

Groupe Thématique Communication et Culture

Villa 31, Cité des Nations. Commune de Kaloum – Conakry, GUINEE Tel : 224 43 10 80

Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté : **Stratégie de communication et de culture**

I- INTRODUCTION

La pauvreté en Guinée s'explique, entre autre, par la persistance de facteurs culturels et un déficit de communication préjudiciables aux différents secteurs concourant à l'amélioration des conditions de vie des populations, en particulier celles qui sont vulnérables. Le caractère transversal de la communication et de la culture fait qu'elles influent nécessairement sur le processus de développement. La communication participative ancrée dans les réalités culturelles des communautés constitue une condition de réussite de toute intervention visant l'amélioration réelle et durable du niveau de vie des populations.

II- POLITIQUES ET PROGRAMMES DANS LES SECTEURS DE LA COMMUNICATION ET DE LA CULTURE

Les politiques et programmes en matière de communication ont consisté en l'adaptation de l'environnement de ce secteur au nouveau contexte de société libérale, fondée sur le droit et l'initiative privée. Un des objectifs majeurs visés dans ce sens est de répondre aux besoins d'information, d'éducation et d'échanges des populations afin de les mobiliser autour des objectifs de développement..

C'est ainsi que dès 1991, le Gouvernement a promulgué la loi organique L/91/005/ sur la liberté de la presse et de la communication qui a permis la création de journaux privés et la loi L/006/91/CTRN portant création du Conseil national de la Communication comme organe consultatif et de régulation de la presse.

En 1997, la vision prospective (Guinée Vision 2010) qui a donné naissance au PNDH et à la SAG, avait bien une dimension communication dont l'objectif était de relever le défi qui consistait « à donner la bonne information, au bon moment en tout lieu du territoire ».

Cependant, toute cette volonté affichée du Gouvernement de développer la communication a surtout permis l'éclosion de la presse écrite privée doublé d'un

relatif renforcement des capacités techniques, professionnelles et opérationnelles de la presse d'Etat, principalement audiovisuelle. L'amélioration de la couverture médiatique du pays couronnée par les projets de mise sur satellite des programmes et la construction d'une nouvelle maison de la Radio Télévision Guinéenne sont à mettre à l'actif d'une telle volonté.

En août 2000 le Gouvernement, avec l'appui du PNUD, s'est doté d'un programme-cadre pour le développement de la presse nationale; un programme qui inclut pour la première fois des composantes « appui au système de communication traditionnelle » et « appui à l'insertion des NTIC » ; ce qui en soi a constitué une évolution significative des politiques jusque là mises en œuvre.

S'agissant de la culture, les politiques et programmes ont consisté en la déconcentration, la décentralisation et la libéralisation progressive de l'action culturelle au niveau des institutions publiques, associatives et privées afin de les rendre plus autonomes dans la conception et la mise en œuvre de leurs propres programmes. Cette politique a permis l'éclosion et l'épanouissement d'une nouvelle génération d'acteurs qui en développant diverses activités culturelles ont favorisé le rapprochement du produit culturel vers un plus grand nombre de consommateurs. Ce sont entre autres, les éditeurs, les libraires, les imprimeurs, les maisons de production, les ensembles artistiques privés et les nombreuses associations et agences culturelles répertoriés à Conakry.

Malgré ces résultats appréciables, de nombreuses contraintes entravent encore la valorisation de l'important potentiel de la communication et de la culture, compris facteurs de réduction de la pauvreté.

III- CONTRAINTES ACTUELLES DES SECTEURS DE LA COMMUNICATION ET DE LA CULTURE

La modicité des moyens financiers des administrations chargées de la gestion de la communication, les problèmes de financement des activités de production, l'insuffisance et la quasi-obsolescence des équipements de diffusion et de transmission, les problèmes de formation, les questions d'adéquation structurelles constituent les principales contraintes auxquelles la mise en œuvre des politiques de communication sont confrontées.

Une autre contrainte et non des moindres, d'ordre politique peut-on dire, est la tendance du Gouvernement à contrôler les médias publics (la Radio, la Télévision et le journal quotidien HOROYA) dont les personnels relèvent de la fonction publique. Dans ces conditions, la diffusion des informations est principalement focalisée sur les activités du Gouvernement ou encore sur celles qui magnifient ses actions et sa ligne politique. En conséquence, il y a peu de débats sur les politiques de développement, et rarement une présentation d'alternatives ou de points de vue différents de ceux du Gouvernement.

Par ailleurs, il faut convenir qu'avant la création des radios rurales et communautaires en 1990, l'une des faiblesses des politiques et programmes en matière de communication consistait à porter l'essentiel des efforts sur l'accès à

l'information en tant que pratique de communication fondée sur le seul modèle de diffusion et de transmission d'informations; ce qui revenait en fait, à faire de la communication sans participation. Or, la participation en mettant l'accent sur les besoins et les façons de voir des individus et des groupes est devenu le concept clé de la communication.

De même, si la presse écrite connaît aujourd'hui un certain développement avec la promulgation de la loi organique N/91/005/CTRN du 23 Décembre 1991 qui consacre la liberté de la presse en Guinée, on attend toujours que la création de radios et de télévisions privées soit autorisée par le Gouvernement; les traditionnels médias d'Etat occupent encore tout l'espace de l'audiovisuel.

Le secteur de la culture quant à lui, a coexisté, sous différentes tutelles ministérielles, avec des secteurs dont le financement a toujours été considéré comme prioritaire.(information, éducation et sports). Or, avec le contexte de restrictions financières imposé par l'application du programme d'ajustement structurel auquel la Guinée est soumise, les budgets mis en place dans les Départements ne suffisent pas déjà pour les secteurs dits prioritaires ; ce qui explique que la culture ait été le « lésé permanent » des exécutions budgétaires de tous les Départements qui l'ont successivement gérée.

En dépit de la persistance de ces contraintes, le Gouvernement et ses partenaires admettent aujourd'hui que la communication et la culture doivent jouer un rôle essentiel dans toute politique ou stratégie de développement qui , de surcroît, privilégie l'approche participative. Cette approche qui a été initiée en Guinée lors de l'élaboration du PNDH (Programme National de Développement Humain) a atteint son point fort pendant la préparation de la SAG (Stratégie d'Assistance de la Banque Mondiale, à la Guinée). Elle traduit la volonté du Gouvernement d'impliquer les populations à la base dans le choix des orientations et l'exécution des politiques et programmes nationaux de développement.

Le principe est d'aller à la base afin de « donner la voix aux sans voix » pour qu'ils participent pleinement à l'identification et à la hiérarchisation de leurs besoins ainsi qu'à la recherche de pistes de solution. Cette approche participative par le bas vise ainsi à faire des populations les véritables acteurs et responsables de leur propre développement et à lutter, par conséquent, contre l'attitude qui consiste à considérer l'aide au développement comme un « assistantat ».

Fort de cette expérience, la Guinée a privilégié l'approche participative dans le processus de formulation et de mise en œuvre de sa Stratégie de Réduction de la Pauvreté. Ainsi " le Gouvernement a initié en mars 2000 des groupes de discussions sur la perception de la pauvreté par les populations et les résultats, validés lors d'un atelier national à Conakry, le 22 mars 2000, ont confirmé ceux des consultations nationales de 1997..." .

L'approche participative a été ainsi imprimée à tout le processus de préparation du document de stratégie de Réduction de la Pauvreté, à travers la tenue d'ateliers régionaux et nationaux de restitution et de validation au cours desquels les participants, y compris les populations à la base, ont procédé à des échanges

d'idées qui ont largement contribué à l'enrichissement du document initial. Ces débats constituent une dimension capitale pour « assurer à la stratégie un caractère vivant et dynamique et pour favoriser les meilleures conditions de sa mise en œuvre » L'importance que le gouvernement accorde à cette dimension à justifié, la mise en place en février 2001 d'un groupe thématique communication et culture ayant « en charge de susciter et impulser des débats approfondis sur la pauvreté et sur les moyens de sa réduction. Ces débats ont été tenus à tous les niveaux (central et local) et avec des acteurs de tous les horizons (responsables et personnes ressources au niveau national, responsables locaux, jeunesse etc.).

IV. PRESENTATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DE CULTURE DANS LE CADRE DE LA LUTTE CONTRE LA PAUVRETE

La stratégie de communication et culture dans le cadre de la lutte contre la pauvreté se présente sous deux dimensions :

1. Une dimension "immédiate" d'appui à la conception, l'explication et la mise en œuvre du Document de stratégie de Réduction de la pauvreté.

Elle vise à permettre une plus large diffusion de la problématique de la pauvreté, de l'initiative de mise en place de la SRP, son enjeu, sa démarche. Elle utilise les structures formelles (radio/télévision, journaux publics et privés) et informelles (communicateurs traditionnels : griots, leaders d'opinions, etc.) L'utilisation des différentes langues nationales est privilégiée.

Il convient de noter que la stratégie de communication ne se réduit pas à une simple formation/ éducation des populations sur la problématique de la pauvreté et la stratégie de réduction du fléau. Se situant dans la perspective de l'approche participative que poursuit le Gouvernement, elle doit contribuer à sa consolidation et à son enracinement en favorisant à tous les niveaux , la mise en place de cadres de concertation, de forums et en suscitant de larges débats démocratiques, à travers tout le pays, avec toutes les composantes de la société Guinéenne (Etat, population à la base , société civile, secteur privé)

2. Une dimension transversale, intersectorielle s'inscrivant dans la durée qui prend en compte les besoins de communication des différents secteurs du développement aussi bien dans leur globalité que dans leurs spécificités. Cette dimension relève d'une vision élargie du concept de communication. Elle embrasse de ce fait aussi bien les aspects institutionnel, socio-éducatifs et culturels (à travers les opérations IEC) que les aspects gestionnel et technologique de la communication. L'ensemble des secteurs du développement sont pris en compte dans cette dimension.

Ces deux dimensions sont fondées sur une large participation des populations à la base et de la société civile.

La stratégie de communication est le vecteur par lequel les objectifs de développement sont mis en adéquation avec le milieu socioculturel, par lequel les

adhésions, les participations indispensables des populations à la base seront obtenues. Elle s'inscrit dans une logique d'enracinement et de progrès, transcendant par le dialogue et la concertation, l'information et la formation les préjugés d'ordre religieux, culturel et ethnique freinant les actions de développement économique et social. Dans un tel contexte, l'efficacité de la stratégie de communication et de culture dépendra aussi :

- d'une définition claire des objectifs généraux et spécifiques en relation avec les besoins des citoyens et des communautés ;
- de la prise en compte des politiques institutionnelles relatives à la décentralisation et au développement à la base ;
- de la mise à profit des technologies de l'information pour promouvoir la communication de masse ;
- de l'élargissement de l'accès des populations à ces moyens de communication de masse et de la libéralisation des ondes notamment justifiée par la perspective déjà certaine d'une couverture totale du territoire national par les médias d'Etat (Radio, T.V) ;
- du niveau d'alphabétisation et de scolarisation.

Outil de facilitation du dialogue et de la concertation entre les acteurs du développement aux différents niveaux, le projet de communication épouse les contours des grands axes définis dans le cadre de la stratégie de réduction de la pauvreté.

A/ Analyser et partager avec les populations la problématique de la pauvreté

Dans le cadre de la mise en oeuvre du Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté, il est essentiel d'assurer une compréhension commune de la pauvreté et de ses déterminants au niveau des différentes composantes de la société. Il s'agira notamment de sensibiliser les populations, les communautés de base, la société civile sur la problématique de la pauvreté, d'instaurer un débat sur la question et organiser des échanges d'expériences entre communautés, guinéennes d'une part, entre communautés guinéennes et étrangères d'autre part.

B/ Assurer la stabilisation macro-économique et la croissance

La gestion transparente des finances publiques passe par une large diffusion au sein des populations, des collectivités décentralisées des décisions gouvernementales relatives aux finances publiques, aux allocations budgétaires, aux questions juridiques et administratives.

Le secteur marchand s'enrichit dans le nouveau contexte libéral. Le tourisme, les arts, le patrimoine culturel deviennent à l'évidence des sous-secteurs porteurs de croissance. Il est nécessaire de mettre en oeuvre des programmes de promotion pour appuyer leur développement. Dans cette voie, la communication a un rôle capital à jouer.

L'image de la Guinée à l'étranger devra être améliorée. Les actions de communication à entreprendre devront permettre de vendre la "destination Guinée". Elles devront également rassurer les investisseurs et les Guinéens installés à l'étranger désireux de rapatrier leur épargne. Les représentations diplomatiques et consulaires, les agences guinéennes à l'étranger devront prendre les dispositions idoines pour la réussite de ce volet du programme.

C/ Améliorer la qualité et l'accès aux services de base

Les objectifs prioritaires sont les suivants :

- le renforcement des capacités des populations en vue d'accroître leur participation à l'amélioration de leurs conditions sanitaires et d'éducation avec un accent sur les besoins de la jeunesse et des femmes ;
- l'amélioration de la couverture téléphonique et audio-visuelle nationale, y compris la téléphonie rurale.

La stratégie de réduction de la pauvreté en matière de communication et culture tient compte du fait que 65 % de la population est analphabète, près de 40 % des enfants en âge d'entrer à l'école ne le sont pas en dépit des efforts du gouvernement et des communautés à la base avec l'appui des partenaires au développement.. Les données révèlent en outre que les femmes, piliers de l'économie familiale et traditionnelle, de l'éducation et de la santé des enfants restent les moins bien loties.

L'efficacité et l'optimisation de la communication d'une part, la prise en compte véritable de la dimension culturelle du développement d'autre part, seront largement tributaires des efforts d'alphabétisation et d'éducation des adultes basés notamment sur l'utilisation des langues nationales. Il s'agit de mener des actions efficaces porteuses de résultats durables. Les progrès de l'alphabétisation et de la scolarisation constituent à la fois des indicateurs et des appuis à l'efficacité des programmes de communication. Les besoins I.E.C concernant le secteur social (éducation, santé, condition féminine et affaires sociales, justice), la décentralisation, l'environnement, l'urbanisme, l'habitat, l'énergie, l'hydraulique et les travaux publics sont pris en compte.

Dans une perspective d'élévation du niveau culturel général des populations, d'amélioration de la gestion des institutions et de préservation des valeurs et de l'identité nationales, il sera aussi nécessaire de :

- développer les centres de ressources documentaires, dans les villes et dans les campagnes ;
- promouvoir la lecture publique et l'édition ;
- créer et entretenir les institutions de protection et de conservation du patrimoine culturel ;
- promouvoir une large utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication et leur appropriation par la jeunesse en particulier ;
- appuyer la vulgarisation des méthodes et technologies endogènes.

D)- Promouvoir la bonne gouvernance et assurer le renforcement des capacités

L'un des freins à l'efficacité des administrations d'Etat, des projets nationaux sectoriels ou non dans la mobilisation des communautés de base et l'atteinte des objectifs qui leurs sont fixés est précisément l'insuffisance de la culture de communication notamment dans ses dimensions organisationnelle, relationnelle et technique.

L'organisation de la communication a un impact direct sur la qualité de la gestion et la pertinence des prises de décisions aux différents niveaux.. Les efforts porteront sur l'amélioration des mécanismes de la communication institutionnelle pour plus d'efficacité, d'économie et d'accessibilité pour les citoyens et autres partenaires. Dans le cadre de la décentralisation, des efforts seront consentis en vue du renforcement des échanges d'information, notamment entre les centres décisionnels et la périphérie, sur les programmes budgétaires et financiers, de manière à assurer leur transparence. Des programmes de sensibilisation, de formation des personnels notamment en communication stratégique, de mise en place de structures et leur équipement seront nécessaires.

La bonne gouvernance requiert l'appropriation par les citoyens et les communautés des textes juridiques et réglementaires, des dispositions légales concernant tous les aspects de la vie nationale. Des programmes de communication leur offriront la possibilité de mieux connaître leurs droits et devoirs, de mieux comprendre les actes de justice et les dispositions de caractère politique et administratif.

Les objectifs globaux pour cet axe sont les suivants :

- le renforcement des capacités des institutions déconcentrées et décentralisées dans les secteurs de la communication et de la culture
- l'appui à la rationalisation des dépenses sociales
- l'explicitation aux populations et aux élus locaux de la philosophie, des objectifs et des moyens de la politique de décentralisation
- l'appui à la mise en oeuvre des réformes judiciaires
- la valorisation du rôle des communicateurs traditionnels ;
- l'appui à la formation des communicateurs institutionnels et l'institution de structures en charge de la communication dans les départements ministériels.

La mise en oeuvre de cette stratégie de communication nécessite une volonté politique conséquente. Les institutions d'Etat dans les différents secteurs du développement économique et social, le secteur privé, la société civile et les communautés à la base sont tous ensemble interpellés pour une mise en synergie des dispositifs communicationnels et culturels en vue de la réalisation des objectifs définis dans le cadre de la lutte contre la pauvreté.

Matrice de la stratégie de communication et Culture

	OBJECTIFS DETAILLES	STRATEGIES / ACTIVITES	INDICATEURS ET BUTS
OBJECTIF GENERAL			
1. Partager avec les populations la problématique de la pauvreté	1. Assurer une compréhension commune de la pauvreté et de ses déterminants, au niveau des différentes composantes de la société (***)	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser des ateliers périodiques sur la pauvreté. - Réaliser un programme IEC : presse, publications, - Emissions audiovisuelles - Assurer les échanges d'idées entre différentes communautés guinéennes, entre communautés guinéennes et étrangères - Renforcer les capacités et le rôle des communicateurs modernes et traditionnels 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'ateliers organisés - Nombre de participants - nombre de structures impliquées - étendue des zones ciblées - qualité du programme réalisé - Nombre d'articles, de publications et d'émissions - Nombre de participants aux contacts
	2-. Aider les populations à s'approprier la SRP (***)	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser des ateliers - Diffuser des résultats à travers la presse écrite et parlée - Evaluer la SRP 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'ateliers - Nombre de participants - Nombre de périodiques ; nombre d'articles, nombre d'émissions, population ciblée - Nombre de documents d'évaluation produits
	3-. Assurer le rôle d'interface entre les décideurs et les populations, entre communautés de différentes régions. (**)	<ul style="list-style-type: none"> - Ramener au niveau des populations à la base, les points de vues des décideurs sur la pauvreté et vis versa 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre et qualité des contacts - Nombre de participants aux contactés ; nombre de contacts avec les décideurs et avec les populations
	4- . Instaurer et animer un débat national autour de la mise en œuvre de la SRP (**)	<ul style="list-style-type: none"> - Diffuser les résultats des travaux des ateliers régionaux à travers des fascicules, des articles de presse et des émissions audiovisuelles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de Participants - Qualité des documents produits - qualités et nombre des fascicules - qualité et nombre des périodiques et articles de presse - qualité et nombre des émissions - nombre de structures et communautés ciblées par la diffusion
2. Contribuer à la promotion de l'activité économique et à une meilleure gestion des ressources publiques	1. Contribuer à la gestion transparente des finances publiques par une large diffusion des décisions du gouvernement (***)	<ul style="list-style-type: none"> -Organiser des ateliers périodiques au bénéfice des populations, sur la gestion des finances publiques et les politiques macro-économiques - Diffuser les allocations budgétaires et les décaissements en faveur des structures à la base. 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualité et nombre d'atelier ; - -Nombre de participants - Nombre de documents de décisions et de politiques diffusés - Nombre de documents diffusés - Nombre de structures de base touchées

OBJECTIF GENERAL	OBJECTIFS DETAILLES	STRATEGIES / ACTIVITES	INDICATEURS ET BUTS
	2. Contribuer à la promotion d'activités génératrices de revenus et à l'accélération de la croissance économique (**)	<ul style="list-style-type: none"> - Faire une large diffusion des Dispositions prises par le gouvernement en matière de micro finance ; utiliser le secteur privé pour cette promotion - Identifier et valoriser des ressources culturelles locales porteuses de développement et éradication des facteurs socioculturels qui lui sont préjudiciables : <ul style="list-style-type: none"> * enquêtes ; * campagne IEC - Promouvoir en Guinée et à l'étranger les secteurs : Tourisme et hôtellerie, commerce, industrie, artisanat, arts et culture, agriculture et mines. <ul style="list-style-type: none"> · Organiser des foires-expositions, ventes, salons en Guinée et à l'étranger · Organiser des concours dans ces différents secteurs ; · Vulgariser les différents textes réglementaires et juridiques relatifs à l'édition, publication, presse publique et privée, opérations publiques, page Web. · -Amener les ambassades, consulats et autres organisations guinéennes à l'étranger à améliorer le marketing des produits guinéens et de la destination Guinée - Appuyer le développement des arts scéniques, sculpturaux, picturaux, de la musique - Instituer l'émulation à travers des prix culturels - Détaxer les intrants entrant dans la production de livres, journaux, - 	<ul style="list-style-type: none"> -Nombre de structures et d'institutions touchées -Nombre de fascicules et d'articles publiés - Nombre de promoteurs privés. -Résultats d'enquêtes -Nombre de campagnes organisées -Etendue et diversité des zones concernées - Nombre de foires, expositions, salons, colloques promotionnels - Nombre de publications ; quantité et dimension de supports publicitaires - Nombre de périodiques, d'articles, pages web produits et diffusés - Nombre et qualité des visiteurs - Nombre de prix offerts - Nombre de participants - Nombre de publications, de périodiques, d'articles - Nombre de secteurs possédant des pages web Textes des dispositions prises - Evaluation de la réaction des investisseurs - Hauteurs des investissements - volume des subventions accordées - Nombre d'artistes formés -Nombre d'œuvres primées - Nombre d'œuvres d'arts acquis par l'Etat - Nombre de sponsors hauteur de l'intervention financière des sponsors
	3. Appuyer le développement des musées, la mise en valeur des sites et monuments (protection, conservation et gestion) (**)	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborer une politique du patrimoine culturel, incluant le cadre de protection juridique - Mettre en œuvre des plans de gestion de sites, - Assurer la modernisation et la dynamisation des institutions centrales, concentrées et déconcentrées de gestion du patrimoine culturel (Musées, sites et monuments, Bibliothèque Nationale, Archives Nationales) 	<ul style="list-style-type: none"> - Un document de politique est rendu fonctionnel - Une loi sur la protection du patrimoine culturel et des textes d'application sont promulgués - Des plans de gestion sont élaborés ; nombre de sites ciblés - Modernisation et équipement du service des sites et monuments et des musées existants

OBJECTIF GENERAL	OBJECTIFS DETAILLES	STRATEGIES / ACTIVITES	INDICATEURS ET BUTS
3. Promouvoir la bonne gouvernance et assurer le renforcement des capacités institutionnelles	1. Contribuer à la rationalisation des dépenses sociales (**)	<ul style="list-style-type: none"> - Vulgarisation de l'approche CMDT au niveau des populations * ateliers * articles de presse * émissions TV 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'ateliers et de participants - Nombre d'articles et d'émissions
	2- Favoriser l'appropriation par les populations et les élus locaux à s'approprier de la philosophie, des objectifs et des moyens de la politique de décentralisation (***)	<ul style="list-style-type: none"> - Aider les populations et les élus locaux à comprendre les ordonnances, les décrets, les arrêtés et les textes réglementaires créant et organisant les collectivités, en Guinée : <ul style="list-style-type: none"> * presse publique * ateliers * diffusion par la presse - Vulgariser la nouvelle nomenclature budgétaire <ul style="list-style-type: none"> * ateliers * diffusion dans les medias - Améliorer l'accessibilité des administrations publiques aux citoyens - Vulgariser les textes juridiques et réglementaires y compris par la traduction et la diffusion en langues nationales sous forme de fascicules, cassettes audio, l'organisation de portes ouvertes dans les administrations et institutions judiciaires, et des caravanes d'information et de sensibilisation. 	<ul style="list-style-type: none"> - Textes des recueils ; nombre d'exemplaires - Nombre de séminaires et de participants - Nombre d'articles et d'émissions produits - Nombre d'ateliers et de participants - Nombre de publications et d'émissions - Nombre de recueils de textes produits en français et en langues nationales - Aires de diffusion - Nombre de cassettes vidéo produits distribués - Nombre de caravanes organisées - Copies de ce courrier en langues nationales - Documents disponibles - Interviews
		<ul style="list-style-type: none"> - libeller le courrier administratif et autres textes au niveau décentralisé –CRD, quartier, district) en français et en langue nationale - Simplifier les procédures administratives, juridiques, de paiement, de crédit dans une perspective d'accessibilité pour les citoyens - Alphabétiser sur base de langues nationales les élus et responsables locaux - Organiser des séances de travail avec le CNLC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de personnes alphabétisées - Interview des usagers - Rapport des ateliers - Nombre de participants - Nombre d'ateliers
	3. Participer à la lutte contre la corruption (***)	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser des ateliers régionaux sur la corruption - Recueillir la perception des populations sur la corruption ainsi que leur évaluation du CNLC 	<ul style="list-style-type: none"> - Résultats d'enquêtes - Nombre d'ateliers organisés - Nombre de participants / Rapports d'ateliers

OBJECTIF GENERAL	OBJECTIFS DETAILLES	STRATEGIES / ACTIVITES	INDICATEURS ET BUTS
	4. Contribuer à la mise en œuvre efficiente des réformes judiciaires (***)	<ul style="list-style-type: none"> - Favoriser une bonne compréhension des réformes par les populations, voire les agents de la justice <ul style="list-style-type: none"> * atelier - Aider les populations à assurer leur citoyenneté dans toute sa plénitude <ul style="list-style-type: none"> * cliniques juridiques * diffusion dans les medias terme et études universitaires a l'étranger pour le moyen et le long terme.	<ul style="list-style-type: none"> - Taux de fréquentation des cliniques juridiques - Nombre de publications
	5. Appuyer la formation des communicateurs sectoriels et instituer des structures en charge de la communication dans les départements ministériels	<ul style="list-style-type: none"> - Formation des communicateurs sectoriels - Formation des responsables de projets, des décideurs, des cadres au niveau des structures centrales et déconcentrées en communication stratégique - Création de cellules de communication au sein des départements ministériels et de gouvernement 	
	6. Renforcement des instances de concertation, sur développement entre les niveaux central et déconcentré et une meilleure observation des procédures de prise de décision.	<ul style="list-style-type: none"> - Réorganisation des instances de concertation sur le développement aux niveaux central et déconcentré - Rationalisation des mécanismes de prise de décision au sein des institutions nationales 	<ul style="list-style-type: none"> - Dispositions prises - Constat des changements - Documents d'études - Recommandations mises en oeuvre
4. Contribuer à la promotion et à la qualité des services de base	Renforcer les capacités des populations en vue d'accroître leur participation à l'amélioration de leurs conditions sanitaires et d'éducation (***)	<ul style="list-style-type: none"> - Réaliser un plan national de communication sur les MST/SIDA - Réaliser des campagnes d'IEC relative à l'amélioration des conditions sanitaires des populations à la promotion d'un comportement des populations favorable à la lutte contre la propagation du VIH/ SIDA et des IST. 	<ul style="list-style-type: none"> -Un programme IEC existe - Quantité et qualité de l'information sanitaire -Nombre de personnes et de communautés touchées par la campagne - Données sur l'évolution de la pandémie
	2. Contribuer à l'augmentation du taux de scolarisation des jeunes, en particulier des jeunes filles, et à la réduction du taux d'analphabétisme des adultes (**).	<ul style="list-style-type: none"> Appuyer les programmes de lutter contre l'abandon scolaire et encourager les filles à faire des carrières techniques. - Organiser une campagne d'IEC relative à la scolarisation des jeunes et à l'alphabétisation des adultes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Un programme IEC existe -Nombre de personnes, localités, d'écoles touchées - Qualité de l'assistance offerte -Nombre de localités, de groupes touchés - Données sur l'évolution de la scolarisation et l'alphabétisation -Un programme IEC existe

OBJECTIF GENERAL	OBJECTIFS DETAILLES	STRATEGIES / ACTIVITES	INDICATEURS ET BUTS
	3. Favoriser l'accès des femmes et des jeunes aux services sociaux de base	<ul style="list-style-type: none"> - Valoriser dans les médias, le savoir et le savoir - faire des femmes. - Contribuer aux efforts de vulgarisation des méthodes de planification familiale. - Promouvoir les textes et les conventions sur les droits des enfants et des femmes 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de séances de concertation, d'émissions, d'articles produits - Nombre de femmes concernées - Un programme IEC existe - Nombre de femmes de ménage touchées
	4. Appuyer les programmes sociaux et de santé en direction de l'enfance (**).	- réaliser des campagnes IEC destinés à l'enfance (y compris l'enfance déshéritée).	<ul style="list-style-type: none"> - un programme IEC existe - Etendue des zones ciblées - Population atteintes
	5. - Appuyer le développement des centres de ressources documentaires et informationnelles et la création d'un environnement lettré centré sur les langues nationales	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Former des ressources humaines : stage, séminaire, cycle d'étude.</i> - <i>Restructurer, rénover et équiper des institutions.</i> - Appuyer à l'organisation de concours de création littéraire et octroi de prix, fête du livre et de la lecture. - Appuyer les structures d'édition, de diffusion de livres et documents y compris pour les langues nationales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de personnes formées - Niveaux de qualification ; - Nombre d'institutions rénovées et équipées - Nombre de concours et de lauréats - Nombre d'événements de lecture - Niveau et régularité des subventions accordées - Importance et nature des incitations fiscales
	6. Promouvoir a tous les niveaux y compris au sein du système éducatif l'accès aux NTIC (*)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Préparer un plan d'accès de la jeunesse aux NTIC.</i> - Appuyer à la mise en place et l'initiation aux NTIC dans les structures formelles et non formelles d'éducation et de formation 	<ul style="list-style-type: none"> - Document du plan d'accès - Programmes mis en place - Niveau d'équipement
	7. Améliorer la couverture téléphonique et audio-visuelle nationale (**).	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Actualiser les schémas directeurs de développement des télécommunication et de la téléphonie rurale.</i> - Mettre en place d'un système de télécommunication couvrant tout le territoire et d'un réseau de téléphonie rurale - <i>Réaliser la satellisation et la numérisation des émissions TV et Radio nationale.</i> - Construire la maison de la Radio et assurer son équipement. - Mettre en œuvre un programme de formation des journalistes de la presse publique et privée et techniciens Radio et TV. - Renforcer des capacités techniques de la Radio rurale. - Réaliser une étude d'impact des médias 	<ul style="list-style-type: none"> - Documents de schémas directeurs actualisés - Mise en place d'un système de télécommunication - Nombre d'exploitants publics et privés - Nombre d'abonnés - Réception des travaux <ul style="list-style-type: none"> - Réception de la maison et son équipement - Programme de formation - Nombre de journalistes et de techniciens formés - Programme de numérisation réalisé - Documents d'étude produit

OBJECTIF GENERAL	OBJECTIFS DETAILLES	STRATEGIES / ACTIVITES	INDICATEURS ET BUTS
	8. Contribuer à la promotion d'une gestion participative des ressources naturelles et à l'amélioration du cadre de vie des populations (*).	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser de journées de concertation sur la Conservation et la mise en valeur de la biodiversité. - Sensibiliser les populations aux effets négatifs de la pollution et autres formes de nuisance. - Vulgariser les techniques testées de protection de l'environnement (radio, TV, dépliants, fascicules, ateliers, conférence,) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de journées - Nombre de participants - Programme IEC réalisé - Nombre de localités, de groupes de leaders d'opinion touchés - Taux d'utilisation des techniques testées