

MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET
DE LA PROSPECTIVE

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE DU DEVELOPPEMENT
TERRITORIAL

PROJET D'URGENCE, DE DEVELOPPEMENT
TERRITORIAL ET DE RESILIENCE



BURKINA FASO

Unité - Progrès-Justice

**STRATEGIE DE COMMUNICATION DU
PROJET D'URGENCE DE DÉVELOPPEMENT
TERRITORIAL ET DE RÉSILIENCE
(PUDTR)
2022-2025**

Mai 2022

Consultants :

Moussa SAWADOGO

Philippe Kayode AKANGBE

Sommaire

Sigles	4
Liste des tableaux.....	5
1. INTRODUCTION	6
1.1. Rappel des termes de référence	7
1.1.1. Objectifs	7
1.1.2. Résultats attendus	8
1.2. Démarche méthodologique.....	8
1.3. Définition des notions clés	10
2. DIAGNOSTIC DE LA SITUATION DE LA COMMUNICATION DU PROJET D'URGENCE DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ET DE RESILIENCE	12
2.1. PRESENTATION DU PUDTR	13
2.1.1. Objectifs et dispositif de pilotage.....	13
2.1.2. Les zones d'intervention du PUDTR	15
2.1.3. Les bénéficiaires du PUDTR.....	15
2.1.4. Les composantes du projet.....	15
2.2. LE DISPOSITIF ACTUEL DE COMMUNICATION DU PUDTR.....	17
2.2.1. Diagnostic de la communication interne.....	17
2.2.2. Diagnostic de la communication externe	19
2.2.2.1. Les activités de communication	20
2.2.2.2. Les messages	20
2.2.2.3. Les outils et supports de communication.....	21
2.2.2.4. Besoins de communication	21
2.3. RECOMMANDATIONS POUR LA COMMUNICATION DU PUDTR	25
2.4. SITUATION DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFORMATION AU BURKINA FASO	26
2.4.1. Les canaux médias	27
2.4.2. Les moyens et circuits de communication traditionnels.....	30
3. STRATEGIE DE COMMUNICATION DU PROJET D'URGENCE DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ET DE RESILIENCE	31
3.1. OBJECTIFS DE COMMUNICATION	32
3.2. RESULTATS ATTENDUS.....	32
3.2.1. Communication interne.....	32
3.2.2. Communication externe	33
3.3. AXES STRATEGIQUES DE COMMUNICATION.....	33
3.4. CIBLES STRATEGIQUES	34
3.4.1. Les groupes cibles internes.....	34
3.4.2. Les groupes cibles externes	34
3.5. LES MESSAGES	35
3.6. LES CANAUX DE COMMUNICATION	37
3.7. PLANIFICATION DES ACTIVITES	39
3.7.1. Axe stratégique 1 : Renforcement de la communication interne	39
3.7.2. Axe stratégique 2 : Information – Visibilité et promotion du PUDTR.....	41
3.7.3. Axe stratégique 3. Communication participative pour le changement de comportement.....	44
3.8. MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE	47

3.8.1. Dispositif de suivi et évaluation	47
3.8.2. Mise en œuvre du suivi-évaluation	48
3.8.3. Plan opérationnel de communication.....	50
3.9. CALENDRIER ET BUDGET DES ACTIVITES.....	56
CONCLUSION	67
BIBLIOGRAPHIE.....	93

Sigles

AGETIB :	Agence des Travaux d'Infrastructures du Burkina
AGR :	Activités génératrices de revenu
ANEVE :	Agence nationale des évaluations environnementales
BM :	Banque Mondiale
CCSC :	Communication pour le changement social et de comportement
COREV :	Comité de revue
COVID-19 :	Maladie à coronavirus
CRD :	Cadres Régionaux de Dialogues
CSTO :	Comité de suivi technique et d'orientation du Projet
CT :	Collectivités territoriales
DGDT :	Direction générale du développement territorial
DGEP :	Direction générale des études et de la planification
DREP :	Direction régionale de l'économie et de la planification
EAS :	Exploitation et abus sexuels
HS :	Harcèlement sexuel
MENAPLN :	Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Alphabétisation et de la Promotion des Langues nationales
MGC :	Mécanisme de gestion des conflits
MEFP :	Ministère de l'Économie, des finances et de la prospective
MGP :	Mécanisme de gestion des plaintes
MENAPLN :	Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Alphabétisation et de la Promotion des langues nationales
MOB :	Maîtrise d'Ouvrage de Bagré
OCADES :	Organisation catholique pour le développement et la solidarité
PADEL :	Programme d'appui au développement des économies locales
PAP :	Personnes affectées par le projet
PMPP :	Plan de mobilisation des parties prenantes
PDI :	Personnes déplacées internes
PGMO :	Procédure de gestion de la main d'œuvre
PTF :	Partenaires Techniques et Financiers
PUDTR :	Projet d'urgence de développement territorial et de résilience
PUS-BF :	Programme d'Urgence pour le Sahel
STD :	Services techniques déconcentrés
SONATER :	Société nationale de l'aménagement des terres et de l'équipement rural
UCP :	Unité de coordination de projet
VBG :	Violences basées sur le genre

Liste des tableaux

Tableau 1 : Zone d'intervention du PUDTR.....	15
Tableau 2: Tableau FFOM de la communication externe	24
Tableau 3: Radios locales de la Région de Boucle du Mouhoun	27
Tableau 4: Radios locales de la Région de l'Est.....	28
Tableau 5: Radios locales de la Région du Centre-Est.....	28
Tableau 6: Évolution du nombre d'entreprises de presse écrite selon la périodicité	29
Tableau 7 : Axes stratégiques de communication.....	33
Tableau 8 : Messages destinés aux groupes cibles spécifique	35
Tableau 9 : canaux de communication	37
Tableau 10 : indicateurs globaux pour le suivi et l'évaluation	48
Tableau 11: Plan opérationnel de communication	50

1. INTRODUCTION

1.1 Contexte

Le Burkina Faso est un pays à faible revenu, enclavé et fragile, situé dans la région du Sahel qui est confronté à une triple crise : sécuritaire, humanitaire et sanitaire due à la pandémie de la maladie à coronavirus (COVID-19). Les défis sécuritaires se sont accrus au cours de ces dernières années. En effet, depuis 2015, le Burkina Faso fait face à une crise sécuritaire de nature terroriste. Débuté dans la région du Sahel et du Nord, les attaques terroristes sont devenues de plus en plus violentes et se sont étendues progressivement à la région de l'Est, de la Boucle du Mouhoun, du Centre-Est et du Centre-nord. Malgré la riposte des forces de défense et de sécurité burkinabè et des pays voisins, le phénomène a pris de l'ampleur avec pour conséquences directes des pertes en vies humaines, des dégâts matériels, une psychose au sein de la population, la fermeture de certains services publics et provoqué de milliers de déplacées internes (PDI) vers des zones plus sûres. Sur les treize régions que compte le pays, six sont en état d'urgence.

Cette crise sécuritaire a engendré une crise humanitaire. A la date du 30 novembre 2021, les autorités ont dénombré 1,4 millions de personnes déplacées internes ; 3,5 millions de personnes dans le besoin ; 2,8 millions de personnes en insécurité alimentaire et 83 formations sanitaires fermées¹. A la date du 5 janvier 2022, plus de 3000 écoles ont fermées en raison de l'insécurité, soit 13% des écoles du pays. Cette situation concerne plus de 500 000 élèves et près de 15 000 enseignants².

Le nombre de personnes déplacées à l'intérieur (PDI) connaît une forte croissance. Leur nombre a été multiplié par 20, passant de 50 000 en janvier 2019 à près de 1,4 million le 10 novembre 2020. Les PDI qui ont tout abandonné dans leur fuite, se retrouvent dans presque dans toutes les provinces où 22 % d'entre elles vivent dans des familles d'accueil et bénéficient de leur générosité. Mais cette situation entraîne des charges supplémentaires pour ces familles qui vivent déjà dans la pauvreté, et constitue pour elles une nouvelle source de stress.

Les PDI qui ont tout perdu, sont devenues des personnes vulnérables et se retrouvent dans une situation d'extrême pauvreté. En effet, elles ont perdu leurs activités économiques et se retrouvent dans une situation très précaire mais nourrissent l'espoir de redémarrer leurs activités. Des femmes devenues veuves souhaiteraient avoir une activité génératrice de revenu (AGR) pour soutenir les besoins des membres vivants de leur famille. Parmi les PDI, on compte aussi beaucoup de jeunes orphelins qui sont à la recherche d'une activité économique. La vulnérabilité et la précarité des PDI se trouvent aggravées par un faible accès aux soins de santé et de protection de base, affectant de manière disproportionnée les femmes et les enfants, et une faible couverture des structures de financement.

¹ <https://reports.unocha.org/fr/country/burkina-faso/> site consulté le 12 janvier 2022 à 17h42

² <https://leilidusahara.com/burkina-faso-insecurite-plus-de-3-000-ecoles-fermees-500-000-eleves-et-15-000-enseignants-concernes/> site consulté le 14 janvier 2022 à 18h00

Pour faire face à ce phénomène, notamment l'urgence des besoins des populations des zones fragiles, l'État burkinabé, avec l'appui de la Banque mondiale, a mis en place le Projet d'Urgence de Développement Territorial et de Résilience (PUDTR). Le PUDTR appuie la décentralisation à travers (i) des investissements d'urgence d'accès aux infrastructures socioéconomiques de base dans les collectivités territoriales (CT), (ii) la facilitation de l'accès aux infrastructures routières et virtuelles au profit des CT, (iii) l'appui à la relance économique et l'autonomisation, aux activités génératrices de revenus, (iv) l'appui à l'engagement citoyen et au renforcement de la présence de l'État dans les zones à fort défis sécuritaires.

Pour assurer une bonne visibilité, façonner l'image du Projet et renforcer la compréhension et l'adhésion des acteurs et des bénéficiaires de sa mise en œuvre, le PUDTR se dote d'une stratégie et d'un plan de communication.

La présente stratégie de communication et son plan de communication comportent trois grandes parties. La première partie qui est la partie introductive, décrit le contexte de l'élaboration du présent document, rappelle les termes de référence, présente la démarche méthodologique suivie pour son élaboration et définit les notions clés. La seconde partie fait le diagnostic de la situation de la communication du PUDTR. Pour cela, elle présente le PUDTR, décrit son dispositif actuel de communication. Elle fait le diagnostic de la communication interne et externe, et dresse les besoins d'information et de communication des parties prenantes. La troisième, partie fait des recommandations pour la communication du PUDTR. Elle fait un point sur le paysage médiatique au Burkina avec des points précis dans les régions d'intervention du PUDTR, et propose une stratégie de communication assortie d'un plan opérationnel de communication.

1.1. Rappel des termes de référence

1.1.1. Objectifs

L'objectif de la mission est de doter le PUDTR d'une stratégie de communication assortie d'un plan opérationnel de mise en œuvre sur la période 2022 -2025 et ce, dans le but de favoriser la visibilité, l'appropriation, l'implication et la participation des acteurs de mise en œuvre ainsi que des populations au processus d'exécution du PUDTR. Pour ce faire, la stratégie de communication aura deux volets :

- Un volet communication interne pour renforcer la synergie d'actions, l'esprit d'équipe au sein du projet et fluidifier encore plus la circulation de l'information entre tous les membres et parties prenantes du projet ;
- Un volet communication externe pour assurer une bonne visibilité du projet auprès des publics cibles, favoriser son appropriation et la participation des bénéficiaires à sa mise en œuvre.

1.1.2. Résultats attendus

Au terme de la mission, les résultats attendus sont :

Une stratégie de communication indiquant :

- Un diagnostic des actions communicationnelles menées par le PUDTR et la situation de la communication dans ses zones d'intervention ;
- Les objectifs de communication pour chaque composante et groupe cible ;
- Les cibles de la communication ;
- Une analyse des parties prenantes ;
- Les types et approches de communication en fonction des cibles et des composantes ;
- Les types de messages adaptés aux différents objectifs et leur contenu ;
- Les canaux et les supports de communication adaptés aux cibles du projet.

Un plan opérationnel de communication qui définit les éléments nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie, à sa gestion et à son suivi et évaluation. Ce plan opérationnel propose :

- Les activités de communication à réaliser ;
- Le planning des activités avec indication de leur déroulement et des produits attendus ;
- Les responsables de la mise en œuvre des activités de communication ;
- Les indicateurs permettant le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la stratégie ;
- Le budget détaillé pour la mise en œuvre de la stratégie de communication.

1.2. Démarche méthodologique

L'élaboration de la présente stratégie de communication et de son plan opérationnel a été conduite selon les principes d'une démarche participative à travers des entretiens et des questionnaires auprès :

- Des membres de l'Unité de coordination du PUDTR ;
- Des membres du comité technique du projet : Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Alphabétisation et de la Promotion des langues nationales (MENAPLN), Ministre du Genre et de la Famille, Ministère de l'Économie, des Finances et de la Prospective (MEFP) ;
- Des agences d'exécution : Organisation Catholique pour le Développement et la Solidarité (OCADES Fada), Projet Filets sociaux, Agence des Travaux d'Infrastructures du Burkina (AGETIB), Société Nationale de l'Aménagement des Terres et de l'Équipement Rural (SONATER) et Agence Nationale des Évaluations Environnementales (ANEVE), Plan Burkina, Laboratoire citoyenneté ;
- Des cibles directes du projet (Maires des communes bénéficiaires, Préfets, ménages pauvres et vulnérables, PDI, populations affectées par les travaux, associations de femmes et jeunes) ;
- Des cibles indirectes (Services et techniques déconcentrés, leaders d'opinion, leaders religieux, ONG et OSC, hommes et femmes de média).

La méthodologie déployée a permis d'exécuter la mission selon le chronogramme suivant.

Phase 1 : Préparation méthodologique

Cette première phase comporte deux activités principales : la réunion de cadrage avec l'équipe du PUDTR et la revue documentaire. Cette étape préparatoire a permis à l'équipe du PUDTR et aux consultants d'harmoniser leurs compréhensions des objectifs de la mission, de s'accorder sur la démarche générale, de préciser le champ de la mission, les résultats attendus et les modalités de l'intervention. Elle a aussi permis de préciser les sites retenus pour la collecte de données sur le terrain et les personnes ressources ou cibles auprès de qui collecter les informations.

La revue documentaire a porté sur l'exploitation de documents produits dans le cadre de l'élaboration du PUDTR. Il s'agit entre autres du *Plan de mobilisation des parties prenantes (PMPP) du projet d'urgence de développement territorial et de résilience (PUDTR)* ; du *Manuel d'opérationnalisation de l'engagement citoyen* ; du *Mécanisme de gestion des plaintes (MGP) du projet et son plan d'action* ; du *Document d'évaluation du projet* ; du *Plan d'action VBG du projet d'urgence de développement territorial et de résilience (PUDTR) pour la prévention et réponse des exploitations et abus sexuels pour la période 2021- 2025* et du manuel de *Procédure de gestion de la main d'œuvre (PGMO)*.

Phase 2 : Collecte et traitement des informations

Elle comprend deux étapes :

- La collecte des informations ;
- Le traitement et l'analyse des informations collectées.

La collecte des informations s'est faite à trois niveaux :

- À Ouagadougou auprès de l'équipe de coordination du PUDTR, des points focaux dans les ministères et auprès des agences d'exécution ;
- Dans les communes d'intervention du projet auprès des représentants des cibles directes et indirectes du projet et des antennes régionales du projet ;
- Par téléphones pour les cibles situées dans des zones où l'insécurité est forte du fait des attaques terroristes.

Cette phase a permis d'identifier la perception, les opinions, les attitudes et les suggestions des enquêtés sur l'environnement communicationnel du PUDTR. Plus précisément, elle a permis de :

- Analyser les actions de communications déjà réalisées au sein du projet ;
- Identifier les problématiques, les défis communicationnels du PUDTR afin de pouvoir dégager un territoire de communication ;
- Dégager les opportunités de communication efficace et explorer de nouvelles pistes de communication ;
- Dresser un état des lieux des représentations des parties prenantes et des cibles vis-à-vis du projet et de la communication existante ;
- Comprendre, au-delà des représentations, les attentes d'information et de communication des cibles en interne et en externe.

Pour ce travail, une matrice a été élaborée pour identifier les sources d'information et les méthodes de collecte qui ont été utilisées. Cette seconde phase a également été mise à profit pour répertorier les outils/supports de communication qui pourraient servir à la communication du PUDTR.

Le traitement et l'analyse des informations collectées ont porté sur les activités de communication déjà menées, notamment sur le contexte et les circonstances dans lesquels le PUDTR exerce ses activités, mais aussi les actions de communication à mener dans la mesure où le PUDTR est un nouveau projet qui n'a pas encore de stratégie de communication. L'analyse a porté aussi sur les obstacles éventuels à l'atteinte des objectifs du projet en termes de communication, sur les ressources et compétences disponibles pour la mise en œuvre de la stratégie de communication. Il a permis enfin de dégager les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces pour une bonne mise en œuvre de la stratégie de communication du PUDTR.

Phase 3 : Élaboration de la stratégie de communication et de son plan d'action

Cette phase définit les objectifs de communication, les axes de communication et le territoire de communication. Ce travail a tenu compte de la segmentation des cibles afin de prendre en compte les besoins réels de chacune d'elle. Un plan opérationnel de communication a également été conçu. Il comprend les activités de communication, les supports et outils de communication, un budget, une planification des activités et un dispositif de suivi évaluation.

Phase 4 : Production et partage des résultats

Cette phase comprend 2 activités principales : la restitution des résultats auprès des parties prenantes à travers un atelier et la finalisation du rapport. Pour accomplir cette mission, les TDR ont prévu une période 45 jours. Toutefois, ce calendrier n'a pas pu être respecté à cause des difficultés rencontrées pour obtenir les RDV avec les cibles du projet sur le terrain. Pour des questions de sécurité, des RDV ont été plusieurs fois repoussés et pour finir, certains entretiens se sont faits au téléphone ou par mail.

1.3. Définition des notions clés

Communication : La communication, renvoie à l'action de communiquer, de transmettre des informations ou des connaissances à quelqu'un ou, s'il y a échange, de les mettre en commun comme dans le cas d'un dialogue. Le but de la communication peut être multiple : informer le public sur ce que nous faisons, le sensibiliser, et l'intéresser davantage pour qu'il participe à ce que nous faisons.

Stratégie de communication : La stratégie de communication est un référentiel visant à choisir et mettre en œuvre les actions requises pour atteindre les objectifs de communication. Elle correspond à un plan coordonnant différentes techniques et actions de communication dans le but de toucher une cible ou un segment de cible avec un ou plusieurs messages, qu'ils soient purement commerciaux, de visibilité, de notoriété, ou d'image.

Plan de communication : Le plan de communication est la traduction opérationnelle et structurée des actions de communication relatives à un projet. Il vise à guider et à optimiser les actions de communication selon les objectifs du projet. Il prend la forme d'un document plus ou moins détaillé regroupant toutes les actions prévues sur une période donnée, le plus souvent une année. Le plan de communication suit le rythme du projet, s'adapte et évolue au gré des nécessités du projet.

Communication pour le changement social et de comportement : La communication pour le changement social et de comportement (CCSC) est un processus stratégique qui utilise des différentes approches de communication comme la communication interpersonnelle, traditionnelle, communautaire, les médias de masse, les médias sociaux pour influencer le public cible afin d'obtenir de sa part qu'il adopte un comportement voulu.

Mobilisation sociale : La mobilisation sociale est un processus en vertu duquel des groupes locaux reçoivent de l'assistance afin de définir et exprimer leurs besoins et objectifs, et agir de façon collective afin de les satisfaire et de les réaliser. C'est un moyen important de faire avancer les politiques de développement durable en les rendant plus réactives aux besoins et aux demandes de la population et en accentuant leur responsabilité à cet égard. La mobilisation sociale est essentielle à la concrétisation des changements de comportement nécessaires.

Média : Un média est un moyen permettant une diffusion de masse et collective d'informations quel qu'en soit le support. Exemples : la radio, la télévision, la presse, les livres, etc.

Communication médiatique : La communication média désigne un ensemble d'actions promotionnelles, informatives et publicitaires réalisées par une personne ou une entité dont les vecteurs sont les médias (télévision, radio, presse écrite, affichage ou cinéma.)

Communication hors média : La communication hors média désigne l'ensemble des actions de communication ne passant pas par les médias de masse et les réseaux sociaux. Exemple : les focus groupe, les réunions, les événements.

2. DIAGNOSTIC DE LA SITUATION DE LA COMMUNICATION DU PROJET D'URGENCE DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ET DE RESILIENCE

Pour qu'une stratégie de communication soit pertinente, adaptée et réaliste, elle doit s'appuyer sur une bonne analyse de la situation car c'est elle qui permet de comprendre le problème de communication que l'on veut résoudre, les objectifs que l'on peut se fixer, les résultats et l'impact recherchés, les solutions possibles, les ressources existantes en matière de communication ainsi que les atouts et les opportunités dont on dispose. Ainsi, l'état des lieux de la communication du PUDTR renseigne sur la façon dont le PUDTR est organisé pour mener ses missions, communique sur son mandat et sur ses résultats auprès de ses publics cibles internes et externes.

2.1. PRESENTATION DU PUDTR

2.1.1. Objectifs et dispositif de pilotage

L'objectif du PUDTR est d'améliorer l'accès inclusif des communautés (y compris les PDI) des zones ciblées, aux services sociaux essentiels et aux infrastructures.

Le PUDTR est placé sous la tutelle, technique et financière du ministère de l'Économie, des Finances et de la Prospective. Il est rattaché au programme budgétaire « pilotage de l'économie et du développement ». Son dispositif institutionnel est organisé autour des organes ci-après :

Au niveau central :

- **Un Comité de Revue (COREV)**

Il est l'organe d'orientation et de pilotage du Projet. Présidé par le Secrétaire général du ministère de l'Économie, des Finances et de la Prospective, il est chargé entre autres de : examiner, approuver et adopter le plan d'exécution du Projet ; examiner et adopter les budgets et les plans de passation de marchés ; examiner et adopter les différents rapports d'évaluation, rapports d'activités et financiers périodiques ; formuler des recommandations pour la bonne mise en œuvre des activités ; examiner et adopter tout dossier soumis à son appréciation, etc. Il se réunit deux fois par an en sessions ordinaires.

- **Un Comité Technique (CT)**

Il a pour principale fonction de renseigner et d'étudier la faisabilité technique et la conformité aux normes nationales auxquelles doivent répondre les réalisations du Projet. Composé de représentants des directions techniques des ministères impliqués dans la mise en œuvre du Projet, le CT émet des avis techniques.

- **Une équipe de mise en œuvre**

L'équipe de mise en œuvre du PUDTR a pour principale mission de conduire les activités au jour le jour (préparation de cahiers de charges, passation des marchés, suivi de la mise en œuvre, suivi des réalisations et des résultats, rapportage). A ce titre, elle est composée d'une unité de coordination, d'agences d'exécution et d'antennes régionales.

- **L'Unité de coordination du Projet (UCP)** coordonne les activités du Projet, assure la mobilisation et la bonne gestion des ressources, veille à la reddition des comptes, et assure le Secrétariat du comité technique.

- **Les Agences d'exécution** accompagnent l'Unité de coordination du Projet dans la mise en œuvre de ses activités. Les agences d'exécution intervenant dans le PUDTR sont entre autres :
 - L'Agence des Travaux d'Infrastructures du Burkina (AGETIB) : il apporte son appui pour la réalisation des projets routiers et d'assainissement ;
 - L'Agence Nationale des Évaluations Environnementales (ANEVE) : il fait le suivi des questions environnementales liées à la mise en œuvre du PUDTR. Il réalise les évaluations environnementales ;
 - La Société Nationale de l'Aménagement des Terres et de l'Équipement Rural (SONATER) : elle appuie le PUDTR dans des actions d'aménagement des terres ;
 - Bagrèpôle : il intervient dans les travaux de construction et de bitumage de routes dans le cadre du projet d'aménagement de Bagrèpôle ;
 - Le Projet Filets Sociaux : il accompagne le PUDTR pour le transfert de cash aux ménages les plus défavorisés dans la Boucle du Mouhoun et la région de l'Est ;
 - L'ONG OCADES et l'ONG PLAN INTERNATIONAL BURKINA qui interviennent sur les questions de VBG ;
 - L'ONG LABO CITOYENNETE qui met en œuvre le volet engagement citoyen du projet.

Au niveau local :

- **Les cadres régionaux de dialogue (CRD)**

Les CRD sont des organes d'orientation au niveau régional. Présents dans chacune des 13 régions, les CRD disposent d'un secrétariat technique assuré par la Direction régionale de l'économie et de la prospective. Ils sont présidés par le Gouverneur de la région. Les principales fonctions d'un CRD sont de valider les avant-projets de programme de travail et budgétaire annuel de leur ressort territorial ; approuver les avant-projets de rapports d'activités pour leurs territoires. Ils se réunissent en deux sessions par an.

- **Les antennes régionales**

Le Projet dispose, d'antennes régionales chargées de travailler directement avec les collectivités territoriales dans leurs choix des biens et services à fournir par le Projet et dans le suivi rapproché des réalisations retenues par les communes. Chaque antenne régionale est coordonnée par le Directeur régional de l'économie et de la prospective avec l'appui d'un personnel recruté à cet effet.

- **Les Collectivités territoriales (CT)**

Les collectivités territoriales interviennent dans la mise en œuvre du PUDTR à travers le choix des sites d'implantation des infrastructures, le suivi des travaux et la mobilisation des différentes parties prenantes locales à sa mise en œuvre.

2.1.2. Les zones d'intervention du PUDTR

Tableau 1 : Zone d'intervention du PUDTR

Régions	Provinces	Communes
Boucle du Mouhoun	Banwa	Kouka Sanaba Solenzo
	Kossi	Bomborokuy, Bourasso, Dokuy Nouna
	Nayala	Yaba
	Sourou	Tougan, Lankoué
	Balé	Boromo
		Fara
		Poura
		Siby
	Mouhoun	Dédougou
	Nayala	Toma
Est	Gnagna	Bilanga, Bogandé, Coalla, Mani
	Gourma	Diabo
		Diapangou
		Tibga
		Yamba
		Fada
Centre-Est	Boulgou	Bagré
		Zonsé
Centre-sud	Zoundwéogo	Gomboussougou

Source : Aide-mémoire du PUDTR

2.1.3. Les bénéficiaires du PUDTR

Les principaux bénéficiaires du PUDTR sont les collectivités territoriales, les ménages vulnérables, les personnes déplacées, les jeunes, les associations de femmes et les collectivités territoriales abritant le projet.

2.1.4. Les composantes du projet

Le projet s'organise en 5 composantes avec des sous-composantes :

Composante 1 : Amélioration de l'accès aux services

Cette composante vise à mettre à la disposition des populations bénéficiaires, des services sociaux de base à travers la réalisation d'infrastructures et le renforcement des capacités. Pour ce faire, cette composante contribue à la prévention et à la gestion des violences basées sur le genre (VBG) dans les zones cibles. Elle vise trois objectifs : augmenter la capacité des services, faciliter l'accès aux services et protéger la santé sexuelles et reproduction des filles et des femmes tout en combattant les violences basées sur le genre.

Elle est composée de trois sous composantes :

- Amélioration de l'offre des services ; Amélioration de l'accès aux services ; Protection de la santé sexuelle et reproductive des filles et des femmes et lutte contre les violences basées sur le genre.

Composante 2 : Amélioration de la connectivité physique et virtuelle et la résilience urbaine

Cette composante a 2 objectifs : améliorer la connectivité physique et virtuelle des communes par l'amélioration de la plateforme infrastructurelle et faire la résilience des villes secondaires.

Elle comprend 2 sous composantes : Améliorer la connectivité physique et virtuelle ; Résilience des villes secondaires.

Composante 3 : Autonomisation et relance économique communautaire

Cette composante a pour objectif de mettre à la disposition des populations des zones cibles, des infrastructures marchandes et productives et des actions de renforcement de capacités pour le développement d'activités génératrices de revenus. Dans cette optique, elle vise à soutenir la résilience des ménages, à construire et réhabiliter les infrastructures productives et marchandes.

Elle comprend 2 sous composantes : Soutient à la résilience des ménages ; Construction et réhabilitation des infrastructures productives et marchandes.

Composante 4 : Engagement citoyen et gestion du projet

Cette dernière composante vise à accompagner l'engagement citoyen et le renforcement de la présence de l'État et assurer la gestion du projet. Elle comprend 2 sous composantes : Engagement citoyen et renforcement de la présence de l'État ; Gestion de projet.

Composante 5 : Composante d'intervention d'urgence conditionnelle (CERC). Elle concerne la réaffectation rapide du produit du projet.

2.2. LE DISPOSITIF ACTUEL DE COMMUNICATION DU PUDTR

La fonction communication figure en bonne place dans le dispositif institutionnel du Projet. Une spécialiste en communication a été recrutée dès le début du projet avec pour cahier de charge la mise en œuvre de la communication interne et externe au niveau national et au niveau régional. Elle est chargée entre autres de : promouvoir l'image du PUDTR ; assurer la visibilité et l'appropriation de ses actions. La communication du PUDTR comporte deux volets : la communication interne et la communication externe.

2.2.1. Diagnostic de la communication interne

La communication interne se fait dans le cadre de la coordination générale et l'administration du Projet à travers 4 quatre niveaux :

- La communication interne à l'UCP ;
- La communication entre l'UCP et le comité technique ;
- La communication entre l'UCP et les agences d'exécution ;
- La communication entre l'UCP et les antennes régionales ;
- La communication entre l'UCP et la Banque mondiale.

Aussi bien du côté de l'UCP que de celui du comité technique, des agences d'exécution, des antennes régionales et du PTF, l'importance de la communication interne est systématiquement mise en avant.

Les outils de communication produits par l'UCP, pour un usage interne sont :

- **Les documents administratifs** : les notes de services et le courrier qui sont diffusés par courrier électronique, affichage au tableau, correspondances physiques, ...
- **Les réunions périodiques** : le PUDTR s'est doté de cadres de concertation périodique. Cela est défini dans la DECISION N° 2021/MINEFID/SG/DGDT/PUDTR portant institution des cadres de concertation du Projet d'Urgence de Développement Territorial et de Résilience (PUDTR). Ces cadres sont :
 - **La réunion de coordination** : La réunion de coordination se tient chaque lundi. Elle est l'instance de programmation et de suivi hebdomadaire des activités. Ses principaux objectifs sont : faire le bilan des activités exécutées au cours de la période écoulée ; faire le programme des activités de la semaine ; divers.
 - **L'atelier bilan et programmation** : Il se tient une (01) fois par trimestre à Ouagadougou ou dans tout autre lieu selon la nécessité. L'atelier bilan et programmation est le cadre de programmation et de suivi trimestriel des activités du projet. Il est aussi un cadre d'échanges sur la mise en œuvre des activités sur le terrain. Ses objectifs sont : informations générales sur la vie du projet ; situation sur la mise en œuvre des activités du Projet au cours du trimestre écoulé ; situation de la mise en œuvre des protocoles de collaboration et de la collaboration avec les partenaires ; programmation des activités pour le trimestre à venir ; divers.
 - **L'Assemblée Générale** : Elle se tient une (01) fois par an et en fin d'année à Ouagadougou ou dans tout autre lieu selon la nécessité. L'Assemblée Générale (AG) du personnel du PUDTR est l'instance d'échanges du personnel sur la vie du

projet. Ses objectifs sont : informations générales sur la vie du projet ; état de fonctionnement du projet et collaboration entre les agents y compris les difficultés rencontrées ; résolutions pour une mise en œuvre réussie du Projet ; divers.

- **La réunion avec le personnel d'appui** : La réunion se tient deux (02) fois par an à raison d'une rencontre par semestre dans les locaux de l'Unité de Coordination du Projet (UCP). La réunion avec le personnel d'appui est une rencontre de partage d'idées et d'échanges sur le projet. Ses objectifs sont : état de fonctionnement du projet et collaboration avec les agents ; difficultés rencontrées ; résolutions pour une mise en œuvre réussie du Projet ; divers.
- **WhatsApp** : La messagerie instantanée WhatsApp est utilisée par l'UCP pour diffuser des informations à destination de ses membres afin de rendre l'information accessible à tous dans les plus brefs délais. A cet effet, l'UCP a créé deux groupes : un groupe qui réunit tous les experts et un autre qui prend en compte le personnel d'appui. L'essentiel des informations diffusées à travers ce canal de communication est relatif aux activités du projet et aux événements sociaux. Des groupes WhatsApp entre experts intervenant dans le même domaine ont aussi été créés
- **Facebook** : Facebook est utilisé par l'UCP pour diffuser des informations à destination du grand public et interagir avec les internautes.
- **Les sessions du comité technique** : les interviewés reconnaissent que le CT/PUDTR constitue un cadre de concertation entre les sectoriels impliqués dans la mise en œuvre du projet en vue d'assurer un bon suivi technique. Il se réunit une fois par trimestre pour faire le point sur l'état d'avancement des activités du projet. Mais selon certains interviewés, ces sessions connaissent souvent l'absence des points focaux des ministères pour diverses raisons et malheureusement, il n'est pas prévu de remplaçant car il n'y a qu'un seul point focal par ministère. Il ressort aussi que l'information circule difficilement entre les points focaux et les responsables des ministères même si chaque rencontre fait l'objet d'un compte rendu. Malheureusement les points focaux ne partagent pas toujours ces comptes-rendus avec leur hiérarchie. Ces situations ne permettent pas aux points focaux et à leurs responsables d'être au même niveau d'information.
- **L'internet** : il sert à l'équipe du projet pour échanger des mails pour la communication interne. Cependant bien que le projet ait son site internet, il ne dispose pas d'intranet et les membres du personnel utilisent leurs mails personnels pour envoyer les courriers professionnels.
- **Une flotte téléphonique** qui facilite la communication entre les membres du bureau et les antennes régionales.

De ce diagnostic, il ressort de façon générale que la communication interne du PUDTR se fait en utilisant des outils et des moyens très variés. Les réunions, le mail, les correspondances physiques et le téléphone demeurent les canaux les plus utilisés pour communiquer et s'informer. La volonté de communiquer existe et doit être maintenue par le respect de la tenue effective et régulière des cadres de concertation.

Le diagnostic de la communication interne donne le tableau FFOM ci-dessous.

Tableau FFOM de la communication interne du PUDTR

Forces	Faiblesses
La communication est perçue par l'ensemble des acteurs comme étant importante dans la coordination générale et l'administration du projet	Les responsables des sectoriels impliqués dans la mise en œuvre du PUDTR sont en général peu informés sur la mise en œuvre des activités
Existence de nombreuses opportunités de communication (supports numériques	Indisponibilité de certains points focaux lors des réunions
Existence des cadres d'échanges régulier	Déficit de synergies et de cadres d'échanges entre les communicateurs des agences d'exécution
Existence de points focaux dans les différents ministères concernés par le PUDTR	Le non-fonctionnement des comptes email professionnel
Existence d'une flotte qui facilite la communication entre le personnel de l'unité de coordination et les antennes régionales	Insuffisance de communication de certains points focaux vers leurs hiérarchie
Opportunités	Menaces
Possibilité de mettre en place des outils de qualité	Insécurité liée au terrorisme
Existence d'un plan de travail et budget annuel qui prend en compte la communication	Détérioration de l'environnement sociopolitique national
Volet communication institué par les acteurs internes	

2.2.2. Diagnostic de la communication externe

Le PUDTR est placé sous la tutelle, technique et financière du Ministère de l'Économie, des finances et de la prospective (MEFP). Les responsables dudit ministère perçoivent clairement l'importance et les enjeux de la communication pour la réussite des missions qui leur sont assignées. Ainsi, dès la phase de conception du PUDTR, la communication était dans son dispositif d'exécution. Une communication d'informations et de plaidoyer a ainsi été engagée vers les publics externes du projet : les autorités locales, les services techniques déconcentrés, les projets et programmes de ses zones d'intervention, la population, les OSC.

Le diagnostic a permis d'apprécier les dimensions clés de la communication notamment :

- Les activités de communication ;
- Les messages ;
- Les outils et supports de communication ;
- Les besoins de communication.

2.2.2.1. Les activités de communication

Pour assurer la cohérence, la visibilité, l'appropriation du PUDTR et l'implication des parties prenantes, les activités suivantes ont été réalisées :

Ateliers régionaux et provinciaux, d'information et de sensibilisation sur le projet ;

Ateliers provinciaux de planification des investissements ;

Ateliers de renforcement de capacités ;

Réalisation et diffusion d'émissions radiophoniques ;

Activités de médiatisation ;

Édition de supports imprimés : plaquette institutionnelle, brochure, kakemono, affiches, banderoles, etc.

Animation des supports digitaux et sociaux (Facebook et You tube) ;

Création d'un site web ;

Conception d'un logo et d'un slogan qui lui confère une identité visuelle ;

Conception de panneaux signalétiques.

Toutefois, la communication externe reste encore très faible. L'analyse de la situation fait ressortir les insuffisances suivantes :

Un manque de visibilité pouvant induire un déficit de « crédibilité » populaire ;

La population ne semble pas connaître le PUDTR ;

Les médias ne sont pas encore suffisamment utilisés ;

Insuffisance de visibilité pour les activités menées par les agences d'exécution.

A cela s'ajoute la question sécuritaire qui perturbe fortement la communication du PUDTR sur le terrain.

2.2.2.2. Les messages

Les messages clés diffusés sont focalisés sur l'ambition du PUDTR d'améliorer les conditions de vie des communautés en facilitant leur accès aux infrastructures et aux services sociaux de base.

Les représentants des administrations, les collectivités territoriales, les agences d'exécution et les OSC sont régulièrement invités aux cadres régionaux de dialogue, aux réunions, et reçoivent ainsi les informations sur la mise en œuvre du projet.

Toutefois, les flux d'information en direction des cibles clés notamment les communautés ne sont pas régulières ; elles ne sont pas suffisamment informées des activités du PUDTR. La presse non plus n'est pas suffisamment impliquée dans les activités de communication du PUDTR pour relayer les messages.

2.2.2.3. Les outils et supports de communication

Pour sa communication, le PUDTR utilise les outils suivants :

- Les réunions, les cadres régionaux de dialogue et les ateliers qui constituent les principaux canaux de communication pour informer les acteurs internes et externes ;
- Les relations avec les médias : des efforts ont été engagés depuis la conception du projet pour assurer une visibilité du PUDTR dans les médias, à travers des couvertures médiatiques des activités et des interviews. Les médias nationaux et les radios locales sont mobilisés de façon ponctuelle par l'UCP et les antennes régionales pour communiquer vers le grand public ;
- L'édition de supports imprimés : le PUDTR a édité plusieurs supports imprimés : des plaquettes institutionnelles, des kakemonos, des affiches sur différentes thématiques, des brochures sur le Mécanisme de gestion des plaintes. Ces supports sont déployés lors des rencontres ;
- Les supports digitaux et sociaux : le PUDTR dispose d'un site internet et d'une page Facebook, animés par la chargée de communication.

Malgré ces actions menées sur le terrain, la communication du PUDTR a besoin d'être renforcée.

2.2.2.4. Besoins de communication

Les besoins et les attentes des acteurs de mise en œuvre et des bénéficiaires en matière d'informations et de communication dans le cadre de la mise en œuvre du PUDTR se présentent de la manière suivante :

De l'unité nationale de coordination

- Une bonne communication interne pour un bon fonctionnement, une meilleure coordination des activités, bâtir un esprit d'équipe et mobiliser le personnel pour les atteintes des objectifs du projet ;
- Une bonne communication entre les acteurs de mise en œuvre du projet ;
- Une bonne communication avec les ministères impliqués dans la mise en œuvre du projet
- Une bonne communication avec les collectivités territoriales, les acteurs au niveau local et les bénéficiaires.

Des composantes du projet

- **Composante 1 : Amélioration de l'accès aux services sociaux de base**

- Information sur les investissements à réaliser ;
- Mobilisation et sensibilisation des communautés pour leur participation dans la mise en œuvre des activités du projet ;
- Visibilité des infrastructures réalisées ;
- Information et sensibilisation sur le mécanisme de gestion des plaintes du projet ;
- Information et sensibilisation sur la mise en place des comités de gestion des plaintes ;
- Information et sensibilisation des bénéficiaires sur leur implication dans le suivi des travaux de construction des infrastructures, l'entretien et leur gestion ;
- Information sur les modes de gestion des infrastructures ;
- Sensibilisation à la prise en compte des impacts environnementaux de la construction ou de la réhabilitation des infrastructures ;

- Information et sensibilisation des populations et des travailleurs du Projet sur les risques d'EAS/HS/VCE et les autres formes de violences basées sur le genre (VBG) liés aux travaux du Projet ;
 - Information et sensibilisation des communautés sur la santé sexuelle et reproductive ;
 - Information et sensibilisation sur la gestion financière au profit des bénéficiaires des cash transfert ;
 - Information et sensibilisation sur la scolarisation des enfants ;
 - Information et sensibilisation sur l'hygiène et la santé ;
 - Information et sensibilisation sur les méthodes d'enseignement en situation d'urgence ;
 - Diffusion des résultats du projet.
- **Composante 2 : Amélioration de la connectivité physique et virtuelle et la résilience urbaine**
 - Information sur les investissements à réaliser ;
 - Information et sensibilisation sur le mécanisme de gestion des plaintes du projet ;
 - Information et sensibilisation sur la mise en place des comités de gestion des plaintes ;
 - Information et sensibilisation des populations et des travailleurs du Projet sur les risques d'EAS/HS/VCE et les autres formes de violences basées sur le genre (VBG) liés aux travaux du Projet ;
 - Mobilisation et sensibilisation des communautés pour leur participation dans la mise en œuvre des activités du projet ;
 - Visibilité des infrastructures réalisées ;
 - Informations et sensibilisation des bénéficiaires sur leur implication dans le suivi des travaux de construction des infrastructures et leur gestion ;
 - Sensibilisation à la prise en compte des impacts environnementaux de la construction ou de la réhabilitation des infrastructures ;
 - Informations et sensibilisation sur l'assainissement ;
 - Sensibilisation sur la collecte et la gestion des déchets solides ;
 - Diffusion des résultats du projet.
- **Composante 3 : Relance économique Communautaire**
 - Informations sur la composante et les investissements à réaliser ;
 - Informations et sensibilisation sur le mécanisme de gestion des plaintes du projet ;
 - Information et sensibilisation sur la mise en place des comités de gestion des plaintes ;
 - Information et sensibilisation des populations et des travailleurs du Projet sur les risques d'EAS/HS/VCE et les autres formes de violences basées sur le genre (VBG) liés aux travaux du Projet ;
 - Mobilisation et sensibilisation des communautés pour leur participation dans la mise en œuvre des activités du projet ;
 - Information et sensibilisation des bénéficiaires sur leur rôle et responsabilité dans la mise en œuvre du projet ;
 - Information et sensibilisation des populations et travailleurs du projet sur les violences basées sur le genre (VBG) ;
 - Informations et sensibilisation des bénéficiaires sur leur implication dans le suivi des travaux de construction des infrastructures et leur gestion ;
 - Information sur les modes de gestion des infrastructures ;

- Informations sur l'accès aux marchés et l'écoulement des produits ;
 - Informations sur la gestion des crédits ;
 - Informations sur les bonnes pratiques des bénéficiaires ;
 - Diffusion des résultats du projet.
- **Composante 4 : Engagement citoyen et gestion du projet**
 - Information sur la composante ;
 - Informations et sensibilisation sur le mécanisme de gestion des plaintes du projet ;
 - Information et sensibilisation sur la mise en place des comités de gestion des plaintes ;
 - Information et sensibilisation des populations et des travailleurs du Projet sur les risques d'EAS/HS/VCE et les autres formes de violences basées sur le genre (VBG) liés aux travaux du Projet ;
 - Mobilisation et sensibilisation des communautés pour leur participation dans la mise en œuvre des activités du projet ;
 - Information et sensibilisation des bénéficiaires sur leur rôle et responsabilité dans la mise en œuvre du projet ;
 - Informations et sensibilisation des bénéficiaires sur leur implication dans le suivi des travaux de construction des infrastructures et leur gestion ;
 - Informations sur les Plans Locaux de Développement (PLD) ;
 - Informations sur la prévention et la gestion des conflits ;
 - Informations sur l'état d'avancement des actions du projet ;
 - Informations sur le vivre-ensemble, la cohésion sociale et la paix, la solidarité et la tolérance ;
 - Informations sur le dialogue et la concertation pour un développement endogène ;
 - Informations sur la gestion transparente des affaires publiques ;
 - Informations sur les modes de gestion des infrastructures ;
 - Mobilisation des bénéficiaires pour leur participation aux enquêtes de satisfaction ;
 - Diffusion des résultats du projet

Le diagnostic de la communication externe donne le tableau FFOM ci-dessous.

Tableau 2: Tableau FFOM de la communication externe

Forces	Faiblesses
Existence d'une identité visuelle	Retard dans la mise en œuvre du projet qui crée un sentiment de lenteur dans la mise en œuvre de projet
Bonne prise en charge de la fonction de communication dans les instruments de gouvernance du PUDTR	Faible visibilité du PUDTR sur le terrain
Mobilisation des partenaires pour accompagner le PUDTR dans la production de ses messages de communication	
Un cadre supérieur expérimenté dédié à la communication	Difficulté à réunir les parties prenantes sur le terrain pour cause d'insécurité
Déconcentration de la communication dans les régions pour relayer l'information	La faiblesse du relais de l'information sur les portails ministériels et des partenaires qui exécutent le PUDTR
Possibilités accrues de communication hors média et média	
Opportunités	Menaces
Paysage médiatique bien fourni et diversifié dans les zones d'intervention du PUDTR	Insécurité liée au terrorisme
Existence d'ONG et d'OSC organisées dans les zones d'intervention du PUDTR	
Acteurs intéressés et attentifs à la thématique du développement régional	
Possibilité de duplication de la communication avec les agences d'exécution et les parties prenantes	Détérioration de l'environnement sociopolitique national
Projet répondant aux attentes et aux besoins des bénéficiaires	
Volonté politique du gouvernement en faveur du projet	

2.3. RECOMMANDATIONS POUR LA COMMUNICATION DU PUDTR

Au regard du diagnostic établi pour la communication interne et externe, la communication du PUDTR doit répondre aux attentes de ses différents groupes cibles de communication à travers un territoire de communication qui rend l'information fiable, disponible, accessible et qui inclue une communication verticale, horizontale et participative.

Pour ce faire, elle doit combiner différentes approches de communications en fonction des cibles et des objectifs spécifiques visés :

- **La communication institutionnelle :** Elle repose sur deux niveaux : interne et externe. Elle sera utilisée pour expliquer les ambitions du PUDTR, renforcer l'esprit d'équipe entre toutes les parties prenantes et promouvoir l'image et la notoriété du PUDTR. Les outils de la communication institutionnelle sont entre autres : l'identité visuelle, les relations presse et la newsletter.
- **La communication de masse :** Cette approche permettra l'utilisation des radios, des télévisions, des radios communautaires, des supports écrits, le site internet, des réseaux sociaux et des affiches pour accroître la quantité et la qualité des informations sur le PUDTR tout en veillant à une harmonie entre son identité numérique et sa réputation numérique.
- **La communication participative y compris la communication pour le changement social et comportemental :** Cette approche qui consiste en un processus interactif et participatif favorise l'échange d'informations, d'idées, des connaissances, des perceptions, d'expériences vécues, des opinions et des décisions pour susciter les changements durables de comportement. Elle sera utilisée pour encourager les comportements bénéfiques tant au niveau individuel que communautaire à travers de multiples canaux de communications tels que : les campagnes d'information et de sensibilisation, les rencontres, le plaidoyer, les émissions radio /TV, le renforcement de capacité ...
- **Le plaidoyer :** le plaidoyer servira à amener les leaders religieux et traditionnels à s'engager en faveur de la mise en œuvre du PUDTR et la lutte contre les Violences Basées sur le Genre. Des interventions dans les médias, des rencontres, des visites d'échange seront les modalités de ce plaidoyer.
- **La communication de crise sur la mise en œuvre des activités du PUDTR :** il s'agit de faire face à des incidents, des incompréhensions en fournissant aux populations visées des réponses argumentées afin de couper court aux rumeurs et aux supputations. Le PUDTR doit se préparer à une éventuelle crise en mettant en place des mécanismes pour minimiser l'impact du dommage. Ce mécanisme devra comprendre un plan de gestion de crise, qui indiquera la démarche à adopter en fonction de la nature et de l'ampleur de cette crise. Il s'agit aussi, de former l'ensemble des acteurs internes à élaborer une stratégie de réponse et à acquérir de bons réflexes pour répondre à l'opinion publique. Les éléments suivants devront faire partie des lignes directrices pour la gestion d'une crise :
 - mettre en place une équipe de communication de crise avec la participation de haut niveau pour gérer et contenir la crise ;
 - éviter les contre-vérités et les réponses politiques, qui sont toujours mal perçues par les populations locales en situation d'urgence ;
 - élaborer une liste de questions éventuelles et de simples réponses types correspondantes afin d'assurer l'unité et la cohérence dans les réponses ;

- entretenir de bonnes relations avec les autorités coutumières, religieuses, les médias et les OSC ;
- répondre aux attentes spécifiques des divers publics, en repérant ceux-ci, et en s'exprimant dans un langage approprié qui tienne compte des réalités sociolinguistiques locales.

La communication face à la situation sécuritaire

Le PUDTR intervient dans un environnement de sécurité de plus en plus restrictif rendant ainsi la communication avec les populations difficile.

Face à cette situation, le PUDTR devra mener une communication adaptée au contexte.

Comme outils de communication, nous recommandons :

- l'utilisation des radios locales : la radio est de loin l'organe d'information le plus répandu au Burkina Faso et il en existe plusieurs dans les régions et communes d'intervention du PUDTR. Elles pourraient être utilisées pour la diffusion des informations sur le projet. On peut par exemple enregistrer des interviews par appel téléphonique ou des émissions hors des zones d'insécurité et les diffuser à travers les radios locales. Aussi, dans le cadre des campagnes de sensibilisation, les radios locales pourraient être utilisées pour enregistrer et diffuser des théâtres forum sur les thématiques du projet.
Ceci évitera à l'équipe du PUDTR de courir le risque d'être victime de l'insécurité ou de mettre en danger les populations en évitant les rassemblements.
- S'appuyer sur les structures locales ayant des expériences solides dans les domaines d'intervention du PUDTR. Elles pourraient servir de relais/d'intermédiaire entre le projet et les populations. Par ailleurs le PUDTR a mis en place au niveau des villages et des communes, des comités de gestion des plaintes. Ils pourraient être des canaux de communication pour le projet.
- Il en est de même pour les autorités locales (administratives, religieuses, coutumières). Le PUDTR devra les impliquer dans la mise en œuvre des activités mais aussi les considérer comme étant des vecteurs pour la diffusion des informations.

2.4. SITUATION DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFORMATION AU BURKINA FASO

Le secteur de la communication au Burkina Faso a connu une expansion ces 20 dernières années. Aux radios et télévisions du service public se sont ajoutés des journaux, des radios et des télévisions privés, commerciaux, confessionnels et communautaires ou rurales, ainsi qu'une presse en ligne. Les Technologies de l'Information et de la Communication ont enregistré une forte pénétration, avec une couverture quasi nationale en téléphonie cellulaire et une percée de l'Internet et des réseaux sociaux, particulièrement dans les villes.

Le phénomène le plus marquant est sans conteste le développement des radios communautaires/rurales, véritables moyens de communication sociale des populations qui rencontraient des difficultés à accéder aux informations et à se faire entendre.

2.4.1. Les canaux médias

Ils sont constitués des médias audiovisuels (radiodiffusion et télévision), de la presse écrite et/ou en ligne, de l'Internet (plates-formes électroniques et/ou réseaux sociaux) et de l'affichage. Le cinéma étant devenu, de nos jours, un média de moins en moins utilisé.

- **La radiodiffusion**

Plus de cent cinquante (150)³ radiodiffusions, toutes catégories confondues, sont aujourd'hui fonctionnelles sur le territoire national et participent, à des degrés divers et à travers leurs programmes, à l'éducation des populations à un changement positif de comportement et partant, à un développement durable. Leur rayon de couverture est en moyenne de 20 à 30 kilomètres.

Selon une étude réalisée en 2017, par l'Unicef sur les « *Radios du Burkina Faso : typologies, audiences et perspectives* », 58,4% des personnes enquêtées s'informaient de préférence, à travers la radiodiffusion. Alors que la télévision enregistrerait un taux de 11,9%.

Les tableaux suivants, présentent les stations de radiodiffusion couvrant les régions d'intervention du PUDTR.

Tableau 3: Radios locales de la Région de Boucle du Mouhoun

Provinces	Radios	Communes couvertes	Contacts
Banwa	Radio Lotamu de Solenzo	Kouka	Omer LINGANI Tél. : 70221269/76688945
		Sanaba	
		Solenzo	
Sourou	Radio Communale de Tougan	Tougan	Lara KONE 75461814/70720605
		Lankoué	
Kossi	Radio communale de Djibasso	Bomborokuy	Pierre KOETA
	Radio Kantigiya	Bourasso	Jean Chrysostome TRAORE 64031311
		Dokuy	
		Nouna	
	Radio communale de Nouna	Nouna	Nestor BARRO
Nayala	Radio communale de Toma	Dokuy	BAKO Omar 76780129
		Nouna	
Dédougou	Radio Salaki	Toute la région	Camille SAWADOGO : 70 25 36 39 / 77 55 69 69

³ MCRP, *Étude des radios du Burkina Faso : typologies, audience et perspectives*, avril 2018

Tableau 4: Radios locales de la Région de l'Est

Provinces	Radios	Communes couvertes	Contacts
Gourma	Radio Tin Tua Manupugisa	Fada, Bilanga	Yembuani Yves OUOBA 76841984 / 24779555
Gnagna	Radio Djawampo	Bogandé, Coalla, Mani	Zoungrana KAFHAO 72108282/74001424
	Radio éveil	Bogandé, Coalla, Mani	Théodore TINDANO 71243892
	Radio de Piéla	Bilanga, Manni, Coalla	Yembuani Yves OUOBA 76841984 / 24779555
Gourma	Radio Tin Tua N'Gourma	Fada	Bouba MANLY 70311430
	Radio Tamba		70245002
	Radio Burkina		

Tableau 5: Radios locales de la Région du Centre-Est

Radio	Communes couvertes	Contacts
Bagrepôle FM	Bagrepôle	Paul DÉDOUI +226 70230682
Radio LPC	Bagrepôle, Zonsé, Gomboussougou	Oscar LALLE +226 07304195 / 74806914
Horizon FM	Zonsé	Black +226 72123190
Dauphin FM	Bagrepôle, Zonsé, Gomboussougou	DIALLO +226 76 57 48 21
Radio Maria	Bagrepôle	Abée Laurent Nadembéga 70224454
Radio Kourita	Bagrepôle, Zonsé, Gomboussougou	Évariste Béré 70343712 / 67392218
Radio Pog-nere Zekoula FM	Bagrepôle, Zonsé, Gomboussougou	Zakary Mintoumba 70571696
Radio municipale de Bittou	Gomboussougou	Rédaction + 226 79112235
Radio Paglayiri	Bagrepôle, Zonsé, Gomboussougou	Jean-Pierre BOUSSIM 70183866

- **La télévisions**

Les 3 régions sont couvertes par toutes les télévisions du Burkina (TNB, Burkina info, Oméga TV, 3TV, TVZ, BF1, canal 3, Etc. par le biais de canal plus et de la TNT.

- **La presse écrite**

Selon l'annuaire 2017 du ministère de la Communication et des Relations avec le Parlement, le paysage de la presse écrite a bien évolué au Burkina Faso, depuis 2011. Il regroupait 51 publications dont 8 quotidiens, 7 hebdomadaires, 14 bimensuels, 21 mensuels et 1 trimestriel⁴. Le tableau suivant, présente cette évolution :

Tableau 6: Évolution du nombre d'entreprises de presse écrite selon la périodicité

Périodicité	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Quotidien	5	7	9	11	11	11	8
Hebdomadaire	11	10	12	14	11	8	7
Bimensuel	17	14	23	24	17	17	14
Mensuel	24	19	25	25	20	20	21
Trimestriel	1	1	1	1	1	1	1
Total	58	51	70	75	60	57	51

Comme le tableau l'indique, la presse écrite est composée de quotidiens et de périodiques. Au niveau des quotidiens, l'on peut citer comme principaux organes : *L'Observateur Paalga*, *Le Pays*, *Sidwaya*, *Le Quotidien*, *L'Express du Faso*, *Aujourd'hui au Faso*, qui ont, pour l'essentiel, des correspondants régionaux.

Quant aux périodiques, les plus importants sont *Courrier Confidentiel*, *L'événement*, *Le Reporter*, *l'Économiste du Faso*, *Carrefour Africain*. Au niveau des zones d'intervention du PUDTR, la plupart de la presse écrite nationale est distribuée dans les trois régions, parfois de façon aléatoire. Par ailleurs, elle est lue seulement par les fonctionnaires et les lettrés. Ce qui n'est pas le cas pour les bénéficiaires du PUDTR qui se trouvent dans la couche la plus défavorisée de la population et qui sont à majorité illettrés. Cependant il est à noter la parution de presse écrite en langues locales et en Français dans certaines localités comme Fada où il existe trois mensuels : *Laabali* qui paraît en langue gulmancema, *Échos de l'Est* et *La voix du gulmu* qui paraissent en français. D'autre part certaines radios font régulièrement une revue de la presse en langues nationales.

- **Presse en ligne**

La presse en ligne a désormais une place de choix parmi les médias au Burkina Faso. Les plus renommées sont : *Le Faso.net*, *Burkina 24*, *minute.bf*, *libre info*. Tous ces médias sont à Ouaga mais ont des correspondants presque partout sur le territoire national.

L'avènement de l'Internet, a aussi permis le développement de nouvelles formes d'expression des citoyens. Ainsi, les citoyens ou leurs regroupements, à savoir les associations ou organisations de la société civile ou socioprofessionnelles ont amélioré leurs liens sociaux et leur pouvoir d'information et de communication, grâce aux forums, réseaux sociaux et aux sites Internet.

- **L'affichage**

Le paysage médiatique au Burkina Faso comporte également, l'affichage. Il existe des panneaux d'affichage dans les principales villes des zones d'intervention du PUDTR (Fada Nouna, Dédougou). Ils sont gérés par des opérateurs privés ou les collectivités territoriales. Plusieurs formats sont proposés : 12 m², 18 m², 24 m², 36 m², 40 m², 54 m², 60 m², 108 m², etc. Plusieurs

⁴ Annuaire statistique 2017, MCRP

formes sont également, disponibles : panneaux fixes, panneaux en trivision et panneaux en sucette lumineuse (1,6 m³), etc. L’affichage est généralement géré par les régies publicitaires qui sont une catégorie d’agences de communication dont le nombre s’est agrandi, au fil des années.

2.4.2. Les moyens et circuits de communication traditionnels

L’utilisation des moyens et circuits de communication traditionnels occupe une place prépondérante au niveau de l’information des communautés rurales malgré l’existence des outils modernes de communication. Les canaux traditionnels d’information les plus utilisés sont :

- La chefferie coutumière : les leaders religieux et d’opinion ;
- Les fêtes qui constituent des périodes de communication participative ;
- Les réunions de proximité : espaces de concertation et de socialisation ;
- Le cabaret : espace relais
- Le marché : espace public de communication ;
- Les griots ;
- Les crieurs publics ;
- Les spectacles de danses ;
- Les cérémonies religieuses ;
- Les relations interpersonnelles.

Cette diversité de supports de communication montre que le paysage médiatique des zones d’intervention du PUDTR est riche et offre à sa communication, d’énormes potentialités.

3. STRATEGIE DE COMMUNICATION DU PROJET D'URGENCE DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ET DE RESILIENCE

La stratégie de communication définit le cadre de pilotage de la communication. Elle présente les objectifs, les approches, les changements souhaités ainsi que les canaux, supports et moyens à mobiliser pour atteindre les objectifs de communication.

3.1. OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Objectif général de communication

L'objectif de la communication est de soutenir la mise en œuvre du projet en assurant sa bonne visibilité et en suscitant une forte adhésion des parties prenantes et des populations bénéficiaires à sa mise en œuvre.

Objectifs spécifiques de communication interne

Les objectifs spécifiques visés par la stratégie de communication sont :

- **Objectifs spécifiques de la communication interne :**
 - Promouvoir une bonne communication à l'interne ;
 - Instaurer un esprit d'équipe au sein des parties prenantes.
- **Objectifs spécifiques de la communication externe :**
 - Assurer une meilleure compréhension et une plus grande visibilité des actions du PUDTR
 - proposer des outils de promotion du PUDTR adaptables à toutes les composantes ;
 - susciter l'adhésion et l'implication active des acteurs locaux et des populations bénéficiaires à la mise en œuvre des activités ;
 - améliorer les connaissances, les attitudes et les pratiques des populations en matière de violence basée sur le genre, de cohésion sociale et de gestion transparente des ressources et des affaires publiques ;
 - améliorer les connaissances des entreprises recrutées et leurs employés, les fournisseurs et sous-traitants sur les risques d'EAS/HS/VCE/VBG liés aux travaux du Projet, le code de conduite à respecter, le mécanisme de gestion des plaintes y relatif, etc.
 - informer le public sur le mécanisme de gestion des plaintes ;
 - valoriser et capitaliser les bonnes pratiques et les résultats du PUDTR ;
 - prévenir et contribuer à la gestion des conflits (VBG, personnes affectées par les travaux, conflits communautaires) pouvant impacter la mise en œuvre du projet ;
 - renforcer les capacités des bénéficiaires sur les thématiques du projet.

3.2. RESULTATS ATTENDUS

3.2.1. Communication interne

- La communication interne au sein du PUDTR est améliorée ;
- l'information est bien véhiculée au sein du projet ;
- tous les acteurs de la communication interne ont développé le sentiment d'appartenance au même projet et ont la même vision ;
- les agents sont motivés dans leurs tâches quotidiennes ;

- les parties prenantes travaillent dans une bonne synergie.

3.2.2. Communication externe

- Le PUDTR est connu ;
- les bénéficiaires et l'ensemble de la population sont bien informés et adhèrent au Projet ;
- les bénéficiaires et la population s'impliquent fortement dans les activités du projet ;
- Les bénéficiaires et la population adoptent de bons comportements en matière de VBG, d'hygiène et nutrition ;
- les entreprises recrutées dans le cadre du projet et leurs employés, les fournisseurs et sous-traitants adoptent de bons comportements pour prévenir ou répondre aux risques d'EAS/HS/VCE/VBG liés aux travaux du Projet,
- les bénéficiaires utilisent judicieusement les ressources reçues pour l'amélioration de la consommation, de la productivité et la mise en œuvre d'activités génératrices de revenus ;
- le mécanisme de gestion des plaintes est connu ;
- la durabilité des infrastructures est assurée ;
- les résultats et les bonnes pratiques du PUDTR sont documentés et vulgarisés.

3.3. AXES STRATEGIQUES DE COMMUNICATION

L'atteinte des objectifs de la stratégie de communication passe par le déploiement de plusieurs activités qui peuvent être regroupées en trois axes majeurs. Chaque axe comportera des activités qui concourent à mettre toutes les parties prenantes au même niveau d'information afin de leur permettre de s'engager, d'assurer une bonne coordination des activités et de contribuer au succès du PUDTR ; à donner de la visibilité au Projet ; à mobiliser les bénéficiaires dans sa mise en œuvre ; à modifier les comportements et attitudes et à promouvoir des changements structurels.

Tableau 7 : Axes stratégiques de communication

Axes stratégiques	Orientation stratégique	
Axe stratégique 1 : Renforcement de la communication interne	OS 1 : Renforcer le dispositif de communication entre les acteurs de mise en œuvre	
Axe stratégique 2 : Information et visibilité	OS 2.1 : Améliorer l'accès à l'information sur le PUDTR	OS 2.2 : Améliorer la visibilité et la promotion des résultats
Axe stratégique 3. Communication participative pour le changement social et comportemental	OS 3.1 : Susciter l'adhésion et l'implication active des acteurs locaux et des populations bénéficiaires dans la mise en œuvre des activités	OS 3.2 : Capitaliser et partager les actions réalisées

3.4. CIBLES STRATEGIQUES

Les publics cibles sont ceux qui sont concernés par l'action de communication, et partant de l'analyse de la situation, on peut classer les cibles de la présente stratégie de communication en deux grands groupes : les cibles internes et les cibles externes.

3.4.1. Les groupes cibles internes

Les cibles internes sont composées :

- du personnel de l'UCP ;
- du Ministère de l'Économie, des Finances et de la Prospective ;
- des membres du comité technique constitués les points focaux du PUDTR dans les ministères concernés par la mise en œuvre ;
- des agences d'exécution (OCADES Fada, AGETIB, SONATER, ANEVE, Plan Burkina, Laboratoire Citoyenneté) ;
- des antennes régionales (Région de l'Est et Boucle du Mouhoun) ;
- la Banque Mondiale.

3.4.2. Les groupes cibles externes

Les cibles externes sont constituées des bénéficiaires directes du PUDTR et de toutes les parties prenantes dont les actions pourraient avoir un impact dans l'aboutissement des objectifs du PUDTR. Elles sont réparties en trois grands groupes : primaires, secondaires et tertiaires.

Les groupes cibles primaires.

Les cibles primaires sont les bénéficiaires directs du PUDTR :

- les collectivités territoriales : communes et conseils régionaux ;
- les ménages pauvres et vulnérables : femmes, jeunes etc. ;
- les Personnes déplacées internes (PDI) ;
- les populations-hôtes des PDI ;
- les acteurs du monde éducatif et de la santé ;
- les promoteurs d'entreprises ;
- les populations locales dans la zone d'intervention du projet.

Les groupes cibles secondaires

Les cibles secondaires sont celles concernées ou impliquées dans la mise en œuvre du PUDTR et dont leurs actions ont un impact ou une influence dans l'atteinte des objectifs du Projet :

- les membres des cadres régionaux de dialogue ;
- les comités de gestion des plaintes du PUDTR ;
- les autorités administratives décentralisées ;
- les services techniques déconcentrés de l'État ;
- les organisations de la société civile ;
- les leaders d'opinion, les chefs coutumiers et religieux ;
- les ministères impliqués dans la mise en œuvre du projet ;
- les médias.

Les groupes cibles tertiaires

Les cibles tertiaires sont les structures concernées par la lutte contre la pauvreté par leur fonction et position décisionnelle :

- Les décideurs politiques : gouvernement et administration, élus nationaux et locaux ;
- Les projets dont les objectifs recoupent ceux du PUDTR.

3.5. LES MESSAGES

Les messages sont de deux catégories :

- Les messages généraux adressés à toutes les cibles de la communication. Ces messages se situent dans une logique de visibilité de masse. Ce sont des messages qui feront la promotion du PUDTR sans distinction de cibles spécifiques.

Exemple de messages généraux :

- « Le PUDTR contribue à améliorer les conditions de vie des populations » ;
 - « Le PUDTR, un engagement de l'État au bénéfice des communautés » ;
 - « Le terroir regorge de multiples opportunités à exploiter dans la durabilité » ;
 - « Soutenez les actions du PUDTR ».
 - « Le PUDTR, un Programme qui contribue à la réduction de la pauvreté » : rappel des objectifs de développement du PUDTR, de ses composantes, ses bénéficiaires et domaines d'intervention.
 - Les investissements du PUDTR.
- Les messages spécifiques adressés à des cibles particulières. Ces messages s'adressent à des cibles singulières. Ils seront donc élaborés en fonction de la cible, des objectifs spécifiques de la stratégie de communication et des habitudes de consommation des médias par la cible.

Tableau 8 : Messages destinés aux groupes cibles spécifique

CIBLES	MESSAGES CLES
Cibles internes : personnel de l'UCP, membres du comité technique ; agences d'exécution (OCADES Fada, AGETIB, SONATER, ANEVE, Plan Burkina, Laboratoire Citoyennetés) ; antennes régionales ; Banque mondiale.	▪ Le partage des informations et la mobilisation des acteurs internes autour des objectifs du projet ; ▪ le bilan et la programmation des activités ; ▪ La gestion transparente des ressources du PUDTR ; ▪ L'esprit d'équipe ; ▪ La synergie d'actions par la concertation et l'échange permanents d'informations entre les acteurs internes pour une meilleure efficacité et une meilleure efficience des initiatives ; ▪ La réussite ou l'échec du PUDTR dépend de vous ; ▪ État d'avancement des activités ; ▪ Les résultats et les performances du projet.
Cibles primaires : collectivités territoriales, ménages pauvres et	▪ Le PUDTR, un Programme qui contribue à la réduction de la pauvreté : objectif de développement, composantes, bénéficiaires du PUDTR, et les domaines d'intervention ; ▪ État de l'avancement des activités ;

vulnérables, personnes déplacées internes, populations-hôtes des PDI, enseignants, promoteurs d'entreprise, population	▪ Suivi des activités du PUDTR ; ▪ PUDTR, un outil de renforcement de la gouvernance locale ; ▪ Les opportunités qu'offrent le PUDTR ; ▪ Le PUDTR va contribuer à prévenir et atténuer les conflits liés à sa mise en œuvre et aux conflits communautaires ; ▪ Le PUDTR contribuera à renforcer les instances de concertation et la participation citoyenne ; ▪ Le PUDTR se tient aux côtés des populations pour renforcer leur résilience ; ▪ Participez au développement économique de votre région ; ▪ Prévention et réponse aux exploitations et abus ou harcèlements sexuels (EAS/HS) ; ▪ Vivre-ensemble, cohésion sociale et paix, solidarité et tolérance ; ▪ Protection des couches vulnérables ; ▪ L'information pour promouvoir une bonne hygiène, prévenir les maladies et promouvoir de saines pratiques et habitudes. ▪ Si tu adoptes de bonnes pratiques de nutrition pour ton enfant, il sera en bonne santé ; ▪ L'hygiène alimentaire et du cadre de vie est importante pour la santé de toute la famille ; ▪ N'hésitez pas à envoyer un enfant malade ou malnutri dans un service de santé pour une prise en charge appropriée ; ▪ Chefs de ménages, aidez vos femmes à diversifier vos activités pour accroître vos revenus ; ▪ Épargnez les bénéfices issus de vos activités génératrices de revenus ▪ Ensemble, combattons la pauvreté ; ▪ N'hésitez pas à contacter le comité de gestion des plaintes du projet pour des suggestions ou pour des plaintes ; ▪ Respect de la dignité humaine et la non-stigmatisation ; ▪ Gestion transparente des affaires publiques ; ▪ Pour la réussite du projet Filets sociaux, je m'engage ; ▪ Soutenez les actions du PUDTR.
Cibles secondaires (les membres des cadres régionaux de dialogue, les comités de gestion des plaintes du PUDTR, les services techniques déconcentrés et décentralisés, ONG et organisations de la société civile, les médias	▪ Le PUDTR, un Programme qui contribue à la réduction de la pauvreté : objectif de développement, composantes, bénéficiaires du PUDTR, et les domaines d'intervention ; ▪ État d'avancement des activités ; ▪ La planification des activités ; ▪ PUDTR, un outil de renforcement de la gouvernance locale ; ▪ Les opportunités qu'offrent le PUDTR ; ▪ Le PUDTR contribue à prévenir et atténuer les conflits liés à sa mise en œuvre du projet et aux conflits communautaires ; ▪ Le PUDTR contribue à renforcer les instances de concertation et la participation citoyenne ; ▪ Le PUDTR se tient aux côtés des populations pour renforcer leur résilience ; ▪ Participez au développement économique de votre région. ▪ Prévention et réponse aux exploitations et abus ou harcèlements sexuels (EAS/HS) ;

	▪ Accompagnez les bénéficiaires par vos conseils ; ▪ Vivre-ensemble, cohésion sociale et paix, solidarité et tolérance ; ▪ Protection des couches vulnérables ; ▪ L'information pour promouvoir une bonne hygiène, prévenir les maladies et promouvoir de saines pratiques et habitudes ; ▪ Respect de la dignité humaine et la non-stigmatisation ; ▪ Gestion transparente des affaires publiques ; ▪ N'hésitez pas à contacter le comité de gestion des plaintes du projet pour des suggestions ou pour des plaintes ; ▪ Gestion durable des infrastructures ; ▪ Soutenez les actions du PUDTR.
Cibles tertiaires (les décideurs politiques, les projets dont les objectifs recoupent ceux du PUDTR ; Les autorités administratives déconcentrées (gouverneur, haut-commissaire, préfet	▪ Le PUDTR, un Programme qui contribue à la réduction de la pauvreté : objectif de développement, composantes, bénéficiaires du PUDTR, et les domaines d'intervention ; ▪ État de l'avancement des activités ; ▪ Dialogue et concertation pour un développement endogène ; ▪ Cohésion sociale et paix ; ▪ Respect de la dignité humaine ; ▪ Prévention et réponse aux exploitations et abus ou harcèlements sexuels (EAS/HS) ; ▪ Accompagnez les bénéficiaires par vos conseils et bénédictions ; ▪ Le PUDTR contribue à prévenir et atténuer les conflits liés à sa mise en œuvre du projet et aux conflits communautaires ; ▪ Le PUDTR est une initiative du gouvernement et a besoin de votre soutien indéfectible ; ▪ En cas de litige, soyez les médiateurs pour une bonne résolution des problèmes rencontrés ; ▪ Soutenez les actions du PUDTR.

3.6. LES CANAUX DE COMMUNICATION

Pour atteindre ses différentes cibles, plusieurs canaux de communication seront utilisés. Un même moyen de communication peut toucher plusieurs groupes-cibles à la fois. Les canaux proposés sont les suivants :

Tableau 9 : canaux de communication

GROUPE CIBLE	CANAUX ET SUPPORTS DE COMMUNICATION
Cibles internes : personnel de l'UCP, membres du comité technique, agences d'exécution, antennes régionales, Banque mondiale.	▪ Courriers (formels et électroniques) ; ▪ Rapports d'activités / Comptes rendus / procès-verbaux / rapports de mission ▪ Sessions de formation ou de renforcement des capacités ; ▪ Réunions de service ; ▪ Séance de travail ; ▪ Session du comité ; ▪ Rencontres sectorielles ; ▪ Téléphone ;

	▪ Intranet ; ▪ Groupes WhatsApp ; ▪ Boîte à idée ; ▪ Panneaux d’affichage ; ▪ Time building ▪ Activités récréatives ; ▪ Médias
Cibles primaires : collectivités territoriales, ménages pauvres et vulnérable, les Personnes déplacées internes (PDI), les populations-hôtes des PDI, les enseignants, les agents de santé, les promoteurs d’entreprise, la population	▪ Ateliers d’information ; ▪ Sessions de formation ou de renforcement des capacités et des compétences ; ▪ Comptes rendus et procès-verbaux des rencontres ▪ Rapports d’activités ; ▪ Plaquettes institutionnelles, brochures, dépliants ; ▪ TIC (site web, réseaux sociaux) ; ▪ Téléphone ; ▪ Bulletins d’information ; ▪ Affiches ; ▪ Causeries-débats ; ▪ Projection vidéo-débats ; ▪ Relation avec les médias ; ▪ Organisation d’événements (lancements de chantiers, cérémonies d’inauguration et de réception, etc.) ; ▪ Supports de sensibilisation écrits, visuels, audiovisuels et numérique ; ▪ Objets promotionnels ; ▪ Films informations ; ▪ Théâtre forum ; ▪ Visite à domicile ; ▪ Boîte à idée ; ▪ Assemblées villageoises ; ▪ Émissions radios ; ▪ Visites d’échanges.
Cibles secondaires : membres des cadres régionaux de dialogue, comités de gestion des plaintes du PUDTR, services techniques déconcentrés et décentralisés, ONG et organisations de la société civile, les médias	▪ Ateliers d’information ; ▪ Sessions de formation ou de renforcement des capacités et des compétences ; ▪ Dossier de presse /communiqués et annonces de presse ; ▪ Session des CRD ; ▪ Interviews ; ▪ Voyage de presse ;
Cibles tertiaires : décideurs politiques, les projets dont les objectifs recoupent ceux du PUDTR ; les leaders d’opinion	▪ Plaidoyer et audiences ; ▪ Ateliers d’information ; ▪ Rapports d’activités ; ▪ Plaquettes institutionnelles, brochures ; ▪ TIC (site web, réseaux sociaux) ; ▪ Bulletins d’information ; ▪ Affiches.

NB : les tableaux d'adaptation des canaux et supports de communication aux groupes-cibles définis, indiquent qu'un même moyen de communication peut viser et toucher plusieurs groupes-cibles à la fois.

3.7. PLANIFICATION DES ACTIVITES

La planification des activités s'appuie sur les axes stratégiques de la communication, qui ont constitué le fil conducteur pour l'identification de l'ensemble des activités.

3.7.1. Axe stratégique 1 : Renforcement de la communication interne

Il s'agit de renforcer la collaboration au sein du PUDTR, fluidifier la circulation de l'information et assurer une bonne coordination des activités afin de contribuer au succès du Projet.

OS 1. 1 : Renforcer le dispositif de communication entre les acteurs de mise en œuvre

Activité 1 : Poursuivre la tenue des rencontres de concertation et d'échanges permanentes entre les acteurs de mise en œuvre

Cette activité est utile dans l'amélioration de l'accès à l'information des acteurs de mise en œuvre. Elle servira de cadre pour faire le point sur l'état d'avancement des activités, discuter des difficultés techniques rencontrées dans le cadre de sa mise en œuvre, annoncer les perspectives et objectifs, et apporter une note conviviale aux relations interpersonnelles. Ces rencontres permettront également à l'équipe de mise en œuvre de constituer un groupe cohérent et solidaire, et de renforcer la synergie d'action entre ses membres. Elles devront se tenir entre :

- UCP/PUDTR et Antennes régionales ;
- UCP/PUDTR et Points focaux ;
- UCP/PUDTR et Agences d'exécution.

Activité 2. Organiser des rencontres trimestrielles de bilan et de programmation

Dans le but de maintenir le même niveau d'information au sein du personnel basé au niveau central et régional, le projet doit conduire des rencontres trimestrielles de bilan et de programmation. Ces rencontres donneront l'occasion à tout le personnel d'être informé sur l'état de mise en œuvre du projet, les difficultés rencontrées au niveau des équipes, les défis à relever ainsi que les préoccupations d'ordre social du personnel. Elles contribueront aussi à renforcer la synergie d'actions.

Ces deux actions sont prises en compte par la décision DECISION N° 2021/MINEFID/SG/DGDT/PUDTR portant institution des cadres de concertation du Projet d'Urgence de Développement Territorial et de Résilience (PUDTR).

Activité 3 : Concevoir et diffuser des supports de communication sur le PUDTR

Il s'agit des plaquettes institutionnelles, des dépliants et de dérouleurs qui présentent l'objectif de développement du PUDTR, ses composantes et ses activités. Ils seront distribués aux acteurs internes et externes impliqués dans sa mise en œuvre. Ils permettront de renforcer leur niveau de connaissance, leur engagement autour des objectifs du projet et leur intégration dans le PUDTR.

Activité 4 : Mettre en place un système d'intranet

L'Intranet est la voie idéale de communication interne. En effet, il réunit l'ensemble du personnel sur une seule plateforme et facilite le partage des documents communs et la diffusion d'informations intéressant tout le personnel. Ce système est en outre facile à gérer et permettra de rester aux faits de l'évolution des activités quotidiennes. Avec l'intranet, l'UCP, les antennes régionales, les agences d'exécution pourront se relier facilement les uns avec les autres.

Activité 5 : Mettre en place des boîtes à idées (ou de suggestions)

La mise en place d'une boîte à idées ou de suggestion permet de faire remonter de manière anonyme toute suggestion ou proposition d'amélioration concernant les activités et le fonctionnement interne d'une organisation. Dans un but managérial direct, elle permet de recourir à la créativité de chaque agent et permet d'établir un dialogue entre les salariés et leur hiérarchie. Sa mise en place au sein du projet permettra l'expression du personnel et évitera les craintes individuelles de proposition du personnel. Elles seront installées au niveau de l'Unité de coordination du projet et des antennes régionales.

Activité 6 : Rendre effective l'utilisation du tableau d'affichage

Le tableau d'affichage doit être organisé en rubriques de manière à rendre fluide et cohérente toute information affichée. Le tableau doit être présent, fonctionnel et bien visible pour toute personne à l'intérieur du projet. Au cours des réunions périodiques également, un programme de la semaine doit être élaboré pour prendre en compte les calendriers de sorties de tout le personnel.

Le tableau d'affichage renseignera sur les missions et le mouvement du personnel. Il servira aussi à afficher des informations tant professionnelles que sociales. Pour que le tableau d'affichage soit lu, il faudrait limiter le nombre des messages et associer l'ensemble des cadres dans l'élaboration des contenus.

Activité 7 : Instaurer le partage des comptes rendu de réunions, de sorties terrain et des rapports d'activités (

L'objectif sera de permettre à chaque cadre d'être informé des activités menées au niveau de chaque expert et ailleurs par d'autres intervenants ou partenaires.

Activités 8 : Renforcer les capacités et les compétences des acteurs internes sur les enjeux de la communication

La formation des acteurs internes aux techniques de communication est un élément déterminant pour l'exécution du plan de communication du PUDTR. Il s'agira dans un premier temps, de permettre aux acteurs de comprendre l'importance et les enjeux de la fonction communication et d'outiller les antennes régionales et les agences d'exécution pour être des relais, remonter l'information du terrain et descendre d'autres informations depuis l'UCP/PUDTR. Elles appuieront le service de communication notamment dans l'opérationnalisation des actions de communication avec le soutien des chargés de communication des agences d'exécution.

Activité 9 : Renforcer l'esprit d'équipe au sein du PUDTR

L'UCP/PUDTR devra mener des activités de développement de l'esprit d'équipe à l'intention des acteurs internes pour renforcer les liens entre collaborateurs. Ces activités permettront d'améliorer la communication interpersonnelle et entretenir l'esprit d'équipe, la tolérance et la convivialité. Entre autres activité dans cette optique, on peut citer : les séances de team building, la motivation

des agents, les activités sportives, les activités récréatives et touristiques et la participation à des événements sociaux.

3.7.2. Axe stratégique 2 : Information – Visibilité et promotion du PUDTR

L'axe « Information – visibilité et promotion des résultats du PUDTR » vise à fournir à l'ensemble des acteurs au niveau national et local les informations relatives aux enjeux, à la stratégie de mise en œuvre, au rôle des acteurs, et aux objectifs du PUDTR. Il s'agit aussi de mettre en exergue les résultats du Projet et de les promouvoir à travers les actions menées par les acteurs et des partenaires.

OS 2. 1 : Améliorer l'accès à l'information sur le PUDTR

Activités 1 : Organiser des rencontres régionales d'information

La réussite du PUDTR passe nécessairement par l'implication efficiente des entités régionales (collectivité territoriales, STD, OSC, ...). Pour leur bonne implication, il sera organisé des rencontres périodiques afin de leur permettre d'être informées et de suivre la mise en œuvre du projet dans leur région. Ces rencontres doivent être des occasions de partage d'information, de recueil d'idées et de propositions venant des entités régionales pour une meilleure mise en œuvre du projet.

Activité 2 : Animer des émissions radiophoniques

L'accès à l'information des bénéficiaires du projet et du grand public est une condition sine qua non pour l'appropriation, la visibilité et une bonne promotion du PUDTR. Afin d'améliorer l'accès à l'information, il sera organisé des émissions radiophoniques sur les radios locales. Ces émissions devront aussi favoriser la participation des bénéficiaires à la mise en œuvre du projet. Elles peuvent avoir plusieurs formats : interviews, microprogrammes, reportages, tables rondes et porteront sur des thématiques variées. Elles seront réalisées dans les langues nationales.

Activité 3 : Organiser des Rencontres directes

Les rencontres directes sont toujours des occasions pour informer et sensibiliser les populations. Elles favoriseront aussi le rapprochement et le renforcement des relations interpersonnelles, ce qui peut faciliter le passage de messages sur le PUDTR. Par ailleurs, à travers ces rencontres directes et compte tenu de la question sécuritaire, des relations pourraient s'établir avec les chefs communautaires, les leaders d'opinions et des personnes influentes des zones cibles du projet. Ce qui facilitera l'accès aux populations.

Activité 4 : Réaliser des films institutionnels, des capsules vidéo et des photos sur le projet

Selon l'étude diagnostique, les bénéficiaires du PUDTR veulent des éléments concrets des réalisations du PUDTR. Dans cette logique, le projet réalisera des films institutionnels, des capsules vidéo et une banque de photos sur les réalisations du PUDTR dont le but est de valoriser le projet auprès de ses parties prenantes et des cibles de sa communication en mettant en valeur ses réalisations. Ces films et photos pourraient être diffusés sur les chaînes de télévision, le site web du PUDTR et sur les réseaux sociaux pour une large diffusion.

Activité 5 : Médiatiser les activités

La médiatisation des activités du PUDTR est la meilleure manière d'assurer sa visibilité et sa promotion. Pour ce faire, pour les activités énumérées dans la présente stratégie de communication, la spécialiste en communication du PUDTR doit élaborer un plan média afin de garantir une bonne portée et un impact publicitaire efficace des activités du projet. Le plan média doit prendre en compte la planification des annonces, la diffusion et la campagne de couverture des activités. Le plan média permettra aussi d'utiliser de la façon la plus efficace possible le budget alloué à la communication.

Activité 6 : Animer le site web du PUDTR

Le site internet est un moyen de communication indispensable de nos jours. Il permet à toute structure de promouvoir son identité numérique. Pour être efficace, le site web du PUDTR doit être un site fonctionnel qui offre un plus grand niveau d'interactivité avec les internautes. Il doit aussi être un site institutionnel qui a une fonction de communication institutionnelle. Il doit permettre des échanges entre le PUDTR et les différentes parties prenantes mais aussi avec les bénéficiaires du Projet et le grand public.

Activité 7 : Concevoir et publier un bulletin d'information

Le bulletin d'information fait partie de la communication institutionnelle et permet de développer la réputation d'une entreprise auprès de ses parties prenantes. Le bulletin du PUDTR sera trimestriel et aura deux fonctions : renforcer la communication interne en permettant aux différentes parties prenantes d'être informées sur ce que chacun fait. Il sera aussi publié sur le site web et informera le grand public tout en étant une source de première main pour les médias. Cela renforcera la visibilité et la promotion du projet. Pour son contenu, il sera demandé à chaque intervenant d'envoyer à la spécialiste en communication des articles courts décrivant leurs activités sur le terrain ainsi que des photos d'illustration. La chargée de communication fera la mise en forme avant de les éditer.

Activité 8 : Publier des contenus d'information sur les plateformes de communication sociale

Les plateformes sociales sont des portails qui permettent de facilement créer sur le web un profil qui peut être rendu visible par tout le monde, ou une sélection d'amis ou d'abonnés. Elles s'inscrivent dans une démarche participative. Les plateformes de communication sociale seront utilisées pour diffuser des informations précises et factuelles concernant la mise en œuvre du projet. L'utilisation des réseaux sociaux permettra au PUDTR d'interagir avec les usagers, de récolter les feedbacks et de bien gérer sa réputation numérique. Le PUDTR doit continuer à utiliser les plateformes comme Facebook et y ajouter d'autres.

Les réseaux sociaux les plus utilisés au Burkina Faso sont :

Facebook : 75% en 2021 / 76% en 2020.

YouTube : 72% en 2021 / 71% en 2020.

Facebook Messenger : 62% en 2021 / 59% en 2020.

Instagram : 58% en 2021 / 59% en 2020.

TikTok : 42% en 2021 / 30% en 2020.

Snapchat : 41% en 2021 / 42% en 2020.

Twitter : 29% en 2021 / 36% en 2020.

Pour la présente stratégie de communication, nous proposons les réseaux sociaux suivants :

- Facebook
- YouTube
- TikTok
- Twitter

OS 2.2 : Améliorer la visibilité et promouvoir les résultats du PUDTR

Activité 1. Déployer les éléments de visibilité du PUDTR

Le nom du PUDTR est peu connu et se confond avec la multitude de projets dans ses zones d'intervention. Pour se distinguer de ces derniers, le PUDTR s'est doté d'une identité visuelle qui doit être utilisée par l'ensemble des acteurs qui assurent le fonctionnement et l'exécution du Projet. Elle doit permettre de rendre le PUDTR davantage visible auprès de l'ensemble des publics cibles et d'établir un lien visuel entre le projet et ses réalisations. Le logo du PUDTR doit être sur tous ses outils/supports de communication et sur ceux des parties prenantes (agences d'exécution) qui interviennent dans le cadre du projet.

Activité 2. Organiser des cérémonies de réception des infrastructures réalisées

La réalisation des infrastructures au bénéfice des populations est le volet principal du PUDTR. Leur mise en exploitation est une opportunité forte qui doit constituer un moment exceptionnel et mémorable. Dans cette logique, les cérémonies de réception des infrastructures doivent être considérées comme un média pour renforcer la visibilité et la promotion du PUDTR en montrant ce qui est concrètement fait.

Activités 3. Organiser des visites conjointes (PUDTR, partenaires, bénéficiaires) des sites d'intervention du PUDTR en vue de promouvoir l'impact des activités réalisées

La visite des sites est une occasion pour créer un événement ponctuel autour d'une action. Elle permet de mobiliser plusieurs personnes (parties prenantes du projet, bénéficiaires, autorités locales, partenaires et journalistes). Il s'agira pour le PUDTR de faire de ces moments des moments de forte médiatisation pour montrer ses résultats sur le terrain en termes de réalisation d'infrastructures.

Activité 4. Réaliser des reportages multimédias sur les résultats du projet

La bonne visibilité et la promotion efficace d'une action passent par sa médiatisation continue afin de créer un état de saturation chez la cible. Dans cette logique le PUDTR réalisera une série de reportages sur ses différentes réalisations et avec ses bénéficiaires. Ces reportages devront présenter le parcours, les activités et le succès des bénéficiaires. Ils doivent être exploitables par les médias locaux et sur les réseaux sociaux et pour cela, ils doivent être déclinés en différents formats (MP4, AVI, WMV MOV ou MP4).

Activité 5. Concevoir des supports de communication illustrative de l'impact des activités mise en œuvre

Une des meilleures manières d'assurer la visibilité et la promotion d'une action est de pouvoir illustrer les réalisations faites et leur impact sur les populations cibles. Dans cette optique, le PUDTR réalisera des supports de communication (brochures, dépliants flyers), pour montrer à

travers des photos, ce qui est fait pour les bénéficiaires du projet et l'impact sur leur condition de vie.

Activité 6. Organiser des visites de presse

Une bonne relation presse est un moyen efficace pour assurer la visibilité et la promotion d'une activité. Dans cette logique, le PUDTR invitera les journalistes à visiter les chantiers et les réalisations du projet. Il s'agira d'identifier un groupe de journalistes de différents médias (audiovisuel, presse écrite et en ligne) des médias publics privés et locaux pour une immersion dans la mise en œuvre du projet à l'issue de cette immersion, les journalistes réaliseront et diffuseront des productions médiatiques.

3.7.3. comportement

OS 3. 1. Susciter l'adhésion et l'implication active des acteurs locaux et des populations bénéficiaires dans la mise en œuvre des activités

Activité 1. Organiser des rencontres d'information avec les autorités des zones d'intervention du PUDTR

Les autorités locales des zones du projet sont un pilier capital dans la réussite du PUDTR. Elles sont des cibles du projet et peuvent contribuer à la mobilisation des populations pour qu'elles s'approprient le projet. Elles sont un intermédiaire entre le PUDTR et les populations. Elles jouent aussi un rôle capital dans le mécanisme de gestion des plaintes. Pour que les autorités locales puissent bien jouer leur rôle, le PUDTR organisera à leur intention des rencontres d'information afin de maintenir une relation de proximité. Ces rencontres peuvent être mensuelles et auront pour objectifs de donner aux autorités locales des informations sur la mise en œuvre du projet, les difficultés rencontrées et les solutions proposées. Elles permettront aussi au PUDTR de recueillir les propositions et suggestions.

Activité 2. Organiser des campagnes de sensibilisation sur les thématiques du projet

Plus qu'une campagne d'information ou un simple exposé, une action de sensibilisation cherche à transmettre un message fort et clair, qui reste dans les mémoires, permet une prise de conscience et fait évoluer les comportements. Le PUDTR organisera plusieurs campagnes thématiques portant entre autres sur le mécanisme de gestion des plaintes, les EAS/HS/VCE/VBG, l'appropriation et la gestion des réalisations par les bénéficiaires, la cohésion sociale, la participation des bénéficiaires dans la mise en œuvre du projet, etc. Ces campagnes seront portées par l'UCP du PUDTR et les agences d'exécution en collaboration avec les autorités et les médias locaux. Pour chaque campagne, l'UCP/PUDTR doit : établir des objectifs de la campagne de sensibilisation, identifier le public cible de la campagne, identifier clairement et simplement les questions à résoudre, proposer des solutions et inviter le public à une action spécifique.

Activité 3. Renforcement des capacités des bénéficiaires

Le PNUD définit le renforcement des capacités comme « le processus par lequel les particuliers, les organisations et les sociétés acquièrent, développent et entretiennent les aptitudes dont ils ont

besoin pour définir et réaliser leurs propres objectifs de développement au fil du temps »⁵. Le renforcement des capacités des bénéficiaires du PUDTR englobe la formation des bénéficiaires directes et indirectes sur les questions suivantes : la lutte contre les VBG, le mécanisme de gestion des plaintes, l'appropriation et la gestion des infrastructures, la gestion transparente des crédits et des affaires des publiques, l'élaboration des plans locaux de développement, ...

Activité 4. Produire des émissions radios interactives sur les thématiques du projet

Ces dernières années, les émissions d'expression directes à la radio sont devenues des émissions prisées par les auditeurs Burkinabè. Ces émissions permettent aux populations de se prononcer de façon critique sur les politiques publiques du pays tout en faisant des propositions d'amélioration. C'est donc un bon mécanisme de feedback pour les politiques sociales. Dans cette optique, le PUDTR organisera, en collaboration avec les journalistes, des émissions participatives autour de différents thèmes traitant des objectifs du PUDTR et ses composantes, du rôle des bénéficiaires dans la réussite du PUDTR, de l'impact du PUDTR sur les conditions des personnes vulnérables, etc. Ces émissions seront réalisées sur les radios locales en langues nationales.

Activité 5. Organiser des causeries-débats/conférences

L'appropriation du PUDTR par ses bénéficiaires demande que le projet établisse une communication permanente avec ces derniers. Cette communication doit être à la fois de proximité et participative avec un triple objectif : informer les cibles primaires de la communication sur la mise en œuvre du projet ; les sensibiliser ; les amener à s'impliquer dans la mise en œuvre du projet. Dans ce cadre, le PUDTR organisera des causeries/débats avec les bénéficiaires du projet. Cela se fera par des rencontres physiques ou par les radios locales. La forme de ces causeries dépendra de la situation sécuritaire dans chaque région. Quant à la périodicité des causeries, elle peut être mensuelle dans chaque région.

Activité 6. Réaliser des théâtre-forum/sensibilisation

Le théâtre-forum (ou théâtre de sensibilisation) est un outil d'animation qui permet, grâce à la participation de chacun, de parler et d'imaginer collectivement des solutions alternatives aux problèmes soulevés dans la pièce. Il permet de moduler la société à travers le développement de l'individu en lui transmettant les valeurs citoyennes. Le but du théâtre-forum est donc de véhiculer une forme d'éducation pour l'épanouissement de l'individu. Le PUDTR fera appel au théâtre-forum pour sensibiliser les bénéficiaires du projet afin qu'ils s'approprient le projet et suscitent en eux le changement voulu. Dans ce cadre, le PUDTR pourrait passer un accord avec une troupe de théâtre qui travaillera sur différents thèmes comme : « Comment participer de façon efficace à la mise en œuvre du PUDTR dans ma région », « Comment prendre soins des infrastructures réalisées », « Comment agir lorsque j'ai des plaintes à formuler », « Comment prévenir les VBG », etc.

Activité 7. Production et diffusion de supports d'information, écrits, visuels et audiovisuels

Pour être efficace, une communication doit se faire à travers des supports et canaux adaptés au message mais aussi à la cible. Face à la diversité des cibles du PUDTR, la communication sera multimédia et comprendra des supports qui combineront à la fois l'écrit, le visuel (kakemonos, plaquettes, brochure, ...) et parfois l'audiovisuel (capsules vidéo, documentaires, ...). Il s'agira non

⁵ http://www.unpedc.org/media/221609/pn%20capacity%20development_fr_v0_final_oct2008.pdf. Document consulté

seulement d'adapter la production aux normes du média de diffusion, mais aussi de toucher le maximum de personnes. Ces productions seront diffusées dans les langues nationales.

Activité 8. Développer un partenariat avec les médias locaux

Le monde des médias est un acteur stratégique dans toute stratégie de communication et tout plan de communication doit inclure un plan médias. Afin de faire des médias locaux des acteurs de soutien, le PUDTR établira des partenariats avec les médias dans chaque commune abritant le projet. Ce partenariat doit se faire dans une logique gagnant-gagnant dans lequel le PUDTR organisera à l'intention des hommes et femmes des médias locaux des ateliers d'information et de sensibilisation sur les objectifs et les enjeux du projet, et les encouragera à réaliser des productions sur le projet et à les diffuser dans leurs médias. Pour ce faire l'UCP/PUDTR négociera avec les responsables de médias et pourra se faire assister par les directeurs régionaux de la communication.

Activité 9. Le plaidoyer

Il existe différents types d'activités de plaidoyer, qui vont des rencontres, des réunions de lobbying (exercice de pression) aux séminaires, en passant par les ateliers de travail et les lancements de rapports. Le type d'activité que devra choisir le PUDTR sera déterminé par de nombreux facteurs, dont le principal est la probabilité de l'obtention d'un impact. À titre d'exemple, le plaidoyer du PUDTR peut porter sur les points suivants :

- Plaidoyer pour obtenir l'engagement des leaders d'opinion, autorités coutumières et religieuses dans la mise en œuvre du PUDTR et dans la lutte contre les VBG ;
- Plaidoyer pour la prise en compte de la gestion et l'entretien des infrastructures dans l'élaboration des budgets communaux ;
- Plaidoyer pour l'utilisation des expériences du PUDTR pour l'amélioration de conditions de vie des populations et dans le renforcement de la résilience.

Activité 10. Organiser des journées de redevabilité

Le principe de redevabilité peut être utilisé comme un mécanisme permettant de demander des comptes aux acteurs responsables de la gestion et de la mise en œuvre de projet. Elle incite donc à agir de manière responsable. Les mécanismes de redevabilité garantissent que les engagements qui ont été pris seront respectés. Dans le souci d'une communication de proximité et pour obtenir l'adhésion des populations aux valeurs du PUDTR afin qu'elles s'approprient le projet, le PUDTR organisera des séances de redevabilité.

OS 3.2. Capitaliser et partager les acquis

Activité 1. Produire des supports de capitalisation sur les acquis du Projet

La production de films, de vidéos, de photos, d'articles de presse est des outils incontournables pour capitaliser des résultats. Il s'agit, d'une part de faire appel aux témoignages de bénéficiaires qui ont pu pleinement tirer profit des services déployés et, d'autre part, restituer, dans un effort de transparence, les résultats engrangés au regard des objectifs fixés et de la mobilisation des PTF et de l'État.

Activité 2. Produire des rapports annuels illustrés

Les différentes activités de terrain feront objet de rapports. Afin de construire une mémoire du projet, le PUDTR réalisera chaque année, des rapports illustrés dont l'objectif est de livrer une

analyse objective sur une situation ou des faits constatés et proposer des préconisations. Ce rapport pourrait être largement diffusé sur le site web du projet, auprès des médias, des différentes parties prenantes et des différents bénéficiaires.

Activité 3. Organiser des ateliers d'évaluation et de capitalisation des résultats des projets

La capitalisation est un élément important pour la réussite du projet. Cela permet de faire la promotion du projet et de renforcer sa visibilité et sa crédibilité. Ces rencontres se feront de façon annuelle. Il s'agira pour le PUDTR de réunir toutes les parties prenantes dans le cadre d'un atelier pour identifier, analyser, expliciter et modéliser le savoir acquis lors de la mise en œuvre du projet pour que d'autres puissent se l'approprier, l'utiliser et l'adapter, ou ne reproduisent pas les mêmes erreurs.

Activités 4. Organisation des ateliers régionaux de partage d'expériences

Il s'agit de partager les expériences, et de mutualiser les bonnes pratiques développées dans le cadre du PUDTR.

3.8. MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE

La stratégie de communication proposée sera exécutée par la chargée de communication du PUDTR. Elle travaillera de façon étroite avec les services de communication des agences d'exécution et les antennes régionales du PUDTR.

3.8.1. Dispositif de suivi et évaluation

Le suivi et l'évaluation sont des composantes essentielles de toute activité de développement. Ainsi, la stratégie de communication du PUDTR fera l'objet d'un suivi et d'une évaluation aux différentes phases de son exécution

Le suivi permettra de surveiller et d'analyser de façon régulière, périodique ou continue le déroulement des activités prévues dans le plan de communication afin de s'assurer que les activités retenues sont exécutées comme prévu, détecter les écarts éventuels, identifier les difficultés rencontrées et percevoir les contraintes et opportunités non prévues, afin de fournir à temps les apports nécessaires et d'effectuer les corrections qui s'imposent. Le suivi vérifiera également que les ressources et les activités, permettent d'obtenir les résultats escomptés.

L'évaluation se fera à mi-parcours (mi 2024 – évaluation à mi-parcours) et à la fin du projet (évaluation finale). L'évaluation à mi-parcours permettra de savoir si les objectifs de communication fixés sont bien exécutés. Les résultats permettront de corriger l'intervention pendant son déroulement ou d'en tirer les leçons et les conséquences à son achèvement. Quant à l'évaluation finale, elle permettra de déterminer les impacts à la fin du projet. Cela permettra d'apprécier l'utilité, l'efficacité et l'efficience des activités de communication planifiées. L'évaluation de la stratégie portera sur ses performances, ses résultats et ses impacts. Elle va ainsi mesurer, entre autres :

- l'atteinte des cibles de communication ;

- l'amélioration du flux et de la circulation de l'information au sein de l'UCP, entre l'UCP et le ministère de tutelle, entre l'UCP et le niveau régional, entre l'UCP et les agences d'exécution, etc. ;
- le territoire de communication (l'amélioration de la visibilité et de l'image du Projet auprès public) ;
- l'adhésion et l'implication de cibles visées au Projet ;
- l'augmentation des connaissances et des pratiques des bénéficiaires, dans le domaine des VBG, ...

L'évaluation peut se faire en analysant les activités afin de dégager comment les groupes cibles ont perçu les informations qui leur ont été communiquées ou les changements induits par le Projet. Cela se vérifiera au moyen de différentes techniques :

- collecte de statistiques ;
- revue de documents ;
- analyse de contenu des supports et moyens de communication ;
- missions de terrain ;
- réunions, rencontres ;
- enquête par questionnaire auprès d'un échantillon, entretien individuel ou focus groupe.

3.8.2. Mise en œuvre du suivi-évaluation

Le suivi et l'évaluation de la stratégie et du plan de communication du PUDTR seront entièrement intégrés dans le système global de suivi-évaluation et seront supervisés par la responsable suivi-évaluation du Projet. Elle travaillera en étroite collaboration avec la chargée de communication et fera appel à des expertises externes si nécessaire pour suivre et évaluer l'état d'avancement de la mise en œuvre de la stratégie et du plan d'actions de communication, mesurer l'impact des actions de communication et procéder aux ajustements nécessaires.

Tableau 10 : indicateurs globaux pour le suivi et l'évaluation

Objectif global de communication	Indicateurs de résultat
Soutenir la mise en œuvre du PUDTR, assurer sa bonne visibilité susciter une forte adhésion des parties prenantes et des populations bénéficiaires à sa mise en œuvre	
Résultats intermédiaires	Indicateurs de résultat
La communication interne au sein du PUDTR est améliorée	▪ Nombre de rencontres de concertation et d'échanges tenues entre les acteurs de mise en œuvre ▪ Nombre des participants aux rencontres ▪ Nombre de rencontres trimestrielles de bilan et de programmation tenues ▪ Pourcentage des acteurs internes satisfaits de la mise à disposition de l'information chaque année ▪ Nombre de rapports/compte rendus produits et publiés
Le PUDTR est connu	▪ Nombre d'articles/informations publiés sur le projet ▪ Nombre de rencontres régionales d'information organisées ▪ Nombre de visiteurs du site web ▪ Nombre de followers sur les réseaux sociaux ▪ Nombre d'émissions radiophoniques réalisées ▪ Nombre d'outils et de supports de communication réalisés et diffusés ; ▪ Nombre de personnes qui reçoivent le bulletin d'information

Les bénéficiaires du projet comprennent mieux le projet et y adhèrent en s'impliquant à travers l'adoption d'attitudes, et de comportements conformes aux attentes du projet	▪ Nombre de femmes bénéficiaires ayant amélioré leurs revenus grâce au projet ▪ Taux de satisfaction exprimé par les bénéficiaires pour les investissements sur la base des réponses aux enquêtes de satisfaction ▪ Nombre de personnes ayant bénéficié de services essentiels de santé et de nutrition ▪ Nombre d'enseignants ayant bénéficié de formation sur l'éducation en situation d'urgence ▪ Nombre de communes disposant d'un budget pour la gestion et l'entretien des infrastructures ▪ Nombre de communes intégrant le retour d'information des consultations des bénéficiaires (y compris les personnes déplacées et les femmes) dans les principaux documents stratégiques (budgets et plan de développement) ▪ Nombre de causeries-débats animées ▪ Taux de participation des populations locales aux rencontres d'information et de sensibilisation ▪ Taux des employés des entreprises ayant participé aux rencontres d'information et de sensibilisation sur les différentes thématiques
Les résultats et les bonnes pratiques du projet sont documentés et vulgarisés	▪ Nombre de supports de capitalisation sur les acquis du Projet produits ▪ Nombre de rapports annuels illustrés réalisés ▪ Nombre d'ateliers d'évaluation et de capitalisation des résultats des projets tenus et nombre de participants ▪ Nombre d'ateliers régionaux de partage d'expériences organisés et nombre de participants

3.8.3. Plan opérationnel de communication

Pour atteindre les différents objectifs établis, les activités et les outils de communication ont été identifiés en fonction de chaque cible.

Tableau 11: Plan opérationnel de communication

AXE STRATEGIQUE 1 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE DU PUDTR					
Orientation stratégique 1 : Renforcer le dispositif de communication entre les acteurs de mise en œuvre					
Activités réalisées	Public cible	Outils/soutils de communication	Indicateurs	Sources de vérification	Responsables
Tenir des rencontres régulières de concertation et d'échanges entre les acteurs de mise en œuvre	UCP Antennes régionales Comité technique Agences d'exécution Banque Mondiale	Réunions, visioconférences Ateliers	Nombre de réunions organisées Nombre d'acteurs mobilisés pour les rencontres	Compte rendu et rapports de réunion	UCP
Concevoir et diffuser des supports de communication sur le PUDTR	UCP, Antennes régionales, BM, Agences d'exécution, Comité technique	Plaquettes institutionnelles, dépliants, brochures, kakemono	Nombre et type d'outils/soutils de communication produits et diffusés	Bordereaux de livraison Rapports de diffusion	UCP
Mettre en place un système d'intranet	UCP	Plateforme numérique : Intranet	Existence de la plateforme, Pourcentage des acteurs utilisant la plateforme	Existence de la plateforme, Rapport du prestataire	UCP
Instaurer le partage des comptes rendu de réunions, de sorties terrain et des rapports d'activités	UCP Agences d'exécution	Comptes rendus de réunions, de sorties terrain et des rapports d'activités	Existence des comptes rendus et rapports	Existence des comptes rendus Email Bordereau de livraison	UCP
Rendre effective l'utilisation du tableau d'affichage	UCP	Tableau d'affichage	Nombre de courriers affichés	Existence du tableau d'affichage	UCP
Mettre en place des boîtes à idées (ou de suggestions)	UCP Antennes régionales Comité technique Agences d'exécution	Boîte à idées / suggestions	Nombre de boîtes Nombre de suggestions reçues	Existence de la boîte à suggestion	UCP
Organiser des visites des réalisations	Banque Mondiale	Mission de visite	Nombre de réalisations visitées	Rapport de visite Revue de presse	UCP

Renforcer les capacités et les compétences des acteurs internes sur les enjeux de la communication	UCP Antennes régionales Agences d'exécution	Ateliers	Nombre de formations Nombre de participants formés	Rapports des ateliers	UCP
Renforcer l'esprit d'équipe au sein du PUDTR	UCP Antennes régionales Agences d'exécution Comité technique (points focaux)	Séances de team building, Activités (sportives, récréatives ou événements sociaux)	Nombre d'activités réalisées Nombre de participations à des événements sociaux	Rapports d'activité	UCP

AXE STRATEGIQUE 2 : VISIBILITE – PROMOTION DES RESULTATS DU PUDTR					
Orientation stratégique 2.1 : Améliorer l'accès à l'information sur le PUDTR					
Activités réalisées	Publics cibles	Outils/soutiens de communication	Indicateurs	Sources de vérification	Responsables
Organiser des rencontres régionales de concertation ou d'information sur le projet	Collectivités territoriales, OSC ONG, STD, COGEP, acteurs locaux	Ateliers	Nombre de rencontres Nombre de participants	Rapport d'activités	UCP Antennes régionales Structures partenaires (OCADES, Plan International Burkina, AGETIB, SONATER, Laboratoire Citoyennetés, Bagré Pole, Filets Sociaux...)
Organiser des Rencontres directes	Autorités coutumières et religieuses, leaders d'opinion	Rencontres	Nombre de rencontres Nombre de participants	Comptes rendus de rencontre	UCP Antennes régionales Structures partenaires (OCADES, Plan International Burkina, Agetib, SONATER, Laboratoire Citoyennetés, Bagré Pole, Filets Sociaux...)
Réaliser des émissions	Bénéficiaires et grand public	Radios locales	Nombre émissions	Fiche technique	UCP

radiophoniques sur les activités et thématiques du projet			radiophoniques et diffusés	Convention de réalisation	OCADES, Plan International Burkina, Laboratoire Citoyennetés, Filets Sociaux
Organiser des Rencontres d'échanges	Tous les publics cibles	Rencontres	Nombre de rencontres Nombre de participants	Rapports d'activités	UCP
Réaliser un film institutionnel, des capsules vidéo et une banque de photos sur les réalisations du PUDTR	Bénéficiaires et grand public	Télévision Réseaux sociaux	Nombre de diffusion du documentaire	Documentaire Bordereau de livraison	UCP
Médiatiser les activités	Bénéficiaires et grand public	Radio, Télévision, presse, etc.	Nombre de production médiatique diffusées	Articles Reportage Facteurs des organes	UCP Antennes régionales Agences d'exécution
Réaliser des capsules vidéo et une banque de photos sur les réalisations du PUDTR	Bénéficiaires et grand public	Réseaux sociaux, site internet du projet	Nombre de production diffusées	Nombre de clics et de partage	UCP
Animer le site web du PUDTR	Bénéficiaires et grand public	Web	Nombre de visiteurs Nombre d'articles publiés	Statistiques de fréquentation du site	UCP
Publier un Bulletin d'information	Bénéficiaires et grand public	Bulletin numérique et imprimé	Nombre de bulletins publiés	Bordereaux de livraison	UCP
Publier des contenus d'information sur les plateformes de communication sociale	Bénéficiaires et grand public	Facebook Twitter You tube	Nombre de followers et d'abonnés	Statistiques de fréquentation de chaque plateforme	UCP Agences d'exécution

AXE STRATEGIQUE 2 : VISIBILITE – PROMOTION DU PUDTR					
Orientation Stratégique 2.2 : Améliorer la visibilité-Promotion du PUDTR					
Activités à réaliser	Publics cibles	Outils/soutiens de communication	Indicateurs	Sources de vérification	Responsables
Déployer les éléments de visibilité PUDTR	Bénéficiaires et grand public Cibles internes	Logo Slogan Charte graphique	Existence d'une identité visuelle	Charte graphique	UCP Antennes régionales Agences d'exécution

Organiser des cérémonies réception des infrastructures réalisées	Bénéficiaires et grand public	Cérémonies de réception	Nombre de cérémonies organisées	Rapports d'activités	UCP Antennes régionales
Organiser des visites conjointes (PUDTR, partenaires, bénéficiaires) des sites d'intervention du PUDTR	CT, STD, OSC, médias, BM, autorités locales, sectoriels	Visites de terrain	Nombre de visites effectuées Nombre de reportages diffusés	Rapports d'activités Revue de presse	UCP Antennes régionales Agences d'exécution
Réaliser des reportages multimédias sur les résultats du projet	Bénéficiaires et grand public	Web, médias, réseaux sociaux	Nombre de reportages réalisés et diffusés	Rapports d'activités Revue de presse	UCP Antennes régionales Agences d'exécution (Agetib, SONATER, OCADES, Plan Burkina, Filets Sociaux, Labo citoyennetés)
Concevoir des supports de communication illustratifs de l'impact des activités mise en œuvre	Bénéficiaires et grand public BM	Brochures Flyers Affiches	Nombre de supports réalisés	Bordereau de livraison	UCP Antennes régionales Agences d'exécution
Organiser des visites de presse	Médias	Radio, télé, presse écrite et en ligne	Nombre de productions médiatiques	Revue de presse	UCP Antennes régionales

AXE STRATEGIQUE 3. COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT					
OS 3. 1. Susciter l'adhésion et l'implication active des acteurs locaux et des populations bénéficiaires dans la mise en œuvre des activités					
Activités à réalisées	Public cible	Outils/soutiens de communication	Indicateurs	Sources de vérification	Responsables
Organiser des rencontres d'information et de renforcement de compétences sur différents thèmes (VBG, Engagement citoyen, Gouvernance locale)	Autorités locales et administratives, médias, comité de gestion des plaintes, entreprises et bureaux de contrôle, OSC	Rencontres Médias Causeries éducatives, Conférences publiques	Nombre de rencontres Nombre de participants	Rapports d'activité	UCP Antennes régionales Agences d'exécution/ONG (OCADES, Plan International Burkina, Labo Citoyennetés
Produire des émissions radios d'expression directe sur les thématiques du projet	Médias Populations des régions d'intervention du projet	Radios locales	Nombre d'émissions réalisées et Nombre auditeurs	Rapports de l'activité Fiches techniques Convention de réalisation	Agences d'exécution/ONG (OCADES, Plan International Burkina, Labo Citoyennetés
Organiser des causeries-débats/conférences	Bénéficiaires et grand public	Causeries débat, conférences	Nombre de causeries Nombre de participants	Rapports d'activités	Agences d'exécution : OCADES, Plan International Burkina, Labo Citoyennetés
Réaliser des théâtre-forum/sensibilisation	Bénéficiaires et grand public	Théâtre	Nombre de représentations Nombre de spectateurs	Rapports d'activités	Labo citoyenetés
Production et diffusion de supports d'information, écrits, visuels et audiovisuels	Toutes les cibles	Affiches, brochures, dépliants, flyers, capsule vidéo, boîtes à image, médias, réseaux sociaux...	Nombre de supports produits et diffusés	Bordereaux de réception	UCP Agences d'exécution/ONG
Développer un partenariat avec les médias locaux	Hommes et femmes de média	Radio télé presse écrite et en ligne	Nombre de médias signataires Nombre de production médiatiques	Revue de la presse	UCP, OCADES, Plan International Burkina, Labo citoyenetés
Organiser des journées redevabilité	CT, STD, OSC, population, entreprises et missions de contrôle Médias	Réunions	Nombre de journées de redevabilité Nombre de personnes mobilisées	Rapports d'activités Revue de presse	Laboratoire Citoyenneté
Mettre en place des outils de	Cible primaire	Téléphone, site web, réseaux	Nombre d'appel pour	Rapport d'activités	UCP (expert en sauvegarde

communication pour la collecte des plaintes		sociaux, mail, boîte postale, comité de gestion des plaintes	signaler des plaintes	Registre de plaintes	environnemental et sociale)
Organiser des rencontres de plaidoyer	Leaders CT, coutumiers et religieux, autorités administratives, responsables des sectoriels OSC ONG	Rencontres	Nombre de rencontres	Rapports d'activités Lettres d'audience	UCP Antennes régionales Agences d'exécution

AXE STRATEGIQUE 3. COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT					
OS 3.2. Capitaliser et partager les acquis					
Activités à réaliser	Public cible	Outils/soutiens de communication	Indicateurs	Sources de vérification	Responsables
Produire des supports de capitalisation sur les acquis du Projet	Tout cible	Films, vidéo, photos, articles de presse, brochures, dépliants	Nombre de supports produits et diffusés	Rapports d'activités Factures des prestataires	UCP Agences d'exécution
Produire des Rapports annuels illustrés	PTF, CT, cibles internes, autorités coutumières et religieux, médias	Rapports	Nombre de rapports	Rapports d'activités	UCP Agences d'exécution
Organiser des ateliers de capitalisation des résultats des projets	Cible primaire et secondaire	Ateliers	Nombre d'atelier d'évaluation et de capitalisation	Rapports d'activités Nombre de participants	UCP Agences d'exécution

3.9. CALENDRIER ET BUDGET DES ACTIVITES

Tableau 12 : calendrier et budget des activités

AXE STRATEGIQUE 1. RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE DU PUDTR																					
OS 1. 1 Renforcer le dispositif de communication entre les acteurs de mise en œuvre																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 1 : Tenir des rencontres régulières de concertation entre les acteurs	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	720 000	720 000	720 000	720 000	2 880 000
Activité 2 : Organiser des rencontres trimestrielles de bilan et de programmation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	16 000 000
Activité 3 : Concevoir et diffuser des supports de communication sur le PUDTR	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	25 000 000	25 000 000	25 000 000	25 000 000	100 000 000
Activité 4 : Mettre en place un système d'intranet			X														7 500 000	-		-	7 500 000
Activité 5 : Mettre en place des boîtes à idées (ou de suggestions)	X																-	-	-	-	-

AXE STRATEGIQUE 1. RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE DU PUDTR																					
OS 1. 1 Renforcer le dispositif de communication entre les acteurs de mise en œuvre																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 6 : Documenter et diffuser les rencontres et les missions (compte rendu de réunion, rapports de mission, PV)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-	-
Activités 7 : Renforcer les capacités et les compétences des acteurs internes sur les enjeux de la Communication				X													10 000 000				10 000 000
Activité 8 : Renforcer l’esprit d’équipe au sein du PUDTR	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	8 750 000	8 750 000	8 750 000	8 750 000	35 000 000
TOTAL																	48 770 000	38 770 000	38 770 000	38 770 000	65 080 000

AXE STRATEGIQUE 2 : VISIBILITE – PROMOTION DES RESULTATS DU PUDTR																					
OS 2. 1 : Améliorer l'accès à l'information sur le PUDTR																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activités 1 : Organiser des rencontres régionales d'information	X	X	X	X		X		X		X		X		X		X	10 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	25 000 000
Activité 2 : Animer des émissions radiophoniques	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	5 200 000	5 200 000	5 200 000	5 200 000	20 800 000
Activité 3 : Organiser des Rencontres d'échanges	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	30 000 000	30 000 000	30 000 000	30 000 000	120 000 000
Activité 4 : Réaliser un film institutionnel sur le projet				X													-	16 500 000	-	-	16 500 000
Activité 5 : Médiatiser les activités	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	60 000 000
Activité 6 : Animer le site web du PUDTR	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-	-
Activité 7 : Publier un			X				X				X				X		6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	24 000 000

AXE STRATEGIQUE 2 : VISIBILITE – PROMOTION DES RESULTATS DU PUDTR																						
OS 2. 1 : Améliorer l'accès à l'information sur le PUDTR																						
ACTIVITES		PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
		2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
		T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Bulletin d'information																						
Activité 8 : Publier des contenus d'information sur les plateformes de communication sociale		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-	
Total																		66 200 000	77 700 000	61 200 000	61 200 000	266 300 000

AXE STRATEGIQUE 2 : VISIBILITE – PROMOTION DU PUDTR																					
OS 2.2 : Améliorer la visibilité et promouvoir les résultats du PUDTR																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 1. Déployer les éléments de visibilité du PUDTR	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-	-
Activité 2. Organiser la communication autour des cérémonies réception des infrastructures réalisées				X				X				X				X	7,500,000	7,500,000	7,500,000	7,500,000	30,000,000
Activités 3. Organiser des visites conjointes (PUDTR, partenaires, bénéficiaires) des sites d’intervention du PUDTR				X				X				X				X	4,500,000	4,500,000	9,000,000	13,500,000	31,500,000
Activité 4. Réaliser des reportages multimédias sur les résultats du projet			X			X			X			X			X		12,500,000	12,500,000	23,000,000	12,500,000	60,500,000

AXE STRATEGIQUE 2 : VISIBILITE – PROMOTION DU PUDTR																					
OS 2.2 : Améliorer la visibilité et promouvoir les résultats du PUDTR																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 5. Concevoir des supports de communication illustrative de l’impact des activités mise en œuvre			X			X			X			X			X		6,000,000	6,000,000	12,500,000	6,000,000	60,500,000
Activité 6. Organiser des visites de presse						X							X			X	-	10,000,000		20,000,000	30,000,000
TOTAL																	30,500,000	40,500,000	52,000,000	59,500,000	212,500,000

AXE STRATEGIQUE 3. COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT																					
OS 3.1 : Susciter l'adhésion et l'implication active des acteurs locaux et des populations bénéficiaires dans la mise en œuvre des activités																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 1. Organiser la communication autour des rencontres d'information avec les autorités des zones d'intervention du PUDTR		X	X	X		X		X		X		X		X		X	15,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	45,000,000
Activité 2. Organiser des campagnes de sensibilisation sur les thématiques du projet (Pris en compte dans le budget des agences d'exécution)		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
Activité 3. Renforcement des capacités des bénéficiaires		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		22,500,000	30,000,000	30,000,000	22,500,000	105,000,000

AXE STRATEGIQUE 3. COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT																					
OS 3.1 : Susciter l'adhésion et l'implication active des acteurs locaux et des populations bénéficiaires dans la mise en œuvre des activités																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 4. Produire des émissions radios interactives sur les thématiques du projet <i>(Pris en compte dans le budget des agences d'exécution)</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Activité 5. Organiser des causeries-débat/ conférences <i>(Pris en compte dans le budget des agences d'exécution)</i>		X	X	X		X			X			X			X						
Activité 6. Réaliser des théâtre-forum/sensibilisation <i>(Pris en compte dans le budget des agences d'exécution)</i>		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						

AXE STRATEGIQUE 3. COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT																					
OS 3.1 : Susciter l'adhésion et l'implication active des acteurs locaux et des populations bénéficiaires dans la mise en œuvre des activités																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 7. Production et diffusion de supports d’information, écrits, visuels et audiovisuels (Pris en compte dans le budget des agences d’exécution)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Activité 8. Développer un partenariat avec les médias locaux		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	4,000,000	4,000,000	4,000,000	16,000,000	
Activité 9. Le plaidoyer	X	X	X	X				X				X					30,000,000	7,500,000	7,500,000	45,000,000	
TOTAL																	71,500,000	51,500,000	51,500,000	36,500,000	211,000,000

AXE STRATEGIQUE 3. COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT																					
OS 3.2 : Capitaliser et partager les acquis																					
ACTIVITES	PROGRAMMATION PHYSIQUE																PROGRAMMATION FINANCIERE				
	2022				2023				2024				2025				2022	2023	2024	2025	COUT TOTAL
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4					
Activité 1. Produire des supports de capitalisation sur les acquis du Projet													X	X	X	X		-	-	37,000,000	37,000,000
Activité 2. Produire des Rapports annuels illustrés				X				X				X				X	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	12,000,000
Activité 3. Organiser des ateliers d'évaluation et de capitalisation des résultats des projets								X				X				X		3,000,000	3,000,000	3,000,000	9,000,000
Activités 4. Organisation des ateliers régionaux de partage d'expériences								X				X				X		3,000,000	3,000,000	3,000,000	9,000,000
TOTAL																	3,000,000	9,000,000	9,000,000	46,000,000	67,000,000

Total par axe	
Axe 1	65, 080,000
Axe 2	478,800,000
Axe 3	278,000,000
Total budget	821,880,000

CONCLUSION

L'établissement du diagnostic de la situation a révélé une panoplie de canaux de communication, aussi bien médias que hors médias, dont la pertinence est suffisamment établie, en vue de la diffusion de messages sur les différentes composantes du PUDTR. Cela demande la combinaison de plusieurs approches communicationnelle et des canaux de communication diversifiés.

L'analyse du paysage de la communication a révélé l'existence de plusieurs facteurs exogènes qui sont des opportunités en matière d'initiatives de communication pour accompagner la mise en œuvre du PUDTR, mais aussi des menaces. La stratégie de communication a, sur la base du diagnostic de la situation établi, défini un cadre d'intervention et des principes, ainsi que des objectifs clairs des efforts d'information et de communication, en interne et en externe.

En outre, elle a identifié des publics-cibles, préconisé des approches et outils appropriés pour renforcer l'esprit d'équipe au sein des parties prenantes, faciliter l'appropriation et l'exécution du PUDTR, ainsi que de ses enjeux, en fonction des différents groupes-cibles. Elle a également, défini des messages-clés et indiqué un mécanisme de mise en œuvre, à travers un dispositif de pilotage et d'exécution, dont les rôles ou responsabilités des différents acteurs ont été indiqués. Ce mécanisme est assorti d'un dispositif de suivi-évaluation du plan d'actions, définissant des critères, déterminant des indicateurs et des conditions de succès.

La stratégie de communication est assortie d'un plan d'actions, dont la définition a pris en compte des actions recommandées, selon les objectifs de communication. Les contenus de ces actions ont été déclinés en activités de communication. Ainsi, à travers trois axes stratégiques d'intervention et un plan opérationnel, les activités ont été planifiées dans le temps et l'espace et leur coût de réalisation estimé.

Le budget global du plan opérationnel de la stratégie de communication du PUDTR, sur la période 2022-2025 s'élève donc, à Huit cent-vingt-un millions huit cent quatre-vingt mille (821,880,000) Francs CFA.

ANNEXES

ANNEXE 1 : Termes de référence

**MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES
FINANCES ET DU DEVELOPPEMENT**

.....
SECRETARIAT GENERAL

.....
**PROJET D'URGENCE DE DEVELOPPEMENT
TERRITORIAL ET DE RESILIENCE**

BURKINA FASO

.....
Unité-Progress-Justice

**TDR POUR LE RECRUTEMENT D'UN CONSULTANT POUR
L'ELABORATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DU
PROJET D'URGENCE DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL**

MAI 2021

1/6

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Depuis 2015, le Burkina Faso fait face à des défis sécuritaires marqués par des actes d'extrémismes violents à caractère terroriste. Ces actes ont débuté dans la région du Sahel et une partie de celle du Nord. Cependant, avec la pression de la riposte des forces de défense et de sécurité burkinabè et de celles des pays voisins, le phénomène s'est déporté progressivement vers la région de l'Est dans un premier temps et ensuite celles de la Boucle du Mouhoun, du Centre-est et du Centre-nord.

Dans ces régions cibles de conflits et à risque, les conséquences directes qui en découlent depuis cette période sont notamment des pertes en vie humaine, des dégâts matériels, une psychose au sein de la population, la fermeture de certains services publics ainsi que le déplacement de milliers de populations. La situation socio-économique des populations dans ces zones peut se résumer de la manière suivante :

- des personnes ayant tout perdu, devenues vulnérables et qui souhaitent retrouver leur dignité à travers une activité décente ;
- des personnes ayant perdu leurs activités économiques et qui se retrouvent dans une situation très précaire, avec un vif souhait de redémarrer leurs activités ;
- des femmes devenues veuves qui souhaiteraient avoir une activité génératrice de revenu (AGR) pour soutenir les besoins des membres vivants de leur famille ;
- des jeunes à la recherche d'une activité économique et devenus vulnérables (orphelins, déplacés) compte tenu du contexte ;
- un faible accès aux soins de santé et de protection de base, affectant de manière disproportionnée les femmes et les enfants ;
- une faible couverture des structures de financement.

L'ensemble de ces problématiques nécessite d'être traité pour permettre la reprise des activités dans les zones d'insécurité du Burkina Faso. La détermination de l'Etat burkinabè a conduit, avec l'appui de la Banque mondiale, à la formulation du Projet d'urgence de développement territorial et de résilience (PUDTR) pour faire face à l'urgence des besoins des populations des zones fragiles. L'objectif de développement du projet est d'améliorer l'accès inclusif des communautés (y compris les Personnes déplacées internes (PDI)) des zones ciblées, au service sociaux essentiels et aux infrastructures.

Le projet appuie la décentralisation à travers (i) des investissements d'urgence d'accès aux infrastructures socioéconomiques de base dans les collectivités territoriales (CT), (ii) la facilitation de l'accès aux infrastructures routières et virtuelles au profit des CT, (iii) l'appui à la relance économique et l'autonomisation, aux activités génératrices de revenus, (iv) l'appui à l'engagement citoyens et au renforcement de la présence de l'État dans les zones à fort défis sécuritaires.

Il intervient dans les régions de la Boucles du Mouhoun (10 communes), de l'Est (05 communes) et du Centre-Est avec la prise en charge uniquement des investissements résiduels du projet pôle de croissance de Bagré.

En vue de façonner l'image du Projet, de renforcer la compréhension et l'adhésion des acteurs de sa mise en œuvre et des bénéficiaires aux objectifs poursuivis, il est essentiel que le PUDTR se dote d'une stratégie et d'un plan de communication efficient et efficace.

Par ailleurs, la stratégie de communication intègre les besoins de visibilité, de transparence, de cohésion suscitée par la mise en œuvre de toutes les composantes du projet.

Les présents termes de référence sont élaborés en vue de recruter un consultant pour l'élaboration de la stratégie de communication du PUDTR.

II. DESCRIPTION DES COMPOSANTES DU PROJET

Le projet d'urgence de développement territorial et de résilience aux services de base et aux infrastructures dans les zones de conflits et de risques.

Le projet sera mis en œuvre sur une période de cinq (5) ans et est organisé autour de Cinq (5) composantes structurantes suivantes :

- ❖ **Composante 1 « amélioration de l'accès aux services »** vise à mettre à la disposition des populations bénéficiaires, des services sociaux de base à travers la réalisation d'infrastructures et le renforcement des capacités. Aussi, la composante contribuera à la prévention et à la gestion des violences basées sur le genre (VBG) dans la zone cible. Cette composante vise à (i) augmenter la capacité des services ; (ii) faciliter l'accès aux services et (iii) protéger la santé sexuelles et reproductive des filles et des femmes et combattre les violences basées sur le genre.
- ❖ **Composante 2 « amélioration de la connectivité physique et virtuelle et la résilience urbaine ».** Cette composante vise à faciliter à (i) améliorer la connectivité physique et virtuelle des communes par l'amélioration de la plateforme infrastructurelle et (ii) faire la résilience des villes secondaires.
- ❖ **Composante 3 « relance économique communautaire »** cette composante vise à mettre à la disposition des populations des zones cibles, des infrastructures marchandes et productives et des actions de renforcement de capacités pour le développement d'activités génératrices de revenus. Elle vise à (i) soutenir la résilience des ménages et (ii) construire et réhabiliter les infrastructures productives et marchandes.
- ❖ **Composante 4 « appui opérationnel »** vise à accompagner l'engagement citoyens et le renforcement de la présence de l'État et, assurer la gestion du Projet.

III. OBJECTIFS DE LA MISSION

L'objectif principal de la mission est d'élaborer pour le PTDUR, une stratégie de communication assortie d'un plan opérationnel de mise en œuvre sur la période 2021-2025 et ce, dans le but de favoriser l'appropriation, l'implication et la participation des acteurs de mise en œuvre ainsi que des populations au processus d'exécution du PUDTR et de sa visibilité.

De façon spécifiques, il s'agira de :

- ✓ analyser l'environnement interne et externe du PUDTR afin d'identifier les opportunités et les menaces ainsi que les forces et faiblesses existantes en matière de communication ;
- ✓ faire un diagnostic des actions communicationnelles menées par le PUDTR et ses partenaires de mise en œuvre ;
- ✓ identifier l'ensemble des acteurs et groupes cibles et procéder à une analyse des parties prenantes ;
- ✓ proposer des actions et supports à même de donner de la visibilité et de la lisibilité au projet ;
- ✓ proposer des canaux de communication adaptés aux cibles du projet ;

Par ailleurs, la stratégie de communication intègre les besoins de visibilité, de transparence, de cohésion suscitée par la mise en œuvre de toutes les composantes du projet.

Les présents termes de référence sont élaborés en vue de recruter un consultant pour l'élaboration de la stratégie de communication du PUDTR.

II. DESCRIPTION DES COMPOSANTES DU PROJET

Le projet d'urgence de développement territorial et de résilience aux services de base et aux infrastructures dans les zones de conflits et de risques.

Le projet sera mis en œuvre sur une période de cinq (5) ans et est organisé autour de Cinq (5) composantes structurantes suivantes :

- ❖ **Composante 1 « amélioration de l'accès aux services »** vise à mettre à la disposition des populations bénéficiaires, des services sociaux de base à travers la réalisation d'infrastructures et le renforcement des capacités. Aussi, la composante contribuera à la prévention et à la gestion des violences basées sur le genre (VBG) dans la zone cible. Cette composante vise à (i) augmenter la capacité des services ; (ii) faciliter l'accès aux services et (iii) protéger la santé sexuelles et reproductive des filles et des femmes et combattre les violences basées sur le genre.
- ❖ **Composante 2 « amélioration de la connectivité physique et virtuelle et la résilience urbaine ».** Cette composante vise à faciliter à (i) améliorer la connectivité physique et virtuelle des communes par l'amélioration de la plateforme infrastructurelle et (ii) faire la résilience des villes secondaires.
- ❖ **Composante 3 « relance économique communautaire »** cette composante vise à mettre à la disposition des populations des zones cibles, des infrastructures marchandes et productives et des actions de renforcement de capacités pour le développement d'activités génératrices de revenus. Elle vise à (i) soutenir la résilience des ménages et (ii) construire et réhabiliter les infrastructures productives et marchandes.
- ❖ **Composante 4 « appui opérationnel »** vise à accompagner l'engagement citoyens et le renforcement de la présence de l'État et, assurer la gestion du Projet.

III. OBJECTIFS DE LA MISSION

L'objectif principal de la mission est d'élaborer pour le PTDUR, une stratégie de communication assortie d'un plan opérationnel de mise en œuvre sur la période 2021-2025 et ce, dans le but de favoriser l'appropriation, l'implication et la participation des acteurs de mise en œuvre ainsi que des populations au processus d'exécution du PUDTR et de sa visibilité.

De façon spécifiques, il s'agira de :

- ✓ analyser l'environnement interne et externe du PUDTR afin d'identifier les opportunités et les menaces ainsi que les forces et faiblesses existantes en matière de communication ;
- ✓ faire un diagnostic des actions communicationnelles menées par le PUDTR et ses partenaires de mise en œuvre ;
- ✓ identifier l'ensemble des acteurs et groupes cibles et procéder à une analyse des parties prenantes ;
- ✓ proposer des actions et supports à même de donner de la visibilité et de la lisibilité au projet ;
- ✓ proposer des canaux de communication adaptés aux cibles du projet ;

- ✓ Un rapport provisoire 45 jours après l'ordre de service de commencer la mission ;
- ✓ Un rapport définitif après la validation du rapport provisoire.

VII. DUREE ET LIEUX D'INTERVENTION DE LA MISSION

La durée de la mission est à 45 jours après l'ordre de service de commencer la mission. Le lieu de la mission est fixé à Ouagadougou. Des déplacements dans les zones d'interventions du programme où dans toute autre localité pour les besoins de l'étude (recherche documentaire, repérage et rencontre d'acteurs clé...) peuvent être prévus.

VIII. PROFIL DU CONSULTANT

La mission sera réalisée par un consultant justifiant d'une bonne expérience dans l'élaboration des stratégies de communication. Le consultant devra pouvoir mobiliser une équipe composée de :

Chef de mission, expert en communication ayant :

- ✓ un diplôme d'études supérieures de niveau BAC+5 au minimum en communication, relations publiques, journalisme, ou tout autre domaine connexe pertinent ;
- ✓ une expérience d'au moins 10 ans dans le domaine de la communication ;
- ✓ une expérience avérée dans l'élaboration et la mise en œuvre des stratégies de communication ;
- ✓ une expérience dans la communication pour le changement social et de comportement, la communication institutionnelle et la communication de crise ;
- ✓ Avoir une bonne connaissance du paysage médiatique au Burkina Faso plus précisément les régions cibles du projet ;
- ✓ Avoir une bonne connaissance de la politique de décentralisation au Burkina Faso et des enjeux du développement local au Burkina Faso
- ✓ Avoir une bonne connaissance des enjeux et défis sécuritaires au Burkina Faso ;
- ✓ Avoir déjà élaboré une stratégie de communication d'un projet de développement.

Un assistant au chef de mission ayant :

- ✓ avoir un diplôme d'études supérieures de niveau BAC+4 au minimum en communication, relations publiques, journalisme, ou tout autre domaine connexe pertinent ;
- ✓ avoir une expérience d'au moins 10 ans dans le domaine de la communication ;

- ✓ avoir une expérience prouvée dans l'élaboration et la mise en œuvre des stratégies de communication ;
- ✓ Avoir une expérience dans la communication pour le changement social et de comportement, la communication institutionnelle et la communication de crise
- ✓ Avoir une bonne connaissance du paysage médiatique au Burkina Faso plus précisément les régions cibles du projet
- ✓ Avoir une bonne connaissance de la politique de décentralisation au Burkina Faso et des enjeux du développement local au Burkina Faso
- ✓ Avoir une bonne connaissance des enjeux et défis sécuritaires au Burkina Faso ;
- ✓ une connaissance et collaboration avec les partenaires techniques et financiers internationaux serait un atout.

IX. METHODE DE SELECTION

Chaque candidat sera soumis à la méthode de « **Sélection Fondée sur les qualifications du Consultant** » en accord avec les dispositions de règlement de la passation des marchés pour les Emprunteurs sollicitant le financement de projets d'investissement (FPI) de la Banque Mondiale, version 2016, révisée en Novembre 2017 et en Aout 2018.

ANNEXE 2 : Questionnaires et guides d'entretien

Guide d'entretien pour les membres du comité technique PUDTR (DGDTR et points focaux des sectoriels)

Nom & prénoms	
Structure	
Fonction	

1. Quelle est la nature des relations entre votre structure et le PUDTR ? -----

2. Pouvez-vous nous dire le rôle que joue votre structure dans la mise en œuvre de ce projet ?

3. Êtes-vous satisfait de la manière dont l'information est diffusée par l'UCP/PUDTR
OUI **NON**
POURQUOI-----
4. Êtes-vous suffisamment informés par l'UCP du projet ? -----
 - a. Si oui citez les activités et les outils utilisés par l'UCP/PUDTR pour communiquer avec vous
 - b. Si non quelles sont les difficultés auxquels vous êtes confrontés-----
5. Quels sont les outils/canaux de communication dont vous disposez pour communiquer avec le PUDTR -----
6. Selon vous quels sont les défis communicationnels pour le PUDTR ? -----
7. Par quels autres moyens aimeriez-vous être informés par l'UCP du projet ? (Citez-les et dites pourquoi) -----
8. Comment votre structure peut-elle contribuer à assurer une bonne visibilité et l'implication des populations dans la mise en œuvre du PUDTR ? -----
9. Que proposez-vous pour améliorer la communication entre votre structure et l'UCP du PUDTR ? -----

Guide d'entretien pour la chargée de communication de l'UCP/PUDTR

1. Comment est structuré le service communication ? -----

2. Quels sont vos objectifs de communication pour le PUDTR ? -----

3. Comment est organisée la communication interne et externe du projet ? -----

4. Quelles sont les activités de communication que vous menez ? -----

5. Quels sont les moyens de communication utilisés dans la communication interne de l'UCP ? -

6. Quels sont les moyens de communication utilisés dans la communication externe de l'UCP ?

7. Quelles sont les difficultés que vous rencontrez dans la mise en œuvre des activités de communication ?-----

-
8. Nommer les facteurs qui facilitent la communication du PUDTR ? -----

- ?-----

9. Nommer les facteurs susceptibles de nuire à la communication de votre projet-----

10. Comment trouvez-vous l'ambiance entre collègues ? -----

11. Avez-vous un système de feedback des activités sur le terrain ? si oui par quels moyens ? ----

12. Quel type d'information voulez-vous adresser à vos cibles ?
 - a. internes ? -----

-
 - b. externes -----

13. Quelles sont vos suggestions pour améliorer :
 - a. La communication interne ? -----

 - b. La communication externe -----

Questionnaire adressé aux Cible directs du projet
Ménages pauvres et vulnérables ; PDI
Populations affectées par les travaux ; Associations de femmes et jeunes

1. Données sur l'enquêteur-trice	
Nom et Prénoms de l'enquêteur-trice	
Jour de l'enquête	
Heure de l'enquête	

2. Données sur l'interviewé-e		
Nom & prénoms		
Sexe		
Age		
Localité	Région	
	Province	
	Commune	
Secteurs d'activité		
Catégorie	Ménages pauvres et vulnérables	Associations de femmes
	PDI	Associations de jeunes
	Populations affectées par les travaux	Comité de gestion des plaintes
	Autre :	

3. Questions		
Avez-vous déjà entendu parler du Projet d'urgence de développement territorial et de résilience	Oui	Non
Si oui par qui ?	Dans les médias	
	Les responsables du projet	
	Par les autorités locales	
	Le bouche-à-oreille	
	Autre	
Si oui par quel moyen avez-vous été informé	Radio	
	Télé	
	Presses écrite	
	Réseaux sociaux	
Si oui, savez-vous en quoi consiste le projet ?	Oui je connais bien le projet	
	Oui je connais assez bien le projet	
	Non je ne connais pas bien le projet	
	Autre	

Si oui, que pensez-vous du projet	J'ai confiance (il apportera un réel développement)	
	Je ne crois pas à ce projet	
	Je ne sais pas	
Les autorités locales sont-elles venues vous voir dans le cadre de la mise en œuvre du projet ?	Oui	Non
Si oui, quelle autorité ?		
Êtes-vous directement affectés par le projet ?	Oui	Non
Si oui, de quelle manière ?		
Y a-t-il des problèmes de cohésion sociale dans votre localité	Oui	Non
Si oui, quelle est la cause ? voir des problèmes que la communication peut résoudre	Accès à la terre	
	Présence des réfugiés ou de PDI	
	Conflit éleveurs – agriculteurs	
	VBG	
	Autre	
Quels sont les médias que vous suivez généralement ?	Radio	
	Télévision	
	Journaux (presse écrite)	
	Réseaux sociaux	
Quelles sont les langues que vous parlez ?		
Quels sont les moyens de communication hors médias que vous préférez ?	Focus groupe	
	Meeting	
	Foires	
	Crieur public	
	Autres	

Questionnaire adressé aux Cibles indirects du projet
Services et techniques déconcentrés ; Leaders d'opinion, religieux ; ONG ; OSC ; Média

4. Données sur l'enquê-teur-trice	
Nom et Prénoms de l'enquê-teur-trice	
Jour de l'enquête	
Heure de l'enquête	

5. Données sur l'interviewé-e		
Nom & prénoms		
Sexe		
Structure		
Fonction		
Localité	Région	
	Province	
	Commune	
	Média	
Catégorie	Services techniques déconcentrés	
	ONG, OSC,	
	Leaders d'opinion, religieux	
	Média	

6. Questionnaire		
1. Avez-vous déjà entendu parler du Projet d'urgence de développement territorial et de résilience	Oui	Non
2. Si oui par qui ?	Dans les médias	
	Les responsables du projet	
	Par les autorités locales	
	Le bouche-à-oreille	
	Autre	
3. Si oui par quel moyen avez-vous été informé	Radio	
	Télé	
	Presse écrite	
	Réseaux sociaux	
4. Si oui, savez-vous en quoi consiste le projet ?	Oui je connais bien le projet	
	Oui je connais assez bien le projet	
	Non je ne connais pas bien le projet	
	Autre	
5. Si oui, que pensez-vous du projet	J'ai confiance (il apportera un réel développement)	
	Je ne crois pas à ce projet	

	Je ne sais pas	
6. Les autorités locales sont-ils venues vous voir dans le cadre de la mise en œuvre des activités du projet ?	Oui	Non
7. Si oui, quelle autorité ?		
8. Êtes-vous directement affectés par le projet ?	Oui	Non
9. Si oui, de quelle manière ?		
10. Y a-t-il des problèmes de cohésion sociale dans votre localité	Oui	Non
11. Si oui, quelle est la cause voire des problèmes que la communication peut résoudre ?	Accès à la terre	
	Présence des réfugiés ou de PDI	
	Conflit éleveurs –agriculteurs	
	VBG	
	Autre	
12. Quels sont les médias que vous suivez généralement ?	Radio	
	Télévision	
13. (Pas pour les médias)	Journaux (presse écrite)	
	Réseaux sociaux	
14. Quels sont les moyens de communication hors médias que vous préférez ?	Focus groupe	
	Meeting	
15. (Pas pour les médias)	Foires	
	Crieur public	
	Autre	
16. Avez-vous des suggestions pour permettre au PUDTR d'améliorer sa communication ?		

17. Quelle serait pour vous la meilleure façon pour le PUDTR de communiquer avec vous et la population (vous pouvez ajouter cette précision (population) quand il s'agira d'interview les STD

- ☐ radio locale
- ☐ Presse écrite
- ☐ télévision
- ☐ presse en ligne
- ☐ Brochures/dépliants par la poste
- ☐ Affichage
- ☐ Site Internet
- ☐ Séances d'information
- ☐ Autres

18. Êtes-vous satisfait de la manière dont l'information est diffusée par le PUDTR ?

OUI

NON

19. Si non Pourquoi- ? -----

20. Selon vous quels sont les défis communicationnels que le PUDTR doit relever-----

21. Que changeriez-vous ou amélioreriez-vous dans la communication du PUDTR ? -----

22. Nommer les facteurs et les acteurs qui facilitent la communication dans votre région-----

23. Nommer les facteurs susceptibles de nuire à la communication du PUDTR dans votre région-----

24. Comment pouvez-vous accompagner le PUDTR pour lui assurer une visibilité et l'implication des populations de votre localité dans la mise en œuvre de ses activités ? -----

25. Quel type d'information souhaiteriez-vous recevoir de la part du PUDTR pour bien suivre la mise en œuvre du projet dans votre localité ? -----

26. Comment souhaiteriez être impliqué/participer dans la mise en œuvre du PUDTR-----

Guide d'entretien pour les Maires et préfet cibles directes

Nom & prénoms		
Structure		
Fonction		
Localité	Région	
	Province	
	Communes	

2. Connaissez-vous le projet d'Urgence de Développement territorial et de Résilience (PUDTR) ?

OUI ☐ NON ☐

3. Si Oui comment-----

4. Êtes-vous satisfait de la manière dont l'information est diffusée par le PUDTR ?

OUI ☐ NON ☐

5. Si non Pourquoi- ? -----

6. Que changeriez-vous ou amélioreriez-vous dans la communication du PUDTR ? -----

7. A Votre avis quels sont les moyens/outils de communication les plus efficaces dont dispose la mairie pour communiquer ? -----

8. Quels sont les moyens/outils de communication que vous utilisez pour communiquer avec les populations dans votre commune ? -----

9. Quelle serait pour vous la meilleure façon pour le PUDTR de communiquer avec la population de votre commune

- | | | | |
|---|--|--|--|
| ☐ radio locale | ☐ Presse écrite | ☐ télévision | ☐ presse en ligne |
| ☐ Brochures/dépliants par la poste | ☐ Affichage | ☐ Site Internet | |
| ☐ Séances d'information | ☐ Autres | | |

10. Nommer les facteurs et les acteurs qui facilitent la communication dans votre commune-----

11. Nommer les facteurs susceptibles de nuire à la communication du PUDTR dans votre commune-----

12. Comment pouvez-vous accompagner le PUDTR pour lui assurer une bonne visibilité et l'implication des populations de votre localité dans la mise en œuvre des activités du PUDTR ? -----

13. Quel type d'information souhaiteriez-vous recevoir de la part du PUDTR pour bien suivre la mise en œuvre du projet dans votre localité ? -----

14. Quelle suggestions/recommandations pouvez-vous faire pour permettre au projet d'améliorer sa communication-----

Guide d'entretien pour les Agences d'exécution

Nom & prénoms	
Structure	
Fonction	

COMMUNICATION INTERNE (AVEC L'UCP)

1. Pouvez-vous nous dire le rôle que joue votre structure dans la mise en œuvre du PUDTR ? ---

2. Quelles sont vos cibles au niveau de votre intervention dans le projet ? -----
3. Quel mécanisme de communication (activités, outils/canal de communication) existe il entre votre structure et l'UCP du projet ? -----
4. Êtes-vous suffisamment informés par l'UCP du projet ? -----
5. Êtes-vous satisfait de la manière dont l'information est diffusée par l'UCP/PUDTR
OUI **NON**
6. POURQUOI-----
7. Quels sont les problèmes/difficultés de communications auxquels vous avez été confrontés ?

8. Par quels autres moyens aimeriez-vous être informés par l'UCP du projet ? (Citez-les et dites pourquoi) -----
9. Quels types d'information avez-vous besoin de la part de l'Unité de Coordination du projet pour la conduite de vos activités ? -----
10. Quels sont les défis que vous rencontrez en matière de communication vis-à-vis du projet ? --

11. Que changeriez-vous ou amélioreriez-vous dans la communication entre votre structure et l'Unité de Coordination du PUDTR ?

COMMUNICATION EXTERNE

12. Quelles activités de communication avez-vous mis en place pour communiquer avec les bénéficiaires sur le terrain ? -----
13. Quels canaux de communication utilisez-vous pour communiquer avec les bénéficiaires sur le terrain ? -----
14. Quels sont les défis que vous rencontrez en matière de communication vis-à-vis des populations sur le terrain ? -----
15. Que proposez-vous pour améliorer la communication entre votre structure et les populations sur le terrain ? -----
16. De quels types d'information les bénéficiaires ont-ils besoin ? -----
17. Comment votre structure peut-elle contribuer à assurer une bonne visibilité et l'implication des populations dans la mise en œuvre des activités du PUDTR ? -----

Guide d'entretien pour le Coordinateur du PUDTR

1. **Quelle image/ identité souhaitez-vous donner au PUDTR ?**
2. **Quels sont vos objectifs de communication (interne et externe) ?**
3. Êtes-vous satisfaits de la manière dont le PUDTR communique (interne et externe) ?
 - Oui • Non
 - Pourquoi ? -----

4. Nommer les facteurs (au niveau national, UCN...) qui pourraient faciliter la communication (interne et externe) du PUDTR
5. Nommer les facteurs susceptibles de nuire à la communication (interne et externe) du PUDTR

--Avez-vous un système de feedback des activités sur le terrain ? Si oui par quels moyens ? -

-----Quel type
d'information voulez-vous adresser à vos cibles ?
 - a. Internes -----

 - b. Externes -----

6. Quelle identité souhaitez-vous donner au projet en terme de communication ? -----

7. Que changeriez-vous ou amélioreriez-vous dans la communication (interne et externe) du PUDTR ? -----

Guide d'entretien pour l'Unité de coordination du PUDTR

Spécialement pour les experts en sauvegarde social (Mme Guebré), Doussa et VBG (Ouoba)

1. Quel type d'information voulez-vous adresser à vos cibles ? -----

2. Êtes-vous satisfaits de la manière dont l'information est diffusée au sein du PUDTR ?
 - Oui • NonPourquoi ? -----
3. Êtes-vous régulièrement informés des activités du PUDTR ?
 - Oui • NonSi oui citer les activités de communication menée par l'UCP/PUDTR
4. Avez- vous toutes les informations à temps ?
 - Oui ☐ • NonPourquoi ? -----
5. Par quels moyens êtes-vous informés le plus souvent ? -----
6. Connaissez-vous tous les moyens de communication interne qui existent au sein du PUDTR ?
 - Si oui Citez-les-----
 - Si non Pourquoi ? -----
7. Si oui les utilisez-vous ?
 - Oui • Non ☐Pourquoi-----
8. Par quels autres moyens aimeriez-vous être informé ? -----
Pourquoi ? -----
9. Si le volume d'informations vous semble insuffisant, dans quel domaine/sujet souhaitez-vous plus d'informations ? -----
10. Comment trouvez-vous l'ambiance entre collègues ? -----
11. Qu'est-ce que vous aimeriez changer ou améliorer dans la communication interne du PUDTR ? -----

Guide d'entretien pour les antennes régionales (DREP)

1. Êtes-vous satisfaits de la manière dont l'information est diffusée au sein du PUDTR ?
• Oui • Non
Pourquoi ? -----
2. Êtes-vous régulièrement informés de l'ensemble des activités du PUDTR ?
• Oui • Non
3. Avez-vous toutes les informations à temps ?
• Oui ☐ • Non
Pourquoi ? -----
4. Par quels moyens êtes-vous informés le plus souvent ? -----
5. Connaissez-vous tous les moyens de communication interne qui existent au sein du PUDTR ?
Si oui Citez-les-----
Si non Pourquoi ? -----
6. Si oui les utilisez-vous ?
• Oui • Non ☐
Pourquoi-----
7. Par quels autres moyens aimeriez-vous être informé ? -----
Pourquoi ? -----
8. Si le volume d'informations vous semble insuffisant, dans quel domaine/sujet souhaitez-vous plus d'informations ? -----
9. Comment trouvez-vous l'ambiance entre collègues ? -----
10. Qu'est-ce que vous aimeriez changer ou améliorer dans la communication interne du PUDTR ? -----
11. Quel type d'information voulez-vous adresser à vos cibles au niveau local ? -----
12. Quel moyen de communication vous semble le plus adapté pour diffuser les informations aux populations dans votre localité ?
☐ radio locale ☐ Presse écrite ☐ télévision ☐ presse en ligne
☐ Brochures/dépliants par la poste ☐ Affichage ☐ Site Internet
☐ Séances d'information ☐ Autres

ANNEXE 3 : Liste des personnes interviewées

Unité de coordination du PUDTR		
Nom & Prénoms	Fonction	Contacts
DALLA Charles	Directeur général du développement territorial	70 09 43 79
BASSOLE Martial Wilfried	Coordonnateur du PUDTR	70 25 46 12
KI/OUEDRAOGO T. Irène	Spécialiste Communication	70 72 60 97 / 64 61 62 02
SOME/OUEDRAOGO Rachel Olga	Expert Suivi-évaluation	70 62 02 36
GUEBRÉ Awa	Expert Sauvegarde sociale	66 03 61 93
OUOBA Noel	Expert sur les Violences Basées sur le genre	70 10 00 92

Antennes régionales			
Nom & prénom	Fonction	Région	Contacts
TRAORÉ Robert	DREP	Boucle du Mouhoun	70 02 00 82 / 79 04 96 51
HIEN Dere	DREP	Est	70 47 27 85 / 65 16 74 21

Agences d'exécution			
Nom & prénom	Structures	Fonction	Contacts
SCIEN Noel Pierre	Projet Filets sociaux	Spécialiste communication	25 37 46 24
YONLI Emmanuel	AGTIB		70 72 17 99
COULIBALY Stanislas	SONATER		25 32 40 51

Points focaux (sectoriel) Ouaga			
Nom & prénom	Structures	Fonction	Contacts
SANFO Fatoumata	Direction générale de l'offre des soins (DGOS)/Ministère de la santé	Pharmacie	70 70 73 46 78 85 58 04
ZOUNGRANA Brigitte	MENAPLN	Cheffe service carte éducative	70 24 16 08
ZOROM Soumaïla	Ministère de la femme	DGESS	70 29 97 20
SAREBA Oumar	DGEP (MINEFID)	Chef département communication et RP	70 88 48 03
OUEDRAOGO Boureima	DGEP (MINEFID)	Chef du service coordination des projets et programmes	

Cible indirecte du projet (services techniques déconcentrés, médias, ONG, OSC)					
Nom & Prénom	Fonction	Région	Province	Commune	Contacts
NATAMA Kayaba	DREPPNF	Est	Gourma	Fada	
DIAPA Ali Isaac	DRJPEE/E	Est	Gourma	Fada	

OUÉDRAOGO Augustin	DRFSNFAH	Est	Gourma	Fada	
OUÉDRAOGO Boukaré	DRICA	Est	Gourma	Fada	
SOUBEÏGA Joseph	DRS	Est	Gourma	Fada	70228717
PACÉRE Salfo	DRID	Est	Gourma	Fada	
ZONGO Grégoire	Chef de programme radio Salaki	Boucle du Mouhoun	Mouhoun	Dédougou	76271329
COULIBALY Victorine	OSC / Jeunesse	Boucle du Mouhoun	Mouhoun	Dédougou	71262567
VIMBOUÉ Denis	DREPPS	Boucle du Mouhoun	Mouhoun	Dédougou	70443812
DRABO Siaka	DRHHV	Boucle du Mouhoun	Mouhoun	Dédougou	75138087
YÉNILÉ Kandinza	DR Éducation	Boucle du Mouhoun	Mouhoun	Dédougou	70286434

Cible directe Cibles directes du projet (PDI)					
Nom et prénom	Fonction	Région	Province	Commune	Contacts
KOADIMA Aïcha	élevage	Est	Gourma	Fada	71744417
TANKOANO Nindia	élevage	Est	Gourma	Fada	70754045
SAWADOGO Ramata	Commerçante	Est	Gourma	Fada	60534609
LANKOANDÉ Adama	coiffeur	Est	Gourma	Fada	72886022
DICKO Mikailou	éleveur	Est	Gourma	Fada	70732757
SAGASSO Dramane	Cultivateur	Boucle du Mouhoun	Kossi	Bourasso	
DAKYO Madou Pierre	Forgeron	Boucle du Mouhoun	Kossi	Bourasso	73058934
ZOUMBARA Bathélemie	Cultivateur	Boucle du Mouhoun	Kossi	Bourasso	70687340
DINGO Sita	Cultivateur	Boucle du Mouhoun	Kossi	Bourasso	
ARAMA Fanta	Ménagère	Boucle du Mouhoun	Kossi	Bourasso	
COULIBALY Assamou	Commerçante	Boucle du Mouhoun	Kossi	Bourasso	63074157
TOULEMA Mariam	Ménagère	Boucle du Mouhoun	Kossi	Kombori	

Maires et Préfets Cible direct					
Nom & prénom	Fonction	Région	Province	commune	Contacts
SOUGOUÉ Camille	1 ^{ère} adjointe au maire	Boucle du Mouhoun	Bawan	Sanaba	76415092
BÉLEM Issa	Maire	Boucle du Mouhoun	Bawan	Solenzo	72180920

DRABO Sèni	Maire	Boucle du Mouhoun	Sourou	Tougan	70024090
GUIGMA Ali	SG	Boucle du Mouhoun	Kossi	Bomborok uy	70466129
OUEDRAOGO Rasmané	1 ^{ère} adjointe au maire	Boucle du Mouhoun	Bawan	Kouka	76262314
DIOMA Moussa	Préfet	Région de l'EST	Gnagna	Manni	

Annexe 4 : DECISION N° 2021/MINEFID/SG/DGDT/PUDTR portant institution des cadres de concertation du Projet d'Urgence de Développement Territorial et de Résilience (PUDTR)

MINISTRE DE L'ECONOMIE, DES
FINANCES ET DU DEVELOPPEMENT

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE DU DEVELOPPEMENT
TERRITORIAL

PROJET D'URGENCE DE DEVELOPPEMENT
TERRITORIAL ET DE RESILIENCE



BURKINA FASO

Unité-Progrès-Justice

DECISION N° 2021/MINEFID/SG/DGDT/PUDTR

Portant institution des cadres de concertation du Projet d'Urgence de Développement Territorial et de Résilience (PUDTR)

Article 1 : création

Il est institué au sein d'Unité de coordination du projet (UCP), des cadres de concertation dont le but est d'assurer un bon fonctionnement du projet. Il s'agit de :

- la réunion de coordination,
- l'atelier bilan et programmation,
- l'assemblée générale,
- la réunion avec le personnel d'appui.

SECTION 1 : DE LA REUNION DE COORDINATION

Article 2 : définition et périodicité

La réunion de coordination est l'instance de programmation et de suivi hebdomadaire des activités. Ses principaux objectifs sont :

- ✚ Faire le bilan des activités exécutées au cours de la période écoulée ;
- ✚ Faire le programme des activités de la semaine ;
- ✚ Divers.

Elle se tient chaque lundi dans les locaux de l'Unité de Coordination du Projet (UCP). En cas de jour férié, la réunion est reportée au jour suivant.

Les réunions sont préparées par les cadres de l'UCP suivant un calendrier préétabli et sont sanctionnées chacune par un compte rendu élaboré par la Secrétaire de Direction.

Article 3 : présidence et participants

La réunion de coordination est présidée par le Coordonnateur du PUDTR ou son représentant. Elle regroupe l'ensemble des cadres de l'Unité de coordination du projet.

SECTION 2 : DE L'ATELIER BILAN ET PROGRAMMATION

Article 4 : définition et périodicité

L'atelier bilan et programmation est le cadre de programmation et de suivi trimestriel des activités du projet. Il est aussi un cadre d'échanges sur la mise en œuvre des activités sur le terrain. Ses objectifs sont :

- ✚ Informations générales sur la vie du projet ;
- ✚ Situation sur la mise en œuvre des activités du Projet au cours du trimestre écoulée ;
- ✚ Situation de la mise en œuvre des protocoles de collaboration et de la collaboration avec les partenaires ;
- ✚ Programmation des activités pour le trimestre à venir ;
- ✚ Divers.

Il se tient une (01) fois par trimestre à Ouagadougou ou dans tout autre lieu selon la nécessité.

Des thèmes spécifiques pourront être développés au cours de ces ateliers et le Projet pourra faire appel à des personnes de ressources pour l'animation des thèmes.

Un compte rendu est élaboré à l'issue de chaque atelier.

Article 5 : présidence et participants

L'atelier est présidé par le Coordonnateur du PUDTR ou son représentant. Il regroupe l'ensemble des Experts, les Chefs d'antennes régionales, les Assistants et les Secrétaires. Peuvent également y prendre part, les partenaires de mise en œuvre ainsi que toute autre personne de ressources dont la présence sera jugée nécessaire.

Article 6 : ateliers spécifiques

Le projet peut organiser des ateliers spécifiques pour aborder des thématiques (révision PTBA, préparation de documents spécifiques, etc.) non pris en compte dans les autres instances de concertation.

SECTION 3 : DE L'ASSEMBLEE GENERALE

Article 7 : définition et périodicité

L'assemblée Générale (AG) du personnel du PUDTR est l'instance d'échanges du personnel sur la vie du projet. Ses objectifs sont :

- ✚ Informations générales sur la vie du projet ;
- ✚ État de fonctionnement du projet et collaboration entre les agents y compris les difficultés rencontrées ;
- ✚ Résolutions pour une mise en œuvre réussie du Projet ;
- ✚ Divers.

Elle se tient une (01) fois par an et en fin d'année à Ouagadougou ou dans tout autre lieu selon la nécessité.

Des thèmes spécifiques pourront être développés au cours des AG et le Projet pourra faire appel à des personnes de ressources pour l'animation des thèmes.

Chaque Assemblée Générale est sanctionnée par un compte rendu.

Article 8 : présidence et participants

Elle est présidée par le Coordonnateur du PUDTR ou son représentant et, regroupe l'ensemble du personnel du Projet (équipe UCP et équipe des antennes régionales) ainsi que toute autre personne de ressources dont la présence est jugée nécessaire.

SECTION 4 : DE LA REUNION AVEC LE PERSONNEL D'APPUI

Article 9 : définition et périodicité

La réunion avec le personnel d'appui est une rencontre de partage d'idées et d'échanges sur le projet. Ses objectifs sont :

- ✚ État de fonctionnement du projet et collaboration avec les agents ;
- ✚ Difficultés rencontrées ;
- ✚ Résolutions pour une mise en œuvre réussie du Projet ;
- ✚ Divers.

La réunion se tient deux (02) par an à raison d'une rencontre par semestre dans les locaux de l'Unité de Coordination du Projet (UCP).

Article 10 : présidence et participants

Elle est présidée par le Coordonnateur du PUDTR ou son représentant et, regroupe l'ensemble du personnel d'appui de l'UCP du Projet ainsi que toute autre personne de ressources dont la présence est jugée nécessaire.

SECTION 5 : DISPOSITIONS FINALES

Article 11 : le Responsable administratif et financier est chargé de l'application de la présente décision qui prend effet à partir de sa date de signature.

Ouagadougou le,

Le Coordonnateur

Martial Wilfried BASSOLE
Chevalier de l'Ordre de l'Étalon

BIBLIOGRAPHIE

Documents

- *Plan de mobilisation des parties prenantes (PMPP) du projet d'urgence de développement territorial et de résilience (PUDTR)*
- *Manuel d'opérationnalisation de l'engagement citoyen*
- *Mécanisme de gestion des plaintes (MGP) du projet et son plan d'action*
- *Document d'évaluation du projet*
- *Plan d'action VBG du projet d'urgence de développement territorial et de résilience (PUDTR) pour la prévention et réponse des exploitations et abus sexuels pour la période 2021- 2025*
- *Manuel de Procédure de gestion de la main d'œuvre (PGMO).*

Sites web

- <https://reports.unocha.org/fr/country/burkina-faso/> site consulté le 12 janvier 2022 à 17h42
- <https://loeildusahara.com/burkina-faso-insecurite-plus-de-3-000-ecoles-fermees-500-000-eleves-et-15-000-enseignants-concernes/> site consulté le 14 janvier 2022 à 18h00