

**LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT  
ÉTUDE DE CAS**

**24**

**Atelier régional bilingue**

**Les méthodologies d'élaboration  
et de mise en œuvre des stratégies sectorielles  
de communication multimédias et des politiques nationales  
de communication pour le développement  
Niamey, Niger, 1-5 avril 2002**

**Etat des lieux de la définition  
et de la mise en œuvre de la politique nationale  
de communication pour le développement**

- **Mali**
- **Burkina Faso**
- **Niger**
- **Guinée-Bissau**



**LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT  
ÉTUDE DE CAS**

**24**

**Atelier régional bilingue**

**Les méthodologies d'élaboration  
et de mise en œuvre des stratégies sectorielles  
de communication multimédias et des politiques nationales  
de communication pour le développement  
Niamey, Niger, 1-5 avril 2002**

**Etat des lieux de la définition  
et de la mise en œuvre de la politique nationale  
de communication pour le développement**

- **Mali**
- **Burkina Faso**
- **Niger**
- **Guinée-Bissau**

**Groupe de la communication pour le développement  
Service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication  
Division de la recherche, de la vulgarisation et de la formation  
Département du développement durable**

**ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE  
Rome, 2002**

Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Tous droits réservés. Les informations ci-après peuvent être reproduites ou diffusées à des fins éducatives et non commerciales sans autorisation préalable du détenteur des droits d'auteur à condition que la source des informations soit clairement indiquée. Ces informations ne peuvent toutefois pas être reproduites pour la vente ou d'autres fins commerciales sans l'autorisation écrite du détenteur des droits d'auteur. Les demandes d'autorisation devront être adressées au Chef du Service des publications, Division de l'information, FAO, Viale delle Terme di Caracalla, 00100 Rome, Italie ou, par courrier électronique, à [copyright@fao.org](mailto:copyright@fao.org)

# TABLE DES MATIÈRES

---

---

<b>Avant propos</b>	<b>v</b>
<b>Introduction générale</b>	<b>1</b>
<b>LE CAS DU MALI</b>	<b>3</b>
Introduction	5
I. Processus d'élaboration de la Politique Nationale de Communication pour le Développement au Mali	7
II. Les atouts et contraintes de la méthodologie d'élaboration de la PNCD au Mali	15
III. Etat de mise en œuvre de la PNCD au Mali	19
IV. Quelles leçons tirer de la méthodologie et de la mise en œuvre de la PNCD au Mali	23
V. Recommandations à l'endroit des pays intéressés à l'élaboration d'une PNCD	25
Conclusion	27
<b>LE CAS DU BURKINA FASO</b>	<b>29</b>
Introduction	31
I. Processus d'élaboration de la PNCD au Burkina Faso	33
II. Atouts et contraintes de la méthodologie d'élaboration de la PNCD au Burkina Faso	43
III. Processus de mise en œuvre de la PNCD	49
IV. Quelles leçons tirer de la méthodologie d'élaboration et de mise en œuvre de la PNCD	51
V. Recommandations aux pays intéressés à l'élaboration d'une PNCD	53
Conclusion	57
<b>LE CAS DU NIGER</b>	<b>59</b>
Introduction	61
I. Processus d'élaboration de la PNCD au Niger	63
II. Atouts et contraintes de la méthodologie de l'élaboration de la PNCD	65
III. Mise en œuvre de la PNCD	69
IV. Leçons apprises	71
V. Recommandations	73
Conclusion	75
<b>LE CAS DE LA GUINÉE-BISSAU</b>	<b>77</b>
Introduction	79
I. Processus d'élaboration de la PNCD	83
II. Objectifs de la stratégie de communication du bureau régional	85

III. Potentialités et facteurs limitants	89
IV. Programme d'action de mise en œuvre de la PNCD	91
V. Méthodologie de mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement	93
V. Contribution et soutien du gouvernement de Guinée-Bissau	95
VII. Processus de mise en œuvre de la PNCD	97
VII. Atouts et contraintes de la méthodologie d'élaboration de la PNCD	101
IX. Recommandations à l'endroit des pays intéressés à l'élaboration d'une PNCD	103
X. Quelles leçons tirer de la méthodologie d'élaboration et de mise en œuvre de la politique nationale de communication?	105
Conclusion	107

# AVANT PROPOS

---

Le Service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication de la FAO (SDRE), en organisant à Niamey au Niger, un atelier régional sur les méthodologies de définition et de mise en œuvre des politiques nationales et des stratégies sectorielles de communication pour le développement, a visé deux objectifs majeurs: renforcer l'impact de ses interventions au sein de la Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) et rendre disponibles les méthodologies élaborées et éprouvées sur le terrain dans le domaine des politiques et des stratégies de communication.

Car en effet, c'est au sein des pays membres de la CEDEAO que la plupart des expériences que la FAO a menées se sont déroulées: Mali, Guinée Bissau, Cap-Vert, Burkina Faso et Niger; il nous a semblé tout à fait logique de sensibiliser les autres pays de cet aire géographique, riche de 15 pays et de 230 000 000 d'habitants et ce, afin de répondre à des demandes de plus en plus nombreuses en vue de se doter de politiques nationales de communication.

Les autres pays membres ont ainsi pu être informés des avancées, des contraintes de la part de ceux qui ont déjà initié l'exercice; ils en ont tiré les leçons qui s'imposent pour réussir l'élaboration de leurs politiques de communication ou de leurs stratégies de communication multimédias dans le cadre des projets et programmes de développement.

Après dix ans d'appui aux pays membres en Afrique francophone et lusophone, le transfert des expériences menées et des leçons apprises s'avérait utile, voire indispensable; cette initiative s'inscrit dans les missions du Service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication: le renforcement des capacités techniques nationales.

En rendant disponibles le savoir et le savoir-faire nécessaires pour la définition et la mise en œuvre des politiques nationales et des stratégies sectorielles de communication pour le développement, la FAO apporte sa modeste contribution à travers les différents manuels et les études de cas (au Mali, en Guinée Bissau, au Burkina et au Niger) issus de l'atelier de Niamey; une contribution aux cadres des institutions gouvernementales et non gouvernementales afin qu'ils puissent mieux concevoir des politiques et des stratégies de communication notamment au service du développement rural durable et de la sécurité alimentaire.



Ester Zulberti  
Chef,  
Service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication

# INTRODUCTION GÉNÉRALE

---

Le Mali a formulé sa politique nationale de communication en 1993, la Guinée Bissau en 1995, le Burkina en 2001 et le Niger en 2002.

De la phase de formulation à celle de la mise en œuvre, plusieurs événements ont marqué heureusement mais parfois malencontreusement, le processus de définition et de mise en œuvre des politiques nationales de communication pour le développement de ces pays.

Les différentes étapes méthodologiques ont parfois du subir des avatars relatifs à des facteurs politiques, financiers, institutionnels et même simplement logistiques.

C'est fort du recul qu'offre le temps à la réflexion que, Cheickna Hamalla Diarra, Francisco Barreto de Carvalho, Serge Théophile Balima et Daouda Diallo, qui ont eu à participer et ou à coordonner les exercices de définition des politiques nationales de communication pour le développement respectivement au Mali, en Guinée Bissau, au Burkina et au Niger, nous livrent ici les leçons et enseignements tirés.

En analysant les atouts et les contraintes qu'ont connu les différentes étapes méthodologiques de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques nationales de communication pour le développement, les quatre auteurs ont fait des suggestions pour les pays qui s'engageraient dans le même processus: quelles précautions prendre? Quels travers éviter?

Par exemple au Mali, la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement s'est faite progressivement; il eut fallu presque dix ans pour réaliser certaines activités; et là encore?

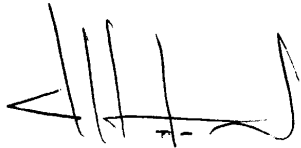
Le chemin qui reste est long à parcourir faute de ressources financières mais surtout à cause de la faible priorité donnée à la communication pour le développement dans les programmes de travail des Gouvernements et des ONG.

En fait, il ne s'agit pas de formuler des projets et d'élaborer des stratégies de développement encore faut-il une réelle volonté politique pour la mise en œuvre de ces programmes. Ce qu'il faut, aujourd'hui, c'est s'engager résolument au niveau national.

Ce n'est qu'ainsi que l'on pourra exploiter les ressources de la communication au service de la santé, de l'éducation, de l'agriculture, de l'alphabétisation, en un mot, au service développement du pays.

Dans chacun des pays, l'élaboration des plans d'action à court, moyen et long terme a été faite; il reste à les mettre en œuvre d'une manière systématique, coordonnée et volontaire.

En intégrant les plans d'action dans les programmes prioritaires des décideurs des acteurs à la base et des partenaires au développement.



Jean-Pierre Ilboudo  
Superviseur technique des projets de définition  
des politiques de communication en Afrique Francophone et Lusophone



# **LE CAS DU MALI**

**par**

**Cheickna H.Diarra**

# INTRODUCTION

---

Le Mali a connu une grave crise économique, financière et politique qui a affecté tous les secteurs de la vie socio-économique du pays, et dont l'aboutissement fut marqué par les troubles sociaux de mars 1991 et l'avènement d'un régime démocratiquement élu.

La crise n'a pas épargné le secteur de la communication qui non seulement a vu ses moyens diminuer mais a été remis en cause du fait de l'utilisation unilatérale que l'on en faisait: imposition de mots d'ordre et d'autres consignes du parti unique et du régime en place par les moyens de communication presque exclusivement contrôlés par l'Etat.

Cette forme verticale de la communication interdisant tout échange, toute discussion, toute concertation, a conduit la population, notamment la grande majorité paysanne, à se désintéresser de toute action gouvernementale. Le monde rural se sentait étranger au développement imposé et refusait sa collaboration, lorsqu'elle lui était demandée.

Les opérations de vulgarisation, du fait des méthodes utilisées, perdaient toute crédibilité. Tous ces aspects négatifs ont été soulignés par les états généraux du monde rural organisés par le gouvernement de transition en 1991.

Les nouvelles autorités du Mali, conscientes du rôle et de la place que la communication pour le développement peut jouer dans la situation du pays, ont souhaité élaborer une politique nationale de communication pour le développement qui se fonde sur les principes de la démocratie et sur les grandes options du développement socio-économique du pays. C'est ainsi que s'est tenu du 4 au 11 octobre 1993 à Bamako (Mali) dans ce contexte l'atelier de définition d'une politique nationale de communication pour le développement. Cet important atelier, auquel ont pris part près de **130 participants** des différentes institutions et structures de l'Etat, de la société civile, des institutions de recherche et des organismes de la coopération bi et multilatérale, a bénéficié du soutien financier du PNUD et de l'encadrement technique et scientifique de la FAO.

# **I. PROCESSUS D'ÉLABORATION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT AU MALI**

---

## **1. L'ATELIER NATIONAL DE DÉFINITION DE LA PNCD**

L'atelier national de définition de la politique nationale de communication pour le développement du Mali, tenu du 4 au 11 octobre 1993, a abouti à l'adoption d'un document final d'une quarantaine de pages intitulé Politique Nationale de Communication pour le Développement.

L'atelier a regroupé près de 130 participants, représentant différents secteurs d'activité, notamment:

- la Présidence de la République;
- la Primature;
- les Ministères de l'Economie et des Finances, du Budget Porte Parole du Gouvernement, de la Culture et de la Communication, du Développement Rural, de l'Environnement, de l'Education de Base, de l'Hydraulique, de l'Energie et des Mines, de la Santé, de la Solidarité et des Personnes Agées, de l'Administration Territoriale et de la Décentralisation, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et de la promotion des initiatives privées;
- les partenaires de la société civile à travers le CCAONG (Comité de coordination des ONG nationales), l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture et des représentants du monde rural;
- les associations professionnelles de l'information, notamment l'Union Nationale des Journalistes du Mali (UNAJOM), l'Association des Editeurs Privés de Presse (ASSEP), l'Union des Radio et Télévisions Privées du Mali (URTEL);
- les structures de formation, notamment le Centre de Services de Production Audiovisuelle (CESPA);
- les structures de recherche, notamment le CERPOD;
- la coopération multilatérale et bilatérale (Coopération Française, PNUD, FAO, FNUP, URTNA, UICN, UNICEF, OMS, etc.)

L'atelier a bénéficié de la contribution efficace de spécialistes de la communication pour le développement, venus du siège de la FAO, pour l'encadrement scientifique et technique des travaux en commissions.

L'atelier a bénéficié en outre d'une attention particulière des autorités nationales maliennes, comme en témoigne le nombre important de représentants des ministères techniques parmi les participants. Mais surtout, les cérémonies d'ouverture et de clôture de l'atelier se sont déroulées en présence du Ministre d'état de l'Administration Territoriale, représentant officiellement le Premier Ministre, Chef du Gouvernement et du Ministre de la Culture et de la Communication.

Le système des Nations unies était représenté à ces cérémonies par le Représentant du PNUD au Mali, le sous-Directeur général de la FAO et le Représentant de la FAO au Mali.

Au-delà du caractère formel des cérémonies officielles d'ouverture et de clôture, la présence effective (et l'intérêt manifeste apporté à la réussite des travaux) de ces différentes hautes personnalités ainsi que les orientations qu'elles ont bien voulu délivrées dans leurs discours respectifs ont largement contribué à rehausser l'importance et la qualité de l'atelier national, qui a par ailleurs été remarquablement suivi par les participants.

Sur le **plan méthodologique**, les travaux de l'atelier se sont déroulés alternativement en commissions techniques et en séances plénières. Cinq groupes de travail ont été constitués avec les mandats suivants.

### **Mandat du Groupe I: Définition des objectifs de la PNCD et du rôle des intervenants**

- Définir de façon précise ce qu'est la communication pour le développement, pour parvenir à un consensus sur ce concept et " mettre à niveau " les participants
- Définir la mission de la politique nationale de communication pour le développement
- Définir les objectifs de la politique nationale de communication pour le développement (objectifs généraux et spécifiques)
- Identifier les différents intervenants
- Définir le rôle des intervenants.

### **Mandat du Groupe II: Définition du cadre juridico-institutionnel de la PNCD**

- Définir le cadre juridique et institutionnel de la PNCD
- Définir le statut du communicateur du niveau central jusqu'au niveau local
- Définir le statut des structures chargées de la communication pour le développement
- Définir les besoins existants à tous les niveaux de la communication pour le développement
- Définir une structure de coordination efficace et opérationnelle (préciser son mandat ainsi que les moyens financiers et matériels)
- Définir le profil du communicateur pour le développement (statut du personnel)
- Définir le statut futur de la radio rurale et le rôle du comité intersectoriel aux niveaux régional et local.

### **Mandat du Groupe III: Médias et choix technologiques**

- Définir un mécanisme de recherche et de conseil en matière de choix technologique, en fonction des médias au service des différents partenaires au développement
- Définir un mécanisme de suivi permanent des médias dans le but d'une utilisation rationnelle des ressources humaines et matérielles
- Planifier les ressources humaines, financières et techniques
- Déterminer des indicateurs permettant de mesurer l'efficacité du système
- Evaluer le système.

Dans le cadre du mandat qui lui était imparti, le Groupe III a accordé une attention particulière aux médias traditionnels (statut, état de la recherche,

contraintes spécifiques) et fait des recommandations liées à l'utilisation des médias traditionnels dans le cadre de la politique nationale de communication pour le développement.

#### **Mandat du Groupe IV: La formation en communication pour le développement**

- Définir les besoins en formation des agents de terrain dans le domaine de la communication
- Préciser les compétences susceptibles de répondre aux besoins de formation identifiés
- Préciser les besoins de formation des professionnels de la communication en matière de communication pour le développement
- Définir les contenus d'une telle formation
- Identifier les institutions de formation en matière de communication pour le développement (statut et compétences).

#### **Mandat du Groupe V: Axes d'action et stratégies en communication pour le développement**

Trois sous-commissions ont été mises en place pour:

- définir, en matière de stratégie de communication pour le développement, les étapes méthodologiques de planification des activités de communication;
- proposer les axes d'action possible à court, moyen et long termes, dans les différents secteurs (communication institutionnelle, domaine juridique, formation, etc.)

#### **Les séances plénières**

Chaque journée de travail se termine par une séance plénière. Les séances plénières ont pour fonction, d'une part, d'exposer à l'ensemble des participants les travaux issus des groupes de travail, et d'autre part, de valider les principales conclusions et recommandation de chaque groupe. Les conclusions des travaux des groupes sont exposées par le président et le rapporteur de chaque groupe. L'alternance des séances plénières et des travaux en groupes restreints contribue à renforcer le caractère participatif de l'atelier, qui sollicite la contribution effective de chacun des participants.

#### **Les séances de synthèse**

Les séances de synthèse sont prévues et organisées afin de permettre un meilleur suivi des travaux de l'atelier, à la fois au sein des groupes de travail et au niveau des plénières. Elles regroupent généralement les fonctionnaires du siège de la FAO, le consultant principal, les animateurs et les rapporteurs des groupes de travail et le secrétariat de l'atelier. De façon pratique, ces séances de synthèse contribuent à la qualité finale des documents de l'atelier et permettent de respecter le calendrier initial de travail.

## **2. LE PROCESSUS DE FORMULATION**

Le processus de formulation de la politique nationale de communication pour le développement suit les étapes méthodologiques suivantes:

- recrutement d'un consultant international chargé de la rédaction d'un rapport introductif aux travaux de l'atelier. Le rapport introductif présente, en

outre, les résultats, les conclusions et recommandations des études sectorielles des consultants nationaux. Ce document a également pour fonction d'exposer les concepts, d'esquisser les pistes de réflexion et de proposer des recommandations aux participants;

- recrutement d'une équipe multisectorielle de douze experts nationaux chargés de faire l'état des lieux de la communication au Mali à travers les études sectorielles dans les domaines de la radio, la vidéo, la télévision, la presse écrite en français et en langues nationales, les médias traditionnels, les aspects juridiques, les aspects techniques et technologiques, la formation;
- tenue de l'atelier national de définition de la politique nationale de communication pour le développement, impliquant la participation de tous les partenaires du Gouvernement au plan national et des représentants de la coopération bi et multilatérale;

### **Résultats obtenus**

L'atelier de définition de la politique nationale de communication pour le développement a atteint les résultats suivants:

- adoption par les participants d'un document final définissant les objectifs généraux et spécifiques de la politique nationale de communication pour le développement, et comportant les principales recommandations issues des études thématiques et des travaux de l'atelier;
- adoption d'un plan d'action à court, moyen et long termes de mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement;
- identification (au sein du Conseil Supérieur de la Communication) de la structure chargée de la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement;

Le Gouvernement du Mali a bénéficié du concours financier du PNUD et de l'assistance technique de la FAO à travers le projet **TCP/MLI/1357**.

## **3. LA POLITIQUE DE COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT AU MALI**

### **Principes et objectifs de la PNCD**

Les principes généraux de la Politique Nationale de Communication pour le Développement adoptée par le Mali sont:

- instaurer un climat de confiance entre le gouvernement et ses partenaires (internes et externes) en vue d'une action concertée pour le traitement des grandes questions nationales;
- instaurer un cadre au sein duquel tous les acteurs du développement peuvent privilégier le dialogue, la concertation, la transparence et l'équité, conformément aux grandes orientations de la politique nationale;
- servir d'outil de mise en œuvre de la politique de décentralisation;
- intégrer et valoriser la culture et les aspirations des populations maliennes;
- servir de cadre de référence et d'orientation évolutive et flexible, pour tous les partenaires nationaux et les intervenants extérieurs.

**Les objectifs généraux** de la PNCD sont:

- promouvoir la participation de la population à la définition et à la mise en œuvre des grandes orientations du développement du pays, en favorisant un dialogue entre tous les acteurs du développement sur ces actions;
- appuyer les initiatives prises au niveau des communautés de base dans les différents secteurs du développement en favorisant l'échange des informations, des savoirs et des techniques entre ces communautés;
- permettre à tous ceux qui ont la responsabilité de diffuser les informations ou d'introduire des innovations dans les différents secteurs du développement, de disposer des instruments de communication sociale et éducative, leur permettant de le faire dans les meilleures conditions;
- promouvoir, pour tous les intervenants du monde rural, les systèmes de vulgarisation, d'encadrement, de formation et de communication basés sur des stratégies de dialogue, de concertation et de participation plutôt que sur des stratégies de messages verticaux.

En outre, la PNCD doit participer à la consolidation des acquis démocratiques, institutionnels et politiques, y compris la prise de conscience par les citoyens de leurs droits et devoirs, et par l'Etat de ses responsabilités et de son autorité.

**Les objectifs spécifiques** de la PNCD sont:

- contribuer à la mise en œuvre du schéma directeur du secteur du développement rural;
- contribuer à l'émergence d'un cadre législatif permettant le dialogue, la responsabilisation et l'amélioration des rapports entre les pouvoirs publics et le monde rural;
- promouvoir une large diffusion des actions de protection de l'environnement;
- contribuer à la promotion de la femme et de la jeune fille maliennes à travers la valorisation de la femme dans la société et dans les instances de décision, et à la scolarisation systématique des filles;
- contribuer à l'évolution de l'école malienne et à son adéquation aux réalités de la vie;
- contribuer à l'amélioration de la santé des Maliens à travers un appui à la mise en œuvre des programmes nationaux de santé;
- accompagner la mise en œuvre de la politique nationale de population (PNP);
- permettre à chaque Malien d'avoir une connaissance approfondie des questions d'assainissement, d'environnement urbain et d'hygiène;
- promouvoir les initiatives et les actions pilotes, l'expérimentation, la recherche, le suivi et l'évaluation des activités de communication pour le développement;

- encourager et appuyer l'implication des Maliens de l'extérieur dans le processus de l'intégration sous régionale et continentale.

Il apparaît donc que la Politique Nationale de Communication pour le Développement est voulue comme une réponse globale, souhaitée par les autorités maliennes, aux différents défis auxquels la société malienne doit faire face, au sortir de deux décennies de régime autoritaire.

Les aspirations que reflètent les nombreux objectifs visés sont la conséquence d'un contexte de liberté recouvrée. La période de formulation de la PNCD au Mali se caractérise en effet par:

- la faiblesse relative du nouveau régime politique issu des élections de 1992;
- l'émergence d'un fort courant associatif, qui a vu naître et proliférer des milliers d'associations, de groupements socioprofessionnels tant au niveau national qu'au niveau local;
- la brusque montée des revendications de tout ordre (politique, culturel, économique);
- une volonté partagée à différents niveaux de la société malienne de refonder l'Etat, à travers la remise en question des méthodes de gestion des affaires publiques, pour plus d'implication des citoyens dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation des projets les concernant (le premier gouvernement de l'ère démocratique comportera un Ministère de la modernisation de l'administration, et un département chargé de la décentralisation).

La PNCD devait par ailleurs prendre en compte les principaux programmes de développement en gestation ou en cours d'exécution dans le pays, dans le domaine de la santé, du développement rural, de l'école, etc.

## **b. Les mesures de mise en œuvre de la PNCD**

Les mesures de mise en œuvre de la PNCD ont été définies pendant l'atelier de définition de la politique nationale de communication pour le développement. Les participants de l'atelier, soucieux de la mise en œuvre rapide de la PNCD, ont identifié et préconisé les mesures, d'ordre institutionnel notamment, devant permettre de réunir les conditions les meilleures pour que la PNCD puisse être mise en œuvre et atteindre les objectifs définis.

Il s'agit de:

- saisir le Gouvernement pour approbation des conclusions et recommandations relatives à la politique nationale de communication pour le développement;
- publier et diffuser les actes de l'atelier relatifs à la définition de la politique nationale de communication pour le développement;
- mettre en place, à titre transitoire, une commission chargée de la communication pour le développement à la Primature, dont le secrétariat exécutif sera au Ministère chargé de la communication;
- élaborer un plan d'action, en concertation avec les partenaires au développement;
- renforcer les capacités du Centre de Services de Production Audiovisuelle (CESPA), pour lui permettre de jouer pleinement son rôle de leader de la communication pour le développement au Mali.



Il s'agit de doter la politique nationale de communication pour le développement d'une **structure de coordination et de mise en œuvre** disposant de l'autorité suffisante pour que les recommandations et décisions puissent bénéficier de l'adhésion de tous les intervenants, la Commission Nationale de la communication pour le développement agissant sous l'autorité directe du Premier Ministre, chef du Gouvernement.

## **II. ATOUTS ET CONTRAINTES DE LA MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION DE LA PNCD AU MALI**

---

La définition d'une politique nationale de communication pour le développement répond au souci des autorités maliennes de disposer d'un cadre de référence pour tous les intervenants, partenaires intérieurs et extérieurs, du processus de développement du Mali. En même temps, comme déjà souligné, les autorités maliennes souhaitent créer les conditions d'une véritable implication des populations à la base, en inversant les méthodes et pratiques d'identification, de conception, de mise en œuvre et d'évaluation des projets et programmes de développement dont les populations sont bénéficiaires.

**Le Mali a été le premier pays à initier l'exercice d'élaboration d'une politique nationale de communication pour le développement.**

A ce titre, le processus mis en œuvre au Mali inaugurerait les outils qui seront par la suite affinés en Guinée Bissau et au Burkina Faso lors de la définition de la politique nationale de communication de ces pays.

L'analyse des étapes d'élaboration de la PNCD au Mali fait apparaître les différents facteurs favorables et les contraintes qui ont marqué le processus.

### **1. L'IDENTIFICATION DES THÈMES ET DES SECTEURS DE LA COMMUNICATION DEVANT FAIRE L'OBJET D'UNE ÉTUDE DIAGNOSTIQUE**

#### **a) Atouts**

Cette phase n'a pas connu de difficulté particulière. Les différents secteurs d'étude ont fait l'objet de consensus.

Le recrutement de consultants nationaux n'a pas non plus connu de difficultés. Des équipes de recherche ont été constituées - avec deux experts par équipe - pour mener les différentes études.

#### **b) Contraintes**

La principale contrainte est le caractère très général de certaines études qui se sont révélées plus descriptives qu'analytiques, générant des recommandations très générales.

#### **c) Suggestions**

Il convient de s'assurer que tous les consultants font la même lecture des termes de référence des études à réaliser.

L'organisation d'un atelier pédagogique peut être une réponse à cette préoccupation.

## **2. AU NIVEAU DE LA PRODUCTION DU DOCUMENT DE SYNTHÈSE DES ÉTUDES SECTORIELLES**

### **a) Atouts**

Le document de synthèse réalisé constitue pour les participants un document de référence, donnant les orientations générales pour l'atelier national et présentant la situation de chaque secteur de la communication au Mali.

### **b) Contraintes**

Le document de synthèse, souvent sommaire dans sa présentation de l'état des lieux par secteur, a été davantage exploité que les études sectorielles réalisées par les consultants. Ces derniers n'ont pas toujours été mis à contribution de façon efficiente lors des travaux de l'atelier, pour expliciter leurs conclusions et recommandations contenues dans les études sectorielles.

### **c) Suggestions**

Les consultants nationaux devraient être sollicités davantage lors de l'atelier national, dans le cadre des travaux en groupe et des commissions, où leurs conclusions et recommandations doivent être discutées plus en détail.

## **3. AU NIVEAU DE L'ATELIER NATIONAL DE DÉFINITION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

### **a) Atouts**

L'atelier a été relayé par les médias publics (notamment radio et télévision), qui en ont présenté les objectifs et les résultats attendus.

Les autorités nationales ont manifesté une réelle volonté politique quant à l'organisation de l'atelier. Cet intérêt s'est manifesté tout au long des travaux: présence de plusieurs membres du Gouvernement aux cérémonies officielles, assurances affirmées et disponibilité pour donner suite aux recommandations qui seront issues des travaux, etc.

Les partenaires de la coopération bi et multilatérale ont manifesté leur volonté à soutenir l'exercice et se sont fait représenter par des fonctionnaires qui ont pris part aux travaux; c'est notamment le cas de la Coopération Française. Le Sous-Directeur Général de la FAO, M. Alessi, est venu spécialement du siège pour participer à l'atelier.

### **b) Contraintes**

Les principales contraintes sont les suivantes:

- nombre élevé des participants (130), ce qui n'a pas facilité la pleine participation de tous;
- niveau inégal des participants dans la compréhension des questions de communication, et de communication pour le développement en particulier;

- méfiance manifestée par certains fonctionnaires sur les questions de coordination, de planification et d'exécution des activités de communication (notamment de la part de représentants de départements ayant des structures de communication);
- faible participation de représentants du monde rural et choix du français comme langue de travail. Les rares représentants des associations paysannes n'ont pu s'exprimer efficacement (par exemple, un représentant de " ton villageois ", membre du groupe de travail n°3, se faisait traduire les débats en langue bambara pour comprendre et participer).

**c) Suggestions**

- Restreindre le nombre de participants
- Mieux informer en amont les cadres des départements sur les vrais enjeux de l'atelier, pour lever les suspicions et éviter les équivoques sur les objectifs poursuivis par la PNCD
- Prendre en compte les besoins et attentes du monde rural et, de façon plus générale, des populations à la base, en organisant des ateliers régionaux préparatoires à l'atelier national.

### **III - ÉTAT DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT AU MALI**

---

Premier pays à expérimenter l'exercice de formulation d'une politique nationale de communication pour le développement, le Mali a maintenant un recul de plus de six ans lui permettant de faire un bilan quant à cette PNCD.

L'évaluation du processus de mise en œuvre de la politique de communication a fait l'objet d'une première étude initiée par le Ministère de la Communication du Mali, avec le concours du FNUAP, en 1999. Cette étude s'inscrivait dans le cadre des initiatives du Gouvernement du Mali en vue de relancer la politique nationale de communication pour le développement, après un diagnostic sur la réalisation du programme d'actions prioritaires issu de l'atelier national d'octobre 1993. Il s'agissait également de réaffirmer la volonté politique des autorités maliennes en faveur de la PNCD, après une période de léthargie.

L'analyse du processus de mise en œuvre de la PNCD fait apparaître deux phases distinctes: une phase dynamique qui a connu la réalisation d'un certain nombre d'actions concrètes dans le cadre des recommandations issues de l'atelier national; et une seconde phase, caractérisée par la dilution des activités et le manque de coordination.

Ce chapitre présente les actions concrètes réalisées à ce jour, dans le cadre de la mise en œuvre des principales recommandations de l'atelier de définition de la politique nationale de communication pour le développement.

#### **1. MESURES MISES EN ŒUVRE PAR LE GOUVERNEMENT**

- Adoption par le Gouvernement des recommandations de l'atelier national de définition de la politique nationale de communication pour le développement
- Promulgation du décret n°94-329/PM-RM du 20 octobre 1994, instituant auprès du Premier Ministre la Commission de la Communication pour le Développement (CCD) qui regroupe les représentants des pouvoirs publics et de la société civile (associations, ONG, organisations professionnelles). Le secrétariat est assuré par un conseiller technique du Ministère chargé de la Communication nommé par un arrêté du Premier Ministre. Les missions de la CCD sont notamment:
  - l'élaboration et la coordination de la mise en œuvre d'une stratégie intégrée et intersectorielle de communication pour le développement;
  - la proposition de textes législatifs et réglementaires en matière de communication pour le développement;

- la supervision et le contrôle de la conformité des stratégies et des activités sectorielles avec la politique nationale de communication pour le développement;
- l'élaboration d'un répertoire des ressources humaines spécialisées dans les domaines de la formation, de la recherche et de l'élaboration de matériels éducatifs, de la planification, de la création et de l'utilisation du matériel de communication pour le développement.

Le décret de 1994 sera par la suite révisé pour prendre en compte la participation des femmes à la CCD (décret n°96-006/PM-RM, du 11 janvier 1996).

- Mise en œuvre du processus de révision de différents textes juridiques
- Création, au sein du Conseil Supérieur de la Communication, d'une Commission de la Communication pour le Développement.

## **2. MESURES MISES EN ŒUVRE PAR LES PARTENAIRES AU DÉVELOPPEMENT**

- Publication et remise officielle au Gouvernement, par le Ministre de la Culture et de la Communication, de la plaquette intitulée *Politique Nationale de Communication pour le Développement*, contenant les actes de l'atelier national de définition de la politique nationale de communication, et destinée à diffuser les recommandations de l'atelier
- Rencontre, le 7 juin 1994, entre le Représentant de la FAO et le Ministre de la Culture et de la Communication, au cours de laquelle ont été examinées les dispositions prises par le Gouvernement pour l'adoption des textes relatifs à la mise en place de la Commission chargée de la communication pour le développement
- Tenue, le 10 juin 1994, sous la présidence du Représentant Résident du PNUD, coordonnateur du système des Nations Unies au Mali, d'une réunion avec les représentants des différentes agences, pour discuter de ce que le système des Nations Unies peut faire pour contribuer à l'évolution du travail entrepris dans le domaine de la communication pour le développement. La réunion a abouti aux conclusions suivantes:
  - mise en place d'une commission ad hoc chargée de la communication pour le développement;
  - nécessité de prévoir une composante communication dans tous les projets et programmes de développement comme élément capable d'en améliorer l'efficacité et l'impact;
  - poursuite de l'idée de mise en place d'un fonds de soutien à la communication pour le développement, destiné à soutenir le CESP.
- Soutien et promotion du CESP par la FAO, et plus précisément par le Groupe Communication pour le développement, auprès de l'ensemble des agences du système des Nations Unies
- Appui à l'extension de la radio rurale du Mali, à travers notamment le projet Radio Rurale Mali-Sud, avec une contribution financière des Pays-Bas

- Appui de l'UNESCO à l'implantation d'une filière communication pour le développement à la Faculté des Lettres, des Arts et Sciences Humaines (FLASH) de l'Université du Mali. Des ateliers préparatoires à la création de cette filière ont été organisés et financés par l'UNESCO. Un module communication et développement a été dispensé dans le cadre de ces ateliers.
- Contribution de l'UNESCO à la création d'un réseau des communicateurs pour le développement, pour appuyer les projets et programmes de développement dans le domaine de leurs activités de communication et de formation.

### **3. MESURES MISES EN ŒUVRE PAR LES PARTENAIRES INTERNES**

L'atelier de définition de la politique nationale de communication pour le développement a enregistré la participation de représentants des associations, des ONG et des organisations professionnelles, partenaires internes du processus de développement. En dépit du réel intérêt manifesté alors par ces participants, peu d'actions concrètes de mise en œuvre de la PNCD par ces secteurs sont à signaler. Cependant, l'étude diagnostique de relance de la PNCD révèle l'existence de:

- la fonction de communication pour le développement au niveau des ONG et des organismes privés;
- structures (bureaux d'études, centres de formation et de production) mises en place pour exercer cette fonction;
- programmes de communication pour le développement, stratégies de communication pour le développement et souvent plans de mise en œuvre de la stratégie de communication pour le développement;
- budgets de communication pour le développement;
- initiatives, actions et moyens de communication pour le développement (radios communautaires, animations sur le terrain, comités ou groupes d'écoute) impliquant la participation des populations à la base.

L'analyse du processus de mise en œuvre de la PNCD au Mali fait apparaître un certain nombre de facteurs ayant favorablement contribué à l'initiation d'actions concrètes dans le cadre de la PNCD d'une part et, d'autre part, des facteurs qui au contraire se sont révélés des handicaps ayant entravé la mise en œuvre de la PNCD.

#### **Les atouts**

Les atouts dans la mise en œuvre de la PNCD ont été:

- la volonté politique des autorités maliennes qui ont souhaité créer, par la PNCD, un cadre de concertation et de dialogue avec tous les partenaires du processus de développement, et permettre la pleine participation des populations à la prise de décisions les concernant;
- la disponibilité des partenaires de la coopération bi et multilatérale à apporter leur concours à la formulation et à la mise en œuvre de la PNCD;
- l'existence, au Mali, d'une certaine " tradition " de la communication pour le développement, à travers notamment l'expérience de la radio rurale du Mali, l'une des plus anciennes en Afrique francophone;
- l'existence de structures de communication spécialisées dans le domaine de la communication pour le développement (CESPA, CNIESC, radio rurale);

- un environnement démocratique, ouvert et pluraliste.

### **Les contraintes**

Les contraintes dans la mise en œuvre de la PNCD sont les suivantes:

- une certaine instabilité des institutions chargées de la mise en œuvre de la PNCD ou éprouvant des difficultés dans le fonctionnement (Conseil Supérieur de la Communication, fréquents changements de l'équipe gouvernementale);
- absence d'un consensus sur l'ancrage institutionnel de la PNCD. L'atelier a été marqué par des débats sur l'ancrage institutionnel entre représentants de départements ministériels;
- absence de mobilisation des ressources institutionnelles. Le déficit de promotion de la PNCD auprès des différents partenaires au développement (le Mali n'a pas proposé de programme chiffré de mise en œuvre de la PNCD à ses partenaires) a eu pour conséquence l'absence de ressources pour financer la mise en œuvre de la PNCD;
- instabilité institutionnelle ayant pour conséquence une relative perte de la mémoire institutionnelle pour le pilotage et le suivi de la mise en œuvre de la PNCD.



## **IV. QUELLES LEÇONS TIRER DE LA MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION ET DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION AU MALI?**

---

---

Ces leçons sont nombreuses. L'analyse de l'ensemble du processus permet de dégager les principaux enseignements suivants.

1. La définition et la formulation d'une politique de communication pour le développement répondaient à un besoin ressenti par tous les acteurs du développement (Gouvernement, partenaires au développement, société civile).
2. Dans l'exercice de formulation, toutes les parties prenantes potentielles n'ont pas été associées à tous les niveaux (local, régional, national).
3. La dimension genre n'a pas été prise en compte dans la composition des représentations à l'atelier.
4. La PNCD se doit de prendre en compte la décentralisation, pour être en adéquation avec le cadre socio-politique et économique nouveau du pays.
5. La définition du cadre institutionnel a été source de difficultés ultérieures: absence de consensus sur l'ancrage institutionnel, absence de concertation entre les parties prenantes.
6. La faiblesse de la participation du monde rural, des associations et organisations de la société civile a eu pour conséquence le manque d'implication de ces acteurs dans la mise en œuvre de la PNCD et la méconnaissance par eux de la PNCD.
7. Le programme d'activités à court, moyen et long termes adopté par l'atelier n'a pas fait l'objet d'une évaluation des ressources (humaines, matérielles, financières) indispensable à sa mise en œuvre.
8. L'absence de structure de mise en œuvre de la PNCD (pour la coordination et l'exécution des activités) explique la perte de mémoire institutionnelle de la PNCD.
9. Le projet d'appui du PNUD et de la FAO au Gouvernement devait aller au-delà de l'exercice de définition et de formulation de la PNCD, pour inclure une assistance au Gouvernement dans la mise en place de la structure de mise en œuvre: secrétariat exécutif de la Commission de la Communication pour le Développement prévu au niveau du Ministère chargé de la Communication).

## **V - RECOMMANDATIONS À L'ENDROIT DES PAYS INTERESSÉS À L'ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

L'exercice de définition de la politique nationale de communication pour le développement et les difficultés de sa mise en œuvre au Mali incitent à faire les recommandations suivantes, compte tenu des enseignements tirés.

1. L'une des conditions essentielles et indispensables à la réussite de la PNCD est l'affirmation de la volonté politique des autorités nationales à soutenir l'exercice.
2. La définition de la PNCD devra se faire en tenant compte des niveaux local, régional et national. Des concertations seront organisées à ces différents niveaux, pour une réelle implication des populations et garantir leur appropriation du processus.
3. La définition d'une PNCD n'étant pas une fin en soi, il est nécessaire de procéder de façon exhaustive à l'évaluation du programme d'actions, dans le but d'en faire une composante du programme de coopération avec les partenaires au développement. La tenue d'une table ronde des bailleurs de fonds est une étape essentielle pour la mise de la PNCD.
4. Dans une première phase, la mise en œuvre de la PNCD devrait être confiée à une structure de type projet ou programme national de communication pour le développement, chargé de la coordination technique de la PNCD. La commission de la communication pour le développement assurera une fonction d'orientation au plan national. La structure sera de composition légère, mais comportera nécessairement des compétences en suivi évaluation.
5. La Commission de la Communication pour le Développement pouvant se révéler lourde, il pourrait être envisagé la mise en place de comités techniques au niveau sectoriels pour la définition des stratégies sectorielles de communication pour le développement, et la coordination au niveau sectoriel.
6. Il convient de développer des formations à la communication pour le développement adaptées aux différentes cibles: professionnels de la communication, vulgarisateurs, agents de développement et animateurs. Ces formations permettront de constituer une " masse critique " susceptible de conduire les activités de communication pour le développement et d'en garantir la bonne exécution. La disponibilité de ressources humaines en communication pour le développement permet par ailleurs au pays de s'ap-

proprement réellement la PNCD (au niveau de la conception, de la planification de l'exécution, de l'évaluation).

7. Enfin, le partage d'expériences avec les pays ayant déjà défini et mis en œuvre la PNCD (Mali, Guinée Bissau, Burkina Faso, République Centre Africaine et Sénégal) est tout aussi indispensable.

# CONCLUSION

---

En décidant de se doter d'une PNCD, les autorités du Mali avaient souci de " coller " à la réalité du nouveau contexte démocratique dans lequel le pays était entré, après plus de deux décennies de régime dictatorial. Les principes de base de la PNCD se fondent en effet sur la participation consciente et volontaire des populations à la gestion de leur propre développement. La PNCD doit créer les conditions d'un réel dialogue entre partenaires du processus de développement.

Conscientes du rôle déterminant de la communication dans ce processus, les autorités maliennes ont entrepris de procéder à une évaluation de la mise en œuvre de la PNCD. Pour mener à bien cet exercice, le Mali doit bénéficier du concours des partenaires au développement, notamment de la FAO et du PNUD. Les enseignements tirés de la conduite des exercices de formulation de la PNCD dans les différents pays sont un gisement dont le Mali a besoin pour créer les conditions de la relance de " sa " PNCD.

A l'inverse, les leçons tirées de l'expérience malienne confortent les avancées méthodologiques réalisées depuis dans la formulation et la mise en œuvre de la PNCD.

**LE CAS**  
**DU BURKINA FASO**

**par**

**Serge Théophile Balima**

# INTRODUCTION

---

Le Gouvernement du Burkina Faso en collaboration avec les partenaires bi et multilatéraux (Canada, Pays-Bas, PNUD, UNICEF, UNESCO, FNUAB, Union Européenne, etc.) a décidé de définir le cadre de la politique de communication, de préciser les rôles et fonctions des différents moyens et outils de communication et surtout d'élaborer des stratégies sectorielles de communication pour le développement avec des plans d'actions concrets. La coopération néerlandaise et la coopération canadienne en particulier ont exprimé leur intérêt à s'impliquer dans la mise en œuvre d'une politique nationale de communication pour le développement.

C'est dans ce contexte, que le Gouvernement a demandé l'assistance de la FAO, au titre du Programme de Coopération Technique, pour l'aider à définir une politique nationale de communication pour le développement et l'assister dans la formulation d'un plan d'action pour sa mise en œuvre.

L'objectif de l'assistance était d'aider le Gouvernement à: dresser un état des lieux des médias et de la communication pour le développement au Burkina Faso; organiser un atelier national chargé de définir la politique de communication pour le développement; rédiger cette politique nationale de communication assortie d'un plan d'action pour sa mise en œuvre.

Dans ce rapport, cinq points seront développés:

1. un état des lieux de la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement au Burkina Faso;
2. les étapes d'élaboration de la politique de communication pour le développement et, pour chaque étape, les atouts et contraintes rencontrés, ainsi que des propositions qui auraient pu en faciliter l'exécution;
3. le processus de mise en œuvre de la politique nationale de communication tant du point de vue des décideurs, des partenaires au développement (coopération bi et multilatérale) que des acteurs à la base;
4. les leçons méthodologiques dans le processus d'élaboration et de mise en œuvre de la politique;
5. les principales conclusions et recommandations tirées de l'expérience que l'on peut porter à l'attention des pays intéressés par l'élaboration d'une politique de communication pour le développement.

# I. PROCESSUS D'ÉLABORATION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT AU BURKINA FASO

---

---

Le document de politique nationale de communication pour le développement a été adopté au cours d'un atelier national organisé en juillet 2000 à Ouagadougou par une centaine de participants représentant les différents secteurs de l'activité nationale:

- Ministères techniques (santé, agriculture, élevage, communication, présidence, affaires sociales...);
- Institutions publiques et privées;
- Organisations non gouvernementales;
- Associations;
- Structures de formation (CIERRO, CFPI, Département Arts et Communication de l'Université);
- Partenaires au développement;
- Projets de développement;
- Délégués provinciaux.

Cet atelier a connu un bon déroulement en raison d'une conjonction de facteurs favorables:

- les documents de travail ont pu être acheminés à la plupart des participants une bonne semaine avant la date du 24 juillet 2000;
- les travaux en commissions ont pu se dérouler en un seul lieu à l'Association Burkinabé des Cercles de Qualité (ABCERQ) créant des facilités de communication entre les membres des trois commissions réunies dans des salles confortables et fonctionnelles;
- les séances plénières ont été marquées par trois grandes périodes: les moments d'intervention du fonctionnaire du siège sur la définition de la communication pour le développement, la présentation des synthèses des concertations régionales et des études thématiques et sectorielles et enfin l'audition des rapports des commissions.

A chacune de ces trois périodes, les participants se sont montrés intéressés et nombre d'entre eux se sont révélés être des forces de propositions constructives. Les débats, très animés, ont permis d'aboutir à l'adoption du rapport général des travaux après une série d'amendements.

Pour un bon déroulement des travaux, trois commissions ont été créées avec des objectifs et des résultats à atteindre.

## **COMMISSION N° 1 CHARGÉE DE LA FORMATION ET DES BESOINS EN INFORMATION/COMMUNICATION**

### **a) Mission**

La Commission no 1 était chargée d'examiner les résultats et les recommandations issus des concertations régionales en vue d'identifier les besoins en information et communication des populations. Cette commission a également examiné les besoins en formation dans le domaine de la communication pour le développement et débattu des formations à la communication pour le développement intéressant les journalistes et les agents des autres secteurs du développement.

### **b) Objectifs**

- Valider les résultats et les recommandations issus des concertations régionales en termes de besoins en formation pour les intervenants en milieu rural et dans le domaine spécifique de la communication pour le développement
- Valider l'étude sur la formation en communication pour le développement réalisée par les consultants
- Définir la formation dispenser aux animateurs pour qu'ils soient capables de jouer leur rôle de communicateur
- Identifier la structure de formation mettre en place pour répondre aux besoins des institutions, ONG, organisations de la société civile agissant dans le secteur du développement
- Savoir quels supports utiliser pour assurer la formation des populations
- Savoir quels moyens utiliser pour assurer la formation des animateurs, techniciens, associations, ONG et structures de développement
- Rédiger le rapport des travaux de la commission comportant:
  - les besoins exprimés dans le domaine de la formation,
  - les recommandations générales,
  - les recommandations en matière de formation,
  - les actions à mener à court, moyen et long terme dans le domaine de la formation et pour la satisfaction des besoins en information/communication.

## **COMMISSION N° 2 CHARGÉE DES MÉDIAS (NOUVEAUX, MODERNES ET TRADITIONNELS) ET LES NTIC**

### **a) Mission**

Cette deuxième commission a été chargée d'examiner le rôle et la place des médias (nouveaux et traditionnels) dans la politique nationale de communication pour le développement. Elle a eu à débattre de la communication sociale, des missions de service public des médias et des potentialités qu'offrent les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Cette commission a également débattu des thèmes et sujets prioritaires à promouvoir dans les médias et dans la production des outils de communication.



## **b) Objectifs**

- Valider les résultats des études sectorielles et thématiques réalisées sur les médias par les consultants nationaux (nouveaux moyens de communication, outils traditionnels, mass-médias)
- Valider les résultats et recommandations issus des concertations régionales sur les médias publics et privés
- Définir les missions de service public des médias
- Définir les potentialités qu'offrent les NTIC dans le domaine de la communication pour le développement et comment les exploiter en milieu rural
- Examiner les thèmes de communication prioritaires devant faire l'objet de production d'information, de documentaires et d'animation dans les différents médias et supports de diffusion
- Déterminer les moyens à mettre en œuvre pour assurer la production audiovisuelle et presse écrite en faveur du monde rural
- Faciliter l'accès des médias aux différentes composantes de la population
- Savoir comment exploiter les outils de communication traditionnels
- Trouver les voies et moyens d'assurer une meilleure couverture radiophonique et télévisuelle du territoire
- Rédiger un rapport des travaux de la commission comportant:
  - les besoins exprimés dans le domaine des médias et des NTIC,
  - les recommandations générales,
  - les recommandations relatives aux différents médias (modernes, nouveaux et traditionnels),
  - les actions à mener à court, moyen et long terme pour le développement harmonieux des médias au service de la communication pour le développement rural.

## **COMMISSION N° 1 CHARGÉE DES RÉFORMES JURIDIQUES ET INSTITUTIONNELLES**

### **a) Mission**

Cette troisième commission était chargée d'examiner l'avant projet de politique et les axes d'orientation du plan d'action. Elle a eu à débattre des réformes institutionnelles et juridiques et des rôles, missions, fonctions de la politique nationale de communication pour le développement au Burkina Faso.

### **b) Objectifs**

- Valider l'étude sur la réformes juridiques et institutionnelles réalisée par les consultants
- Valider les résultats et recommandations issus des concertations régionales
- Examiner l'avant-projet de politique nationale de communication pour le développement élaboré par la coordination nationale

- Examiner les axes d'orientation pour les actions à mener dans la mise en œuvre du projet
- Proposer une structure institutionnelle chargée du suivi-évaluation et de la coordination des activités de mise en œuvre
- Proposer une instance multisectorielle chargée du suivi-évaluation des activités de mise en œuvre
- Proposer les réformes juridiques et réglementaires susceptibles de développer l'initiative privée et la participation des communautés de base aux projets et activités de développement au niveau local, régional et national
- Définir un cadre juridique pour la régulation des médias et pour l'expression libre des citoyens, des associations, des ONG et groupements villageois
- Rédiger un rapport des travaux de la commission comportant:
  - les besoins exprimés dans le domaine juridique et institutionnel,
  - les recommandations générales,
  - les recommandations relatives aux lois et textes à amender,
  - l'organe d'exécution du projet et sa structure de tutelle,
  - les modalités de fonctionnement de cet organe ainsi que celle de l'instance nationale multisectorielle chargée du suivi et de l'évaluation de la mise en œuvre,
  - les actions à mener à court, moyen et long terme dans le domaine juridique et institutionnel.

Un document d'avant-projet de politique nationale de communication pour le développement a été soumis aux participants à l'atelier national pour discussions, suggestions et amendements au sein des trois commissions. L'intérêt des structures participantes a permis aux travaux de déboucher sur des propositions constructives. Celles-ci ont été prises en compte dans l'élaboration du document final de la politique nationale de communication pour le développement rural.

Ce document de politique a donc été élaboré à partir d'un processus participatif qui a suivi les étapes suivantes:

- recrutement de consultants nationaux chargés de réaliser des études thématiques et sectorielles sur les différents secteurs de la communication;
- atelier pédagogique destiné à définir clairement les objectifs de chaque étude, les concepts, les principes et les composantes, les méthodes et applications de la communication pour le développement;
- réalisation de huit études thématiques et sectorielles dressant un état des lieux des outils et moyens de communication, et identifiant les besoins des populations rurales dans les domaines ci-après:
  1. la presse écrite (en français et en langues nationales) publique et privée;
  2. la presse audiovisuelle (radio et télévision);
  3. les moyens de communication traditionnels;

4. les technologies de la communication (radio, télévision, presse écrite);
5. les nouvelles technologies de l'information et de la communication;
6. le cadre juridique et institutionnel de la communication;
7. la formation en communication pour le développement;
8. les outils de communication de proximité.

Les résultats de ces études thématiques ont été soumis à des discussions lors de rencontres régionales entre les mois de juin 1999 et mai 2000 dans les centres ci-après selon un calendrier d'exécution.

LIEU DE RENCONTRE		PROVINCES REGROUPÉES
1	Bobo-Dioulasso	Comoé, Leraba, Kéné Dougou, Houet
2	Dédougou	Banwa, Kossi, Mouhoun
3	Dori	Oudalan, Séno, Yagha
4	Fada N'Gourma	Gnagna, Komandjari, Gourma, Tapoa, Kompienga
5	Gaoua	Noumbiel, Poni, Bougouriba, Ioba
6	Houndé	Les Balé, Tui
7	Kaya	Bam, Sanmatenga, Namentenga
8	Koudougou	Bulkiemdé, Passoré, Sanguié
9	Ouagadougou	Kadiogo, Oubritenga, Koulwéogo, Bazega
10	Ouahigouya	Yatenga, Loroum, Zandoma, Soum
11	Pô	Nahouri, Sissili, Ziro
12	Tenkodogo	Boulgou, Koulpelogo, Kouritenga, Zoundwéogo, Ganzourgou
13	Tougan	Sourou, Nayala

A chacun de ces ateliers régionaux, les participants - représentants des structures publiques et privées, des associations et organisations des communautés de base, des ONG, des projets de développement et des organisations de la société civile - ont discuté des points suivants:

- exposé introductif sur le projet de définition d'une politique nationale de communication pour le développement suivi de débats;
- analyse des résultats des enquêtes régionales sur les activités, les besoins et les problèmes rencontrés sur le terrain en matière de communication pour le développement. Un document de travail est soumis aux participants contenant la synthèse des résultats de l'enquête régionale;
- recommandations des participants à partir desquelles a été élaboré le plan d'action national discuté puis adopté au cours de l'atelier national de juillet 2000;

- synthèse des études thématiques et sectorielles présentée aux participants, qui ont eu toute latitude pour discuter du contenu, au sein de commissions lors de l'atelier national. Des amendements ont pu y être enregistrés, ce qui a permis de renforcer et d'actualiser le contenu des études;
- rapport de synthèse des résultats des concertations régionales sur la définition d'une politique nationale de communication pour le développement rural, présenté, lors de l'atelier national, par le Coordonnateur National du Projet. Ce rapport a été l'occasion pour les représentants des différentes provinces de confirmer les différentes recommandations et propositions issues des ateliers régionaux.

Le couronnement du processus de formulation de la PNCD au Burkina Faso a été la tenue de l'atelier national à Ouagadougou du 24 au 28 juillet 2000. Cet atelier a permis d'atteindre les objectifs suivants:

- l'adoption de recommandations générales issues des concertations régionales et des études thématiques sur les voies et moyens d'une plus grande implication des populations dans la conceptualisation, l'élaboration, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation des programmes de développement;
- l'adoption d'un plan d'action à court, moyen et long terme visant à mettre en œuvre la politique nationale de communication pour le développement;
- la détermination de la structure organisationnelle chargée de la coordination et de l'exécution de la PNCD;
- la redéfinition des missions de service public des médias publics et privés.

A la demande du gouvernement burkinabé, la FAO a apporté une assistance technique et institutionnelle à la définition de la PNCD.

## **1. PROCESSUS DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

Le principe de PNCD est fondé sur la volonté affichée des autorités de rechercher les voies et moyens nécessaires en vue d'assurer une participation active et consciente des populations au processus de développement.

En décidant, en collaboration avec ses partenaires bi et multilatéraux de définir le cadre de la politique de communication, le Gouvernement burkinabé entend préciser désormais les rôles et fonctions des différents acteurs de la communication à travers des stratégies sectorielles de communication pour le développement avec des plans d'action concrets et adaptés.

Sur le plan national, les partenaires de la communication pour le développement sont les organisations de la société civile, institutions, associations, services techniques, groupements villageois, collectivités décentralisées et projets de développement intervenant dans les domaines spécifiques du développement rural.

Après l'adoption du document de Politique Nationale de Communication pour le Développement, des initiatives concrètes ont été développées sur le terrain:

- une réunion avec le Ministre chargé de l'Information sur les modalités de mise en œuvre de la PNCD. Elle a regroupé l'équipe de coordination du projet, la FAO et les techniciens du Ministère et a permis d'identifier les étapes devant conduire aux résultats poursuivis par la PNCD;
- un programme d'appui à la mise en œuvre de la PNCD a été élaboré par l'équipe de coordination à partir des propositions et recommandations de l'atelier national.

Ce programme d'action comporte plusieurs volets qui correspondent à de grands domaines d'intervention:

1. diffuser auprès des différentes composantes de la société, des institutions et acteurs de développement le document de politique nationale afin que tous les intervenants dans le domaine du développement en soient imprégnés;
2. procéder à des réformes juridiques et institutionnelles en vue de permettre la mise en œuvre efficiente de la politique nationale de communication pour le développement;
3. concevoir et exécuter un plan de développement harmonisé des mass médias et des moyens de communication de proximité (radios locales, animation avec supports vidéo et audiovisuels, tableau langage, projection cinématographique, production de dessins, de figurines et de boîtes à images) pour l'information et l'éducation des populations en zones urbaines et rurales;
4. réaliser des programmes d'éducation aux médias en utilisant les différents médias à cet effet en vue de rendre les citoyens plus autonomes et plus critiques à l'égard de certains programmes de presse et de médias;
5. élaborer des stratégies sectorielles de communication pour le développement en prenant en compte les projets et initiatives en cours dans les domaines de l'agriculture, de l'élevage, des eaux et forêts, de l'environnement, de la santé, de l'action sociale et de la promotion de la femme, etc.;
6. renforcer les capacités techniques de tous les intervenants en les formant à la communication pour le développement;
7. soutenir la recherche dans le domaine spécifique de la communication pour le développement.;
8. instituer un volet communication dans tous les projets et structures de développement au niveau local, régional ou national afin de créer les conditions d'un retour d'information émanant des communautés de base.

Ce programme d'appui est né de la volonté politique du Gouvernement burkinabé d'utiliser la communication afin d'impliquer les populations de façon active et consciente au processus de développement économique, social et culturel. Il comporte huit sous-programmes et un cadre logique.

INTITULE DES SOUS-PROGRAMMES	MONTANT
Diffusion de la PNCD	110.200.000
Reformes juridiques et institutionnelles	287.600.000
Formation et recherche en communication pour le développement	1.488.100.000
Développement et décentralisation des mass médias	5.339.400.000
Développement et décentralisation des télécommunications et des NTIC	4.213.500.000
Développement des canaux et moyens de communication de proximité	354.000.000
Elaboration des stratégies sectorielles de communication pour le développement et d'appui au suivi-évaluation	193.750.000
Appui à la préparation de la mise en œuvre du PNCD	23.588.000
<b>TOTAL GENERAL EN FRANCS CFA</b>	<b>12.010.138.000</b>
<b>TOTAL GENERAL EN DOLLARS US</b>	<b>17 157 340</b>

## 2. LA CONTRIBUTION DE L'ETAT DU BURKINA FASO

La contribution de l'Etat du Burkina Faso a été calculée précisément, avec les arrangements institutionnels conséquents.

Le Ministère chargé de la communication abrite le Programme National de Communication pour le Développement. Il assure la tutelle administrative du programme et assume les fonctions de vice-président du Conseil National de la Communication pour le Développement.

Le Gouvernement a pris toutes les dispositions voulues pour faciliter l'exécution du Programme et aider le personnel à obtenir les services et facilités dont ce dernier avait besoin pour mener à bien sa tâche.

Il a assuré l'exemption de toutes taxes et a facilité l'importation de fournitures et équipements entrant dans le cadre de l'exécution des activités du Programme.

Le Gouvernement a mis à la disposition du Secrétariat Exécutif (coordination nationale) du Programme des locaux appropriés pour son fonctionnement.

Le Secrétaire Exécutif (ou Coordonnateur National) du Programme sera dégagé de toutes obligations administratives pour la durée du Programme et travaillera à temps plein pour la coordination des activités de mise en œuvre. Ce dernier n'a toutefois pas encore été désigné.

Le Gouvernement prendra en charge le financement de 20% du coût du Programme soit environ **2.404.000.000 francs CFA (3 434 000 dollars US)** représentant la contribution de l'Etat du Burkina Faso aux:

- locaux administratifs,
- lignes téléphoniques et fax,
- salle de réunion,

- salaires de trois agents d'appui,
- prestations de service dans les médias de service public,
- exonérations fiscales et douanières.

Le Gouvernement négociera la contribution des partenaires de la coopération bilatérale et multilatérale pour une assistance technique, matérielle et financière en vue d'une bonne exécution du Programme.

### **3. MESURES EN COURS D'EXÉCUTION**

Depuis l'adoption de la politique nationale de communication pour le développement par le Conseil des Ministres, le 14 novembre 2001, une série de mesures sont en cours d'exécution:

- la nomination des membres du Conseil National de la Communication pour le Développement dont la présidence doit être assurée par le Premier Ministre, Chef du Gouvernement;
- la nomination du Secrétaire Exécutif (ou Coordonnateur National) du Programme;
- l'organisation d'une table ronde des bailleurs de fonds en vue du financement du Programme.

## **II. ATOUTS ET CONTRAINTES DE LA MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT AU BURKINA FASO**

---

Elaborer une politique nationale dans le domaine de la communication pour le développement rural, c'est utiliser au mieux les atouts des différents modes de communication pour:

- favoriser le recueil d'informations et les échanges entre tous les acteurs du développement, l'objectif étant d'arriver à un consensus sur les problèmes de développement et les solutions possibles;
- mobiliser la population en faveur du développement, aider à résoudre les problèmes et à surmonter les malentendus qui peuvent surgir pendant la mise en œuvre des projets;
- renforcer les compétences pédagogiques et les facultés de communication des agents de développement (à tous les niveaux) afin qu'ils sachent mieux dialoguer avec leur public;
- appliquer les techniques de communication aux programmes de formation et d'éducation, surtout à la base, afin d'améliorer leur qualité et leur impact;
- permettre aux acteurs du développement d'être à l'écoute des préoccupations des populations concernées;
- vulgariser les techniques et méthodes de travail jugées plus efficaces sur le terrain du développement socio-économique et culturel.

Pour exploiter les atouts de la communication et favoriser le développement des différents secteurs de l'activité nationale, il a fallu, sur le terrain, recenser les facteurs favorables et les contraintes à chaque étape du processus d'élaboration de la politique nationale.

### **1. AU NIVEAU DE L'IDENTIFICATION DES THÈMES ET SECTEURS DE LA COMMUNICATION DEVANT FAIRE L'OBJET D'ÉTUDE DIAGNOSTIQUE**

#### **a) Les atouts**

L'identification des thèmes et secteurs d'étude à réaliser par les consultants nationaux n'a pas posé de problèmes majeurs. Sur la base des états des lieux réalisés au Mali, au Sénégal, en Guinée Bissau et en République Centrafricaine, il a été relativement facile de définir les domaines d'étude.



De même, le recrutement des consultants nationaux, a suscité un grand engouement de la part des cadres et techniciens de haut niveau. A tel point que le jury a dû confier chaque thème ou secteur d'étude à deux consultants nationaux, tant il était parfois difficile de les départager sur dossier. Ainsi, seize consultants ont été retenus pour huit études sectorielles et thématiques.

### **b) Les contraintes**

La réalisation des études a révélé quelques difficultés d'ordre organisationnel et de gestion des délais impartis:

- certains consultants n'ont pas pu respecter la durée de deux mois d'exécution. Un troisième mois s'est avéré souvent nécessaire;
- en répartissant l'enveloppe financière allouée pour chaque étude entre deux consultants, le montant perçu s'est avéré peu motivant parce que les termes de mandat nécessitaient de gros efforts de recherche sur le terrain.

Ce faisant, des retards d'exécution ont été enregistrés qui ont affecté le programme du processus d'élaboration de la PNCD.

### **c) Les suggestions**

Il est souhaitable que les délais d'étude soient prolongés de quinze jours au moins pour permettre une exécution réaliste du travail:

- 15 jours de terrain,
- 15 jours de recherche documentaire
- 15 jours d'entretiens avec les différents acteurs impliqués dans le secteur,
- 15 jours pour le dépouillement des données,
- 15 jours pour la rédaction,

soit un total de 75 jours.

## **2. AU NIVEAU DE L'ÉLABORATION DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE POUR LES CONSULTANTS NATIONAUX CHARGÉS DES ÉTUDES THÉMATIQUES ET SECTORIELLES**

### **a) Les atouts**

Plusieurs institutions se sont montrées disponibles en mettant à la disposition du consultant chargé de la co-animation de l'atelier avec le fonctionnaire du siège FAO les documents et rapports, les données relatives au développement humain, les plans de développement, les textes fondamentaux et d'orientation politique, les textes et projets de textes réglementaires et législatifs en matière d'économie, de gouvernance, de culture et de société.

### **b) Les contraintes**

La diversité des documents, textes et rapports collectés, n'a pas facilité le travail d'exploitation des consultants. Les projets de textes par exemple, tout en donnant un éclairage sur certaines orientations des pouvoirs publics, n'avaient pas encore de valeur effective.

### **c) Les suggestions**

On peut envisager la rédaction du document de référence par un consultant national avec des termes de référence mettant en relief les aspects fondamen-

taux de l'économie, de la gouvernance politique, du développement social et culturel.

### **3. AU NIVEAU DE L'ATELIER PÉDAGOGIQUE**

#### **a) Les atouts**

La présence effective du fonctionnaire du siège a facilité la présentation des objectifs de la PNCD, l'explication des concepts, composantes, principes, méthodes et applications de cette nouvelle approche de la communication.

L'expérience du fonctionnaire du siège et sa parfaite maîtrise des documents techniques utilisés ont constitué un grand atout pour l'atelier.

On relèvera également la disponibilité des consultants nationaux qui ont participé activement aux travaux.

#### **b) Les contraintes**

Le temps imparti paraît un peu limité pour certains consultants techniquement compétents mais peu familiarisés au concept de communication pour le développement.

#### **c) Les suggestions**

Chaque consultant formé pourrait utiliser les connaissances acquises au cours de l'atelier pour présenter son approche du thème ou du secteur d'étude, afin de s'assurer que la méthode est bien assimilée par tout le monde.

### **4. AU NIVEAU DU LANCEMENT DES ÉTUDES THÉMATIQUES ET SECTORIELLES**

#### **a) Les atouts**

Les consultants recrutés ayant pris part à l'atelier pédagogique ont acquis des bases méthodologiques pour réaliser les études diagnostiques.

#### **b) Les contraintes**

Les méthodes actives de recherche participative n'ont pas été bien assimilées par tous.

#### **c) Les suggestions**

Des séances de travaux dirigés pourraient être incluses au programme de l'atelier pédagogique pour renforcer davantage les capacités des consultants dans le domaine de l'approche participative.

### **5. AU NIVEAU DE L'ORGANISATION DES RENCONTRES RÉGIONALES**

#### **a) Les atouts**

Les enquêtes réalisées sur le terrain et par région ont permis de cerner les besoins en information et en communication des communautés rurales.

Le dépouillement des résultats de ces enquêtes, leur analyse et présentation par région se sont révélés être de bonnes méthodes d'identification des attentes des populations, par zone géographique, socio-économique et culturelle.

Les ateliers organisés (13 au total) ont permis aux représentants d'associations, de groupements, d'ONG et de services techniques de s'exprimer sur les questions fondamentales de communication et de développement.

### **b) Les contraintes**

Le nombre d'ateliers semble trop élevé dans la mesure où:

- l'organisation à partir de Ouagadougou est difficile, tout comme la coordination avec les structures décentralisées et déconcentrées de l'Etat, les associations et les ONG opérant dans les provinces;
- les difficultés liées aux moyens de transport ont causé des retards de 24 heures parmi certains participants;
- quant aux participants arrivés avant la date prévue, leur prise en charge n'a pu être étendue.

### **c) Les suggestions**

Le nombre d'ateliers pourrait être déterminé en fonction des spécificités ou entités régionales et des facilités de transport. On augmenterait ainsi le nombre de participants à chaque atelier, tout en prolongeant la durée de ces rencontres régionales (cinq jours au lieu de trois).

Une telle initiative permettrait de gagner du temps et favoriserait des concertations plus profondes.

## **6. AU NIVEAU DU DOCUMENT DE SYNTHÈSE DES ÉTUDES RÉALISÉES SUR LE TERRAIN**

### **a) Les atouts**

La synthèse des études thématiques et sectorielles présente l'avantage de fournir aux participants de l'atelier national les conclusions essentielles, les forces et les faiblesses de chaque domaine considéré. Elle offre l'opportunité d'échanges interactifs entre les différents acteurs et partenaires du développement présents sur le terrain.

### **b) Les contraintes**

Le travail de synthèse est un exercice difficile qui nécessite que les études soient achevées dans les délais, que le Coordonnateur National chargé de cette synthèse ait un bon esprit de synthèse, qu'il sache mettre en relief les différentes problématiques et les questionnements pertinents susceptibles de provoquer des échanges constructifs.

### **c) Les suggestions**

Il est souhaitable que chaque consultant ayant réalisé une étude sectorielle ou thématique propose lui-même un résumé des principales conclusions de son travail pour faciliter l'élaboration du document de synthèse.

## **7. AU NIVEAU DE L'ATELIER NATIONAL DE DÉFINITION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

### **a) Les atouts**

Les représentants des régions et des provinces, des ONG, des structures étatiques et des membres de la société civile se sont mobilisés pour une participation effective aux travaux de l'atelier (cent personnes ont ainsi pris part aux travaux de l'atelier national), témoignant de l'intérêt que le processus d'élaboration de la politique nationale a suscité à tous les niveaux de la société.

Les médias, les confessions religieuses et les représentants des partenaires au développement ont également fait preuve de mobilisation et d'écoute active.

Dans les différentes commissions, les différents représentants des structures, organisations et institutions ont été répartis de façon à obtenir une répartition équilibrée des intervenants.

### **b) Les contraintes**

Des problèmes organisationnels dus à des questions de locaux (séances plénières et travaux en commissions dans des lieux différents) ont engendré quelques difficultés logistiques et de sonorisation des salles.

Certains individus fort intéressés, sans être désignés par leur structure, ont tenté de s'imposer comme participants, créant ainsi quelques difficultés aux organisateurs.

La reprographie des documents s'est avérée plus coûteuse que prévue, compte tenu de l'affluence enregistrée à l'atelier national.

### **c) Les suggestions**

Lors des ateliers régionaux, la plupart des participants sont candidats à l'atelier national. Il y a donc lieu de trouver une meilleure forme de désignation en tenant compte des quotas par région:

- structures étatiques
- organisations de la société civile
- associations féminines et de jeunes
- groupements villageois
- chefferie traditionnelle
- confessions religieuses.

## **8. AU NIVEAU DE L'ÉLABORATION DU PROGRAMME NATIONAL DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

### **a) Les atouts**

Le Programme est bâti sur les propositions et recommandations des ateliers régionaux et de l'atelier national.

Les acteurs du développement, les décideurs, les ONG et les associations ont une réelle volonté de promouvoir la communication pour le développement.

Les partenaires au développement se sont montrés très intéressés par le processus d'élaboration de la politique nationale de communication pour le développement.

Le Gouvernement s'est engagé à contribuer à la mise en œuvre du Programme National de Communication pour le Développement.

**b) Les contraintes**

- La non disponibilité des fonds à court-terme pour la mise en œuvre du Programme.
- Les procédures d'organisation de la table ronde des bailleurs de fonds autour du Programme jugées dilatoires.
- La volonté politique de certains décideurs nationaux quelques peu timides à l'égard du Programme National de Communication pour le Développement.

### **III. PROCESSUS DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

---

La mise en œuvre du programme national de développement humain implique que des conditions d'émission, de diffusion et de réception des messages à l'endroit des populations et par celles-ci soient réunies. Elle nécessite que les agents intervenant dans l'exécution des programmes, projets et associations de développement aient des compétences en communication pour la vulgarisation de l'information scientifique et technique et la confection d'outils de communication de proximité (diapositives, boîtes à images, livrets techniques, brochures, cassettes audio et vidéo...).

Elle implique enfin la mise en œuvre des recommandations issues de l'atelier national.

#### **A) DU POINT DE VUE DES DÉCIDEURS**

Une série d'actions concrètes a été réalisée par les pouvoirs publics:

- élaboration du Programme d'appui à la mise en œuvre de la Politique Nationale de Communication pour le Développement (mars 2000);
- adoption du document de Politique Nationale de Communication pour le Développement par le Conseil des Ministres (novembre 2000);
- large information des partenaires au développement sur le contenu du programme d'appui (novembre - décembre 2001).

#### **B) DU POINT DE VUE DES PARTENAIRES AU DÉVELOPPEMENT**

Une réunion d'information organisée en juin 2000 a regroupé autour du Ministre de l'Information les différents partenaires de la coopération bilatérale et multilatérale sur les objectifs de la PNCD.

Les réactions enregistrées permettent de tirer les conclusions suivantes:

1. le processus d'élaboration de la PNCD a été bien apprécié;
2. nombre des partenaires du Burkina Faso se disent intéressés par un programme d'appui qui prendrait en compte les objectifs du développement humain durable et la lutte contre la pauvreté;

3. la FAO reste disposée à apporter son appui technique et son expérience dans la mise en œuvre effective du projet;
4. dans l'esprit de la PNCD, le Gouvernement du Burkina Faso en collaboration avec le PNUD vient de formuler un projet d'implantation d'un réseau de radios communautaires au Burkina Faso. Celles-ci seront gérées entièrement par des associations au service des communautés de base.

Pour surmonter ces contraintes qui caractérisent la communication rurale, le PNUD et le Gouvernement du Burkina Faso cherchent, par ce projet, à mettre au service des couches rurales les plus défavorisées une nouvelle technologie peu coûteuse pour développer une communication de proximité. Celle-ci privilégie la production d'émissions basées sur les préoccupations réelles des populations et prend la forme d'un dialogue permanent avec les auditeurs à travers une présence importante des équipes de radio sur le terrain. Une telle approche permet non seulement d'identifier les besoins des populations locales en matière d'information et de communication mais également d'y répondre.

### **C) DU POINT DE VUE DES ACTEURS À LA BASE**

Le processus d'élaboration de la politique nationale de communication pour le développement a eu pour effet de réveiller l'intérêt des associations, groupements et organisations de la société civile pour l'information et la communication.

Par ailleurs, les avancées de la gouvernance démocratique ainsi que le processus de décentralisation ont amené les communautés de base à plus de participation citoyenne. Ainsi le nombre de radios associatives ou communautaires ne cesse de croître (une quarantaine sur près de soixante radios privées).

Fort de ces acquis, le projet de réseau de radios communautaires est conçu pour être géré par des associations en dehors de l'Etat et des partis politiques.

Le Secrétariat Permanent des Organisations Non Gouvernementales (SPONG) abrite en son sein une cellule nationale de renforcement des capacités des organisations de la société civile qui peut être un creuset pour la mise en œuvre de la PNCD au niveau des acteurs à la base.

## **IV. QUELLES LEÇONS TIRER DE LA MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION ET DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT?**

---

---

1. Le diagnostic contenu dans les thèmes et secteurs de la communication apporte un éclairage utile à l'action, à condition que les études soient confiées à des consultants compétents et indépendants dans leurs analyses.
2. Les consultants devraient mieux maîtriser la communication pour le développement. Malheureusement, la formation pédagogique dispensée, tout en étant indispensable, reste limitée faute de temps à des exercices dirigés.
3. Certaines études thématiques et sectorielles gagneraient à être reformulées ou à être scindées en deux pour permettre d'approfondir des points particuliers:
  - la presse écrite en langues nationales;
  - les moyens de communication traditionnels et les espaces de rencontres et d'information;
  - les radios et télévisions publiques;
  - les radios et télévisions privées;
4. La synthèse des études thématiques et sectorielles devrait être présentée aux ateliers régionaux en même temps que les résultats des enquêtes régionales pour mieux enrichir les éléments du diagnostic.
5. L'implication des ministères techniques ne devrait pas se limiter au seul ministère assurant la tutelle du projet mais au Chef du Gouvernement, plus à même d'impulser une dynamique au niveau des secteurs ministériels autour des objectifs de la PNCD.
6. Les participants aux ateliers régionaux et à l'atelier national devraient compter davantage de femmes, celles-ci étant souvent sous-représentées à ce type de forums.
7. Il est souhaitable que soit envisagée, dans le cadre des études thématiques et sectorielles, une étude sur les stratégies sectorielles de la communication au niveau des institutions, ministères et projets de développement, afin de mettre en relief les divergences d'approche pour faciliter une synergie des initiatives et méthodes.



## **V. RECOMMANDATIONS DESTINÉES AUX PAYS INTÉRESSÉS À L'ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

La politique nationale de communication pour le développement est une approche nouvelle fondée sur la nécessité de promouvoir l'information en vue d'obtenir l'implication et la participation effectives des populations au processus de développement économique, social, politique et culturel.

Pour ce faire, et sur la base de l'expérience menée au Burkina Faso, quelques recommandations peuvent être faites pour les pays intéressés à l'élaboration d'une politique nationale de communication pour le développement.

1. S'efforcer de connaître le contexte national d'élaboration de la politique afin de mettre en relief les atouts et les faiblesses. Il s'agit également de cerner le cadre institutionnel et politique et d'apprécier le niveau de bonne gouvernance atteint par les dirigeants, de participation citoyenne des acteurs du développement. Dans tous les cas, un contexte de démocratie s'avère indispensable à la bonne élaboration d'une politique nationale de communication pour le développement.
2. Sensibiliser les décideurs et législateurs du pays pour qu'ils adhèrent à une nouvelle approche des médias qui permette aux différentes composantes de la société urbaine et rurale de s'exprimer et de faire valoir leurs priorités et besoins en matière de développement.
3. La désignation du Coordonnateur National doit obéir à des critères de compétence et d'expérience sans négliger sa personnalité et sa capacité de persuasion, toutes choses qui lui seront nécessaires pour coordonner les initiatives sectorielles en matière de communication.
4. Durant le processus d'élaboration de la PNCD, réfléchir sur les ressources humaines disponibles qui devront assurer la relève du projet. Il faut un homme ou une femme crédible, ayant un bon relationnel et capable d'expliquer le contenu du programme aux partenaires et aux décideurs. Cette personne devrait être assistée d'une équipe et assurer le lien avec les ministères chargés du développement, les organisations de la société civile et les organismes d'intervention en milieu rural.
5. Une certaine logistique est indispensable au bon déroulement de la mission, et notamment: un siège administratif, une ligne téléphonique, un fax, un ordinateur et une adresse électronique.
6. L'élaboration du programme d'appui à la mise en œuvre de la PNCD devrait être confiée à une équipe pluridisciplinaire sous la responsabilité du

Coordonnateur National désigné. Un effort rigoureux doit être fait en vue de budgétiser les actions programmées, d'indiquer les résultats attendus pour chaque action, de préciser les sources et moyens de vérification et le coût par objectif.

7. Amener les partenaires au développement à prendre connaissance du projet de programme et recueillir leurs amendements et observations avant de finaliser le document.
8. Soumettre le programme d'appui (programme d'action) à l'approbation du Conseil des Ministres après avoir organisé un atelier de validation avec les représentants des différents ministères chargés du développement, des ONG, des projets de développement, des organisations représentatives, de la société civile urbaine et rurale.
9. S'atteler à la préparation de la table ronde des partenaires sur le financement du programme d'action. Une telle préparation nécessite la création d'une commission technique composée d'un représentant du Ministère chargé de la tutelle du projet, du Ministère chargé de l'Economie et des Finances, du Ministère chargé des Affaires Sociales et du Ministère chargé du développement rural. Ces membres travailleront à préparer les différents documents à soumettre aux bailleurs de fonds, à organiser des réunions d'information avec les partenaires de la coopération bilatérale et multilatérale.
10. L'après-projet de définition de la PNCD s'avère être une phase déterminante au cours de laquelle la volonté politique doit s'affirmer à travers une offensive soutenue de mobilisation des énergies et des ressources en vue de la mise en œuvre du programme de la PNCD.
11. Il est souhaitable qu'à l'issue du projet de définition, le Gouvernement du pays intéressé s'efforce de convaincre la FAO pour qu'elle rétrocède tous les équipements à la direction nationale du projet pour faciliter la continuation du travail sur le terrain (véhicule surtout). Faute de quoi, la relève pourrait être ralentie, par des problèmes logistiques et matériels.
12. L'institution chargée de la tutelle administrative de la mise en œuvre du programme doit trouver les moyens de motiver le Coordonnateur National en raison non seulement du volume de travail qui lui revient mais surtout parce que la responsabilité exige un fort coefficient d'investissement humain.
13. Un intérêt particulier doit être accordé au suivi et à l'évaluation de la mise en œuvre du programme. Pour ce faire, il y a lieu de concevoir un chronogramme d'exécution impliquant les structures sectorielles et les différents partenaires engagés.
14. La mise en place de la structure nationale (Conseil National de la Communication pour le Développement) présidée par le Chef du Gouvernement devrait être effective dès l'approbation du programme d'action par le Gouvernement. Cette instance, en raison de son caractère multi-sectoriel et de la personnalité de l'autorité qui la préside, une fois fonctionnelle, a les moyens d'influer positivement sur le cours de la mise en œuvre.

15. Les engagements du Gouvernement (exemption de taxes, facilités d'importation de fournitures et équipements entrant dans le cadre de l'exécution des activités du Programme) gagneraient à être tenus afin de stimuler la contribution des partenaires au développement en termes d'appui technique, matériel et financier.
16. Il est impératif que les journalistes des secteurs public et privé soient initiés aux principes et objectifs de la communication pour le développement pour que l'entreprise soit mieux comprise de tous les acteurs du développement. Sinon, le processus pourrait se heurter à des incompréhensions à certains niveaux, susceptibles d'engendrer des distorsions d'informations sur le terrain et dans les médias de grande diffusion.

# CONCLUSION

---

Le processus d'élaboration de la politique nationale de communication pour le développement aura permis d'atteindre les résultats suivants:

- un travail de recherche quantitative et qualitative sur le terrain;
- la production de rapports d'étude thématiques et sectorielles dans le domaine de la communication;
- un renforcement des capacités des consultants nationaux par une meilleure maîtrise des notions, concepts, principes et méthodologies dans le domaine de la communication pour le développement;
- l'expérience dans la gestion, le suivi et l'animation d'un projet de développement.

Les apports de la FAO ont été déterminants:

- voyages officiels pour un montant de 15 000 dollars EU
- équipement et matériel - 50 000 dollars EU
- frais généraux de fonctionnement et frais de formation - 40 000 dollars EU.

La prolongation de la durée du projet de définition de la politique nationale de communication pour le développement a entraîné une augmentation sensible du budget alloué en termes de frais de fonctionnement.

Le Gouvernement du Burkina Faso a pris toutes les dispositions pour faciliter l'exécution du projet et aider le personnel de la FAO à obtenir les services et facilités dont cette dernière avait besoin pour mener à bien sa tâche.

Il convient ici de remercier la FAO et le Ministère chargé de la Communication pour tout l'appui qu'ils ont apporté à la mise en œuvre du projet durant les dix-huit mois du processus ayant conduit à l'organisation de l'atelier national.

# **LE CAS DU NIGER**

**par**

**Daouda Diallo**

# INTRODUCTION

---

Le Gouvernement du Niger, à l'instar de plusieurs autres pays africains, a entrepris, depuis août 2001, un processus de définition d'une Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD) avec l'appui de l'UNICEF, de la FAO et du PNUD.

Cette décision des autorités nigériennes est la traduction, d'une part, de la conscience qu'elles ont de l'importance de la communication dans le développement, de son rôle de catalyseur de tous les secteurs d'activités et, d'autre part, de la constatation de l'implication insuffisante des moyens de communication dans la problématique du développement.

Et pourtant, le Niger est un des pays africains pionniers pour l'utilisation des moyens de communication en vue de la mobilisation sociale, de l'éducation et de l'information des populations. Son premier programme de développement au lendemain de l'accession du pays à l'indépendance était principalement axé sur l'information, l'éducation et la communication. L'association des radio-clubs ainsi que les services d'animation au développement étaient des activités de communication de référence dans la région d'Afrique de l'Ouest.

Cependant, malgré les résultats obtenus, il est apparu que la communication pour le développement a des exigences et des conditions d'exercice que les programmes n'avaient pas pris en compte.

En effet, s'il est vrai que la communication constitue un facteur stratégique pour susciter, appuyer et accompagner les initiatives des acteurs du développement, pour obtenir des résultats probants - c'est-à-dire l'implication effective des outils de communication dans la problématique du développement - la connaissance du terrain, des attentes et des besoins des populations est indispensable.

Il ne suffit pas pour cela de diffuser, publier ou animer des réunions de groupe; il faut échanger effectivement, conduire les populations à une appropriation des approches, des actions de développement. Car comme l'écrit Kunda Déxit de l'Institut Panos, dans la revue " *Deutsch land* " n° 01/2001, " *ce n'est que lorsque l'information exige la participation au processus de communication, lorsqu'elle permet aux individus et ceux qui les gouvernement de prendre des décisions fondées que l'information se transforme en savoir* ".

Transformer l'information en " savoir " c'est là tout l'objectif de la PNCD au Niger; cela implique, sinon un bouleversement, du moins de reconsidérer les stratégies dans leur ensemble. Cela commence sans *a priori*, par la découverte des populations, de leur situation, de leurs besoins et de leurs attentes.

Il s'agit également de considérer toutes les couches sociales, d'identifier les approches et les actions propres à créer le " savoir " qui permettra à tous d'entreprendre et de bien conduire les efforts de développement.

La PNCD du Niger vient d'achever son atelier national qui a élaboré la politique et le programme de sa mise en œuvre. Mais déjà, les différentes phases du processus, allant de l'atelier pédagogique aux ateliers régionaux, révèlent des atouts mais aussi des contraintes majeures. Il s'agit à présent de procéder à une profonde analyse des situations et à une disposition des choses qui permettent de maximiser les atouts pour minimiser les contraintes.

A cet égard, trois facteurs sont apparus véritablement déterminants: le cadre juridique et institutionnel, la formation et la production.

Qu'il s'agisse des médias ou des outils de communication de proximité, le statut et les missions, les capacités humaines et la qualité du produit font que les activités ont ou pas un impact significatif.

Or, ces facteurs relèvent des autorités et de leurs partenaires au développement. Seuls une volonté politique et un effort soutenu de leur part peuvent assurer l'efficacité et la pérennité du dispositif de communication pour le développement qui sera mis en place au terme du processus en cours.

L'efficacité est également fonction de la conception du même projet de définition de la Politique Nationale de Communication pour le Développement et de la méthodologie du processus. Nous verrons combien les ambiguïtés, notamment en ce qui concerne les obligations des partenaires au projet, peuvent produire de blocage et de contre-performances.

# I - PROCESSUS D'ÉLABORATION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

---

---

L'atelier national qui a procédé à l'élaboration de la politique nationale de communication pour le développement s'est tenu à Niamey du 7 au 11 janvier 2002. Il a adopté:

- le document de politique nationale de communication pour le développement;
- le document du programme d'action à court, moyen et long terme;
- le document de synthèse des dix études thématiques et sectorielles;
- le document de synthèse des huit ateliers régionaux;
- le rapport général de l'atelier.

La préparation et l'organisation de l'atelier ont été placés par arrêté du Ministre de la Communication sous la supervision d'un Comité.

La Coordination principale du projet a été renforcée par trois consultants nationaux recrutés à cet effet. Tous trois avaient déjà réalisé des études thématiques et sectorielles; deux d'entre eux avaient également pris part à l'encadrement des ateliers régionaux. La Coordination a servi d'organe d'exécution des décisions du comité préparatoire de l'atelier.

Sur la base des enquêtes et des études, ainsi que des ateliers régionaux, les termes de référence de l'atelier et les documents de base de ses travaux ont été réalisés et approuvés.

Il était entendu que la démarche consistait pour l'atelier national, non pas à valider mais bien à définir la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

L'atelier s'est pour cela appuyé sur " *la situation de la communication pour le développement au Niger* " établie par ces documents.

Six commissions ont été constituées pour débattre des thèmes suivants.

- Commission n° 1: les technologies de la communication (télécommunications, NTIC, radio, TV, presse écrite);
- Commission n° 2: la Formation en communication pour le développement;
- Commission n° 3: les moyens de communication traditionnels et les outils et espaces de communication;



- Commission n° 4: les médias de masse (presse écrite, radio, TV);
- Commission n° 5: le cadre institutionnel et juridique;
- Commission n° 6: synthèse et recommandations.

La Commission n° 6, chargée des synthèses, faisait la coordination entre les autres groupes de travail et préparait à l'attention de la plénière les conclusions générales.

Il était prévu que chaque commission serait composée de vingt personnes, soit cent vingt participants pour les six commissions sur les deux cent dix attendus. Les vingt personnes par commission comprendraient cinq représentants des régions, dix représentants de la société civile au niveau national et cinq représentants des institutions de l'Etat, organisations internationales, ONG, associations, etc. Ainsi, tandis que la plénière entendrait et débattrait des exposés, les commissions examineraient les questions qui leur sont soumises. La crainte d'une confusion entre les prérogatives du présidium de la plénière et la commission des synthèses s'est avérée sans fondement.

La coordination entre les commissions et les synthèses que cette commission a effectuée ont facilité la formulation des conclusions par le Rapport Général.

Mais, tous les participants ont insisté pour prendre part aux délibérations en commission. Dès lors, seule une dizaine d'exposés ont pu être présentés en plénière. Heureusement, tous les exposés ont été distribués aux participants.

## **II - ATOUTS ET CONTRAINTES DE LA MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION DE LA PNCD AU NIGER**

---

### **1 - IDENTIFICATION DES THEMES ET SECTEURS DE LA COMMUNICATION CONCERNES PAR LES ÉTUDES ET L'ÉLABORATION DU DOCUMENT DE SYNTHÈSE**

Les dix études concernent tous les secteurs de la communication.

Il faut néanmoins relever qu'il y est davantage question de médias et d'outils que d'une analyse approfondie de la communication pour le développement, basée sur un vécu. Cette faiblesse procède moins du contenu de référence que de l'intitulé même des études formulées:

- la presse écrite (en français et en langues nationales) publique et privée;
- la radiodiffusion publique et privée et la radio rurale;
- la télévision et la vidéo;
- les moyens de communication traditionnels;
- les technologies de la communication (radio, télévision, presse écrite);
- les nouvelles technologies de l'information et de la télécommunication (NTIC);
- le cadre juridique et institutionnel de la communication;
- la formation en communication pour le développement;
- les outils de communication de proximité;
- la stratégie de communication gouvernementale.

Cette formulation a influé, sans aucun doute, sur la détermination des axes de recherche et sur la méthodologie même de l'étude. Il en découle une approche plus descriptive qu'analytique des phénomènes, de la perception qu'ont les populations de la communication et des perspectives offertes s'agissant d'une communication véritablement pour le développement.

Il reste tout de même que la présentation des différents médias et des autres moyens de communication a permis de dresser, de manière exhaustive, la situation de la communication au Niger.

### **2 - L'ATELIER PÉDAGOGIQUE**

Cet atelier a permis de " mettre à niveau " toutes les personnes concernées par le processus. En effet, les dix modules présentés au cours de la semaine d'atelier ont permis aux participants d'assimiler le concept, le contenu, les règles et les principes de la communication pour le développement.

Les compte-rendus journaliers par certains participants et leur discussion par tous ont fortement concouru à la consolidation de cette assimilation.

On peut déplorer que des représentants au niveau des régions n'aient pas pris part à l'atelier pédagogique, dans la mesure où ils auraient pu apporter un appui précieux à l'organisation et au déroulement des ateliers régionaux.

### **3 - LE LANCEMENT DES ÉTUDES THÉMATIQUES ET SECTORIELLES**

Le document de projet définit les termes de référence de chaque consultant. Des directives précises indiquent les recherches à effectuer, les analyses à faire, la présentation et les résultats attendus. Les contrats des consultants ont été établis sur cette base et donc approuvés par eux.

Mais les études, naturellement, ont impliqué des déplacements dans différentes régions du pays, des visites dans des entreprises, à des communautés, à des personnes ressources. Il s'est donc avéré nécessaire de prendre certaines dispositions administratives de facilitation. La Coordination a procédé à cet effet à la détermination des programmes de mission des consultants, à l'établissement des titres de voyage et à la mise à disposition des indemnités de transport et de déplacement ainsi que des documents de recommandation auprès des différentes autorités locales. Malgré ces dispositions, presque tous les consultants ont eu au moins une semaine de retard par rapport au chronogramme. Cela en raison de plusieurs facteurs dont la longueur des procédures de mise à disposition des fonds et des impondérables telle que la cérémonie officielle de " La Flamme de la Paix ".

D'autre part, l'utilisation des moyens de transport public a constitué pour certains un handicap supplémentaire en raison de l'inexistence totale de transport organisé dans certaines zones.

Si les décisions n'avaient pas été prises en amont pour déterminer les modes de transport et pratiquement le programme, il aurait été possible pour la Coordination, en rapport avec le Comité de suivi, de procéder autrement, de manière plus efficace et finalement moins coûteuse.

En tout état de cause, les missions se sont déroulées de manière satisfaisante. Dans toutes les zones, les autorités avisées par des messages du Ministre de l'intérieur ont apporté les concours qui s'étaient avérés nécessaires à la bonne conduite des enquêtes.

De même les associations, les ONG, ainsi que les différentes communautés de base ont facilité les recherches et les analyses des missions.

### **4 - L'ORGANISATION ET LA TENUE DES RENCONTRES RÉGIONALES**

Le Coordonnateur principal et le Directeur National du projet ont effectué des visites dans les chefs-lieux des huit régions du pays. Ils y ont organisé des

réunions, toutes présidées par les Préfets et avec la participation des représentants des différentes communautés et des structures intervenant à la base.

Ces missions ont permis d'exposer les objectifs du gouvernement à travers la Politique Nationale de Communication pour le Développement, les stratégies et le processus dans son ensemble. Par ailleurs, tous les participants ont reçu le questionnaire sur les besoins en communication des intervenants, leurs stratégies, leurs atouts et leurs faiblesses.

Mais le programme n'offrait pas le temps nécessaire à des contacts approfondis qui auraient permis de recueillir sur place les résultats du questionnaire et l'identification de personnes qui auraient soutenu l'organisation des ateliers, au niveau des régions. Faute de cela, les tâches ont été confiées aux représentants locaux de l'Office de Radiodiffusion et de Télévision du Niger (ORTN) et de la Société Nigérienne de Télécommunication (SONITEL) qui n'ont pas montré une grande disponibilité pour accorder l'appui demandé.

La Coordination n'a pas été en mesure de procéder, comme le prévoit le document du projet, au recrutement de consultants locaux. Elle a dû, par conséquent, mobiliser trois consultants parmi les dix qui avaient effectué les études thématiques et sectorielles pour appuyer dans l'organisation et l'animation des huit ateliers régionaux.

**Les ateliers régionaux se sont tenus du 06 août au 12 septembre 2001 successivement à Diffa, Zinder, Maradi, Agadez, Tahoua, Dosso, Tillabéri et Niamey.**

Le programme des ateliers a été conçu de manière à combiner le rappel nécessaire du concept et des règles de la communication pour le développement, le recueil des besoins en communication et la formulation d'un plan de communication pour le développement, par des exposés, des modules et des travaux en commissions.

Les résultats ont été satisfaisants ainsi que l'attestent d'ailleurs les fiches d'évaluation livrées par les participants aux huit ateliers.

Les problèmes qui se sont posés sont clairement et entièrement imputables aux administrations régionales dont les actions ont entravé l'organisation des ateliers.

Ainsi, par exemple, alors que trente participants sont prévus par région, des préfectures et des sous-préfectures en délèguent parfois quatre-vingt. Ceux qui étaient venus de loin réclamaient vivement le remboursement de leurs frais de transport et le règlement de leur voyage retour. Ce qui était, bien évidemment, supérieur à ce que le budget autorisait.

Les mêmes administrations n'ont pas fait le suivi promis dans l'administration du questionnaire standardisé. Dans les régions de Tillabéri et de Niamey, aucune réponse au questionnaire n'a été enregistrée.

Néanmoins les ateliers régionaux ont fait un important travail de réflexion et d'organisation qui a permis de:

- réaliser pour chaque région un plan de communication pour le développement afin de soutenir les programmes quinquennaux de développement;
- formuler des recommandations sur la situation et le développement de la communication.

### **III - MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

---

Le programme de mise en œuvre de la Politique Nationale de Communication pour le Développement a retenu sept axes principaux:

1. diffuser auprès des différentes composantes de la société, des institutions et acteurs de développement le document de politique nationale afin que tous les intervenants dans le domaine du développement en soient imprégnés;
2. procéder à des réformes juridiques et institutionnelles en vue de permettre la mise en œuvre efficiente de la politique nationale de communication pour le développement;
3. concevoir et exécuter un plan de développement harmonisé des masses médias et des moyens de communication de proximité (radios locales, animation avec supports vidéo et audiovisuels, tableau langage, projection cinématographique, production de dessins figurines et de boîtes à images) pour l'information et l'éducation des populations en zones urbaines et rurales;
4. réaliser des programmes d'éducation aux médias en utilisant les différents médias à cet effet en vue de rendre les citoyens plus autonomes et plus critiques à l'égard de certains programmes de presse et de médias;
5. élaborer des stratégies sectorielles de communication pour le développement en prenant en compte les projets et initiatives en cours dans les domaines de l'agriculture, de l'élevage, des eaux et forêts, de l'environnement, de la santé, de l'action sociale et de la promotion de la femme, etc.;
6. renforcer les capacités techniques de tous les intervenants en les formant à la communication pour le développement;
7. soutenir la recherche dans le domaine spécifique de la communication pour le développement.

**Le premier point** qui prévoit l'indispensable diffusion des documents de la PNCD de sorte que toutes les composantes de la société en soient largement informées et imprégnées est une étape décisive du processus. Elle nécessite, non seulement, une reproduction massive des documents, mais aussi des réunions, des ateliers, des concertations de restitution à l'intention surtout des intervenants dans le domaine du développement. Cette phase révélera certainement des insuffisances dans la méthodologie et dans la programmation des actions et donc servira à un renforcement du dispositif de la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

**Le point 2** prévoit de mettre en place le cadre approprié pour pratiquer une communication pour le développement dans les divers secteurs d'activité économique, social et culturel. Il s'agit de:

- redéfinir la place et le rôle des médias publics dans le contexte de la Politique Nationale de Communication pour le Développement, ainsi que les missions de service public des médias dans leur ensemble;
- créer le cadre juridique et les conditions de fonctionnement propres au développement de la communication de proximité à travers notamment les radios communautaires et rurales;
- prendre des mesures de protection, de préservation et de valorisation des outils et des espaces de la communication, notamment traditionnelle.

Pour cela, il est bien entendu nécessaire d'élaborer et de faire adopter par l'Assemblée nationale et le gouvernement plusieurs mesures législatives et réglementaires.

**Le point 3** vise à développer de manière harmonieuse les masses médias ainsi que les moyens de communication de proximité en vue d'une information et d'une éducation des populations dans les zones urbaines et rurales. Ce développement implique une volonté politique hardie du gouvernement et un soutien résolu des partenaires du Niger au développement et devrait aboutir à l'institution d'un système de communication qui garantira la transparence, l'accès équitable de tous à l'information et aux connaissances.

C'est en vue de cela que le **point 4** prévoit des programmes d'éducation aux médias en direction des populations afin de développer chez elles plus d'autonomie et une plus grande capacité critique à l'égard des programmes et contenus des médias.

**Le point 5** concerne les stratégies sectorielles de communication, c'est-à-dire, les approches et les contenus notamment dans les domaines de l'agriculture, de l'élevage, des eaux et forêts, de l'environnement, de la santé, de l'action sociale et de la promotion de la femme.

**Les points 6 et 7** visent à réorganiser et à coordonner les actions de formation en communication pour le développement afin de renforcer les capacités techniques de tous les intervenants et de soutenir la recherche dans le domaine spécifique de la communication pour le développement.

Les axes ainsi définis doivent nécessairement se traduire en programmes et projets en vue de leur réalisation effective. Autrement dit, les conclusions de l'atelier national ont pris acte de l'état lieux et formulé des recommandations afin que les atouts dont dispose le pays soient employés pour changer positivement cette situation; mais la mise en œuvre effective des recommandations nécessitera un travail spécifique et technique d'élaboration de dossiers de projets en vue d'une réunion des bailleurs de fonds, ainsi que le prévoit le chronogramme de la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

Il est urgent, à cet effet, de mettre en place une structure de mise en œuvre, car toutes les actions postérieures à l'atelier national entrent dans ce cadre.

## IV - LES LEÇONS APPRISES

---

Après les travaux de l'atelier national, le Comité de suivi du projet s'est réuni pour finaliser les documents suivants de la PNCD:

- plan d'action, synthèse des ateliers régionaux établissant un plan de communication pour le développement, pour chaque région;
- synthèse des études.

Par ailleurs, lors de cette réunion, le Comité a défini la suite du processus, à savoir:

- rédaction du programme de communication pour le développement;
- présentation de la PNCD et son programme de mise en œuvre par le gouvernement;
- préparation et tenue de la table ronde des bailleurs de fonds.

L'élaboration de la PNCD a été effectuée par l'atelier national sur la base:

- de la situation de la communication au Niger établie par les études thématiques et sectorielles, le questionnaire standardisé, les ateliers régionaux;
- des débats dans les commissions;
- des synthèses effectuées ainsi que des recommandations formulées par la Commission N°6 constituée à cet effet.

Cette procédure a l'avantage de permettre à tous les participants de prendre effectivement part à l'ensemble des phases du débat sur la PNCD et de son élaboration.

Mais en réalité, l'élaboration de la politique se poursuit après l'atelier avec la formulation du programme qui sera soumis à la réunion des bailleurs de fonds.

Cette dernière phase de formulation du programme est décisive dans le processus. De longues discussions ont eu lieu au sein du Comité de suivi sur la nature du travail même de formulation du programme.

Il ne s'agit bien évidemment pas de simples axes à définir et de vagues évaluations à faire, mais de l'établissement d'un dossier complet de faisabilité pour chaque action, chaque réalisation prévue dans le plan d'action ou dans les différentes recommandations de l'atelier.

Les tâches impliquées nécessitent une recherche documentaire importante, car il s'agit de planifier les réalisations en prenant en compte les contextes économique et social et de déterminer précisément les coûts financiers.



Le chronogramme du processus a manifestement sous-estimé le temps nécessaire à l'accomplissement de ces tâches de même que celles relatives à la préparation et à la tenue de la table ronde des bailleurs de fonds. Cette situation a généré une certaine ambiguïté quant à la suite du processus après l'atelier national.

Ainsi, par exemple, alors que l'expert principal proposait un calendrier allant de février à juin pour l'établissement du programme et la remise des documents au gouvernement, une réunion des chefs d'agence de l'UNICEF et de la FAO au Niger fixait comme dernier délai la fin du mois de février. Il est évident que l'ampleur et la complexité de la tâche ne permettaient pas de réaliser le travail en un mois. Après de longs échanges, le comité de suivi a donc proposé le regroupement d'une vingtaine de cadres nigériens et du système des Nations unies pendant dix jours hors de Niamey pour élaborer le programme de mise en œuvre de la PNCD.

Mais la cause originelle des faiblesses du processus de la PNCD au Niger provient du caractère aléatoire des moyens et des ambiguïtés du Statut de la Coordination du "Projet".

L'UNICEF et la FAO au départ devaient prendre en charge à parts égales les dépenses, tandis que le gouvernement devait apporter une contribution en nature. En fait, la procédure d'engagement de la FAO n'a pas abouti. Ce qui a conduit à négocier à chaque étape soit avec le PNUD, soit avec l'UNICEF, afin qu'ils se substituent à la FAO.

Ces tractations ont causé beaucoup de retard et limité l'efficacité de à certaines actions. Par exemple, les dates des ateliers régionaux et même de l'atelier national déjà officiellement annoncées ont été reportées.

La coordination qui est l'administration permanente du projet n'a pas disposé de budget: la moindre dépense a fait l'objet d'une requête à introduire dans une très longue procédure.

## V - RECOMMANDATIONS

---

---

1. Il convient tout d'abord d'établir un organe de coordination - organe permanent chargé du processus d'élaboration de la PNCD - et de garantir son fonctionnement. Cet organe de coordination devrait inclure:
  - un comité de suivi composé des partenaires du projet et d'un représentant des organisations de la société civile; ce comité de suivi se réunirait au moins une fois par mois;
  - un coordinateur principal qui mène et coordonne les activités quotidiennes du projet;
  - un assistant chargé de la planification;
  - un secrétaire.

Cet organe de coordination devrait détenir un budget approuvé par les partenaires, tandis que le coordinateur répondrait de l'utilisation de ce budget devant le comité de contrôle.

2. L'atelier de formation devrait être conçu comme une session de formation en communication pour le développement, s'étalant sur une période d'au moins un mois.
3. Des représentants du niveau local ou régional devraient participer à cet atelier.
4. Il conviendrait d'organiser une conférence de presse pour le lancement des activités de PNCD.
5. Les études sectorielles et thématiques devraient être organisées de façon à accorder suffisamment de temps à:
  - la recherche documentaire,
  - la recherche, le recueil et l'analyse de données sur le terrain,
  - le traitement des documents d'étude.
6. La mission de préparation des ateliers régionaux est très importante et devrait impliquer les personnes de terrain dans le processus. Cette mission devrait consacrer au moins trois jours à chaque région, y compris une journée au niveau de la sous-région. Un comité de sous-région sous l'autorité du fonctionnaire administratif de région devrait être établi et dédié à l'organisation de l'atelier régional.
7. Un membre de la mission de préparation demeurerait dans la région pour deux ou trois jours afin de recueillir les réponses au questionnaire.

8. Dans la mesure où les ateliers régionaux ont pour mission de formuler les plans de communication pour le développement, les personnes de terrain devraient être représentées aussi largement que possible.
9. La mise en œuvre du plan d'action de la PNCD devrait faire l'objet d'un suivi: une période de six mois seraient consacrée à la préparation de projets susceptibles d'être financés et soumis aux commanditaires.

# CONCLUSION

---

---

Le processus s'est soldé par la formulation de la Politique Nationale de Communication pour le Développement et par un plan d'action à court, moyen et long termes.

Les mesures et actions recommandées reflètent la situation exacte et les besoins réels des acteurs du développement. Dans ce processus, pas moins de 200 personnes ont fait l'objet de l'étude et ont eu l'occasion de s'exprimer, de donner leur opinion, de participer à la prise de décision. Dès lors, la PNCD est réellement fondée sur les besoins et reflètent les souhaits de cette population.

En ce qui concerne le gouvernement, il a montré une réelle volonté politique d'avoir une organisation et des outils de communication en soutien de ses programmes et stratégies, par exemple pour ce qui est de la stratégie de réduction de la pauvreté ou de la lutte contre le SIDA. De même, le gouvernement a fait preuve de détermination pour couvrir le processus jusqu'à sa fin, en garantissant une table-ronde ainsi que la mise en place des réformes et des actions prévues.

La volonté politique du gouvernement et l'implication effective des acteurs dans la PNCD sont des conditions nécessaires à son succès.

Mais, la volonté politique et l'implication des acteurs doivent s'appuyer sur des ressources disponibles et sur une solide organisation afin de se transformer en actions concrètes.

Dans le cas du Niger, l'organe de coordination ne possédait ni les ressources financières minimales, ni le secrétariat, ni la logistique indispensables au bon fonctionnement d'une administration.

Globalement, il apparaît que le processus s'est déroulé de façon fructueuse, en dépit de ressources incertaines. Mais, ce succès aurait pu être plus grand encore si les ressources dédiées à l'organisation et au fonctionnement étaient parvenues en temps opportun.

# **LE CAS DE LA GUINÉE-BISSAU**

**par**

**Francisco Barreto**

**de Carvalho**

# INTRODUCTION

---

Depuis son indépendance, la Guinée-Bissau a entrepris de restaurer, et en bien des cas de créer, un " système national de communication ".

Reconnaissant l'importance capitale de la communication dans le développement socio-économique de la nation, le gouvernement a accordé la plus haute priorité au développement du système national de communication qui devait jouer un rôle dynamique, en tant que support essentiel, dans la promotion des objectifs nationaux suivants:

- renforcer le sens de l'unité culturelle nationale;
- communiquer les informations d'importance nationale et internationale;
- sensibiliser le peuple de Guinée-Bissau au processus de développement de la nation;
- éduquer la population et promouvoir le transfert effectif des connaissances pour une amélioration des conditions de vie et de travail;
- promouvoir la protection sanitaire et la santé publique en général;
- contribuer à l'avènement d'une démocratie pluraliste et au respect des droits de l'homme;
- promouvoir la protection et la conservation des ressources humaines et naturelles;
- inciter les agriculteurs à adopter des techniques de production modernes et à valoriser leurs propres techniques;
- inciter les populations urbaines à suivre la voie du développement industriel;
- promouvoir le commerce par la publicité;
- promouvoir le tourisme, les sports et autres activités sociales.

Ainsi, un des premiers objectifs du Gouvernement de Guinée-Bissau était d'établir un réseau complet de communication dans l'ensemble du pays.

Après plusieurs années d'efforts, en 1991, la Guinée- Bissau disposait d'une infrastructure de communication sociale qui n'était pas sans potentialités, mais le pays ne disposait pas des moyens pour utiliser efficacement cette infrastructure en faveur du développement.

Or, pour la Guinée-Bissau, pays à forte dominante agricole, la communication était indispensable et constituait une des conditions mêmes du développement, en favorisant par exemple le transfert de technologies pour améliorer les pratiques dans l'agriculture, l'élevage et la pêche, l'amélioration de la santé, la rencontre des savoirs ou encore l'expression des cultures locales et des pratiques paysannes.

Une analyse très rapide peut nous permettre de mesurer l'ampleur des carences qui caractérisait à l'époque le dispositif de communication de Guinée-Bissau.

Ces carences n'étaient d'ailleurs que le reflet d'une situation générale d'une extrême difficulté, même si à l'époque tous les rapports sur la Guinée-Bissau faisaient état d'une nette amélioration par rapport à la décennie précédente: meilleur approvisionnement en produits alimentaires, libéralisation et assainissement de l'économie, décrispation de la situation sociale, démocratisation de la vie politique.

Malgré cette amélioration, malgré l'aide internationale et les efforts gouvernementaux, la réalité restait très préoccupante, tant en ce qui concerne l'équipement sanitaire que la situation économique. L'industrie ne parvenait pas à démarrer. Le PNB par habitant n'était que de 120 à 130 dollars par an.

Les besoins en communication étaient de quatre ordres:

- 1- des besoins qu'on pourrait qualifier d'urgence, comme la nécessité de faire parvenir aux agriculteurs des informations techniques concernant la météo, les calendriers agricoles, les attaques de prédateurs, les épidémies ou l'évolution des prix des produits agricoles, alors que rien jusque-là ne renseignait les agriculteurs sur ces questions;
- 2- des besoins permanents, en information et vulgarisation en matière d'agriculture et d'élevage, de pêche, de santé, de nutrition, etc., comme il en existe dans n'importe quel autre pays;
- 3- besoin d'un système d'information systématique, accessible à l'ensemble de la population, parfois isolée du fait du manque de moyens de transport ou de la géographie même du pays (une partie en archipel, une autre sur le continent mais lézardée de cours d'eau innombrables);
- 4- besoin plus complexe d'expression des identités culturelles des communautés rurales, condition de base d'un vrai développement, qui se double, sans être forcément contradictoire, du nécessaire renforcement du sentiment d'appartenance à une unité nationale.

La Guinée-Bissau, tout comme les pays environnants, est d'une extrême diversité ethnique (Balantes, Manjagues, Fulas, Papel, Bijagos, Beafada, etc. ). Aucune langue ne peut être considérée comme vraiment commune à tous. En tout cas, pas le Portugais. Davantage le créole, parlée de tous les cadres et agents de développement, mais non comprise d'une large partie de la population rurale.

L'objectif des autorités nationales était d'aboutir à l'affirmation de l'unité dans la diversité.

La Guinée-Bissau, pourtant petite (36.000km<sup>2</sup>) est soumise à bien des forces centrifuges.

La radio nationale n'atteignait pas l'ensemble du territoire national et beaucoup de gens avaient pris l'habitude de se brancher plutôt à la radio sénégalaise.

C'est dans ce contexte que le Gouvernement de Guinée-Bissau a fait appel à la FAO pour une assistance pour mettre sur pied une stratégie de communication multimédia.

Le projet visait à assister le Gouvernement de Guinée-Bissau à définir une stratégie multimédia de communication sociale et éducative en matière de développement rural et à formuler un projet à moyen terme de développement des principaux instruments de communication avec le monde rural, notamment la radio rurale, la vidéo et les moyens audiovisuels en appui à la vulgarisation et à la communication de groupe.

Pour cela, il fallait s'attacher particulièrement à développer:

- la production d'émissions de radio pour le monde rural;
- la production d'émissions de télévision pour le monde rural;
- les activités du Centre de Documentation et de Diffusion Agricole (CDEDA) en matière de circulation de l'information écrite et de conception matérielle didactique et audiovisuelle pour le monde rural;
- une réflexion intersectorielle sur la planification des besoins de communication avec le monde rural.

Les résultats attendus de ces activités du projet étaient les suivants:

- émissions de radio rurale diffusées sur les antennes de la radio nationale, et plan de développement de la radio rurale en Guinée-Bissau;
- émissions de télévision destinées au monde rural;
- meilleur circuit de documentation pour les agents du développement rural et production de matériel didactique pour le monde rural;
- besoins en communication rurale identifiés et stratégie de communication multimédia et intersectorielle élaborée.

La coordination des activités du projet a été confiée à un consultant spécialiste en communication doté d'une bonne polyvalence. Outre ses activités de coordination et de sa contribution spécifique à chacune des activités mentionnées, il avait pour mission de:

- susciter chez les partenaires bissau-guinéens une pratique d'évaluation permanente des activités de communication avec le monde rural;
- définir l'architecture d'un programme plus vaste d'appui à la communication rurale, privilégiant la mise en place de radios rurales en langues locales et le développement d'expériences de communication participative;
- Rechercher auprès d'autres bailleurs de fonds des moyens financiers complémentaires nécessaires à la mise en œuvre de l'après-projet.

A l'issue de ce projet, une mission d'évaluation a été effectuée par un représentant de la Division de l'Information de la FAO.



# I - PROCESSUS D'ÉLABORATION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

---

---

En 1990, le Gouvernement de Guinée-Bissau a présenté à la FAO une requête pour une assistance en matière de communication en milieu rural.

Une mission d'identification basée sur une évaluation des possibilités et des limites des outils existants, ainsi que sur les besoins en communication permit de mesurer l'ampleur des carences qui caractérisaient le dispositif de communication bissau-guinéen. Cette mission concluait sur la nécessité d'appuyer le Gouvernement de Guinée-Bissau en vue d'élaborer une stratégie multimédia de communication pour satisfaire les besoins du monde rural.

Les activités du projet ont effectivement démarré en août 1992. Elles visaient essentiellement à assister les autorités bissau-guinéennes dans la définition d'une stratégie multimédia de communication sociale et éducative en matière de développement rural et à formuler un plan de développement à moyen terme des principaux moyens de communication avec le monde rural.

Le projet s'est particulièrement attaché aux activités suivantes:

- formation à la méthodologie de la radio rurale des agents de la radiodiffusion nationale de Guinée-Bissau et d'agents provenant d'autres structures techniques. Plusieurs sorties sur le terrain ont permis aux différentes équipes de produire des émissions de radio pour le monde rural;
- formation des producteurs de la télévision (TVEGB) et des agents du centre de documentation et de diffusion agricole (CDEDA) en vue de produire sur le terrain des émissions interactives avec les communautés rurales. Quatre émissions de qualité (reportages) ont été produites montées et diffusées sur les antennes de la télévision nationale, alors que, jusque-là, les antennes étaient saturées de " téléromans " et de films de divertissement;
- appui spécifique du CDEDA dans le domaine de la formation. Deux techniciens ont suivi deux sessions en radio rurale et TV/vidéo, et ont également été formés à la pédagogie paysanne à Bamako (Mali), au Centre de services de production audiovisuelle (CESPA);
- appui du CDEDA dans le domaine de la coopération institutionnelle avec les médias audiovisuels, le CDEDA participant aux sorties sur le terrain de la radio rurale et aux travaux de montage des reportages réalisés par la télévision nationale;

- appui du CDEDA dans le domaine de l'équipement enfin, par l'acquisition d'un équipement complet. permettant au CDEDA de produire et de monter des films vidéo.

En vue d'atteindre l'objectif majeur du projet - à savoir, définir une stratégie nationale de communication pour le développement - quatre rencontres régionales ont été organisées, pour identifier, inventorier et analyser les besoins en communication des différents acteurs sociaux en milieu urbain et rural, et pour réfléchir et faire des propositions concrètes, sous forme de plans d'action sectoriels et régionaux sur:

- la mission et les objectifs généraux et spécifiques de la stratégie nationale de communication pour le développement;
- le rôle et la place des médias;
- la formation à la communication pour le développement
- le cadre institutionnel et juridique chargé de la mise en œuvre et du suivi de la stratégie nationale de communication pour le développement.

Chacune de ces rencontres a rassemblé, pendant quatre jours, de vingt à trente participants des régions suivantes:

- secteur autonome de Bissau
- province du Nord (régions de Oio et de Cacheu)
- province du Sud (régions de Quinara, de Tombali et de Bolama/Bijagos)
- province de l'Est (régions de Bafata et de Gabú).

Dans le même temps, cinq études sectorielles ont été menées par des consultants nationaux, sur les thèmes suivants:

- la radiodiffusion en Guinée Bissau
- le cadre juridique et institutionnel de la communication pour le développement
- la télévision en Guinée Bissau
- la presse écrite en Guinée Bissau
- la formation en communication pour le développement.

Dans leurs études, les consultants dressèrent l'état des lieux, analysèrent les atouts et les contraintes et firent des recommandations relatives à la stratégie de communication pour le développement.

Des contacts ont été pris et maintenus avec les partenaires de la coopération bi et multilatérale afin de les impliquer dans la tenue et la mise en œuvre du séminaire de définition d'une stratégie nationale de communication pour le développement. il s'agit du PNUD, de l'UNICEF, de l'OMS, des représentations diplomatiques des pays suivants: Etats-Unis, Suède, France, Portugal, Pays-Bas, Canada et d'organismes tels que l'UICN, la CE et l'USAID.

Ce long cheminement aboutit à l'organisation, du 30 janvier au 6 février 1995, du séminaire pour la définition d'une stratégie nationale de communication pour le développement, pour faire le point sur les expériences vécues et s'appuyer sur la communication sociale pour transformer la société guinéenne.

## **II - LES OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DU BUREAU RÉGIONAL**

---

La stratégie nationale de communication pour le développement a pour mission de servir de cadre de référence évolutif et flexible, permettant, par le dialogue entre les différents acteurs de développement, que les projets soient connus de manière à prendre en compte les idées et capacités des bénéficiaires, pour les mobiliser (communication sociale) et renforcer leurs capacités (communication éducative), afin de mener à bien les actions de développement.

La stratégie de PNCD doit permettre l'instauration d'un climat de confiance entre le gouvernement et ses partenaires (internes et externes), en vue d'une action concertée pour traiter la problématique du développement national et pour éliminer la division entre " décideurs ", " exécuteurs " et " bénéficiaires ".

### **1 - OBJECTIFS GÉNÉRAUX**

- Promouvoir la participation de la société civile à la définition et à la mise en œuvre des grandes orientations de développement du pays, en favorisant le dialogue entre tous les acteurs du développement sur ces actions
- Appuyer les initiatives des communautés de base dans les différents secteurs du développement, en favorisant l'échange des informations, des savoirs et des techniques entre les communautés
- Offrir - à tous ceux qui ont la responsabilité de diffuser des informations ou d'introduire des innovations dans les différents secteurs du développement - des instruments de communication sociale et éducative leur permettant de faire cette diffusion dans les meilleures conditions
- Promouvoir, pour toutes les interventions en milieu rural, les systèmes de vulgarisation, d'encadrement, de formation et de communication basés sur des stratégies de dialogue, de participation, plutôt que sur des stratégies de messages verticaux.

En outre, la stratégie nationale de communication pour le développement, doit contribuer à la consolidation de la démocratie, y compris la prise de conscience, par les citoyens, de leurs droits et devoirs, et par l'Etat, de ses responsabilités et de son autorité.

## 2 - OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

La stratégie nationale de communication pour le développement doit contribuer à la mise en œuvre des politiques sectorielles prioritaires du Gouvernement, notamment dans les domaines de l'éducation, la santé, l'énergie, l'agriculture et de l'habitat.

La stratégie nationale de communication pour le développement doit appuyer tous les secteurs, et notamment:

- le secteur économique et financier
- la production en agriculture, élevage, forêts, recherche agronomique, pêche, énergie, industrie, ressources naturelles, tourisme, environnement et artisanat;
- le dispositif social, les infrastructures de transport et de communication, l'habitat et l'urbanisme;
- le commerce;
- le domaine social, en particulier les affaires sociales et la promotion féminine, la jeunesse, la culture et le sport.

Cet appui doit se manifester concrètement, en contribuant à:

- la mise en œuvre des politiques sectorielles du gouvernement sur la base du dialogue et de la concertation de l'Etat avec ces différents partenaires (internes et externes);
- une meilleure formation, motivation et information des cadres, responsables de la mise en œuvre des projets de développement;
- le renforcement des capacités et la formation continue des populations, l'information et la transparence concernant les activités de développement, surtout celles qui les concernent directement;
- l'émergence d'un cadre législatif pour permettre le dialogue, la responsabilisation et l'amélioration des rapports entre le secteur public et la société civile en matière de développement;
- la valorisation de la culture bissau guinéenne, la cohésion sociale et le développement harmonieux du pays;
- la défense des intérêts des populations, principalement des femmes, en ce qui concerne particulièrement l'éducation et la santé;
- la décentralisation de la communication sociale afin que les communautés de base aient accès aux informations, et que les programmes reflètent les problèmes et les aspirations des individus, des familles et des communautés;
- une meilleure circulation de l'information sur les calendriers de commercialisation des produits alimentaires, leurs prix, leur disponibilité sur le marché, etc.;
- l'échange d'expériences (succès et échecs) entre les différents intervenants dans les actions de développement, notamment entre les différentes associations de base;

- une ample campagne de protection pour favoriser l'équilibre des ressources naturelles et d'environnement;
- l'acquisition et la consolidation des comportements, attitudes et connaissances par les populations, en appliquant les méthodes participatives;
- l'identification et l'intégration d'une composante de communication pour le développement dans tous les projets et programmes de développement;
- la formation et la consolidation des valeurs de la famille afin de mieux gérer son équilibre;
- des consultations (" tables rondes ") avec les partenaires au développement, en vue de mobiliser leur participation à l'élaboration et mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement.

## III - POTENTIALITES ET FACTEURS LIMITANTS

---

### POTENTIALITÉS

Parmi les conditions favorables à la mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement, citons l'engagement de tous les intervenants dans le processus de développement, qu'il s'agisse du gouvernement qui a mis en œuvre le projet, des partenaires au développement, des bailleurs de fonds, des populations ou encore des ONG.

### FACTEURS LIMITANTS

Il existait aussi de sérieux obstacles à la mise en œuvre d'une stratégie nationale de communication pour le développement.

- Manque de définition conceptuelle de la communication pour le développement auprès des agents chargés d'intervenir dans ce domaine, soit par manque de formation, soit par manque d'encadrement institutionnel approprié pour la mise en œuvre de programmes de communication pour le développement
- Manque de ressources matérielles et financières permettant la mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement
- Insuffisance des infrastructures existantes, notamment sur les plans de l'énergie et des voies d'accès
- Division ou manque de contact entre le monde rural et le monde urbain, en ce concerne les systèmes de valeurs et les normes culturelles
- Projets soutenus par des financements externes limitant leurs domaines d'intervention et ne facilitant pas la communication, quoiqu'ils aient les moyens financiers et économiques pour le faire
- Manque d'échanges qui limite les bénéfices que l'on pourrait retirer des connaissances et des techniques de documentation qui, pourtant, existent
- Manque de contrepartie du gouvernement. Cette contrepartie aurait été nécessaire pour pleinement exploiter les potentialités offertes par des programmes et du matériel de communication disponibles dans certains services et projets.

- Moyens de communication sous-utilisés par manque de protocoles d'accord bien définis entre les différents secteurs et services
- Possibilités d'améliorer la communication en milieu rural et urbain non matérialisées par manque de stimulation et de motivation des cadres au niveau national, sectoriel et local
- Moyens qui, quoiqu'insuffisants, auraient pu être mieux exploités:
  - la radiodiffusion, la télévision, les studios audiovisuelles au sein des secteurs les plus divers, les systèmes traditionnels de communication, la presse écrite et les méthodologies participatives d'intervention;
  - des projets qui géraient des budgets pour la production de programmes dans les domaines de l'information, éducation, communication (IEC), non exploités;
  - plusieurs ONG, associations de base, groupements d'hommes et de femmes appuyant la communication à la base.

# **IV - PROGRAMME D'ACTION DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

---

La mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement a fait l'objet d'une programmation à court, moyen et long termes.

## **1 - ACTIONS À COURT TERME (AVRIL 1995 À MARS 1996)**

- Sollicitation du gouvernement pour l'approbation des conclusions et recommandations relatives à la stratégie nationale de communication pour le développement
- Initiation des travaux préparatoires à une relecture des textes juridiques existants et identifier les nouveaux textes nécessaires
- Diffusion à tous les niveaux des résultats du séminaire national
- Création d'une commission intersectorielle de communication pour le développement au sein de la primature, dont le Secrétaire Exécutif serait du Ministère de la Communication
- Elaboration d'un plan directeur du développement de la communication sociale
- Création de la radio rurale et des stations régionales
- Contacts avec les partenaires du développement et de la coopération en vue de la mise en œuvre des plans d'action de la stratégie nationale de communication pour le développement.

## **2 - ACTIONS À MOYEN TERME (AVRIL 1996 À MARS 1999)**

- Finalisation et proclamation des décrets liés à la stratégie nationale de communication pour le développement et au plan directeur
- Mise en place de cellules de coordination des activités de communication pour le développement au sein des départements publics et des autres structures et organismes intéressés
- Création d'une école de communication sociale



- Création d'un centre national d'information et de documentation en communication pour le développement
- Elaboration d'un programme de formation et recyclage pour les professionnels de la communication sociale
- Elaboration d'un programme de formation en communication pour le développement et sur l'utilisation de supports de communication éducative à l'intention des communicateurs du terrain
- Elaboration d'un schéma directeur pour la recherche en matière de communication pour le développement
- Institutionnalisation de la communication pour le développement en tant que discipline dans l'enseignement secondaire, professionnel, technique et supérieur
- Mise en œuvre du plan directeur de développement de la communication, notamment la décentralisation des moyens de communication
- Elaboration des stratégies sectorielles de communication pour le développement
- Attribution des nouvelles fonctions et compétences, ainsi que des ressources matérielles et humaines à deux centres d'information, éducation et communication (IEC) afin que ces départements soient au service de tous les secteurs de développement en tant que centres de formation et de production
- Renforcement du Centre d'Etudes du Développement Rural (CDEDA) comme centre de formation, d'information et de documentation en matière de méthodologie de l'approche et de l'animation participatives, à l'intention des communicateurs de terrain
- Organisation d'une rencontre des PALOP (pays lusophones) pour mener un débat sur les expériences en communication pour le développement.

### **3 - ACTIONS À LONG TERME (À PARTIR DE L'AN 2000)**

Mise en place d'une structure de recherche et de coordination de la communication pour le développement

- Consolidation des objectifs de la communication des différents secteurs de développement du pays
- Evaluation et capitalisation des expériences en matière de communication pour le développement.

# **V - LA MÉTHODOLOGIE DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

La méthodologie qui sous-tend la mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement était adaptée à la réalité, aux conditions culturelles, économiques, sociales et religieuses de la Guinée-Bissau et à son stade de développement. Cette méthodologie est basée sur les quatre principes de base suivants.

## **LE PARTENARIAT**

Le soutien aux institutions locales et la coopération avec les ONG locales s'intéressant à la communication sont une priorité. Ce soutien doit s'intégrer aux programmes et aux projets sectoriels de communication pour le développement. Les partenaires sont les relais vers l'action.

## **L'INTERACTIVITÉ**

Toute activité de communication dans le domaine de la communication pour le développement doit revêtir une dimension interactive: réfléchir, recevoir et proposer des idées et des informations.

## **LE MULTIMÉDIA**

Utilisation de tous les médias disponibles (presse, radio, télévision, cinéma, vidéo, théâtre, danse, chant, conteurs) selon le public concerné.

Dans les régions peu alphabétisées, le contact direct doit être privilégié par les systèmes locaux de communication (SLC) et les moyens audiovisuels. Les médias traditionnels (griots, marionnettes, etc.) et les canaux traditionnels de communication (communautés confessionnelles, événements culturels, etc.) doivent être également privilégiés pour atteindre le plus grand nombre de personnes.

## **LA DURABILITÉ**

Les activités de communication pour le développement doivent à terme être appropriées par les acteurs du développement.

## **VI - CONTRIBUTION ET SOUTIEN DU GOUVERNEMENT DE GUINÉE-BISSAU**

---

Le Ministère chargé de la communication était responsable de l'exécution du projet. Il devait désigner la structure chargée de la mise en œuvre de la stratégie et nommer le directeur national.

En outre, le Gouvernement s'engageait à:

- favoriser la collaboration des journalistes, producteurs et techniciens avec la structure responsable de la mise en œuvre et à dégager les moyens humains nécessaires;
- garantir une collaboration permanente entre les ministères impliqués;
- garantir une participation de toutes les structures concernées.

## VII - PROCESSUS DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

---

---

Depuis l'approbation de la stratégie nationale de communication pour le développement, la PNCD n'a pu être appliquée pour trois raisons.

- 1- L'instabilité politique en Guinée-Bissau a fait que, de la date de l'élaboration de la stratégie jusqu'à 1998 (donc en 6 ans), il y a eu plus de 7 ministres ou secrétaires d'état chargés de la communication, soit un responsable différent tous les 10 ou 11 mois. Ces changements n'ont pas permis aux différents gouvernements d'inclure la communication dans leur agenda politique. En conséquence, la stratégie nationale n'a jamais été formellement validée par le gouvernement.
- 2- Comme conséquence du point 1, n'ont été créés ni la structure de coordination opérationnelle, ni les cellules de communication prévues au sein des départements ministériels, ni les comités intersectoriels impliquant tous les partenaires de la communication pour le développement.
- 3- "*The last but not the least*", l'année 1998 a été marquée en Guinée-Bissau par un conflit politico-militaire qui a entraîné des pertes en vies humaines, des destructions d'infrastructures socio-économiques et l'exil de nombreuses populations.

Cette crise politico-militaire a affecté profondément l'économie et la société de Guinée-Bissau. Elle a eu des conséquences dramatiques dans tous les domaines d'activité, a fragilisé les acquis obtenus, notamment, au plan macro-économique, et fragilisé la confiance des agents économiques et des partenaires du développement. Les résultats d'une évaluation de l'impact de cette crise indiquent une:

- destruction du secteur productif, une désorganisation des circuits de commercialisation et de distribution et une chute des exploitations;
- réduction du peu d'esprit d'entreprise existant dans le pays;
- progression soutenue du secteur informel;
- désorganisation et régression de la performance de l'administration publique;
- augmentation de l'incertitude dans le système politico-institutionnel.

Dans le secteur de la communication, cette crise a eu des impacts très négatifs: les bâtiments de plusieurs stations de radio (Radio Nationale, Radio Bombom et Radio Pindjiguiti) ont été endommagés. En outre, les équipements des radios privées Pindjiguiti et Mavegro ont été pillés. Enfin, la télévision natio-

nale a été arrêtée du début à la fin du conflit et quelques équipements ont été endommagés.

Une quinzaine de journalistes de la presse publique et privée, sur les quelques dizaines dont dispose le pays, sont partis en exil. Ce n'est que lentement que les journaux reprennent leur parution régulière.

D'une manière générale, le conflit a entraîné l'arrêt des activités de communication, des rancœurs entre certaines couches socio-politiques, la méfiance entre les individus et une déchirure du tissu social.

À présent, la mise en œuvre d'une politique hardie d'appui aux secteurs de la communication s'avère nécessaire. Elle requiert notamment l'actualisation de la stratégie nationale de communication pour le développement. Ainsi le Gouvernement a déjà sollicité l'assistance de la FAO pour l'aider dans son effort de relance des activités de communication pour le développement ainsi que pour l'actualisation de la stratégie nationale qui avait été définie, condition sine qua non pour atteindre le développement humain durable.

Pour cette assistance, le gouvernement a demandé une mission, qui travaillerait avec la contrepartie nationale, pour:

- revoir et actualiser les documents de stratégie nationale de communication pour le développement et le programme national de communication pour le développement;
- renouer les contacts avec les partenaires de la coopération bi et multilatérale intéressés par la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement;
- initier une table ronde des bailleurs de fonds pour financer la mise en œuvre de cette politique.

Par ailleurs, l'UNICEF a inclus dans son Plan d'opérations du programme 2003-2007 un projet sur la communication pour le développement, avec pour objectif général:

- augmenter la capacité d'intervention des organes de communication sociale;
- valoriser les canaux de communication traditionnelle;
- coordonner les actions de communication sociale;
- mettre en œuvre des politiques et stratégies de communication pour le développement en vue de changer le comportement en faveur des enfants.

Ce projet a trois volets:

1. plaidoyer en faveur de la communication pour le développement;
2. renforcement du partenariat avec les organes de communication sociale;
3. développement de la communication de proximité.

L'UNESCO s'engage à contribuer à:

- la détermination des besoins en réhabilitation des infrastructures de communication (presse écrite, presse audiovisuelle, presse publique et privée);
- l'estimation des coûts de réhabilitation et d'équipement de la presse;
- la détermination des besoins en formation des journalistes de la presse publique et privée en matière de culture de la paix. La formation, qui sera dispensée aux diverses catégories des journalistes, se fera par des séminaires, stages, journées de réflexion et panels autour de thèmes comme la

culture de la paix, l'éthique et la déontologie professionnelle du journaliste, le rôle du journaliste dans le rétablissement et la consolidation de la paix en Guinée-Bissau.

Cette assistance de l'UNESCO aura comme objectif de contribuer à:

- la formation des professionnels de l'information aux méthodes et techniques de collecte et diffusion d'informations relatives à la paix, à la tolérance et aux droits de l'homme;
- la réflexion collective permanente sur le rôle du journaliste dans la prévention des conflits et la promotion de la paix.

En ce qui concerne la coopération bilatérale, la France redémarre son assistance à la télévision nationale et le Portugal aide les radios privées, mais aussi la télévision et la radio nationales en termes de rééquipement et de restructuration post conflit.

Toutes ces actions sont conformes au document de la stratégie nationale de communication pour le développement.

## **VIII - ATOUTS ET CONTRAINTES DE LA MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

L'intervention de la stratégie nationale de communication pour le développement s'inscrit dans un cadre complexe, car il s'agit d'utiliser les atouts pour contribuer à:

- la participation de la population à la définition et à la mise en œuvre des grandes orientations de développement du pays en favorisant un dialogue entre tous les acteurs du développement sur ces actions;
- l'initiative prise au niveau des communautés de base dans les différents secteurs du développement en favorisant les échanges des informations, des savoirs et des techniques entre ces communautés;
- la mise à disposition des instruments de communication permettant à tous ceux qui ont la responsabilité de diffuser l'information de le faire dans les meilleures conditions;
- la mise en œuvre des politiques sectorielles du Gouvernement sur la base du dialogue et de la concertation de l'état avec ses différents partenaires (internes et externes);
- une meilleure formation, motivation et information des cadres, responsables pour la mise en œuvre des projets de développement;
- l'information et la transparence concernant les activités du développement, surtout celles qui concernent directement les populations, en s'appuyant sur le renforcement des capacités et la formation continue des populations;
- l'émergence d'un cadre législatif permettant le dialogue, la responsabilisation et l'amélioration des rapports entre le secteur public et la société civile en matière de développement;
- la décentralisation de la communication afin que les communautés de base aient accès aux informations, et que les programmes reflètent les problèmes et les aspirations des individus, des familles et des communautés;
- l'échange d'expériences (succès et échecs entre les différents intervenants dans les actions de développement, notamment entre les différentes associations de base);
- des consultations (tables rondes) avec les partenaires au développement, en vue de mobiliser leur participation à l'élaboration et mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement.

Il existe des conditions favorables à la mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement, comme la volonté de tous les intervenants dans le processus de développement. La participation à l'élaboration de la stratégie nationale de la communication pour le développement a été remarquable, qu'il s'agisse du gouvernement, des bailleurs de fonds, des ONG ou encore des partenaires au développement.

Cependant il existe aussi de sérieux obstacles à la mise d'une stratégie nationale de communication pour le développement:

- manque de définition conceptuelle de la communication pour le développement auprès des agents chargés d'intervenir dans ce domaine, soit par manque de formation, soit par manque d'encadrement institutionnel approprié pour la mise en œuvre de programmes de communication pour le développement;
- manque de ressources matérielles et financières permettant la mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement;
- insuffisance des infrastructures existantes, notamment sur les plans de l'énergie et des voies d'accès;
- division ou manque de contact entre le monde rural et le monde urbain, en ce qui concerne les systèmes de valeurs et les normes culturelles.



# **IX - RECOMMANDATIONS À L'ENDROIT DES PAYS INTERESSÉS À L'ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

---

---

L'élaboration de la stratégie de communication pour le développement est un processus complexe. Elle fait appel à la participation de la population à la définition et à la mise en œuvre des grandes orientations du développement du pays et favorise un dialogue entre tous les acteurs du développement sur ces actions. Ainsi, un pays qui prétend élaborer la stratégie nationale de communication pour le développement doit:

1. tenir compte d'enjeux comme l'élévation de la qualité de vie des populations, sachant que les indicateurs de cette qualité sont définis par les populations mêmes;
2. s'adapter à la multiplicité et à la diversité des tous les acteurs concernés à savoir:
  - la communauté villageoise composée de l'ensemble des individus - hommes femmes, enfants - souvent organisés en associations, groupements ou comités;
  - les notables et autorités traditionnelles ou religieuses, gardiens des coutumes et habitudes de la collectivité;
  - les différentes catégories socioprofessionnelles concernées par les fonctions du développement;
  - les agents du développement (techniciens, vulgarisateurs, animateurs) de l'état, des ONG, de projets et d'institutions qui s'occupent du développement;
3. répondre aux exigences de chaque étape de l'élaboration de la stratégie;
4. mobiliser les outils et réseaux de communication existants en fonction:
  - des objectifs de communication poursuivis, qui ne sont pas nécessairement les mêmes dans chaque étape de la stratégie;
  - de leur impact dans le milieu;
  - de leur souplesse dans l'utilisation (capacité de production et d'utilisation, facilités logistiques, etc.);
  - de leur coût de mise en œuvre;
  - de la possibilité pour les communautés de s'approprier leur usage et/ou de participer à la production des messages transmis de façon à garantir la durabilité des activités de communication et le renforcement et le développement des systèmes locaux de communication;
5. utiliser de façon organisée, systématique et interactive les différentes formes de communication (de masse, de proximité, traditionnelle, institutionnelle) et ses outils afin de:

- partager les connaissances et les informations;
  - mobiliser les différents partenaires;
  - renforcer les compétences pédagogiques et les facultés de communication des agents de développement, à tous les niveaux qui travaillent dans les secteurs du développement;
6. inscrire la communication pour le développement comme une priorité dans le programme de travail du gouvernement;
  7. faire en sorte que la stratégie nationale de communication pour le développement serve de cadre de référence à tous les partenaires;
  8. inclure un volet communication dans tous les aspects de la politique globale du pays afin de permettre la circulation bidirectionnelle des informations;
  9. mettre en place une structure de coordination opérationnelle et efficace. Cette structure doit avoir un caractère souple à la fois technique et politique avec un mandat et des moyens financiers conséquents. Cette structure, présidée par le Premier Ministre, doit être effective dès l'approbation du programme d'action;
  10. mettre en place un mécanisme d'évaluation de la stratégie tout au long du processus de sa mise en œuvre: synthèse, évaluation et modification;
  11. confier les travaux de recherche à des structures légères de coordination, afin d'assurer la cohésion des actions et de minimiser les coûts;
  12. impliquer tous les partenaires dans la prise en charge du coût de la communication pour le développement;
  13. prendre en compte tous ceux qui travaillent dans le domaine de la communication pour le développement, afin que soit reconnue la spécificité de leur activité, qu'elle soit valorisée et institutionnellement réglementée.

## **X - QUELLES LEÇONS TIRER DE LA MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION ET DE MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE NATIONALE DE COMMUNICATION?**

---

- L'identification des thèmes et secteurs d'étude à réaliser a été facilitée par l'expérience du Mali.
- Le recrutement des cadres n'a pas été difficile sauf pour le thème " moyens traditionnels de communication " où les délais n'ont pu être respectés.
- Les délais octroyés aux consultants s'avéraient trop court par rapport au volume de travail. A l'avenir, il faudra envisager des délais plus longs (un mois de plus pour le travail de terrain).
- Les consultants n'ont pas eu un atelier pédagogique permettant d'harmoniser les thèmes et les bases méthodologiques d'études et de diagnostics.
- Les institutions contactées se sont montrées disponibles pour fournir tous les éléments utiles au travail des consultants et pour participer au séminaire national. A l'avenir, il faudra profiter de cet élan et de cet engouement pour un travail plus profond.
- Les enquêtes réalisées sur le terrain se sont avérées très utiles. D'autant que, pour la première fois, l'on a écouté les attentes des usagers de la communication, surtout en zone rurale.
- L'étude sur le cadre juridique et institutionnel s'est penchée plutôt sur le juridique que l'institutionnel. Pour l'actualisation de la stratégie, il faudra reprendre ce volet.
- Le directeur national devrait être pris en charge dès le début du projet afin d'accompagner à plein temps les travaux et de piloter le comité chargé de l'exécution de la stratégie. Travaillant en même temps pour le projet et pour une structure gouvernementale, il se voit limiter son action.
- La mise en œuvre de la stratégie implique qu'un effort soit fait en faveur des professionnels de la communication, tous les médias confondus. En effet, selon les résultats du processus d'élaboration de la stratégie, trop peu de professionnels sont capables de maîtriser et de diffuser correctement les thèmes et la problématique inhérents au processus de développement.
- Au moment de la préparation de la stratégie, le secteur privé de la communication était encore embryonnaire. Il conviendra de reprendre cette thématique lors de l'actualisation de la stratégie.

- Les nouvelles technologies de l'information et de la communication n'ont pas été suffisamment prises en compte dans la stratégie. Il faudra donc approfondir cette dimension de la stratégie.
- La situation de conflit connue par la Guinée-Bissau et la situation en Afrique de l'Ouest exigent que soit inclus dans la stratégie le rôle de la communication pour le développement dans la consolidation de la paix, de la tolérance et du respect des Droits de l'Homme.
- Une structure de suivi et d'évaluation doit être associée dès le début du projet.
- L'appui conceptuel et méthodologique du service concerné de la FAO a été déterminante dans l'élaboration de la stratégie.

# CONCLUSION

---

En Guinée-Bissau la stratégie nationale de communication n'a pu être mise en œuvre à cause des raisons soulevées ci-dessus.

Il convient de poser un certain nombre de questions en guise de conclusion.

A quoi bon proposer à des femmes d'adhérer au planning familial si les moyens contraceptifs et le suivi médical ne sont pas disponibles? A quoi bon encourager les jeunes à porter des préservatifs pour lutter contre le sida si ceux-ci ne sont pas disponibles sur tous les marchés? A quoi bon proposer aux agriculteurs d'utiliser la traction animale s'il n'y a pas de bœufs dans la zone ou si on ne leur apprend pas à les dresser? A quoi bon pousser les maraîchers à intensifier leur production si les structures de commercialisation n'existent pas? A quoi bon encourager les parents à envoyer leurs enfants à l'école si la plus proche est à 15 kilomètres et s'ils doivent payer les enseignants? A quoi bon encourager les charbonniers à arrêter leur production dévastatrice si on ne leur propose pas d'activités alternatives et si la demande augmente? A quoi bon " sensibiliser " les populations à une gestion durable de leur environnement si on ne leur propose aucun moyen concret de le faire? A quoi bon construire des infrastructures si tout est détruit ensuite par les conflits?

Pratiquement toutes les organisations qui œuvrent pour le développement dans les secteurs de l'agriculture, de la santé, de l'éducation et de l'environnement de nos pays en Afrique ont compris depuis longtemps que les hommes et les femmes ont plus besoin d'exemples que de paroles, même si l'oralité est une partie intégrante de leur culture.

La communication peut faire beaucoup pour le développement mais à condition que, parallèlement, les services, les moyens d'apprentissage, les outils, les capacités d'organisation, les financements, les décisions et l'exemplarité politiques existent sur le terrain. Or, dans la majeure partie des cas, ils sont absents et les populations attendent que " ceux " qui parlent démontrent et les aident à faire.

L'élaboration d'une stratégie de communication pour le développement ne doit pas être une fin en soi, ni une opération abstraite. Pour la mener à bien, il faut tenir compte des mécanismes spécifiques de la prise de décision, de l'allocation des ressources financières et logistiques, du comportement économique, social et politique. Elaborer une stratégie de communication pour le développement seulement pour le plaisir de l'élaborer est un gaspillage évident. Ce qui donne un sens à la mise en œuvre d'une stratégie de commu-

nication pour le développement, c'est la réalisation. Si l'on n'y intègre pas les paramètres facteurs de déterminations politiques et de prises de décision, non seulement, l'on ne tire pas parti de toutes les possibilités, mais l'on risque aussi de courir à l'échec.

