation vers tous les acteurs. 20,8% sont pour le recours aux médias et 12,5% estiment que seul un plan de communication peut améliorer la communication de la HACP.

11. DIAGNOSTIC DES ACTIVITES DE COMMUNICATION DE LA HACP

L'analyse diagnostique des activités de communication dévoile un déficit en communication au niveau de l'institution.

Tableau n°3 : synthèse SWOT de la communication du HACP

<p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apport de solutions innovantes et pertinentes à la consolidation de la paix. - Prise en compte des intérêts des populations - Engagement du personnel. - Forte implication de la HACP dans la lutte pour la paix la tolérance - Implication des régions 	<p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inexistence d'une stratégie de communication. - Ressources humaines insuffisantes - Déficit d'information sur les activités du HACP. - Insuffisance d'outils de communication. - Image institutionnelle pas assez présente
<p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Environnement sociale fragile - Primat de l'intérêt particulier sur l'intérêt général 	<p style="text-align: center;">OPPORTUNITES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Option de prise en compte de l'intérêt de la population - Intérêt marqué des citoyens quant à la paix au Niger - Potentiel d'influence des leaders religieux et traditionnels - Intérêt marqué des acteurs quant aux activités de la HACP - Existence de medias - Potentiel de crédibilité de la HACP dans la zone de conflits.

Au vu du diagnostic les constats suivants se dégagent :

- Le département communication ne fonctionnait comme il convient.
- La HACP ne dispose pas d'une véritable stratégie de communication.
- Les outils de communication connaissent un déficit.
- Pas de site web à la HACP
- Inexistence de connexion Intranet entre les différents départements
- Les outils modernes de communication : téléphone, fax, ordinateur sont insuffisants.
-

11.1. LA VISIBILITE DE LA HACP

Malgré tous les objectifs que vise la HACP, l'institution n'est pas très connue des citoyens, parfois même dans les zones où la HACP intervient. Par conséquent il faut bâtir l'image de la haute Autorité sur l'originalité de son approche et la pertinence des solutions qu'elle apporte.

11.2. FONCTIONALITE DU DEPARTEMENT DE LA COMMUNICATION

Certes, il existe un département de la communication au sein de la HACP. Elle vient d'être réorganisée.

11.3. LA NON APPROPRIATION DES ACTIVITES PAR LES CITOYENS

Certains citoyens pensent encore que les activités menées la HACP ne sont que les affaires de cette institution ou de l'Etat.

12. PROPOSITION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION

Au vu de ce déficit d'information et des problèmes qui découlent, il y a nécessité d'une stratégie de communication. Pour favoriser une participation large et obtenir l'adhésion des populations, les activités spécifiques de communication basée sur la sensibilisation et l'information s'avèrent logiquement nécessaires.

1- Définir des objectifs de communication

De nos entretiens il ressort clairement que % des personnes enquêtées ont trouvé la communication de la HACP passable. L'objectif pour la HACP est celui de faire connaître ses objectifs et sa philosophie.

2- Bien identifier les publics cibles

Certaines personnes avec qui nous avons échangé ont donné l'impression que les activités de communication de la HACP sont une affaire de l'Etat, parce que mal informées. Cette lacune peut être comblée par la HACP à travers des messages adaptés au public cible.

3 - Donner un bon contenu aux messages

Le contenu d'un message se fait en fonction de la cible. Si le message est mal conçu où le contenu ne répond pas aux attentes des destinataires, il peut engendrer des conséquences catastrophiques.

4 - Choisir des formes appropriées pour les messages

A la lumière des échanges avec nos interlocuteurs, la communication de masse peut jouer un rôle prépondérant. Toutefois Il est capital de donner aux différents messages une forme souple et agréable, facile à la compréhension.

D'autres circuits interpersonnels peuvent être utilisés : ateliers, réunions, consultations publiques, visites sur le terrain.

5- Aller vers les meilleures sources d'information

Les populations ignorent parfois ce qui se passe à côté d'elles. Or la population ne peut s'engager pour une action dont elle ne connaît pas l'objectif. La HACP doit s'ouvrir au public afin de leur expliquer la finalité des actions qu'elle mène au Niger. Dans ce cas il faut choisir les personnes les mieux indiquées pour apporter des messages crédibles au public cible.

6- Choisir les canaux appropriés de diffusion

Certes les médias de masse tels la radio, la télévision tiennent une bonne place dans la diffusion de l'information. Cependant il ne faut non plus négliger les circuits interpersonnels qui peuvent être d'une efficacité indubitable. Pour atteindre le public cible, le choix du canal est important. Toutefois ce canal doit être adapté au public cible.

7- Prévoir un budget conséquent

La mise en œuvre d'une stratégie de communication pour la consolidation de la paix, de la tolérance n'a pas de prix. Il faut y mettre les moyens nécessaires.

13. LES GRANDS AXES STRATEGIQUES DE LA COMMUNICATION

Ces axes ont été identifiés suite à nos enquêtes. Après ce diagnostic nous avons pu identifier trois grands axes dont la communication est une des solutions aux différents problèmes de la HACP.

13-1. AMELIORATION DE LA VISIBILITE DE LA HACP

Au regard des résultats de nos entretiens avec les responsables de la HACP, il ressort que le manque de visibilité de l'institution est lié à trois principaux facteurs :

Le facteur structurel :

Le département communication n'est pas bien structuré. Les tâches de ces animateurs doivent être bien distinctes (relation publique, relation avec la presse etc.)

Le facteur renforcement de capacité :

Peu ou pas de gens sont formés en communication pour assurer les activités de communication à la HACP.

Le facteur suivi et évaluation :

Il manque de programmes spécifiques relatifs au suivi et à l'évaluation de l'aspect communication

13-2. AMELIORATION DU SYSTEME DE COMMUNICATION

Les citoyens ne sont pas suffisamment informés sur les différentes activités de la HACP. Ce déficit se justifie par la méconnaissance, le manque de contact avec la population. L'information entre la HACP, et ses partenaires se fait surtout à travers des canaux formels (réunions, ateliers, correspondances, téléphones, visites). Cette communication doit se développer dans les deux sens afin de mieux partager les informations.

Les activités consacrées à la communication sont faibles et ne représentent pas grand-chose dans le volume de l'ensemble des programmes de la HACP. Par conséquent l'impact de la communication reste limité. L'organisation d'ateliers, de réunions en vue d'expliquer les objectifs, la philosophie du projet et partager des informations et des expériences s'impose. Il sera question de bâtir l'image de la HACP par la diffusion d'informations de qualité.

13-3. PROMOTION D'UNE NOUVELLE CITOYENNETE

Les populations sont habituées à recevoir de l'aide dans une situation d'attente. Elles n'ont pas encore compris que les bailleurs de fonds se retireront un jour, et que les populations sont appelées à s'approprier les activités.

Par la sensibilisation, l'organisation d'atelier les activités de communication contribueront à un changement de comportement des populations, mieux à une appropriation des activités par les bénéficiaires. Il s'agira de renforcer le sentiment d'appartenance à une même communauté, de promouvoir la nécessité de la primauté de l'intérêt général sur l'intérêt personnel.

13-4. LE SUIVI ET L'ÉVALUATION DES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

Il est indispensable de mettre en place un dispositif organisationnel pour un bon suivi des activités de communication :

- Moyens pour la mise en œuvre des activités
- Formation des ressources humaines
- Mise à disposition des ressources matérielles et financières
- Le suivi régulier des activités de communication

14. IDENTIFICATION DES PRINCIPALES ACTIVITES DE COMMUNICATION POUR LA PAIX, LA TOLERANCE ET LE PARDON

Tableau n° 4 : activités visibilité HACP

ACTIVITES	DENOMINATION
Activité 1	Atelier de validation de la stratégie de communication
Activité 2	Atelier d'information sur les objectifs, la démarche et la philosophie de la HACP,
Activité 3	Réalisation d'un documentaire TV en haoussa, zarma et français sur les activités de la HACP
Activité 4	Création d'un site Web de la HACP
Activité 5	Edition d'un prospectus (dépliant) sur les objectifs et les activités de la HACP
Activité 6	Production et fixation de panneaux d'identification sur les sites de la HACP
Activité 7	Organisation de voyage d'études pour certains citoyens dans d'autres pays
Activité 8	Organisation visites d'échanges interrégionales
Activité 9	Edition d'un bulletin annuel des activités de la HACP
Activité 10	Projections dans les quartiers du film documentaire sur les activités de la HACP
Activité 11	Rédaction rapports annuels d'activités de communication de la HACP
Activité 12	Suivi et évaluation des activités de communication de la HACP

Tableau n°5 : activités amélioration système communication HACP

ACTIVITES	DENOMINATION
Activité 1	Formation des agents de la HACP en techniques de communication
Activité 2	Production d'émissions radios en H et Z relatives à la paix
Activité 3	Organisation de débat en langues nationales sur la consolidation de la Paix
Activité 4	Prêche des religieux afin d'inviter la population à cultiver la Paix
Activité 5	Implication des fadas et des femmes aux activités de sensibilisation sur la paix
Activité 6	Organisation de soirée récréative avec pour thème la paix, la parenté à plaisanterie.
Activité 7	Reproduction des émissions de sensibilisation sur CD pour distribution et vulgarisation dans les communes et villages.

Tableau n° 6 activités nouvelle citoyenneté

ACTIVITES	DENOMINATION
Activité 1	Recenser les organisations citoyennes qui militent pour la paix
Activité 2	Tenir des consultations publiques ou réunions périodiques avec les ONG sur la paix
Activité 3	Informers les citoyens sur les activités de la HACP à travers l les fadas
Activité 4	Organiser des ateliers de formation sur le civisme par la cellule communication de la HACP

15. PLAN DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

Tableau n° 7 : visibilité de la HACP

N°	OBJECTIF	ACTIVITES	PUBLIC CIBLE	CONTENU MESSAGE	SOURCES MESSAGE	CANAUX DIFFUSION	FORME MESSAGE	PERIODE	RESULTATS ATTENDUS	RESPONSABLES
1	Atelier de validation de la stratégie de communication	Atelier	Partenaires HACP	Explication de la stratégie	Consultant	Atelier	Interpersonnelle	Un jour	La stratégie de communication est validée	Cellule Com HACP
2	Atelier d'information sur les objectifs, la démarche et la philosophie de la HACP,	Atelier	Citoyens	Objectifs et philosophie de la HACP	H A C P	Atelier	Interpersonnelle	2012	La démarche, les objectifs et la philosophie de la HACP sont connus.	Cellule Com HACP
3	Réalisation d'un documentaire TV en haoussa, zarma et français sur les activités de la HACP	Tournage de documentaire	Citoyens et partenaires	Objectifs, démarche et philosophie et activités de la HACP	H A C P	Radio TV	Magazine Documentaire	2012	Documentaire sur les activités du PDIL réalisé.	Cellule Com HACP
4	Création d'un site Web de la HACP	Information du public	Partenaires et Citoyens	Toute information utile	H A C P	Internet	mail	2012	Un site Web de la HACP est créé	Cellule Com HACP
5	Edition d'un prospectus (dépliant) sur les objectifs et les activités de la HACP	Reportages et témoignages	Partenaires et Citoyens	Activités de la HACP	H A C P	Distribution gratuite	Magazine (Journal)		Six revues semestrielles sur les activités de la HACP sont éditées	Cellule Com HACP
6	Production et fixation de panneaux d'identification sur les sites de la HACP	Fabrication de panneaux	Populations Partenaires	Sigles du projet et informations utiles	H A C P	Panneaux	Ecriture	2012	Des panneaux d'identification de la HACP sont produits et fixés dans les zones d'intervention de la HACP	Cellule Com HACP
7	Organisation de voyage d'études pour certains citoyens dans d'autres pays	Visite	Acteurs pour la paix	Echanges et témoignages	H A C P	Visite	Echanges	Une fois l'an	Voyages d'étude pour les citoyens dans d'autres pays organisés	Cellule Communication HACP
8	Organisation visites d'échanges inter-régionales	visite	Personnel HACP	Contact sur le terrain et échanges	H A C P	visite	Constater de visu	Une fois l'an	Visites inter régionales organisées	Cellule Com HACP

9	Edition d'un bulletin annuel des activités de la HACP	Réalisation	Public	Bilan des activités du projet	H A C P	Journal	écrit	Une fois l'an	Un bulletin sur les activités de la HACP est édité	Cellule Com HACP
10	Projections dans les quartiers du film documentaire sur les activités de la HACP	Diffusion	Public	Activités de la HACP	H A C P	Cinéma numérique ambulant	Film vidéo	Une fois l'an	Le film documentaire sur les activités de la HACP L est largement diffusé	Cellule Com HACP
11	Rédaction rapports annuels d'activités de communication de la HACP	rédaction	public	Activités de la HACP	H A C P	Distribution	écrit	Tous les ans	Les rapports d'activités annuels de la HACP sont rédigés	Cellule Com HACP
12	Suivi et évaluation des activités de communication de la HACP	Atelier	Partenaires		H A C P			Tous les ans	Le suivi et l'évaluation des activités de communication de la HACP sont effectués	Cellule Com HACP

Tableau n° 8 : amélioration du système communication de la HACP

N°	OBJECTIF	ACTIVITES	PUBLIC CIBLE	CONTENU MESSAGE	SOURCE MESSAGE	CANAL DIFFUSAI-ON	FORME MESSAGE	PERIODI-CITE	RESULTATS ATTENDUS	RESPONSABLE S
1	Formation des agents de la HACP en techniques de communication	Atelier	Le personnel de la HACP	Modules de formation en IEC	formateur	Atelier	Interperson-nelle	2010	Le personnel de la HACP est formé en IEC	H A C P
2	Production d'émissions radios en H et Z relatives à la paix	Réalisation micro programme	Citoyens	Sensibilisation sur la paix	Spécialistes, bénéficiaires	Radio TV	Micro program-me Sketches	Mensuell e	Des émissions en H et Z sur la culture de la paix sont produites	H A C P
3	Organisation de débat en langues nationales sur la consolidation de la Paix	Préparation de débats radiodif-fusés	Citoyens	Appropriation par les populations des activités de la HACP	H A C P Spécialistes Bénéficiaires	Radios locales	Débat	Trimes-trielle	Les débats sur la consolidation de la paix sont organisés	H A C P
4	Prêche des religieux afin d'inviter la population à cultiver la Paix	Prêches sur la salubrité et l'entre-tien des	Les fidèles du quartier	Echanges entre les musulmans	Iman et marabout	Mosquée	Prêche	Tous les mois	Des prêches sont organisés par les religieux pour amener la population à cultiver la	H A C P

		infrastructures							paix	
5	Implication des fadas et des femmes aux activités de sensibilisation sur la paix	Sensibilisation dans les milieux des démunis	Les quartiers pauvres	S'approprier les activités de la HACP	HACP	Fadas, mariage baptême	Echanges	Tous les temps	Les fadas et les et les femmes sont impliqués dans la sensibilisation sur la paix	HACP
6	Organisation de soirée récréative avec pour thème la paix, la parenté à plaisanterie.	Concours annuel	Population des quartiers	Thèmes sur la propreté	Population	Public	Compétition	Tous les ans	Une soirée récréative sur la paix et les parents à plaisanterie est organisée	HACP
7	Reproduction des émissions de sensibilisation sur CD pour distribution et vulgarisation dans les communes et villages.	Sensibilisation de la population	Population	Activités HACP	HACP	Quartier	CD	Tous les ans	Les émissions de sensibilisation sont reproduites sur CD, distribuées dans les communes et villages pour vulgarisation.	HACP

Tableau n°9 : promotion d'une nouvelle citoyenneté

N°	OBJECTIFS	ACTIVITES	P. CIBLE	CONTENU MESSAGE	SOURCE MESSAGE	CANAL DIF	FORME MESSAGE	PERIODICITE	RESULTATS ATTENDUS	RESPONSABLE
1	Recenser les organisations citoyennes qui militent pour la paix	Rencontre	population	Importance de la Paix	H A C P	réunion	Interpersonnelle	annuelle	Les organisations citoyennes qui militent pour la paix sont recensées	H A C P
2	Tenir des consultations publiques ou réunions périodiques avec les ONG sur la paix	Consultation publique	population	Thèmes d'intérêt sur la consolidation de la paix	H A C P	réunion	Interpersonnelle	annuelle	Les consultations publiques et les réunions périodiques avec les ONG sur la paix sont tenues	H A C P
3	Informer les citoyens sur les activités de la HACP par les fadas	Rencontre	Population	—	H A C P	Cellule communication	Interpersonnelle	annuelle	Les fadas ont informé les citoyens sur les activités de la HACP par les fadas.	H A C P
4	Organiser des ateliers de formation sur le civisme par la cellule communication de la HACP	Atelier	Population chefs de quartiers	L'intérêt des services publics sur la consolidation de la paix	Spécialiste	atelier	Interpersonnelle	annuelle	Des ateliers de formation sur le civisme sont organisés par la cellule communication de la HACP	H A C P

16. BUDGETISATION DE LA STRATEGIE

Tableau n°10 : visibilité de la HACP

	ACTIVITE	NBRE	QTE T	PU				TOTAL
N°					Année 1	Année 2	Année 3	
1	Atelier de validation de la stratégie de communication	1		3 000 000	1			3 000 000
2	Atelier d'information sur les objectifs, la démarche et la philosophie de la HACP,	1		4 000 000	1			4 000 000
3	Réalisation d'un documentaire TV en haoussa, zarma et français sur les activités de la HACP	1	1	5 000 000		1		5 000 000
4	Création d'un site Web de la HACP	1		2 000 000				2 000 000
5	Edition d'un prospectus (dépliant) sur les objectifs et les activités de la HACP	1	2 000	500	1			1 000 000
6	Production et fixation de panneaux publicitaire dans les zones d'intervention de la HACP		10	250 000				2 500 000
7	Organisation de voyage d'études pour certains citoyens dans d'autres pays	1	3	2 000 000	1	1	1	6 000 000
8	Organisation visites d'échanges interrégionales	1	3	1 000 000	1	1	1	3 000 000
9	Edition d'un bulletin annuel des activités de la HACP	1	3	3 500 000	1	1	1	10 500 000
10	Projections dans les quartiers du film documentaire sur les activités de la HACP	1	6	250 000	2	2	2	1 500 000
11	Rédaction rapports annuels d'activités de communication de la HACP	1	3	500 000	1	1	1	1 500 000
12	Suivi et évaluation des activités de communication de la HACP	1	3	2 000 000	1	1	1	6 000 000
13	TOTAL							46 000 000

Tableau n°12 : promotion d'une nouvelle citoyenneté

	ACTIVITES	NBRE	QT T	PRIX U				TOTAL
N°					Année 1	Année 2	Année 3	
1	Recenser les organisations citoyennes qui militent pour la paix			500 000				500 000
2	Tenir des consultations publiques ou réunions périodiques avec les ONG de la place sur la paix		3	1000 000	1	1	1	3 000 000
3	Informers les citoyens sur les activités de la HACP par les fadas							2 000 000
4	Organiser des ateliers de formation sur le civisme par la cellule communication de la HACP		3	4 000 000	1	1	1	12 000 000
5	TOTAL							17 500 000

Tableau n°13 : cout global de la stratégie

N°	INTITULE	ESTIMATION
1	ACTIVITES VISIBILITE DU PDIL	46 000 000
2	ACTIVITES AMELIORATION SYSTEME COMMUNICATION	17 700 000
3	ACTIVITES NOUVELLE CITOYENNETE	17 500 000
3	TOTAL GENERAL COUTS ACTIVITES	81 200 000

17. CONCLUSION

Au niveau de la HACP, trois facteurs gangrènent la communication.

- **Le facteur structurel** parce qu'il n'y a aucune structure qui s'occupe des problèmes de communication
- **Le facteur renforcement de capacité** parce qu'il n'existe pas de gens formés en communication pour assurer les activités de communication
- **Le facteur suivi et évaluation** : Il manque une structure spécifique pour le suivi et l'évaluation des activités de communication.

Le constat est que les activités consacrées à la communication sont faibles et ne représentent pas grand-chose dans le volume de l'ensemble des programmes de l'institution. Par conséquent l'impact de la communication reste limité. C'est pourquoi nous avons proposé une stratégie de communication dont les grands axes sont les suivants :

1. Axe visibilité de la HACP
2. Axe amélioration système communication
3. Axe nouvelle citoyenneté

L'étude a révélé que :

- les populations ne sont pas suffisamment informées sur les activités de la HACP.
- il y a une préférence des populations pour les médias de masse tels : la radiodiffusion et la télévision.
- la nécessité de la mise en œuvre rapide et efficace d'une stratégie de communication pour combler ce vide.

L'étude a révélé que huit nigériens sur dix des zones de l'enquête connaissent le HACP.

Pourtant, 68,8% des personnes enquêtées affirment ne pas connaître les activités que mène l'institution ; d'où l'existence d'un déficit d'information. Par ailleurs 59,4% ont trouvé peu efficace la communication de la HACP ?

Par ailleurs, 46,9% des interviewés pensent que pour mieux informer la population, il faut aller vers elle afin de mener une campagne c'est-à-dire : l'informer, lui expliquer afin qu'elle comprenne la mission, les objectifs et la philosophie de la HACP. 31,3% estiment qu'il faut utiliser le canal des médias pour atteindre la population. Toutefois, 41,7% des enquêtés estiment qu'il faille mener des actions de sensibilisation vers tous les acteurs. 20,8% sont pour le recours aux médias et 12,5% estiment que seul un plan de communication peut améliorer la communication de la HACP.

18. RECOMMANDATIONS

1. Travailler avec la société civile, les ONG pour une synergie dans la sensibilisation de la population ;
2. Impliquer les fadas, les leaders religieux et les femmes dans le plaidoyer pour la paix ;
3. Au département communication s'engager pour une mobilisation sociale et un plaidoyer afin que la population s'approprie les activités ;
4. Promouvoir les ateliers de partage et d'échanges entre la HACP, ONG, société civile, et bénéficiaires ;
5. Systématiser le suivi et l'évaluation des activités de communication de la HACP.
6. Associer les populations locales dans la définition des mécanismes appropriés pour la paix, la tolérance ;
7. Associer les femmes dans le processus de pacification