

LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

Atelier régional bilingue

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

Rapport final



LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

Atelier régional bilingue

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

Rapport final

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

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

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

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

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	v
Remerciements	vii
Introduction	1
Rapport de l'atelier	3
1. Objectifs de l'atelier	3
2. Résultats attendus	3
3. Participants	4
4. Méthodologie	4
5. Communiqué final	5
Recommandations	15
Motion de remerciement	17
Annexes	19
Programme de l'atelier	20
Discours d'ouverture par:	
• Mme Mary Roodkowsky, Représentante de l'UNICEF au Niger	22
• M. Gérard Bernard, Représentant de la FAO au Niger	24
• Mme Aïchatou Mindaoudou, Ministre des Affaires étrangères, de la coopération et de l'intégration africaine	28
Evaluation de l'Atelier par les participants	30
Rapports journaliers	33
Communication sur «Les politiques nationales de communication pour le développement à travers neuf années d'expérience de la FAO en Afrique francophone et lusophone: méthodologie et leçons apprises» – Jean-Pierre Ilboudo, Spécialiste de la communication pour le développement, FAO, Rome.	39
Discours de clôture de l'Atelier par:	
• M. Gérard Bernard, Représentant de la FAO au Niger	47
• M. Mamane Sani Mallan Mahamane, Ministre des transports et de la communication du Niger	49
La situation de l'Information et de la Communication au sein de la CEDEAO	52
Liste des participants	57

AVANT PROPOS

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

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

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

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

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



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

REMERCIEMENTS

Le service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication de la FAO remercie toutes celles et tous ceux qui ont permis la tenue de cet atelier.

Nous avons le plaisir de nommer ici nos partenaires dans l'organisation de la rencontre:

- l'Agence Intergouvernementale de la Francophonie (AIF)
- Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), Représentation au Niger
- le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), Représentation au Niger
- la Banque Mondiale, Bureau régional pour l'Afrique de l'Ouest, en Côte d'Ivoire
- la Communauté Economique des Etats d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO).

Nos remerciements vont également à toutes les structures nationales et régionales qui ont contribué au succès de cet atelier.

Cette rencontre a également bénéficié du soutien continu des représentants de la FAO en Afrique de l'Ouest, et en particulier au Niger, qui ont joué un rôle fondamental en termes d'organisation et de coordination. Qu'ils en soient ici remerciés.

Enfin, traducteurs et interprètes ont permis l'échange d'informations et d'expériences entre pays francophones et anglophones.

La liste serait longue. Que toutes celles et ceux qui ont si généreusement donné de leur temps et de leur énergie mais que nous aurions oublié de nommer ici nous pardonnent.

Que toutes et tous soient convaincus de notre gratitude.

INTRODUCTION

Du 1er au 5 avril 2002, s'est tenu à Niamey au Niger, le premier atelier régional bilingue intitulé «Les méthodologies d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication multimédias et des politiques nationales de communication pour le développement».

Cet atelier régional réunissait une cinquantaine de participants venus des treize pays membres de la Communauté Economique des Etats d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), à savoir: Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Sénégal, Sierra Leone et Togo.

La rencontre était organisée par le service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) en partenariat avec l'AIF, l'UNICEF, le PNUD, la Banque mondiale et la CEDEAO. Autant d'organisations qui ont uni leurs efforts, conscientes du rôle fondamental de la communication en matière de développement.

Le développement peut être défini comme un long processus de changements d'ordre quantitatif et qualitatif intervenant dans une société au plan politique, économique, social, culturel et scientifique et menant vers un bien-être individuel et collectif.

La communication, en tant que processus dynamique d'échange et de partage d'informations, est un élément nécessaire au développement, notamment parce qu'elle contribue à une vision partagée et à une participation active des populations. Les objectifs de développement ne peuvent être définis qu'à partir des besoins et attentes des populations locales. Les changements, les actions et mises en place de politiques ne seront réels que si les populations y sont favorables et s'approprient vision et processus.

La stratégie de communication pour le développement devra susciter, au sein des populations, une plus grande participation dans les actions de développement qui elles, doivent viser les changements en matière de connaissances, d'opinions, d'attitudes, de croyances ou de comportements nécessaires à la résolution d'un problème identifié par et avec les populations, selon un calendrier donné et compte tenu des ressources disponibles. Cette stratégie constitue un engagement et une boussole permettant de mobiliser et d'orienter les actions et les énergies des différents partenaires.

La politique nationale de communication est tout aussi fondamentale car elle constitue le cadre conceptuel et institutionnel qui seul permet la coordination et la rationalisation des actions entreprises par chacun pour finalement bâtir un édifice cohérent.

C'est dans ce contexte que l'organisation d'un atelier dédié aux questions de stratégies et de politiques de communication pour le développement nous est apparue pertinente.

Cette rencontre bilingue aura permis aux participants francophones et anglophones d'échanger informations, savoir et savoir-faire en matière de communication pour le développement. Des méthodologies ont été présentées en termes de stratégie et de politique. Les pays qui ont déjà fait l'exercice de définition et de mise en œuvre d'une politique nationale de communication pour le développement — tels le Mali, le Burkina Faso, la Guinée Bissau et le Niger — ont fait part de leur travail afin que les états voisins puissent profiter et s'enrichir de cette expérience.

Mais outre la présentation de méthodologies, d'expériences et de leçons acquises, c'est bien l'échange entre les participants, le dialogue soulignant les besoins et attentes spécifiques de chaque population liées à des facteurs politiques, économiques, sociaux et culturels qui leur sont propres, c'est bien la réflexion, l'analyse puis l'action que visait cette rencontre.

Outre ce rapport final, l'atelier a permis la préparation et la publication de trois autres documents intitulés:

- Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia
- Conception et mise en œuvre de politiques nationales d'information et de communication pour un développement durable en Afrique
- Etat des lieux de la définition et de la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement. Etudes de cas: Mali, Burkina Faso, Niger et Guinée-Bissau.

Puissent les participants à l'issue de cet atelier être intéressés et stimulés par l'exercice, et en mesure d'élaborer et de mettre en place des stratégies sectorielles de communication multimédias et des politiques nationales de communication pour le développement dans leurs pays. La FAO sera toujours à leurs côtés, prête à les y aider.

RAPPORT DE L' ATELIER

1. OBJECTIFS DE L'ATELIER

L'atelier avait les objectifs suivants:

- échanger et partager l'expérience de la FAO et les leçons apprises en Afrique francophone et lusophone dans le domaine de la définition de politiques nationales de communication pour le développement;
- former les participants aux méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles et des politiques nationales de communication pour le développement;
- planifier, au niveau de la CEDEAO et à l'échelle des pays n'ayant pas encore de politique nationale de communication, une série d'activités dans ce domaine.

2. RÉSULTATS ATTENDUS

Etaient attendus de cette rencontre les résultats suivants:

- état des lieux dressé dans quatre pays ayant élaboré et mis en œuvre une politique nationale de communication pour le développement (Mali, Burkina Faso, Guinée Bissau et Niger);
- dix années d'expériences de la FAO et de leçons apprises dans le domaine de la définition et de la mise en œuvre des politiques nationales de communication pour le développement, partagées, discutées et capitalisées;
- des journalistes et communicateurs de 13 pays membres de la CEDEAO formés aux méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles multi-médias, de définition et de mise en œuvre de politiques nationales de communication pour le développement, et capables de conduire dans leurs pays un exercice similaire;
- un calendrier indicatif des pays intéressés à faire l'exercice de définition d'une politique nationale de communication établi.

3. PARTICIPANTS

Les participants à l'atelier étaient originaires des 13 pays membres de la Communauté économique des pays d'Afrique de l'Ouest, à savoir: Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Sénégal, Sierra Leone et Togo.

Les participants étaient des journalistes ou de communicateurs ayant des responsabilités au sein de directions des études et de la planification, de cabinets ministériels ou de centres de formation professionnels en information et communication ou encore d'instances de régulation des médias (conseil supérieur de l'information, conseil supérieur de la communication, observatoire national de la communication, haut conseil de l'audiovisuel, etc.).

Outre ces participants, étaient présents trois consultants principaux ainsi que des représentants de la FAO Rome, du PNUD Niger, de l'UNICEF Niger, de la Banque mondiale Niger, de la CEDEAO (Nigeria) et d'autres structures nationales.

Au total, une cinquantaine de participants étaient présents à l'Atelier.

4. MÉTHODOLOGIE DE L'ATELIER

L'atelier a alterné travaux en plénière (exposés, état des lieux, échanges d'expérience) et sessions en groupes de travail (étapes méthodologiques dans le processus de définition d'une stratégie de communication multimédia et d'une politique nationale de communication pour le développement, éléments essentiels à prendre en compte dans la mise en œuvre, formation).

L'atelier a présenté:

- un exposé introductif sur *Les politiques de communication en Afrique: enjeux dans le contexte politique, économique, social et culturel africain*
- un exposé sur les différentes étapes à suivre dans le processus de définition des politiques nationales de communication pour le développement, basé sur l'expérience de la FAO
- l'état des lieux de la communication dans les pays membres
- un point sur les expériences et la situation des politiques de communication du Mali (1993), de la Guinée-Bissau (1995), du Burkina (2000) et du Niger (2001) présentant notamment les difficultés rencontrées et leçons apprises.

Deux groupes de travail se sont penchés respectivement sur:

- les étapes méthodologiques dans le processus de définition des politiques
- la mise en œuvre des politiques.

Une journée fut consacrée à une séance de formation à l'élaboration des stratégies sectorielles de communication pour le développement et à l'élaboration d'un guide de définition d'une politique nationale de communication pour le développement.

5. COMMUNIQUÉ FINAL

Du 1er au 5 avril 2002, s'est tenu au Palais des Congrès de Niamey (République du Niger) l'atelier régional bilingue sur les méthodologies d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication multimédias et des politiques nationales de communication pour le développement.

Conjointement organisé par la FAO et la CEDEAO, avec le concours du PNUD, de l'A.I.F et de l'UNICEF, l'atelier a regroupé une trentaine de participants de treize pays de la CEDEAO (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Sénégal, Sierra Leone et Togo). Ont également pris part aux travaux l'Agence Nationale de Conseil Agricole et Rural du Sénégal (ANCAR), l'Agence pour l'Irrigation Privée du Niger (ANPIP), l'Association Nationale des Organisations Agricoles de Côte d'Ivoire (ANOPA-CI), l'Agence Nationale d'Appui au Développement Rural de Côte d'Ivoire (ANADER), le Conseil National de Concertation et de Coopération des Ruraux du Sénégal (CNCR), l'Institut des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication de Côte d'Ivoire (ISTIC), le Ministère de la Communication et des Nouvelles Technologies de l'Information de Côte d'Ivoire.

L'atelier visait à atteindre les objectifs spécifiques suivants:

1. Echanger et partager l'expérience de la FAO et les leçons apprises en Afrique francophone et lusophone en matière de définition de politiques nationales de communications;
2. Former les participants aux méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles et des politiques nationales de communication pour le développement;
3. Planifier, au niveau de la CEDEAO et à l'échelle des pays n'ayant pas encore de politique nationale de communication, des actions dans ce domaine.

Résultats attendus

1. Echanges sur l'état des lieux dans quatre pays ayant élaboré et mis en œuvre une politique nationale de communication pour le développement au Mali, au Burkina Faso, en Guinée-Bissau et au Niger;
2. Echange et capitalisation d'expériences et de leçons apprises dans le domaine de la définition et de la mise en œuvre des politiques nationales de communication pour le développement par la FAO;
3. Des journalistes et communicateurs des pays membres de la CEDEAO, formés aux méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles multimédias, de définition et de mise en œuvre de politiques nationales de communication pour le développement, et capables de conduire dans leurs pays un exercice similaire;
4. Un calendrier établi des pays intéressés à faire l'exercice de définition d'une politique nationale de communication.

Sessions plenières des 1er et 2 avril

L'atelier s'est ouvert le lundi 1er avril 2002 à 10 heures, dans la salle n°4 du Palais des Congrès. La cérémonie officielle d'ouverture a été présidée par son Excellence Monsieur le Ministre de la Justice, Garde des Sceaux Chargé des Relations avec le Parlement assurant l'intérim de Madame la Ministre des Affaires Etrangères, de la Coopération et de l'Intégration Africaine. La cérémonie s'est déroulée en présence de membres du Gouvernement du Niger, de représentants de missions diplomatiques et d'organisations internationales.

Trois allocutions ont été prononcées à la cérémonie d'ouverture.

- La première allocution a été prononcée par Mme Roodkowsky, représentante de l'UNICEF au Niger. Après avoir justifié l'appui de l'UNICEF à l'atelier, Mme Roodkowsky a rappelé les résultats obtenus par son institution dans le cadre de son programme de collaboration avec le Niger dans le domaine de la communication.
- Pour sa part, Monsieur Gérard Bernard, Représentant de la FAO au Niger, a dans son allocution, expliqué les raisons pour lesquelles la FAO est engagée dans la communication pour le développement. Les objectifs visés, selon lui, consistent à relever les défis du développement durable, à partager les connaissances et les expériences pour le progrès de l'homme et développer le partenariat avec la CEDEAO à travers la contribution à la définition des politiques de communication pour le développement. Le Représentant de la FAO a en outre invité les participants à prendre en compte le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication à travers l'initiative RANET et les centres d'information pour le développement au Niger.
- Dans le discours d'ouverture qu'il a prononcé au nom de son collègue en charge des Affaires Etrangères, Son Excellence Monsieur le Ministre de la Justice a souligné avec force l'intérêt que le Gouvernement du Niger porte à la problématique de la communication pour le développement qui doit, selon lui, être un *«puissant outil de développement et un moyen efficace d'ouverture dans le contexte actuel de village planétaire créé par la mondialisation»*.
- Après la cérémonie officielle d'ouverture, les travaux de l'atelier ont débuté par l'exposé introductif du Pr. Alfred E. Opubor sur les enjeux de la conception et la mise en œuvre des politiques nationales d'information et de communication pour le développement durable en Afrique. Le Professeur Opubor a mis en exergue les relations étroites qui existent entre communication et développement à travers une analyse de l'évolution des concepts de l'information, du développement et de la communication. Les participants ont été invités à examiner les questions relatives à la contribution de la communication au développement d'un pays, aux rapports entre la langue et les questions d'intégration et ou d'exclusion dans nos sociétés, à la technologie appropriée de diffusion de l'information dans nos contextes socio-économiques et culturels.

Les échanges qui se sont instaurés entre les participants ont permis de mieux éclairer les relations étroites qui existent entre communication et développement.

L'après-midi du premier jour a été marqué par l'exposé du fonctionnaire du siège de la FAO, Monsieur Jean-Pierre Ilboudo, sur *les étapes méthodologiques d'élaboration d'une politique nationale de communication pour le développement (PNCD): l'expérience de la FAO*.

Dans son exposé, Jean-Pierre Ilboudo a identifié huit étapes et indiqué les principes et les étapes méthodologiques de l'élaboration d'une politique nationale de communication pour le développement. Illustrant son exposé par les leçons apprises des expériences d'élaboration de la PNCD au Mali, en Guinée-Bissau, au Cap-Vert, en République Centrafricaine, au Burkina Faso et au Niger, Jean-Pierre Ilboudo a insisté sur l'importance du cadre juridique et institutionnel et sur la nécessité, dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication, de recourir à une approche multimédia.

En marge des travaux de l'après-midi, Madame Balsama Robetokotany a fait un exposé sur l'expérience du projet RANET du Centre africain d'application de la météorologie au développement (ACMAD). L'initiative RANET vise, à travers la combinaison de la radio et de l'Internet, à mettre les données et services météo à la disposition des utilisateurs finaux du monde rural. Le projet est mis en œuvre depuis 1999 par l'ACMAD, sous le nom RANET. Radio et Internet permettent d'établir le pont pour la communication entre le monde urbain moderne et le monde rural traditionnel, en utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Il s'agit de la fourniture d'un outil intégré de diffusion RANET utilisant toutes les capacités combinées de l'ensemble Radio et Internet. Dans sa mission première et grâce à ce système, l'ACMAD se propose de mettre les données et services météo à la disposition des utilisateurs finaux, surtout dans les régions d'Afrique ayant des difficultés d'accès à l'information utile au développement.

La journée du mardi 2 avril a commencé par un rappel synthétique des concepts, des objectifs, des principes et des composantes de la communication pour le développement par Jean-Pierre Ilboudo.

Ensuite, les participants ont entendu et discuté les exposés sur l'état des lieux de l'élaboration et de la mise en œuvre de la PNCD au Mali par Cheickna Diarra, en Guinée-Bissau par Francisco Barreto de Carvalho, au Burkina Faso par Serge Théophile Balima, et au Niger par Daouda Diallo .

Les débats, qui se sont instaurés entre les participants sur ces expériences nationales, ont occupé tout le reste de la matinée et de l'après-midi du mardi. Ces débats fructueux ont permis une analyse croisée des expériences nationales et mis en relief les difficultés communes rencontrées dans les phases d'élaboration et de mise en œuvre.

- Au Mali, la mise en œuvre de la PNCD, en dépit des lacunes et des nombreuses difficultés rencontrées, a pu atteindre quelques résultats.
- En Guinée-Bissau, la mise en œuvre de la PNCD n'a pu être faite en raison de l'état de guerre que le pays a connu pendant près de deux ans, après la phase d'élaboration de la PNCD.

- Au Burkina Faso, le processus de mise en œuvre est à la phase de mobilisation des ressources financières pour l'exécution des sous programmes d'action et des stratégies sectorielles de communication.
- Au Niger, la phase de mise en œuvre de la PNCD n'a pas encore démarré; la définition n'ayant eu lieu qu'en janvier 2002.

Au terme de cette deuxième journée, les participants ont examiné et approuvé les termes de référence des travaux en groupe.

Deux groupes de travail étaient constitués: le premier a travaillé sur les étapes méthodologiques d'élaboration (définition) de la politique de communication; le second s'est penché sur les étapes méthodologiques et les conditions de la mise en œuvre de la politique nationale de communication.

Chaque groupe a désigné un président et des rapporteurs, appuyés par des consultants.

Chaque groupe de travail devait:

1. identifier, à partir des exposés des quatre consultants, les étapes relevant d'une part de l'élaboration et d'autre part de la mise en œuvre des politiques de communication;
2. relever les contraintes et les problèmes rencontrés lors de leur réalisation pour chaque étape;
3. faire des propositions et des suggestions par rapport aux contraintes et problèmes identifiés au point 2;
4. formuler des recommandations sur chaque étape.

Le premier groupe de travail

Le premier groupe de travail était présidé par Madame Balsama Rabetokotany et avait comme rapporteurs Messieurs Guehoun Niakpa Augustin et Roch Parfait Ouedraogo.

Le groupe, après avoir échangé sur la méthode de travail, a examiné les différentes étapes contenues dans les documents de base produits par la FAO. Les membres du groupe ont participé activement aux débats et sont parvenus aux propositions suivantes avec leurs contraintes respectives assorties de suggestions et solutions.

Propositions du premier groupe de travail

voir ci contre.

ETAPE	CONTRAINTES IDENTIFIÉES	SUGGESTIONS/SOLUTIONS
1. Engagement et affirmation de la volonté politique du gouvernement ou de l'Etat d'élaborer et de mettre en œuvre la PNCD	Instabilité politique et institutionnelle (rotation) des hommes à la tête des structures administratives et politiques.	Adoption de la PNCD par le gouvernement ou par le parlement ou par toute autre instance appropriée
2. Création d'un Comité national de pilotage chargé de l'orientation stratégique et de l'impulsion au niveau national	Difficultés d'identification des membres et problème de représentativité.	Désignation apolitique des membres sur la base de la compétence et de la représentativité effective.
3. Identification des thèmes et secteurs de la communication devant faire l'objet d'un état des lieux, identification devant tenir compte du contexte national et des options politiques, économiques et socio-culturelles (pas de définition en soi et pour soi)	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des thèmes d'étude avérée peu participative dans les pays ayant élaboré une PNCD • Caractère très général et peu analytique de certaines études. • Délai d'exécution jugé insuffisant par les consultants. 	<ul style="list-style-type: none"> • Associer davantage les acteurs du développement • Intégrer une étude sur l'état des lieux de la communication dans les institutions, ONG et associations intervenant dans le domaine du développement. • Prolonger la durée des études.
4. Elaboration d'un document de référence pour les consultants nationaux comportant les grandes options du développement politique économique, social et culturel du pays	<ul style="list-style-type: none"> • Diversité des documents et rapports sur les orientations stratégiques du pays. • Non actualisation des données sur la situation nationale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire élaborer par un consultant un document de référence contenant les aspects fondamentaux de l'économie, de gouvernance démocratique, du développement social et culturel.
5. Organisation d'un atelier pédagogique à l'intention des consultants nationaux, élargi aux différents acteurs et aux partenaires, afin de définir les concepts, les composantes, principes, méthodes et applications de la communication pour le développement.	<ul style="list-style-type: none"> • Inégalité de niveau des consultants en matière de communication pour le développement. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recruter des consultants répondant aux termes de mandat. • Elargir les participants aux délégués des provinces et représentants de certaines structures évoluant sur le terrain pour faciliter les actions de sensibilisation et d'information.
6. Lancement des études thématiques et sectorielles pour une durée d'au moins deux mois avec l'utilisation de la méthode active de recherche participative (MARP)	<ul style="list-style-type: none"> • MARP insuffisamment assimilée par certains consultants 	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer les capacités des consultants en matière d'approche participative. • Introduire des travaux dirigés dans l'atelier pédagogique.
7. Organisation et tenue de rencontres régionales pour identifier les besoins en information et communication des communautés rurales et pour associer les populations et les acteurs du développement à la base à la définition de cette politique à travers la collecte de leurs principales propositions et recommandations.	<ul style="list-style-type: none"> • Difficultés liées à l'organisation de toutes ces rencontres (problèmes matériels, logistiques et financiers). • Difficultés liées à la désignation des participants. • Faible représentation des femmes. • Problèmes de communication avec certaines organisations ou associations installées à l'intérieur du pays. • Durée de l'atelier jugée insuffisante. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fixer le nombre des ateliers en tenant compte des données objectives du contexte national. • Allonger la durée des ateliers de 2 jours. • Eviter de tenir des ateliers formels, mais en faire des canaux de participation réelle des communautés à la base.

ETAPE	CONTRAINTES IDENTIFIÉES	SUGGESTIONS/SOLUTIONS
8. Production du document de synthèse des études réalisées sur le terrain ainsi que des résultats des rencontres régionales qui servira de base pour les travaux de l'atelier national. Il comporte les problématiques et questionnements pertinents à même de provoquer une interaction entre les différents partenaires du développement sur le terrain.	<ul style="list-style-type: none"> • Délais d'exécution des études non respectés par certains consultants. • Exercice intellectuel difficile nécessitant capacités et esprit de discernement. • Rapports d'études thématiques et sectorielles ainsi que des ateliers régionaux peu exploités par les différents participants qui, dans leur grande majorité, se contentent des documents de synthèse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demander à chaque consultant ayant réalisé une étude thématique ou sectorielle de proposer une synthèse de ses travaux et conclusions pour faciliter l'élaboration du document de synthèse. • Trouver les voies et moyens de mieux faire connaître les résultats de certaines études bien menées (Trouver des canaux de diffusion).
9. Organisation et tenue de l'atelier national de définition de la PNCD, réunissant les représentants des régions, provinces, ONG, société civile, confessions religieuses, médias et partenaires au développement. Ces représentants sont associés à la définition et à la mise en œuvre de la PNCD et chargés de valider les résultats des rencontres régionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Problèmes organisationnels, logistiques et financiers. • Déséquilibre entre les représentants des institutions publiques et des organisations de la société civile. • Faible participation des femmes. • Nombre peu élevé des organisations du monde rural. • Sous-utilisation des langues nationales 	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte les besoins et attentes du monde rural par l'accroissement du nombre de paysans à l'atelier national et par l'utilisation des langues nationales. • Redéfinir les modalités de désignation des participants en instituant des quotas pour les structures, organisations, associations et régions. • Définir un nombre de participants représentatif et non pléthorique.
10. Restitution des résultats de l'atelier national dans les provinces et régions auprès des structures, organisations de la société civile et des partenaires au développement	<ul style="list-style-type: none"> • Problèmes de ressources financières pour l'organisation de ces rencontres de restitution à travers le pays. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser une séance de travail avec les représentants à l'atelier national pour qu'ils se chargent de la restitution au sein de leurs structures et organisations
11. Elaboration d'un programme national de communication pour le développement assorti d'un plan d'action à court, moyen et long terme contenant des programmes sectoriels budgétaires à soumettre aux partenaires du développement	<ul style="list-style-type: none"> • Non disponibilité des fonds à court-terme pour la mise en œuvre du programme. • Procédure d'organisation de la table ronde des bailleurs de fonds longue et complexe. • Faible volonté politique de certains décideurs politiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Associer de bout en bout les partenaires du pays à toutes les étapes d'élaboration de la PNCD. • Mettre en place une commission technique interministérielle chargée de préparer la table ronde des bailleurs de fonds.

Deuxième groupe de travail

Le deuxième groupe a élu comme président Monsieur Soumana Kambeïdou et comme rapporteurs Madame Mariama Keïta et Monsieur Milton Waiswa. Le groupe a fait ressortir par ordre de priorité les étapes suivantes entrant dans la mise en œuvre de la PNCD:

1. la réaffirmation de la volonté politique. Par volonté politique s'entend la volonté de tout le pays (gouvernement, parlement, forces vives) afin que la PNCD soit une affaire de tous et une priorité;

2. la création d'un cadre juridique et institutionnel adapté par l'ancrage institutionnel à travers la création ou la mise en place d'une unité de coordination de la PNCD et des cellules de communication sectorielles. Ceci implique la mise en place d'un secrétariat technique qui gèrerait les aspects techniques et opérationnels de la PNCD, supervisé par une Commission de la communication pour le développement pour la gestion politique;
3. l'identification des ressources humaines et la mobilisation des ressources financières pour le fonctionnement de l'Unité de Coordination de la PNCD;
4. la promotion de la PNCD auprès des partenaires au développement et sa diffusion auprès des acteurs à la base;
5. la mobilisation des ressources financières à travers la rencontre des partenaires au développement;
6. le suivi-évaluation de la PNCD/Capitalisation des acquis et pérennisation.

Avant d'analyser les problèmes, les contraintes et de formuler des recommandations, le groupe a mis en évidence un certain nombre de critères sur le fonctionnement du Secrétariat, son mandat, et les choix du personnel devant assurer sa gestion.

L'identification des problèmes a été faite sur la base des points soulevés plus haut à savoir:

Conclusions du deuxième groupe de travail

1. Réaffirmation de la volonté politique

CONTRAINTES/PROBLEMES	SOLUTIONS
Instabilité politique	Engagement de l'ensemble des forces vives du pays à soutenir la PNCD
Manque d'intérêt	Inscrire la PNCD dans le programme du gouvernement
Intérêt timoré	Que l'assemblée nationale adopte la PNCD
Conflit de compétences	Instituer ou aider à la formation de groupes de pression actifs

2. Cadre juridique et institutionnel

CONTRAINTES/PROBLEMES	SOLUTIONS
Manque de représentativité	
Lourdeur administrative	Structure légère, opérationnelle
Pas de consensus	Un accord minimum

Ancrage institutionnel

L'Unité de Coordination de la PNCD doit être une institution autonome, à l'abri des pressions politiques et sectorielles. Pour son ancrage, il convient de tenir compte du contexte politique, économique et social de chaque pays. L'Unité de Coordination doit être composée d'un personnel compétent dans le domaine spécifique de la communication pour le développement. Elle doit être légère et opérationnelle.

3. Identification des ressources humaines et mobilisation des ressources financières pour le fonctionnement de l'unité de coordination de la PNCD

CONTRAINTES/PROBLEMES	SOLUTIONS
Inadéquation poste/profil	Formation des journalistes et des acteurs du développement sur le terrain en communication pour le développement
Manque de financement	Formation des journalistes et des acteurs du développement sur la formulation d'une bonne stratégie de mobilisation de ressources financières (apport du gouvernement, apport des médias publics)

4. Promotion et vulgarisation de la PNCD

CONTRAINTES/PROBLEMES	SOLUTIONS
Manque de formation des personnes pressenties pour promouvoir la PNCD	Identification, information et formation des journalistes et communicateurs sur le terrain en marketing de la PNCD
Les documents sont dans la langue officielle inaccessible au plus grand nombre	Traduction de la PNCD de la langue officielle dans les langues nationales
Manque de disponibilités financières pour mener l'action	Bonne stratégie de mobilisation de fonds

5. Mobilisation de ressources financières en rencontrant les partenaires au développement

CONTRAINTES/PROBLEMES	SOLUTIONS
Difficulté de mobiliser l'apport du gouvernement (niveau national)	Développer une stratégie d'approche de mobilisation de fonds et s'orienter vers la mise en place d'un volet communication dans chaque projet, chaque programme, chaque politique
Non maîtrise des autres sources de financement	Efforts de mobilisation de la société civile à mobiliser des fonds pour la mise en œuvre de la PNCD
Manque d'implication des partenaires à tout le processus de l'élaboration à la mise en œuvre	Impliquer les partenaires au développement sur tout le processus de la PNCD pour faciliter la mobilisation des ressources
Manque de stratégie sectorielle de mobilisation de ressources	Jonction de la PNCD avec la Stratégie de Réduction de la Pauvreté (SRP) Sida ou Environnement

6. Suivi/Evaluation/Capitalisation des acquis/Pérennisation de la PNCD

C'est une étape transversale pour laquelle il faut développer des indicateurs. Un mécanisme d'évaluation continu dans le processus doit être instauré. Le suivi évaluation doit être mené de manière participative. Des indicateurs vérifiables dans un délai raisonnable doivent être définis.

Session plénière du 4 avril

La journée du jeudi 4 avril a été entièrement consacrée à l'initiation des participants à la méthodologie d'élaboration des stratégies sectorielles multimédia de communication. Le Pr. Hugues Koné a présenté le guide méthodologique d'élaboration contenant des modèles de planification d'une part, et le processus générique de planification d'autre part.

Grâce à l'expérience accumulée à travers le monde, notamment en Afrique, en Amérique Latine et en Asie, l'on en sait beaucoup plus sur les stratégies de communication pour promouvoir le développement et sur les méthodologies à suivre pour leur élaboration. Cette expérience a été acquise dans plusieurs domaines du développement: santé, population, environnement, agriculture et élevage.

Après la définition des notions de base que sont le développement, la communication, la communication pour le développement et la stratégie dans le domaine de la communication pour le développement, le guide passe en revue un certain nombre de modèles de planification des stratégies de communication. Il présente ensuite, décrit et explique les différentes phases du processus générique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia:

- l'analyse de la situation qui permet d'étudier le problème de développement à résoudre et le contexte, et d'identifier les atouts et opportunités ainsi que les obstacles et contraintes dont il faudra tenir compte lors de la planification puis de l'exécution de la stratégie;
- la stratégie de communication qui résume la combinaison des axes retenus pour provoquer les changements nécessaires pour contribuer à la résolution du problème de développement à résoudre. Elle comprend les objectifs de communication, les cibles, les approches communicationnelles, les idées de messages et les canaux/médias/supports;
- le volet opérationnel de la stratégie qui comprend les éléments nécessaires à une mise en œuvre réussie de la stratégie élaborée: cadre institutionnel, production du matériel de communication, formation des ressources humaines, renforcement des capacités institutionnelles (si nécessaire), suivi-évaluation, budget et calendrier d'exécution.

Dans sa seconde partie, le guide montre comment appliquer la méthodologie d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia et termine par douze conseils pratiques destinés à ceux qui veulent développer des stratégies de communication multimédias pour les besoins du développement.

1. L'idéal est d'entamer un processus de communication dans la perspective d'obtenir la participation de la population à la planification des actions de développement dans la zone du projet avant que le plan du projet de développement rural ne soit définitivement arrêté.

2. Après avoir déterminé ensemble les actions de développement, il faut identifier les différents groupes sociaux qui ont un rôle à jouer pour les réaliser. Ces groupes seront les groupes cibles; chacun devra jouer un rôle différent et il faudra tenter de l'atteindre par des messages différents et suivant des voies différentes.
3. Des objectifs à atteindre sont fixés pour chaque groupe en ce qui concerne les attitudes et les comportements (par exemple, une meilleure compréhension du rôle et une plus large utilisation des engrais par les petits agriculteurs; une participation positive et active des enseignants qui doivent parler de nutrition végétale et d'emploi des engrais à leurs élèves; une promotion plus active et mieux informée de l'utilisation des engrais de la part des chefs de communautés, etc.).
4. Analyses d'audience effectuées à l'aide de techniques comme les études CAP et les interviews de groupe.
5. Etablissement d'un plan de communication pour chaque groupe cible qui identifie les voies à suivre, les matériels à produire, par qui et à quel moment.
6. Conception du message, c'est-à-dire décider, sur la base de l'étude du public cible, comment présenter ce message à un public donné de la meilleure façon, en tenant compte des préoccupations et de la sensibilité particulière de ce public.
7. La production de matériels et les tests. Les matériels devraient toujours être produits sous une forme " préliminaire " et testés sur de petits groupes représentatifs des groupes cibles. Ils sont alors modifiés ou refaits si le public cible ne les comprend pas ou ne les apprécie pas.
8. Formation des agents de terrain à l'utilisation des matériels et aux techniques de communication interpersonnelle.
9. Mise en œuvre du plan de communication grâce à la production et l'utilisation des matériels.
10. Suivi et évaluation continus en liaison avec la mise en œuvre. L'information obtenue grâce au suivi est utilisée en retour pour la mise en œuvre.
11. Une évaluation finale ou récapitulative de l'impact obtenu, des problèmes rencontrés, etc. est effectuée à la fin de chaque activité de communication, afin que les leçons ainsi apprises puissent être incorporées dans l'activité courante.

A l'issue de ses travaux, l'atelier a établi un calendrier indicatif des pays n'ayant pas encore élaboré une politique nationale de communication pour le développement et souhaitant s'engager dans l'exercice de formulation. Il s'agit du Ghana, de la Côte d'Ivoire, du Nigeria, des Etats de la Manon River (Guinée, Libéria, Sierra Léone), du Bénin, de la Gambie, du Sénégal et du Togo.

Enfin, les participants de l'atelier régional bilingue ont adopté les recommandations et fait les suggestions suivantes.

RECOMMANDATIONS

Après analyse des contraintes rencontrées dans la mise en œuvre des politiques nationales de communication, notamment au Mali et en Guinée Bissau, les participants ont formulé les recommandations suivantes.

L'atelier recommande que les Etats considèrent la communication pour le développement comme une priorité de l'action gouvernementale. A ce titre, il émet le vœu, que la communication pour le développement soit partie intégrante de tous les programmes et politiques du Gouvernement.

Prenant en compte l'engagement des Etats pour la mise en œuvre de la Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté, les participants à l'atelier recommandent que les Etats favorisent la jonction entre la SRP et la PNCD, pour un meilleur impact et comme une stratégie de financement, d'ancrage et de mise en œuvre de la PNCD.

Dans un souci d'efficacité, les participants à l'atelier, tout en prenant en compte les spécificités de chaque pays, recommandent que l'ancrage institutionnel de la structure de coordination de la PNCD soit une institution autonome, la plus crédible et à même de garantir son efficacité et son opérationnalité.

L'atelier recommande aux partenaires au développement que tous les projets et programmes comportent désormais une composante communication, dotée de ressources financières conséquentes (environ 8 à 12% du coût global du projet/programme).

Dans un souci d'efficacité et d'équilibre dans les relations, l'atelier recommande que les différents acteurs du développement soient formés aux questions de communication pour le développement.

L'atelier recommande aux différents Etats désireux de mettre en œuvre la PNCD la création, dans tous les départements ministériels et organismes publics, d'unités de communication sectorielle chargées de l'élaboration et de la mise en œuvre de stratégies sectorielles de communication.

Les participants à l'atelier recommandent qu'une attention particulière soit accordée à la question du suivi-évaluation tout au long du processus de mise en œuvre de la PNCD.

Prenant en compte les mécanismes de programmation et d'affectation des ressources des partenaires au développement, les participants recommandent que la mobilisation des ressources pour financer les sous-programmes d'action de la PNCD soit inscrite dans une durée flexible.

Par ailleurs, les participants recommandent que:

- la CEDEAO se charge d'expliquer aux gouvernements des Etats membres la nécessité de mettre en œuvre une PNCD dans les différents pays;
- les Etats qui acceptent d'élaborer une PNCD engagent des ressources humaines compétentes et des ressources matérielles et financières suffisantes pour sa mise en œuvre effective au profit du développement humain durable;
- soit organisée une Conférence des ministres de la CEDEAO en charge de la communication pour examiner les résultats et les recommandations de l'atelier de Niamey.

Au delà de ces recommandations, l'atelier a fait une série de suggestions à l'en-droit des pays intéressés par l'élaboration et la mise en œuvre de la PNCD:

- présenter aux acteurs du développement les expériences vécues par les autres pays pour susciter l'intérêt des autorités nationales;
- organiser un séminaire de définition de la PNCD à l'intention des dirigeants du pays;
- organiser des mini ateliers de restitution auprès des partenaires, institutions et organisations de la société civile à chaque étape du processus d'élaboration et de mise en œuvre.

Niamey, le 5 avril 2002

L'ATELIER

MOTION DE REMERCIEMENT

Sensibles à l'accueil chaleureux démontré aux participants,

Sensibles par ailleurs à la qualité des conditions de travail et des installations mises à notre disposition,

Nous, participants à l'Atelier régional bilingue sur les méthodologies d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication multi-médias et des politiques nationales de communication pour le développement, atelier qui s'est tenu à Niamey du 1er au 5 avril 2002,

Exprimons ici nos sincères remerciements au peuple et au gouvernement du Niger, à la FAO, à la CEDEAO, à l'AIF et au PNUD pour leur contribution respective qui a permis le succès de cette rencontre.

Niamey, le 5 avril 2002

Les participants

ANNEXES

I. Programme de l'atelier

II. Discours d'ouverture par:

- Madame Mary Roodkowsky, Représentante de l'UNICEF au Niger
- M. Gérard Bernard, Représentant de la FAO au Niger
- Mme Aïchatou Mindaoudou, Ministre des Affaires Etrangères, de la Coopération et de l'Intégration Africaine

III. Evaluation de l'Atelier par les participants

IV. Rapports journaliers

V. Communication sur *Les politiques nationales de communication pour le développement à travers neuf années d'expérience de la FAO en Afrique francophone et lusophone: méthodologie et leçons apprises*

Jean-Pierre Ilboudo, Spécialiste de la communication pour le développement, FAO, Rome.

VI. Discours de clôture de l'Atelier par:

- M. Gérard Bernard, Représentant de la FAO au Niger
- M. Mamane Sani Mallan Mahamane, Ministre des Transports et de la Communication du Niger

VII. Liste des participants

VIII. La situation de l'Information et de la Communication au sein de la CEDEAO

Par Adrienne Yandé Diop, Directrice de la Communication de la CEDEAO

ANNEXE 1 - PROGRAMME DE L'ATELIER

Lundi 1er avril 2002

- 10 h Cérémonie officielle d'ouverture.
Allocution de M. le Représentant du PNUD
Allocution de M. le Représentant de la FAO
Discours d'ouverture de son Excellence, Mme la Ministre des affaires étrangères, chargée de l'intégration africaine
- 11h Pause-Café.
- 11h 30 Exposé introductif sur *Les politiques de communication en Afrique: enjeux dans le contexte politique, économique, social et culturel africain*
Par le Professeur Alfred Opubor
- 12h 15 Discussions et débats sur l'exposé introductif
- 13h Suspension des travaux/Pause déjeuner.
- 15h 30 *Les étapes méthodologiques d'élaboration d'une politique nationale de communication pour le développement: l'expérience de la FAO*
Dr. Jean-Pierre Ilboudo, Spécialiste en Communication pour le développement
- 16h15 Pause-café
- 16h30 Discussions-débats sur l'expérience de la FAO (étapes méthodologiques).
- 17 h *L'expérience du projet RANET du Centre africain d'application de la météorologie au développement (ACMAD)*
Par Mme Balsama Robetokotany
- 17h30 Discussions-débats sur la situation de l'information et de la communication au sein de la CEDEAO
- 18h Suspension des travaux.

Mardi 2 avril 2002

- 9h *Etat des lieux de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement au Mali*
M. Cheickna Hamalla Diarra, Conseiller à la communication du Premier Ministre du Mali.
- 9 h 45 *Etat des lieux de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement en Guinée Bissau*
M. Francisco Barreto de Carvalho, Directeur de la Télévision Nationale, ancien coordonnateur du projet PNCD.
- 10h30 Pause-café
- 10 h 45 *Etat des lieux de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement au Burkina Faso*
Dr. Serge Théophile Balima, spécialiste en communication pour le développement, chef du département Arts et Communication de l'Université de Ouagadougou.

- 11 h 30 *Etat des lieux de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique nationale de communication pour le développement au Niger*
M. Daouda Diallo, coordonnateur national du projet PNCD
- 12h15 *Politiques nationales de communication pour le développement*
Pr. A. Opubor
Discussions des termes de référence et constitution des groupes de travail.
Groupe I: Elaboration de la PNCD
Groupe II: Mise en œuvre de la PNCD
- 13 h Suspension des travaux. Pause-déjeuner.
- 15 h 30 Travaux en commissions.
- 18 h Suspension des travaux.

Mercredi 3 avril 2002

- 9 h - 12h30 Travaux en commissions
- 15 h Reprise des travaux en plénière
Restitution des travaux en commissions
- 16 h 30 Discussions sur les résultats des travaux en commissions.
- 17 h-18h Exposé sur les étapes méthodologiques d'élaboration des stratégies de communication multimédias, par le Pr. Hugues Koné.

Judi 4 avril 2002

- 9 h-13 h Sous atelier pédagogique de formation aux méthodologies et au processus d'élaboration des stratégies de communication multimédias – Pr. Hugues Koné
- 15 h-18 h Suite sous atelier pédagogique de formation aux méthodologies et au processus d'élaboration des stratégies de communication multimédias – Pr. Hugues Koné.

Vendredi 5 avril 2002

- 8 h Séance plénière

Planification des exercices de formulation des PNCD

Synthèse et évaluation des travaux de l'atelier
- 10h15 Pause-café et suspension de la séance
- 11h00 Reprise des travaux

Cérémonie officielle de clôture
- Présentation des conclusions, recommandations et motions de l'atelier
- Allocution du Représentant de la CEDEAO
- Allocution du Représentant de la FAO
- Discours de clôture de son Excellence M. le Ministre des Transports et de la Communication.

5-7 avril 2002

Départ des participants.

ANNEXE 2 - DISCOURS D'OUVERTURE DE L'ATELIER **Par Madame Mary Rodkowsky Représentante de l'UNICEF** **au Niger**

Excellence Madame la Ministre des affaires étrangères et de l'intégration africaine,

Excellence Monsieur le Ministre de la communication et des transports,

Excellences Mesdames, Messieurs, les membres du gouvernement,

Mesdames et Messieurs les membres du corps diplomatique et des Organisations Internationales

Distingués invités,

Mesdames, Messieurs,

Je suis très heureuse de prendre la parole à la cérémonie d'ouverture de cet atelier régional qui, durant cinq jours, permettra de discuter les expériences des différents pays dans le domaine de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques nationales de communication pour le développement; il permettra aussi de dispenser une formation aux participants sur les méthodologies d'élaboration de stratégies de communication.

En apportant notre appui à cet atelier régional, nous croyons fermement que le programme que vous allez suivre renforcera vos capacités techniques et créera, au sein de vos institutions et pays respectifs, une masse critique d'expertise au service du développement de la communication en faveur de la participation des populations, de l'éducation, de la santé, des droits des enfants et des femmes, et tout ceci dans le cadre de la lutte contre la pauvreté.

Madame la Ministre,

En Janvier 2002, a eu lieu l'Atelier national d'élaboration de la Politique Nationale de Communication pour le Développement du Niger.

En formulant cette politique nationale, le gouvernement du Niger a bouclé une étape-clé qui donne à la communication ses lettres de noblesse dans le processus de développement durable.

Depuis le début, l'UNICEF a accompagné les efforts du gouvernement en mobilisant les ressources nécessaires à la formulation et à la mise en œuvre de la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

Permettez-moi de saisir cette opportunité pour renouveler à Monsieur le Ministre de la communication, et partant, au gouvernement du Niger, mes remerciements pour la qualité de sa coopération, et pour l'engagement et la détermination dont il fait preuve pour le développement de la communication au Niger.

L'UNICEF demeurera aux côtés du gouvernement du Niger et de ses partenaires pour l'atteinte de nos objectifs communs.

Mesdames, Messieurs les participants,

Je saisis l'occasion qui m'est aujourd'hui offerte, pour vous indiquer quelques résultats obtenus dans le cadre du programme de coopération Niger-UNICEF dans le domaine de la communication, parmi lesquels, il faut noter:

- le plaidoyer qui a abouti à l'engagement des plus hautes autorités en faveur des enfants, notamment dans le cadre du mouvement mondial en faveur des enfants;
- la mobilisation sociale amenant bon nombre d'acteurs sociaux (ONG, associations, communicateurs, artistes, etc.) à s'impliquer dans des actions concrètes de défense et de promotion des droits des enfants et des femmes;
- le renforcement des capacités des communicateurs et des agents intermédiaires dans le cadre de la communication interpersonnelle;
- l'appui aux médias nationaux pour l'intensification de l'information au plan national;
- le développement de plans stratégiques de communication en appui aux services de base intégrés dans 12 départements;
- le partenariat avec la chefferie traditionnelle qui a entraîné un changement de comportements des populations quant aux questions liées à la vaccination, à la fréquentation des centres de santé, aux mariages précoces, à la scolarisation des filles et à l'alphabétisation des femmes. Le Niger fait ainsi figure de pionnier, car l'expérience de l'alliance avec les chefs traditionnels a fait des émules, et l'expérience est répliquée dans plusieurs pays de la région.

Ces résultats illustrent l'importance de la communication dans les programmes de développement en Afrique.

Madame la Ministre, Mesdames, Messieurs,

Je ne saurais terminer cette allocution, sans remercier la FAO, le PNUD et les autres partenaires qui sont nos associés, à vos côtés, dans cette entreprise de création d'un cadre cohérent d'intervention en matière de communication dans les 13 pays d'Afrique.

Je souhaite plein succès à vos travaux. Je vous remercie.

DISCOURS DE M. GÉRARD BERNARD
Représentant de la FAO au Niger
à l'occasion de l'ouverture officielle de l'atelier régional

Excellence Monsieur le Ministre de la justice en charge du Ministère des affaires étrangères, de la coopération et de l'intégration africaine,
Monsieur le Ministre des transports et de la communication,
Mesdames et Messieurs les membres du corps diplomatique et représentants des organisations internationales et interafricaines,
Madame la Directrice de la communication de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest,
Mesdames et Messieurs les délégués des pays membres de la CEDEAO,
Messieurs les consultants et experts,

Permettez-moi tout d'abord, au nom du Directeur Général de la FAO, le Docteur Jacques DIOUF, de vous souhaiter une chaleureuse bienvenue à cet atelier régional sur la communication. Le Représentant Résident du PNUD au Niger, que je représente également à cette cérémonie, m'a chargé lui aussi de souhaiter la bienvenue à tous les participants.

Mesdames et Messieurs,

Pourquoi FAO et Communication?

Le défi auquel fait face l'agriculture est de satisfaire les droits des peuples à la sécurité alimentaire et, en même temps, de s'assurer que les ressources naturelles de base demeurent productives pour le futur.

Face à la croissance de la population et à la diminution des ressources en terre et en eau, le monde doit opérer un choix vers une agriculture et un développement rural durables. Cette approche exige que les générations présentes et futures aient un accès égal à tout le capital en ressources naturelles et humaines disponibles.

C'est face à ces défis que la FAO a créé, en 1995, le département du développement durable qui joue le rôle de centre de référence global en matière de connaissances et de conseils sur les dimensions biophysiques, biologiques, socioéconomiques et sociales du développement durable, et ce, pour mettre en œuvre une approche holistique et stratégique en appui au développement durable et à la lutte contre la pauvreté.

Le Département du développement durable, initiateur de la rencontre de Niamey, focalise son action sur quatre dimensions du développement durable: recherche, vulgarisation, éducation et communication. Le Département élabore, développe et promeut des concepts, stratégies et méthodes durables et aide à les intégrer dans les programmes de développement à la fois des pays membres et des unités techniques de l'organisation.

Le partage des connaissances reste la base du progrès de l'homme. La lutte contre l'insécurité alimentaire passe par le renforcement des capacités nationales dans le domaine de la communication pour le développement durable et par l'utilisation des médias les plus appropriés et des technologies favorisant la participation et la formation.

Excellence Mesdames et Messieurs les Ministres,
Mesdames et Messieurs,

C'est justement pour échanger ces stratégies, concepts et méthodes et pour se concerter en vue d'améliorer ces approches dans le domaine de la communication pour le développement que le service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication de la FAO collabore avec la Communauté Economique des Etats de l'Afrique l'Ouest (CEDEAO), pour opérer un transfert de connaissances, de savoir-faire dans le domaine précis des stratégies sectorielles de communication multimédias et des politiques nationales de communication, et ce, en vue de créer une expertise locale en termes de formateurs dans chacun des pays ici présents.

Le choix de notre partenariat avec la CEDEAO est double:

Premièrement, l'expérience africaine de la FAO dans le secteur de la définition des politiques nationales de communication pour le développement s'est jusqu'ici concentrée en Afrique francophone et lusophone occidentale; il nous semble juste de l'étendre aux autres pays de la zone économique.¹

Deuxièmement, le caractère bilingue de cette aire géographique où cohabitent des pays anglophones avec des pays francophones permettra de produire des documents dans au moins deux langues principales, et susceptibles d'être utilisés dans d'autres parties du continent ou ailleurs: là où existe le besoin d'élaborer des politiques nationales de communication pour le développement.

Parallèlement à ces exercices de définition des politiques nationales de communication pour le développement, notre organisation a travaillé dans le cadre des projets et programmes de développement de terrain, afin de les doter de stratégies de communication multimédia. La méthodologie que nous avons développée a permis d'élaborer des modèles de planification, des processus génériques de planification et des cadres de suivi-évaluation d'une stratégie de communication. Il nous a été ainsi possible d'établir que la communication est un facteur essentiel dans le processus de développement même si elle n'était pas toujours utilisée à bon escient.

Aujourd'hui, grâce à l'expérience accumulée sur le terrain en Afrique, en Amérique Latine, en Asie et ailleurs, y compris dans les pays développés, l'on en sait beaucoup plus sur les stratégies de communication pour promouvoir le développement et sur les méthodologies à suivre pour leur élaboration.

Qu'il me soit permis de rappeler ici que les programmes de développement doivent comprendre, dès le départ, un volet communication avec des objectifs bien définis car il leur vient en appui. Les objectifs de la communication doivent être réalistes, précis, mesurables et comporter un délai d'exécution. Malheureusement, l'expérience nous montre que, souvent, les projets et programmes de développement n'intègrent pas, en amont, pendant la phase de formulation, une composante communication dont la stratégie serait la cheville

1. L'expérience de la FAO a concerné le Mali en 1993, la Guinée-Bissau en 1995, la République Centrafricaine en 1998, le Cap-Vert en 1999, le Burkina Faso en 2000 et le Niger en janvier 2002.

ouvrière; ou alors, la composante communication se limite à un appendice, sans moyens véritables en termes de ressources humaines et de ressources financières.

Quant aux politiques nationales de communication pour le développement, de nombreuses contraintes, tant sur le plan de l'élaboration que de la mise en œuvre, ont éclairé d'un jour sombre le parcours de 10 ans que nous avons fait dans 6 pays africains: contraintes rencontrées dans la planification et la tenue des rencontres régionales; non disponibilité des fonds à court terme pour la mise en œuvre du programme national de communication pour le développement; volonté politique parfois timorée des décideurs nationaux et de leurs partenaires au développement.

Excellences Mesdames et Messieurs les Ministres,
Chers participants,

L'atelier de Niamey a pour objectifs:

- d'échanger et de partager l'expérience de la FAO et les leçons apprises en Afrique francophone et lusophone dans le domaine de la définition de politiques nationales de communication pour le développement;
- de former les participants aux méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles et des politiques nationales de communication pour le développement;
- de planifier, au niveau de la CEDEAO et à l'échelle des pays n'ayant pas encore de politique nationale de communication, une série d'activités dans ce domaine.

Je voudrais également rappeler ici que les politiques nationales sont de la responsabilité des gouvernements correspondants et que la collaboration des partenaires au développement est absolument indispensable. Pour éclairer cette collaboration, permettez-moi de prendre l'exemple du Niger. L'appui du Système des Nations Unies à l'élaboration de la politique nationale en matière de communication pour le développement a été particulièrement fructueux. En effet, le PNUD et la FAO notamment, à travers une collaboration étroite dans la mise en œuvre du programme national d'éradication de la pauvreté, reconnaissent toute l'importance que revêt l'inclusion des populations les plus défavorisées dans les circuits d'information et dans la communication. Ensemble, nous avons constaté l'importance de la communication et de la dissémination des informations sur tous les aspects du développement au niveau des communautés rurales, souvent trop éloignées, voire même exclues des circuits d'information et de communication (radio, presse écrite et télévision). C'est le maillon faible de ce qui constitue le développement local.

Nous avons également noté l'importance des nouvelles technologies de l'information et de la communication, comme la transmission des émissions en numérique, avec l'énergie solaire. Le Système des Nations Unies - la FAO, le PNUD, l'UNICEF et l'UNESCO - en collaboration avec l'ACMAD et l'Agence Intergouvernementale de la Francophonie, suivent avec beaucoup d'intérêt le développement de l'initiative RANET et des centres d'information pour le développement au Niger. Nous avons la conviction que les nouvelles technologies peuvent jouer un rôle essentiel en aidant les pays à mieux affronter les défis du développement à rehausser l'intégration sociale, permettre l'égalité du

genre, accroître les opportunités économiques pour les pauvres, baisser les coûts des services publics et privés et intensifier la gouvernance démocratique au niveau rural.

Mesdames et Messieurs les participants,

Au terme de vos travaux, vous connaîtrez l'état des lieux des politiques nationales de communication pour le développement du Mali, du Burkina Faso, de Guinée-Bissau et du Niger. Vous aurez partagé, discuté et capitalisé dix années d'expériences et de leçons apprises dans le domaine de la définition et de la mise en œuvre des politiques nationales de communication pour le développement. Vous serez formés aux méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles multimédias, de définition et de mise en œuvre de politiques nationales de communication pour le développement, et vous serez capables de conduire dans vos pays et institutions respectifs, un exercice similaire selon un calendrier indicatif que vous aurez établi.

Aux participants venant de 13 pays de la Communauté économique des pays d'Afrique de l'ouest - à savoir, le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la Gambie, le Ghana, la Guinée, le Liberia, le Mali, le Niger, le Nigeria, le Sénégal, la Sierra Leone et le Togo - je voudrais réaffirmer l'appui technique de la FAO et des autres partenaires tout au long de cet atelier.

En effet, des éminents experts, rompus à l'élaboration des stratégies de communication multimédias et à la définition des politiques nationales de communication pour le développement, ont été mobilisés pour partager avec vous leur savoir et leur savoir-faire.

Mesdames et Messieurs les Ministres,

Je vous prie de transmettre les vifs remerciements du PNUD et de la FAO au gouvernement du Niger pour avoir facilité la tenue de cette importante rencontre pédagogique.

Nos remerciements vont également à nos autres partenaires qui ont contribué à l'organisation financière et matérielle de cet atelier régional bilingue: il s'agit de l'AIF, de l'UNICEF et de EKL.

Je souhaite plein succès à vos travaux.

Je vous remercie.

ALLOCUTION D'OUVERTURE DE L'ATELIER
Par Mme Aïchatou Mindaoudou, le Ministre des affaires
étrangères, de la coopération et de l'intégration africaine

Mesdames et Messieurs les membres du Gouvernement,
Mesdames et Messieurs les Représentants du Système des Nations Unies,
Mesdames et Messieurs les Délégués des pays membres de la CEDEAO,
Mesdames et Messieurs,
Chers invités,

Je voudrais tout d'abord saisir cette occasion pour souhaiter, au nom du Président de la République, chef de l'Etat son Excellence, Monsieur Mamadou Tandja, et du Premier ministre, chef du gouvernement, Hama Amadou, la bienvenue dans notre pays à tous les participants à cet important atelier régional.

La problématique de la communication pour le développement, dont il est ici question, a toujours été au centre des préoccupations des autorités nigériennes depuis les indépendances. En témoignent diverses stratégies et organes de communication comme les radios-clubs, la télévision scolaire, les centres communautaires de réception télévisuelles et même la presse rurale en langues nationales.

La dernière stratégie en date a été l'élaboration au cours de ces deux dernières années d'une Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD) dont les travaux ont été validés en janvier dernier au cours d'un atelier national tenu ici même à Niamey. Il convient de remercier ici la FAO et l'UNICEF qui ont accompagné le Niger dans cette importante entreprise.

Mesdames et Messieurs,

L'objet de notre rencontre ce matin s'inscrit dans la droite ligne de la politique générale de notre gouvernement: faire de la communication un puissant outil de développement et un moyen efficace d'ouverture dans un monde qui, par la magie des techniques de la communication et des nouvelles technologies de l'information et de la communication, devient de plus en plus un village planétaire.

Face à cette globalisation, le Niger ne saurait se mettre en marche mondiale pour peu que l'on se soucie de la bonne marche des affaires de l'Etat, marche qui ne saurait se faire sans un programme de communication devenue une exigence, du reste justifiée, des partenaires au développement.

A travers la mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication et des Politiques Nationales de Communication pour le Développement, nous voulons intégrer tous les supports et outils de la communication, en faisant appel à l'expertise de l'ensemble des acteurs au développement.

Mesdames et Messieurs les participants,

Tout au long de cet atelier, je vous invite à partager et à échanger vos expériences afin que chaque participant et chaque participante en tire le maximum de leçons concernant la Politique Nationale de Communication pour le Développement et les méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles.

Les différents exposés des représentants des institutions expérimentés et les communications des spécialistes en la matière vous aideront, j'en suis convaincu, à sortir de cet atelier suffisamment outillés en pédagogie et en méthodologie d'élaboration de ces stratégies de communication.

En vous souhaitant plein succès dans vos travaux, je déclare ouvert l'atelier régional sur la méthodologie d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication multimédias et des Politiques Nationales de Communication pour le Développement.

Je vous remercie.

ANNEXE 3 - EVALUATION DE L'ATELIER PAR LES PARTICIPANTS

24 participants à l'atelier ont complété le questionnaire d'évaluation le dernier jour de la rencontre.

Les participants sont très satisfaits de l'atelier, tant en termes de contenu (aspects techniques) que d'organisation (logistique).

En termes de contenu, tout d'abord. Interrogés sur la qualité des exposés et communications, 21 participants sur les 24 ayant répondu la qualifient d'excellente (8) ou de très bonne (13). De même, la documentation distribuée est jugée excellente (15) ou très intéressante (5) par 20 participants sur 24.

Même satisfaction concernant:

- les objectifs de la rencontre jugés clairs avant l'atelier, et atteints à la fin de la rencontre;
- le programme de l'atelier;
- les participants eux-mêmes.

"Un atelier de ce genre doit se répéter dans la mesure où il contribue à la dynamisation de l'apprentissage et la mutation des mentalités vers une ouverture beaucoup plus démocratique".

Réponses recueillies quant au contenu de l'atelier

	MOYENNE SUR 5*
Globalement, sur le contenu de l'atelier	4,1
Documentation distribuée	4,5
Qualité des exposés	4,2
Qualité des facilitateurs (consultants)	4,2
Supports audiovisuels utilisés	4,2
Clarté des objectifs de l'atelier	4,2
Satisfaction par rapport aux attentes des participants	4,1
Cohérence du programme de l'atelier	4,1
Atteinte de chacun des objectifs fixés au départ	4,0
• Partager l'expérience de la FAO dans le domaine de l'élaboration des PNCD	4,2
• Déterminer la méthodologie d'élaboration d'une stratégie sectorielle de communication multimédia	4,2
• Planifier des activités d'élaboration de PNCD au niveau national et au niveau de la CEDEAO	4,0
Qualité globale des participants	3,8

* **Echelle:** 1= Faible 2 = Moyen 3 = Bon 4 = Très bon 5 = Excellent

A la question ouverte " Quelles sont vos suggestions pour améliorer encore un tel atelier à l'avenir ", 15 suggestions ont été formulées, dont 14 ont trait au contenu de l'aspect.

Cinq suggestions ont trait au programme de l'atelier et à la méthodologie utilisée:

- *Dans un tel atelier, commencer par expliquer ce qu'est une stratégie et passer ensuite à l'état des lieux.*
- *Avant d'énoncer des expériences, les organisateurs devraient faire intervenir le conférencier principal pour le vif du sujet.*
- *Concernant la phase de mise en œuvre, que les consultants présentent d'abord le programme à mettre en œuvre et la mise en exécution de chaque sous-programme.*
- *Je souhaite que pour de tels ateliers un exemple pratique soit expérimenté pour enrichir davantage les acquis et pour une meilleure appropriation de la méthodologie.*
- *La partie qui concerne l'élaboration d'une stratégie sectorielle gagnerait à être complétée par un exercice en groupe.*

Trois participants souhaiteraient que davantage de temps soit consacré à un tel atelier:

- *Il faut prendre plus de temps pour permettre des modules de formation (dans le genre du professeur Koné).*
- *Consacrer davantage de temps à une telle session.*
- *Je recommande qu'à l'avenir, davantage de temps soit alloué pour permettre aux participants de bien absorber le contenu des différentes communications.*

Deux participants proposent que les communications soient adressées préalablement:

- *Envoyer certains documents essentiels avant la tenue de l'atelier dont la durée est trop longue pour ceux qui viennent de l'extérieur.*
- *Que la documentation soit mise à disposition avant le début des travaux.*

Autres suggestions recueillies:

- *Le préparer minutieusement afin de permettre à tous les participants d'être présents et à temps dès le début des travaux de l'atelier.*
- *Inviter la presse locale (privée ou publique) comme participants.*
- *Moins de protocole.*

Quant à l'organisation de l'atelier - aspects logistiques cette fois -, les participants la jugent plutôt très bonne (moyenne = 3,9 sur 5) avec une mention spéciale pour le service d'interprétariat (moyenne = 4,6), l'ambiance générale et le cadre de l'atelier (moyenne = 4,3) et une moindre note pour l'hébergement (moyenne = 2,9).

Une seule suggestion a trait à la logistique:

- *Assurer à l'aéroport un service permanent d'accueil.*

Réponses recueillies quant à l'organisation de l'atelier et à la logistique

	MOYENNE SUR 5*
Globalement quant à l'organisation (aspects logistiques)	3,9
Interprétariat (services)	4,6
Ambiance générale de l'atelier	4,3
Cadre de l'atelier (Palais des congrès)	4,3
Transport pendant l'atelier	4,1
Secrétariat (services)	4,0
Hôtesse (prestation)	3,9
Accueil à l'aéroport	3,8
Pause-café	3,6
Organisation de votre voyage	3,4
Hébergement	2,9

* **Echelle:** 1= Faible 2 = Moyen 3 = Bon 4 = Très bon 5 = Excellent

ANNEXE 4 - RAPPORT JOURNALIER DU 1^{er} AVRIL 2002

L'Atelier régional sur la méthodologie d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication multimédia et des politiques nationales de communication pour le développement a débuté le lundi 1er Avril 2002 à Niamey au Palais des Congrès à partir de 10 h.

La cérémonie d'ouverture a été présidée par Son Excellence, Monsieur le Ministre de la Justice et des Droits de l'Homme, assurant l'intérim de Madame la Ministre des Affaires Etrangères, de la Coopération et de l'Intégration Africaine, en présence des membres du gouvernement nigérien, de représentants des missions diplomatiques, des organisations internationales et interafricaines et des délégués du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire, de la Gambie, du Ghana, de la Guinée, de la Guinée-Bissau, du Liberia, du Mali, du Nigeria, de la Sierra Leone, du Sénégal, du Togo et du Niger.

Trois allocutions ont été prononcées à la cérémonie d'ouverture.

Tout d'abord, Madame Roodkowsky, Représentante de l'UNICEF au Niger, après avoir justifié l'appui de son institution à cet atelier régional, a rappelé les résultats obtenus par l'UNICEF dans le cadre du programme de coopération avec le Niger dans le domaine de la communication: plaidoyer soutien aux médias nationaux, mobilisation sociale, partenariat avec la chefferie traditionnelle, renforcement des capacités en communication, etc...

Lui succédant, M. Gérard Bernard, Représentant de la FAO au Niger a expliqué pourquoi la FAO est engagée dans la communication pour le développement. Il s'agit de relever les défis du développement durable, partager les connaissances et les expériences pour le progrès de l'homme et développer le partenariat avec la CEDEAO à travers la contribution à la définition des politiques nationales de communication pour le développement. M. Bernard a réaffirmé la nécessité pour les projets et programmes de développement de se doter d'un volet communication avec des objectifs cohérents en vue de susciter la participation effective des populations concernées. Tout en soulignant les objectifs de cet atelier, qui sont d'échanger et de partager l'expérience de la FAO et les leçons apprises en Afrique francophone et lusophone, Monsieur Bernard a invité les participants à prendre en compte le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication à travers l'initiative RANET et les centres d'information pour le développement au Niger.

Enfin, prononçant l'allocution d'ouverture, Monsieur le Ministre de la Justice et des Droits de l'Homme, au nom de son collègue en charge des Affaires Etrangères, a souligné avec force l'intérêt que le gouvernement nigérien accorde à la problématique de la communication pour le développement. Il s'agit de faire de la communication " *un puissant outil de développement et un moyen efficace d'ouverture dans un village planétaire* ". Il a ensuite invité les participants à tirer le maximum de leçons dans le domaine de la définition des politiques nationales de communication pour le développement et dans celui des méthodologies d'élaboration des stratégies sectorielles.

Après la cérémonie officielle d'ouverture, le Professeur Alfred E. Opubor, Consultant FAO, a fait un exposé introductif sur les enjeux de la conception et

de la mise en œuvre des politiques nationales d'information et de communication pour le développement durable en Afrique.

Il a identifié plusieurs défis à relever qui constituent en même temps des questionnements préoccupants.

- L'Afrique est-elle en train de se développer?
- Comment l'information peut-elle renforcer le développement d'un pays?
- Comment engendrer une participation réelle et effective des populations au processus de développement institutionnel, économique et social? Y a-t-il une volonté politique?
- Quelle identité devons-nous défendre dans le processus de développement et de la mondialisation? Quelle place accorder aux religions?
- La langue est-elle un facteur d'intégration ou d'exclusion dans nos sociétés africaines?
- Comment prendre en compte la liberté d'expression?
- Comment réduire les inégalités d'accès à l'information entre les citoyens d'un même pays?
- Quelle technologie de diffusion de l'information dans nos contextes socio-économiques et culturels?
- Qui devrait prendre l'initiative de l'élaboration d'une politique nationale de communication pour le développement?

Autant de questionnements qui ont suscité des réflexions et des contributions de la part des participants. Les interventions se sont focalisées sur des questions essentielles:

- Les populations tirent-elles bénéfice des PNCD?
- Les rapports de force inégale entre société civile et pouvoirs établis ne sont-ils pas des sources d'inquiétude?
- Les populations ont-elles de réelles capacités d'internalisation des messages de développement?
- La PNCD peut-elle être exécutée en dehors d'un contexte de démocratie?

Dans l'ensemble, les intervenants ont apporté des éléments de réponse et le Pr. Opubor a développé un argumentaire sur le pourquoi d'une politique nationale d'information et de communication à la satisfaction de l'assistance.

Intervenant à son tour dans l'après-midi, Monsieur Jean-Pierre Ilboudo, spécialiste de la communication pour le développement au siège de la FAO à Rome, a fait un exposé sur la PNCD en insistant particulièrement sur les définitions des politiques, les stratégies nationales et sectorielles de communication après dix ans d'expériences.

Sur la méthodologie d'élaboration de la PNCD, Monsieur Ilboudo a défini 8 étapes:

1. l'identification des thèmes et secteurs de la communication;
2. l'élaboration d'un document de référence pour les consultants nationaux comportant les grandes options du développement économique, politique, social et culturel du pays;
3. l'organisation d'un atelier pédagogique à l'intention des consultants nationaux;

4. la réalisation des études thématiques et sectorielles;
5. l'organisation de rencontres régionales pour identifier les besoins en information et en communication des communautés rurales;
6. la réalisation d'un document de synthèse des études effectuées sur le terrain;
7. l'organisation d'un atelier national de définition de la PNCD;
8. l'élaboration d'un programme national de communication pour le développement..

Monsieur Ilboudo a ensuite tiré les leçons méthodologiques des expériences du Mali, de la Guinée-Bissau, du Cap-Vert, de la République centrafricaine, du Burkina Faso et du Niger. Puis, il a fait des considérations générales sur l'interdépendance entre la communication et les autres secteurs et domaines du développement et sur les notions de participation et de démocratie. Enfin, il a insisté sur l'importance du cadre juridique et institutionnel et sur la nécessité de recourir à une approche multimédia.

Les débats qui ont suivi l'exposé de Monsieur Ilboudo ont mis en relief les problèmes de continuité dans la gestion de la communication au sein des administrations publiques, la nécessité d'intégrer la mise en œuvre dans le processus de l'élaboration de la PNCD.

D'autres idées ont été développées autour des mécanismes de pilotage et d'évaluation des impacts et pertinences des programmes de développement.

Après cette séance, Mme Balsama Rabetokotany a fait une présentation du projet RANET du Centre africain d'Application de la météorologie au développement (ACMAD).

Ce projet RANET, grâce à une combinaison de la radio et d'Internet, permet de mettre les données et services météo à disposition des utilisateurs finaux. Il permet, entre autres,

- d'assurer la télécommunication de l'information auprès de la population du monde traditionnel;
- de résoudre le problème de la circulation de l'information et de combler les lacunes en information, en répondant aux besoins d'utilisateurs isolés.

L'exemple de l'Ouganda a été présenté par un des membres de l'ACMAD. Les échanges qui ont suivi l'exposé ont donné l'occasion à Monsieur Mohamed Sadeck Boulaya, directeur général de l'ACMAD, d'apporter un éclairage technique aux différentes interrogations liées aux applications météorologiques. Les participants ont manifesté un vif intérêt pour les applications de ces nouvelles technologies au développement du monde rural.

Après quelques informations pratiques données par les organisateurs, la séance a pris fin à 18h.

RAPPORT JOURNALIER DU 2 AVRIL 2002

La séance du mardi 2 avril a débuté à 9 h. Le Président de séance Monsieur Ibrahima Sané a d'abord présenté les nouveaux venus (deux Ivoiriens et un Sénégalais). Il a ensuite annoncé la non participation de la Chargée de communication de la CEDEAO, Adrienne Diop à l'atelier. Puis, M. Sané a présenté le programme de la journée avant de donner la parole à Jean-Pierre Ilboudo pour une communication sur le sens même de la PNCD. Dans son exposé, Ilboudo a fait ressortir l'importance de l'élaboration des instruments de structuration pour une action globale dans le domaine de la communication.

Selon lui, la PNCD est un cadre de référence pour les partenaires au développement et un guide d'action pour les acteurs nationaux du développement. Elle définit les objectifs généraux à atteindre et les objectifs liés aux grandes options et orientations du développement économique, politique, culturel et social du pays. Il s'agit, selon M. Ilboudo, d'un processus d'échange, de dialogue qui implique avant tout un changement de comportement. Il n'est pas seulement l'apanage des journalistes des communications, mais de tous les acteurs au développement.

Le cas du Mali

Cette introduction par Jean-Pierre Ilboudo a été suivie de l'étude des cas.

Concernant l'étude du Mali, Cheick Hamalla a tout d'abord expliqué le contexte dans lequel est intervenue la PNCD: juste après la chute du régime autoritaire en 1991, l'atelier de définition de la PNCD qui a été voulu par les autorités de la 3ème République. M. Hamalla a expliqué la méthodologie utilisée: constitution de cinq groupes de travail; recrutement d'experts nationaux et internationaux; tenue de l'atelier national qui a abouti à la naissance du document final sur les grandes lignes de la PNCD au Mali.

Elaboration de la PNCD au Mali

ATOUTS	CONTRAINTES
<ul style="list-style-type: none">- Volonté politique affichée des autorités- Disponibilité des partenaires- Existence de structures d'appui (CESPA, CNIES, Radio rurale)	<ul style="list-style-type: none">- Nombre élevé de participants- Non préparés pour l'élaboration de la PNCD- Non implication du monde rural

Mise en œuvre de la PNCD au Mali

ATOUTS	CONTRAINTES
<ul style="list-style-type: none">- Document de référence pour l'Etat, les partenaires internes et externes au développement- Document largement diffusé	<ul style="list-style-type: none">- Non disponibilité des fonds- Perte de mémoire- Cadre juridique institutionnel PNCD non précisé

Le cas de la Guinée-Bissau

Présentant la stratégie nationale de communication pour le développement en Guinée-Bissau, M. Barreto Carvalho a tout d'abord expliqué le contexte de guerre qui a fortement perturbé les travaux de la PNCD. Mais avec l'accalmie, la PNCD a vu le jour.

Elaboration de la PNCD en Guinée Bissau

ATOUTS	CONTRAINTES
<ul style="list-style-type: none">- Document disponible pour les autorités et les acteurs au développement.- Premier travail de fond sur la communication pour le développement	<ul style="list-style-type: none">- Temps très court pour la préparation de la stratégie- Difficulté d'engager des consultants- Choix difficile des partenaires- But de la stratégie non expliqué- Faible implication des décideurs

Mise en œuvre en Guinée Bissau

ATOUTS	CONTRAINTES
<ul style="list-style-type: none">- Documents de portée nationale au service du développement- Ventilation du document	<ul style="list-style-type: none">- Non identification des partenaires financiers- Inexploitation du document par les autorités

Le cas du Burkina Faso

Le Burkina Faso, s'est, selon Pr. Balima, inspiré des premiers pays et a su profiter d'une certaine expertise: consultation de la base au sommet avec en boucle un atelier national.

Elaboration de la PNCD au Burkina Faso

ATOUTS	CONTRAINTES
<ul style="list-style-type: none">- Méthode de participation impliquant tous les acteurs au développement- Appui des autorités et des partenaires au développement	<ul style="list-style-type: none">- Non respect des délais par les consultants- Temps relativement insuffisant- Difficulté de transport

Mise en œuvre au Burkina Faso

ATOUTS	CONTRAINTES
<p>Pas encore débuté</p>	

Le cas du Niger

Le Niger, selon le Pr. Diallo, a, tout comme le Burkina, bénéficié de l'expérience du Mali et de la Guinée-Bissau pour élaborer sa stratégie. Une enquête a été faite au niveau n°1 qui a abouti à l'atelier national.

Elaboration de la PNCD au Niger

ATOUTS

CONTRAINTES

- Volonté politique
 - Partenaires au développement
 - Implication de tous les Nigériens dans le processus.
-

ANNEXE 5 - LES POLITIQUES NATIONALES DE COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT À TRAVERS NEUF ANNÉES D'EXPÉRIENCE DE LA FAO EN AFRIQUE FRANCOPHONE ET LUSOPHONE: MÉTHODOLOGIE ET LEÇONS APPRISSES

Définitions des politiques, stratégies nationales et stratégies sectorielles de communication pour le développement.

Jean Pierre Ilboudo (Ph. D)
Spécialiste de la communication pour le développement, FAO, Rome.

Définitions

Définir une politique de communication pour le développement, c'est reconnaître l'importance et la nécessité d'élaborer des instruments de structuration et de cohérence pour une action globale dans le domaine de la communication.

La politique nationale de communication est à la fois un cadre de référence pour les partenaires de la coopération bi et multilatérale et un guide d'action pour les acteurs nationaux du développement.

Elle définit les objectifs généraux et spécifiques à atteindre, ces derniers devant être intimement liés aux grandes options et orientations du développement économique, politique, culturel et social du pays.

Elle fait l'état des lieux de chaque outil/média dans le contexte général de la situation de la communication du pays et en fonction de ce qu'elle peut apporter comme appui au développement de tous les secteurs et domaines du développement. Cet état des lieux met en exergue les atouts des systèmes et moyens d'information et de communication et indique les contraintes de ces systèmes afin de permettre d'élaborer des analyses fines et qualitatives qui permettent ensuite d'élaborer des plans d'action à court, à moyen et à long termes dont la mise en œuvre constitue l'étape ultime d'un nouvel exercice pratique et concret.

Les stratégies de communication multimédia viennent en appui à la réalisation des objectifs et activités des projets et programmes de développement. Il s'agit de traduire en termes de communication les activités et actions qui sont susceptibles de lever tout ou partie des contraintes identifiées pendant l'analyse de la mise en œuvre des activités d'un programme ou projet de développement.

La stratégie de communication reste sectorielle et est nécessaire pour tout projet ou programme de développement. Elle doit être élaborée pendant la phase de formulation des projets ou programmes; dans tous les cas, elle doit susciter et accompagner la concertation et le dialogue entre tous les partenaires et acteurs du programme ou du projet. Elle doit se baser sur la méthodologie de l'approche participative au regard des étapes de laquelle elle devrait indiquer par ailleurs les outils de communication les plus appropriés pour leur réalisation.

Considérations générales sur la définition des politiques de communication

Interdépendance entre la communication et les autres secteurs et domaines du développement

Le problème fondamental est la relation à établir entre la communication - infrastructures et activités - d'une part, et les objectifs nationaux, d'autre part, ou en d'autres termes, l'intégration du développement de la communication dans les plans de développement général.

Comme la communication n'est pas un secteur séparé et autonome, l'interdépendance, plus marquée peut-être dans ce domaine que dans d'autres, fait qu'il est essentiel de formuler des politiques de communication ne se limitant pas à l'information, ou encore aux médias, mais prenant en considération tous les moyens qu'une société peut utiliser pour ses objectifs généraux de développement.

Il ne faut pas oublier que les politiques de communication vont de pair avec celles qui sont formulées dans d'autres domaines - éducation, agriculture, élevage, culture et hydraulique - et doivent être conçues pour les compléter.

Il doit y avoir une interface entre la communication et ces autres secteurs de façon que la communication favorise les services sociaux, agricoles, éducatifs et autres.

Pour une nouvelle approche du développement de la communication

D'un autre côté, ces politiques ne doivent pas être utilisées que pour des questions de structures et de matériel, ni pour dicter le contenu de la communication ou restreindre l'expression des diverses opinions.

La préoccupation principale touche aux conséquences des nouvelles approches du développement de la communication, son rôle, et ses systèmes. L'ancien modèle de développement utilisait la communication surtout pour la diffusion de l'information, pour faire comprendre à la population les " *bénéfices* " que promet le développement et les " *sacrifices* " qu'il exige, et pour lui inspirer le désir de suivre les leaders.

On reconnaît aujourd'hui que ce modèle, dans les pays en développement, a profité à ceux qui étaient déjà privilégiés au sein de la communauté plus qu'aux marginaux et que le fossé qui existe entre les riches et les pauvres se ne réduit pas. Ce qui est donc essentiel, ce sont les conséquences de la nouvelle stratégie du développement pour les politiques de la communication.

Si l'on garde présent à l'esprit ce nouveau modèle de développement qui implique la participation de la population aux affaires de la nation, et qui permet à chaque citoyen d'affirmer son identité personnelle ou culturelle, l'objectif essentiel de toute politique de la communication, particulièrement pour les pays en développement, doit être de fournir à chaque pays les infrastructures, et en particulier les télécommunications, les médias et les outils de communication les plus adaptés à ses besoins.

Certes, le développement économique, industriel et technique joue un rôle important dans l'élévation du niveau de vie des peuples et des nations, et doit

donc être poursuivi et renforcé. Mais, là comme ailleurs, la finalité étant l'homme, la communication entre les hommes est une condition fondamentale de leur épanouissement qualitatif et de celui des sociétés dans lesquelles ils vivent. C'est l'existence de cette communication et de sa démocratisation qui peut contribuer à l'avènement de cet autre développement et à la qualité de vie plutôt que de les fonder exclusivement sur la variété et la quantité de biens produits.

Pour une communication à dimension humaine

S'il est vrai que la communication ne peut à elle seule engendrer le développement, il est aussi vrai qu'une communication insuffisante rend le développement plus lent et plus difficile, en même temps qu'elle entrave la participation populaire. La plupart des gouvernements des pays en développement en ont conscience. A cet égard, il faut souligner l'importance du fait que les populations ont de plus en plus conscience de la nécessité de ces changements. Cette conscience est d'ailleurs un facteur puissant qui leur permet d'organiser et de se préparer au changement. Pour que ce soit possible, la communication ne doit pas être le monopole des médias, mais doit être le fait des instituteurs, des vulgarisateurs agricoles et des vulgarisateurs chargés de l'action sanitaire qui ont un rôle à jouer pour créer progressivement un climat de lucidité et éliminer les craintes que le processus de changement provoque parfois dans l'esprit des hommes.

La formulation des politiques de la communication devrait favoriser la mobilisation des ressources nationales, renforcer la coordination des infrastructures existantes ou envisagées, fonder des choix rationnels en ce qui concerne les moyens (notamment techniques et technologiques), faciliter la satisfaction des besoins des plus démunis et l'élimination des déséquilibres les plus évidents (rural/urbain, masses/élites).

La mise en œuvre de la politique passe par un cadre juridique et institutionnel approprié

La question du cadre institutionnel est au centre de la définition des politiques nationales de communication pour le développement. En effet, la formulation d'une politique s'applique habituellement sur une législation nationale, qui est parfois de nature constitutionnelle et générale, et parfois de caractère spécifique: la lecture ou la relecture de ces législations est utile pendant l'exercice de définition pour s'assurer de leur pertinence et de leur caractère complet quant à couvrir les différents aspects juridiques de la communication.

Un autre volet de cette question du cadre institutionnel est de déterminer la structure institutionnelle qui sera chargée de la mise en œuvre de la politique de communication. La règle qui doit guider le choix de cette institution est l'intersectorialité d'une part, et ce d'un point de vue technique, et la force morale de la structure d'autre part, et ce d'un point de vue politique.

Une approche multimédia est nécessaire

Indépendamment des systèmes politiques et presque indépendamment du niveau de développement, les structures de communication sont caractérisées par la prépondérance des médias et des technologies qui permettent l'organisation de la communication de masse.

Il est donc normal que ces aspects-là occupent une place de choix dans les politiques de communication, mais il ne faudra pas pour cela oublier les médias de groupe englobant les moyens traditionnels et ceux issus de la technologie

avancée qui renferment des possibilités d'expression locale à l'échelle humaine, pouvant amener à la communication non seulement une plus grande variété de personnes et d'intérêts, mais également ouvrir à chacun les privilèges normalement réservés aux professionnels.

C'est ainsi que les moyens modernes aussi variés que les radios privées et la presse rurale peuvent permettre, par un accès facile, une participation à la vie quotidienne et locale en dépassant la communication centralisée.

Cela ne signifie nullement que seuls les non-professionnels peuvent contribuer au développement de l'expression à une échelle humaine.

La constitution d'un noyau de communicateurs bien formés et d'une collectivité créatrice est aussi indispensable à une infrastructure de communication que les propres aspects mécaniques du système.

Certes, tous les membres d'une telle communauté ne sont pas des professionnels bien intentionnés qui peuvent encourager les non professionnels et les aider à atteindre le niveau souhaitable pour assurer le meilleur rendement possible dans le processus de communication.

Participation et démocratie

Les politiques de la communication sont également nécessaires en tant que préalables à la réduction des nombreuses disparités qui sont si souvent constatées. L'inégalité et la discrimination dont les femmes font l'objet dans le monde entier constituent une parfaite illustration de cet état des choses.

Les politiques de la communication et les stratégies du développement, en tant qu'instruments nécessaires à la solution des grands problèmes de notre temps, devraient d'abord permettre aux moyens «d'information» de devenir des moyens de « communication».

Parce que la communication suppose accès, participation et échange, différents médias devraient trouver leur place dans le processus de démocratisation de la communication.

C'est à ce niveau que les liens entre démocratisation et développement apparaissent le plus clairement.

En effet, d'une part, si les politiques de la communication doivent viser la démocratisation de la communication et si, d'autre part, ces politiques ne peuvent être conçues qu'en fonction de leur intégration dans des programmes de développement, il apparaît nécessaire d'associer les intéressés à leur formulation.

Le moyen de faire participer activement les populations dans le processus de communication à double sens est de les associer à la programmation et à des prises de décision multiples, à condition qu'au départ une volonté politique d'aboutir à ce résultat existe.

Les politiques de communication dans les pays développés comme dans les pays en développement ne peuvent être définies et élaborées qu'avec la participation de toutes les instances qui incarnent les forces vives des pays eux-mêmes.

Pour assurer la mise en œuvre de ces politiques et des plans qui en découlent, les pays doivent d'abord et avant tout compter sur eux-mêmes; les aides et les appuis extérieurs, dans la mesure où ils doivent être renforcés et accrus, ne constituent qu'un apport complémentaire de la politique d'auto-développement et des efforts internes de mobilisation des ressources nationales.

Enfin, les politiques nationales de communication pour le développement doivent naturellement être conduites par les pays en développement en tenant compte de leurs situations spécifiques, des réalités et de leurs besoins propres.

Méthodologie d'élaboration de la politique nationale de communication pour le développement (PNCD)

Après ces considérations d'ordre général, il convient d'indiquer quelques considérations d'ordre méthodologique. La définition d'une politique nationale de communication pour le développement sera précédée par les étapes méthodologiques suivantes.

1. L'identification des thèmes et secteurs de la communication devant faire l'objet d'un état des lieux.
2. L'élaboration d'un document de référence pour les consultants nationaux chargés d'entreprendre les études thématiques et sectorielles. Ce document doit faire ressortir clairement les grandes options du développement économique, politique, social et culturel du pays.
3. L'organisation d'un atelier pédagogique à l'intention des consultants nationaux. Cet atelier a pour objectif de rappeler l'objet, les concepts, composantes, principes, fonctions, méthodes, applications et mise en œuvre de la communication pour le développement. Sont étudiés minutieusement pendant cet atelier le document de base devant guider les recherches et leur donner une assise concrète et nationale (les grandes options du développement), les documents de la division technique et les termes de mandat de chaque consultant en rapport avec les outils méthodologiques quantitatifs et qualitatifs qui devront être utilisés sur le terrain.
4. Le lancement des études thématiques et sectorielles pour une durée d'environ deux mois minimum avec l'utilisation des méthodes actives de la recherche participative.
5. L'organisation et la tenue de rencontres régionales pour identifier les besoins en information et en communication des communautés rurales. Ces rencontres ont pour but d'associer les populations et tous les acteurs du développement à la base à la définition de cette politique à travers la collecte des principales propositions émanant de ces communautés. C'est à cette occasion que sont désignés les représentants de la région ou de la province qui participeront à l'atelier national.
6. La production d'un document de synthèse des études réalisées sur le terrain ainsi que des résultats des rencontres régionales qui constituera le document de base pour les travaux de l'atelier national. Le document de synthèse met en relief les différentes problématiques, les questionnements pertinents à même de générer une interaction entre les différents partenaires du développement dans les utilisations de la communication sous tous ses aspects.

7. L'atelier national de définition de la politique nationale de communication pour le développement qui réunit: les représentants des régions et des provinces, les organisations gouvernementales et les ONG, les membres de la société civile, des confessions religieuses et les médias, ainsi que les représentants de la coopération bi et multilatérale qu'il faudrait associer dès la formulation et le lancement du projet pour susciter leur intérêt à la définition et à la mise en œuvre de la politique nationale de communication. Ceux-ci seront tenus informés régulièrement de l'évolution du projet et des progrès réalisés. L'atelier combinera des travaux en plénière et des travaux en groupe dont la préparation doit être minutieuse.
8. L'élaboration d'un programme national de communication pour le développement (sur la base des plans d'action) contenant des sous-programmes budgétisés à soumettre à une consultation des partenaires de la coopération.

Leçons méthodologiques apprises

- a Il est utile d'organiser des rencontres régionales en vue d'identifier, d'inventorier et d'analyser les besoins en information et en communication des populations. Les résultats de ces rencontres régionales seront validés lors de l'atelier national devant définir la politique nationale de communication pour le développement.
- b. Il est nécessaire de se baser sur des documents fondamentaux relatifs aux options politiques, économiques, sociales et culturelles du pays, car une politique nationale de communication pour le développement se réfère au cadre global du développement national; elle ne se définit pas en soi et pour soi.
- c. Au-delà de la réflexion menée pour définir la politique nationale de communication pour le développement, l'atelier est également un forum d'information et de formation. En raison du manque d'homogénéité au niveau des participants sur la question, une mise à niveau de tous les participants peut s'avérer nécessaire. Pour cela, l'organisation d'un atelier préliminaire sur le rôle, le concept et la méthodologie de la communication pour le développement s'impose, cet atelier préliminaire qui pourrait occuper le premier jour de l'atelier ferait appel à des outils audiovisuels pouvant faciliter cette mise à niveau.
- d. Le document de synthèse devrait être plus étoffé sur la méthodologie et le rôle de la communication pour le développement.
- e. Pour la mise en œuvre de la politique, l'étude sectorielle sur le cadre juridique et réglementaire de la communication devra traiter suffisamment la question des différents cadres institutionnels possibles.
- f. La constitution des groupes de travail est fonction de l'organisation de chaque pays et de ses priorités dans l'identification des études sectorielles et thématiques en amont.

Au Mali, les participants se sont constitués en cinq groupes de travail:

- | | |
|-----------|---|
| Groupe I | La définition des objectifs et des missions de la PNCD. |
| Groupe II | La définition du cadre juridico-administratif de la PNCD. |

Groupe III	Les médias et choix technologiques.
Groupe IV	La formation en communication pour le développement.
Groupe V	Les axes d'action et stratégies.

En Guinée-Bissau, les participants au séminaire se sont constitués en cinq groupes de travail:

Groupe I	La mission, les objectifs et les aspects juridiques de la stratégie nationale de communication pour le développement.
Groupe II	Les besoins et stratégies en matière de communication pour le développement.
Groupe III	Le rôle et la place des médias ainsi que des supports de communication éducative dans la stratégie nationale de communication pour le développement.
Groupe IV	La formation à la communication pour le développement
Groupe V	Le cadre institutionnel pour la mise en œuvre de la stratégie nationale de communication pour le développement.

En Centrafrique, trois commissions ont été créées:

Commission I	Le cadre juridique et institutionnel de la communication.
Commission II	Les médias publics et privés dans le processus de développement.
Commission III	La production des outils et la formation à la communication pour le développement.

Ici, l'atelier n'a pas jugé utile de créer une commission chargée des besoins et des plans d'action, estimant à juste titre que ces points ne pouvaient être traités hors de ces trois commissions; il a donc été préconisé que les besoins et les plans d'action soient discutés et élaborés au sein de chaque commission. Une telle démarche s'est révélée bénéfique aux participants qui ont tous eu l'occasion de débattre de la programmation des actions à mener à court, moyen et long termes.

Au Cap-Vert, cinq commissions de travail ont été mises en place:

Commission I	Les médias face à la problématique du développement.
Commission II	Les aspects techniques et technologiques de la communication (télécom et NTIC)
Commission III	Les outils de communication éducative et de proximité
Commission IV	La formation en communication pour le développement
Commission V	Les aspects juridiques et institutionnels de la communication.

Au Burkina Faso, trois commissions de travail ont été mises en place:

Commission I	La formation en communication pour le développement et les besoins en information.
Commission II	Les médias, la communication sociale et les NTIC.
Commission III	Réformes juridiques et institutionnelles.

Les constantes de ces groupes de travail d'un point de vue de la thématique sont:

- les médias,
- la formation,
- le cadre juridique et institutionnel pour la mise en œuvre de la politique.

Ce dernier point souligne qu'il ne s'agit pas de formuler des projets et d'élaborer des stratégies de développement; encore faut-il une réelle volonté politique pour la mise en œuvre de ces programmes. Ce qu'il faut, aujourd'hui, c'est s'engager résolument au niveau national. Ce n'est qu'ainsi que l'on pourra exploiter les ressources de la communication au service de la santé, de l'éducation, de l'agriculture, de l'alphabétisation, en un mot, au service du développement du pays.

Dans chacun des pays, l'élaboration des plans d'action à court, moyen et long termes constitue une constante.

Approche comparative des politiques nationales de communication pour le développement

OBJECTIFS GÉNÉRAUX	PAYS				
	Mali	Guinée-Bissau	République Centrafricaine	Cap Vert	Burkina Faso
Promouvoir la participation des populations/dialogue	X	X	X	X	X
Appuyer les initiatives des communautés de base	X	X	X	X	X
Echanger informations, savoirs et techniques entre les communautés	X	X	X	X	X
Diffuser des informations ou introduire des innovations/ mise à disposition des instruments de communication sociale	X	X	X	X	X
Promouvoir des systèmes de vulgarisation, d'encadrement, de formation et de communication horizontaux	X	X	X	X	X
Appuyer le processus de lutte contre la pauvreté et la promotion du développement communautaire	X	X	X	X	X
Appuyer le processus de décentralisation	X	X	X	X	X
Répondre aux besoins d'information des différentes catégories de la population	X	X	X	X	X
Démocratiser l'accès aux grands moyens d'information par un développement harmonieux et décentralisé des infrastructures de production et de diffusion	X	X	X		X
Créer des voies de feed-back entre les communautés et les structures centrales de décision			X		
Favoriser la libre expression des populations rurales sur les questions qui les concernent (éducation pour la santé, excision, rôle de la femme, éducation, religion)	X		X		
Doter les pouvoirs publics et les dirigeants des moyens de promotion de l'information publique relative aux droits et devoirs des citoyens.	X			X	

ANNEXE 6 - DISCOURS DE CLOTURE

Par M. Gérard Bernard, Représentant de la FAO au Niger

Niamey le 05/04 /2002

Palais des congrès

Excellence Monsieur le Ministre des Transports et de la Communication,
Mesdames et Messieurs les membres du Gouvernement,
Mesdames et Messieurs les Membres du Corps Diplomatique et Représentants
des Organisations Internationales et Interafricaines,
Mesdames et Messieurs les Délégués des pays membres de la CEDEAO,

Messieurs les Consultants et Experts,

Nous voici au terme des travaux de cet Atelier régional bilingue. Il me plaît de constater qu'après cinq jours d'échanges, de partage et concertation, vous êtes arrivés aux conclusions et recommandations que le rapporteur de votre atelier vient de nous présenter.

Qu'il me soit permis de vous remercier pour le travail accompli et de faire les commentaires et les observations suivantes sur les résultats de vos travaux.

Ceux-ci ont enrichi la démarche méthodologique utilisée jusqu'à nos jours pour l'élaboration et la mise en œuvre des politiques nationales de communication pour le développement.

Vous avez été en mesure de proposer un certain nombre d'étapes, onze plus précisément pour l'élaboration des politiques nationales de communication et sept pour leur mise en œuvre.

Vous avez ainsi contribué à améliorer et à asseoir un modèle d'élaboration et de mise en œuvre des politiques de communication en dix-huit étapes méthodologique. L'avantage de ce modèle réside en ce qu'il décompose en plusieurs domaines précis et détaillés les éléments à prendre en compte pour une planification de la politique et une mise en œuvre des plans d'action et des stratégies sectorielles de communication.

Dans le domaine de l'élaboration des politiques, vous avez cru utile d'ajouter les nouvelles étapes suivantes:

- l'engagement et l'affirmation de la volonté politique du gouvernement ou de l'Etat d'élaborer et de mettre en œuvre une politique nationale de communication; comme étant une étape préalable;
- la création d'un comité national de pilotage chargé de l'orientation stratégique et de l'impulsion au niveau national;
- la rédaction d'un document de référence pour orienter les consultants sur les grandes options du développement économique, social et culturel de l'environnement;

- la restitution des résultats de l'atelier national dans la région et les provinces et auprès des structures, organisations de la société civile et des partenaires au développement.

Pour ce qui est de la mise en œuvre de la politique, il ressort des 6 étapes identifiées, que celles relevant de:

- la réaffirmation de la volonté politique
- l'identification des ressources humaines et de la mobilisation des ressources financières pour le fonctionnement de l'unité de coordination
- le suivi-évaluation de la PNCD

sont novatrices.

En effet, il reste utile et impérieux que soient servies et évaluées périodiquement les activités de communication pour le développement.

Je me réjouis de savoir que vous avez maîtrisé le processus d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia. Il vous revient à présent d'en faire bénéficier les programmes et projets de terrain.

Il faut faire en sorte que les politiques nationales de communication se traduisent en plans d'action à court, moyen et long terme, s'inspirant des méthodologies de planification stratégique que vous avez passées en revue, discutées et internalisées.

Les recommandations que vous avez formulées pendant votre atelier feront l'objet d'une attention particulière pour ce qui concerne celles adressées à la FAO.

Nous ferons en sorte que toutes vos recommandations soient transmises et appuyées auprès des partenaires pour leur mise en œuvre.

Nous garderons le contact avec la CEDEAO pour qu'ensemble nous prenions en compte les préoccupations, les attentes exprimées au travers de vos recommandations.

Excellence Monsieur Le Ministre,

La FAO souhaiterait que soit mise en place une Commission ad hoc au système des Nations Unies, chargée d'appuyer les efforts des différents acteurs nationaux pour la mise en œuvre de la planification opérationnelle, des stratégies de communication et des plans d'action découlant de la politique nationale de communication pour le développement.

DISCOURS DE CLOTURE

Par Mme Sani Mallan Mahamane, Ministre des Transports et de la Communication

Messieurs les Présidents des institutions de la République,
Mesdames et Messieurs les Ministres,
Madame, Messieurs les Députés Nationaux,
Excellences Mesdames et Messieurs les Ambassadeurs,
Mesdames et Messieurs les Représentants des Organisations internationales,
gouvernementales et non gouvernementales,
Messieurs les Directeurs Généraux et Centraux,
Monsieur le Préfet, Président de la Communauté Urbaine de Niamey,
Monsieur le Préfet de Diffa,
Messieurs les Secrétaires Généraux,
Honorables invités,
Mesdames, Messieurs les participants,

Après cinq jours d'intenses travaux, nous voici au terme des assises de l'Atelier national pour la définition de la Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD).

Mesdames et Messieurs les Participants,

Les débats animés, parfois houleux, que vous avez eus aussi bien en plénière que dans les commissions, les échanges fructueux dont vous vous êtes mutuellement enrichis à l'occasion des contributions des structures et institutions invitées à ce forum, la revue des études sectorielles et thématiques ainsi que les conclusions des ateliers régionaux vous ont permis de mieux cerner la problématique de la communication pour le développement, de définir les axes d'une politique conséquente et, surtout, de préconiser des actions à court, moyen et long terme pour sa mise en œuvre.

En effet, vous avez procédé à une analyse sans complaisance de l'état des lieux de la communication dans notre pays. Répertoriant les atouts, les contraintes et faiblesses du système actuel, votre diagnostic a conclu à la nécessaire émergence d'une approche nouvelle plus dynamique et surtout mieux adaptée au contexte actuel aux plans politique, technologique, social, culturel et éthique.

Mesdames et Messieurs les Participants

Qu'il s'agisse du développement progressif des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, de la promotion d'une véritable formation en communication pour le développement, de la redéfinition du contenu des médias publics et privés, ou, enfin, de la valorisation des outils et moyens traditionnels de communication, vos réflexions se sont résolument et constamment orientées vers la satisfaction des besoins et attentes des populations et contribueront efficacement à lutter contre la pauvreté dans notre pays.

Aussi, la pertinence de vos conclusions et de vos recommandations confirme-t-elle la nécessité et l'urgence de mettre en place une Politique Nationale de Communication pour le Développement telle que souhaitée par le Gouvernement et attendue par les populations nigériennes.

Mesdames et Messieurs les Participants,

Permettez-moi au nom de Son Excellence Monsieur le Premier Ministre Chef du Gouvernement, de remercier et féliciter l'ensemble des participants à ce forum. La disponibilité et l'engagement personnel de chacun de vous ont permis de produire un document de qualité dont nous pouvons être légitimement fiers et qui nous permettra, j'en suis sûr, de mieux organiser un secteur aussi stratégique que la communication au service du développement.

Je voudrais faire ici une mention spéciale à nos frères du Burkina et du Mali qui ont fait le déplacement jusqu'à Niamey et ont enrichi de leur expérience respective les travaux de notre atelier.

Mesdames et Messieurs,

Notre pays dispose désormais d'un cadre de référence, dans lequel doivent s'insérer de façon harmonieuse et rationnelle toute initiative, toute action de communication destinée à soutenir le développement et à promouvoir le mieux-être des populations nigériennes.

La finalité de cette politique de communication est de rendre efficaces nos actions, en limitant les dispersions et les duplications sur le terrain du développement, en évitant les distorsions et autres incohérences souvent constatées.

Mesdames et Messieurs les Partenaires au développement,

L'option que vient de faire le Niger dans le domaine de la Communication vise à promouvoir un développement communautaire durable, au bénéfice des populations et avec elles. En effet, la Politique Nationale de Communication pour le Développement suppose un dialogue social permanent, l'instauration d'un système de transfert et d'échange fructueux d'informations. Elle vise la mobilisation des populations en vue de leur participation consciente à l'amélioration de leur environnement et de leurs conditions de vie.

Mais, la Politique Nationale de Communication pour le Développement suppose aussi un matériel technique opérationnel et maîtrisé, des outils de communication appropriés, performants et suffisants, des médias accessibles aux populations les plus reculées et souvent isolées. Il s'agit en somme de démocratiser l'accès aux moyens d'information et de communication par un développement harmonieux et décentralisé des infrastructures de production et de diffusion et la promotion de la téléphonie tant urbaine que rurale.

Enfin, la PNCD suppose des acteurs avisés et formés aux métiers de l'information et de la communication et suffisamment imprégnés des nouvelles orientations en matière de communication pour le développement.

A l'évidence, cette nouvelle approche de la communication appliquée au développement, représente pour nous tous un défi dont la réalisation requiert, hélas, des moyens énormes.

Aussi, le gouvernement du Niger espère-t-il l'engagement de tous ses partenaires bi et multilatéraux, des institutions et ONG en vue de la réalisation

effective du plan d'action de la PNCD à travers notamment des soutiens technique, financier et matériel.

Je voudrais encore une fois remercier la FAO et l'UNICEF pour les appuis inestimables qu'ils ont apportés jusqu'ici à ce projet et pour l'engagement pris ici même à soutenir la mise en œuvre de la PNCD.

Mesdames et Messieurs les participants à l'Atelier de définition de la PNCD,

Vous venez d'accomplir une œuvre historique d'intérêt national en dotant notre pays d'un document d'orientation et de référence en matière de communication pour le développement.

Soyons donc, chacun dans sa sphère d'activité et de responsabilité, des leaders d'opinions et des acteurs avisés et engagés pour la réalisation effective de la PNCD.

En réitérant mes remerciements à vous tous, je souhaite un bon retour dans leur foyer à ceux d'entre vous venus parfois de si loin et déclare clos l'Atelier National pour la définition de la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

Je vous remercie de votre attention.

ANNEXE 7 - LA SITUATION DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION AU SEIN DE LA CEDEAO

**Par Adrienne Yandé Diop,
Directrice de la Communication de la CEDEAO**

Abuja mars 2002

Madame le Ministre des Affaires Etrangères, chargée de l'Intégration africaine,
Monsieur le Ministre des Transports et de la Communication,
Monsieur le Représentant de la FAO,
Monsieur le Représentant du PNUD,
Mesdames et Messieurs les Représentants d'Institutions Internationales,
Distingués Invités,
Mesdames et Messieurs,

Je souhaiterais tout d'abord exprimer mes sincères remerciements à la FAO et au PNUD pour avoir organisé cet atelier sur « les méthodologies d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication multimédia et des politiques nationales de communication pour le développement ». J'émetts l'espoir que ce premier atelier soit le début d'une collaboration durable et bénéfique à nos Institutions.

Ma gratitude va également au gouvernement Nigérien qui a accepté d'abriter cette rencontre combien importante pour la CEDEAO. Sa disponibilité est une manifestation de plus, de son engagement à la réalisation des objectifs de la CEDEAO, de l'intégration économique de notre sous-région.

Le Secrétaire exécutif se félicite de la tenue de telles assises, car elles viennent compléter et renforcer ce que nous essayons de faire au niveau communautaire. En effet, le thème qui nous réunit constitue une préoccupation majeure de notre Institution.

Un bref rappel des objectifs, des mécanismes et des activités de la CEDEAO vous édifieront sur cette réalité, si besoin en était.

La Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) a été créée en 1975. Elle a pour objectif de promouvoir la coopération et l'intégration dans la perspective de la mise en place d'une union économique en Afrique de l'Ouest. Cette intégration devrait permettre d'améliorer le niveau de vie des populations, d'assurer la croissance économique, de promouvoir les relations entre les Etats membres et contribuer au progrès et au développement global du continent africain.

La CEDEAO base son action sur les principes fondamentaux suivants:

- Egalité et interdépendance des Etats membres
- Solidarité et autonomie collective
- Coopération inter-Etats
- Harmonisation des politiques et intégration des programmes
- Transparence, justice économique et sociale
- Non-agression entre les Etats membres
- Maintien de la paix, de la stabilité et de sécurité

- Règlement pacifique des différends
- Respect, promotion et protection des droits de la personne
- Promotion et consolidation de la démocratie

Pour fonctionner la CEDEAO s'est dotée des Institutions suivantes:

- La Conférence des Chefs d'Etat et de Gouvernement
- Le Conseil des Ministres
- Le Secrétariat Exécutif
- Le Parlement de la Communauté
- La Cour de justice de la Communauté
- Le Conseil Economique et Social (à créer)
- La Banque d'Investissement et de développement de la CEDEAO (BIDC)
- Le Fonds Régional de Développement de la CEDEAO (FRDC)
- La Banque Régionale d'Investissement de la CEDEAO (BIDC)
- L'Agence Monétaire de l'Afrique de l'Ouest (AMAO)
- L'Institut Monétaire de l'Afrique de l'Ouest (IMAO)
- L'organisation ouest africaine de la Santé (OOAS)
- Les Commissions spécialisées.

La CEDEAO a un certain nombre de réalisations à son actif dans les secteurs suivants:

- Immigration, commerce et douane
- Transports et télécommunications
- Affaires monétaires et financières
- Agriculture et environnement
- Industrie et énergie
- Affaires sociales et culturelles
- Information et communication
- Maintien de la paix et de la sécurité

Vous voyez donc, le développement dans son acception la plus large est au centre de nos activités. Tous les secteurs qui contribuent au développement d'un pays font l'objet de programmes et de projets spécifiques. Et pour aider au développement, pour consolider les acquis, il est nécessaire d'avoir une politique de communication adéquate.

Le rôle de la Communication dans toute activité de développement n'est plus à démontrer.

Création du département de l'Information

C'est en 1990, constatant le déficit en information sur la CEDEAO, la méconnaissance des populations de leur organisation et pour sous-tendre les activités de notre Communauté, que la division de l'information a été érigée en département de l'Information. Il est devenu département de la Communication en 2000, à la faveur de la restructuration du secrétariat, avec une mission plus large et qui prend en compte la formidable révolution dans le secteur des nouvelles technologies de l'Information et de la Communication.

Ce département a pour mission de promouvoir la CEDEAO en tant qu'organisation, de mettre en exergue ses activités et ses programmes. Il s'agit de faire connaître cette Institution auprès des citoyens de l'Afrique de l'Ouest, des

organisations régionales et internationales, de nos partenaires, des opérateurs économiques, du grand public en général.

Pour y parvenir, les moyens classiques de communication et de relations publiques sont utilisés, à savoir les médias, les conférences de presse, les séminaires d'information et de sensibilisation, les publications, les documentaires, les productions audiovisuelles, la publicité, le site web et toutes autres activités jugées adéquates.

Les textes

En 1990, La CEDEAO a formulé une Politique et un Programme d'information. Quatre ans plus tard, en 1994, l'Institution sous-régionale se dote d'un Programme Prioritaire d'Actions en matière d'Information. Ce programme avait pour objectif de lever les obstacles majeurs aux efforts d'intégration, en mettant en place des instruments permettant une participation, voire une appropriation des projets d'intégration par les populations. Face aux difficultés inhérentes à la mise en œuvre de ce programme et aux résultats modestes enregistrés, une Nouvelle Politique d'Information et de Communication de la CEDEAO a été adoptée par les Ministres de l'Information et de la Communication de nos Etats membres en décembre 2000.

Cette Politique réaffirme que l'ignorance des populations des objectifs, programmes et activités de la CEDEAO constituent des obstacles majeurs qui entravent les efforts d'intégration de la CEDEAO. Cette Nouvelle Politique vise donc à accroître la diffusion des informations sur les objectifs et réalisations de la CEDEAO, à faciliter la sensibilisation des citoyens ouest-africains concernant leur organisation en vue de renforcer leur sentiment d'appartenance à la Communauté et partant, les inviter à une participation plus active au processus d'intégration. Leur adhésion aux projets ainsi obtenue, ils ont plus de chance de réussir.

Les principaux axes de cette Nouvelle Politique d'Information et de Communication sont:

- La création de Centres d'Information et de documentation
- La formation des journalistes
- Les publications
- La création d'une radio et d'une télévision CEDEAO
- La coopération avec d'autres organes d'information à vocation nationale, régionale ou continentale
- La création d'un Fonds de la presse
- La création d'un prix d'excellence CEDEAO dans le domaine du journalisme
- La participation des jeunes, des femmes, de la société civile

Dans le but réaffirmer leur adhésion à la liberté de la presse et au pluralisme de l'information, les Chefs d'Etat et de Gouvernement de la CEDEAO ont adopté en décembre 2000, une Déclaration de principes sur la pratique du journalisme, la protection de la profession et le rôle des praticiens des médias dans le processus d'intégration de l'Afrique de l'Ouest.

Activités

Dans le cadre de sa mission le Département de la Communication a entrepris un certain nombre d'activités, notamment:

- des séminaires d'information et de sensibilisation à l'intention des journalistes de la sous-région sur les enjeux de l'intégration économique
- l'organisation d'un forum sur le rôle des médias dans la prévention et la gestion des conflits
- des publications (Bulletin de l'Afrique de l'ouest, la CEDEAO en bref, la brochure d'information)
- des documentaires sur la CEDEAO, ses réalisations et perspectives
- des documents publicitaires (audiovisuels) pour populariser les activités de la CEDEAO, notamment la libre circulation des biens et des personnes.

Contexte médiatique de l'Afrique de l'Ouest

Les années quatre vingt dix ont été marquées par un développement sans précédent des moyens d'information. La consolidation des valeurs démocratiques en Afrique de l'Ouest et le pluralisme politique ont contribué à la multiplication des titres et des stations de radios et de télévision. Au pluralisme politique a succédé le pluralisme médiatique marqué surtout par l'essor des organes privés.

Cependant si cet essor s'est traduit par une diversification des médias et un traitement de l'information pluriel et plus équilibré au niveau national, il n'a pas eu d'impact au niveau de la couverture de l'actualité au niveau régional. En effet, la couverture des événements dans les pays de la sous-région est toujours dominée par les médias internationaux et reprise au plan national. De manière générale, l'actualité chez nos voisins, même les plus immédiats, est toujours présentée sous un angle extérieur. Cette situation donne lieu aux mêmes reportages uniformes produits par les « grandes chaînes » et diffusés dans tous les pays. Les moyens financiers des organes d'information ne leur permettent pas d'avoir des correspondants dans les pays de la sous région, ni même de dépêcher des envoyés spéciaux lors d'événements importants. Il est temps d'avoir des informations sur l'Afrique de l'Ouest produite par les africains.

Projets/Perspectives

Pour pallier les insuffisances soulevées, la CEDEAO souhaiterait collaborer avec certaines Institutions, parmi lesquelles la FAO pour organiser de façon régulière sur des thèmes d'intérêt communs, des séminaires de formation et de spécialisation à l'intention des journalistes de l'Afrique de l'Ouest. La création d'un réseau de journalistes spécialisés dans la couverture des questions agricoles serait très utile pour la sous-région, quand l'on connaît les enjeux que constituent, le développement de l'agriculture, l'autosuffisance et la sécurité alimentaires. Cette initiative serait appuyée par la création d'une banque de données sur l'agriculture dans les pays de la CEDEAO et de l'information agricole.

La CEDEAO soutiendrait et participerait également à la mise en œuvre de certains projets notamment:

- Un réseau de journalistes spécialisés sur les questions de l'intégration économique
- L'organisation de séminaires de formation pour les journalistes dans des domaines précis
- L'ouverture de centres d'information et de documentation dans chaque Etat membre
- La création d'un studio de production audiovisuel au siège de la CEDEAO
- La création d'une radio CEDEAO/Afrique de l'Ouest
- La création d'une télévision CEDEAO/Afrique de l'Ouest

- Le lancement d'un magazine d'information économique, politique et sociale à audience sous-régionale, voire continentale

Conclusion

Si le paysage médiatique de l'Afrique de l'Ouest s'est réellement métamorphosé durant ces dix dernières années, il n'en reste pas moins qu'il reste encore des obstacles à franchir. Le cadre juridique régissant la profession et les organes d'information a besoin de toilettage dans la plupart des pays membres de la CEDEAO. Il est également manifeste que les journalistes ouest africains dans leur grande majorité, n'évoluent pas dans un environnement permettant un plein épanouissement professionnel. Les salaires, les conditions de travail, le contexte politique et économique ne sont pas toujours les meilleurs.

La CEDEAO a pour objectif d'intégrer les peuples, les économies, d'harmoniser les politiques et les structures, de promouvoir la coopération entre les Etats afin d'assurer la croissance et améliorer le niveau de vie des populations. Vaste programme dans lequel la Communication a un rôle fondamental à jouer. Qui mieux que les communicateurs, les journalistes peuvent contribuer au rapprochement des peuples et des nations? Quelles structures sont plus à même que les médias de véhiculer instantanément les messages, de rapporter les événements d'un pays à un autre, d'exprimer les pensées et les opinions émanant de n'importe quel endroit de la planète. Les médias sont indispensables pour véhiculer les activités et les projets, les succès et les échecs en un mot les réalités d'un Etat, d'un peuple ou d'une Institution. La CEDEAO ne fait pas exception.

Grâce aux médias les liens sociaux ont été bouleversés. Des solidarités nouvelles sont apparues et des liens inattendus se sont créés depuis l'avènement du village global. Les peuples de l'Afrique de l'Ouest ne devraient pas manquer cette formidable opportunité de réécrire l'histoire, de se retrouver pour conduire ensemble leur destin commun.

Je vous remercie de votre attention

ANNEXE 8 - LISTE DES PARTICIPANTS À L'ATELIER

NOM	PRÉNOM	PAYS	INSTITUTION	COORDONNÉES
1. Abdoulaye	Coulibaly	TAL TV/ORTN		Ad.Postale: 309 Niamey ou 65 Tel.: 72-39-12/96-27-93 Fax: 72-27-49
2. Abdoulaye	Mamoudou	Niger	MT/C-Niger	
3. Adamou	Mahaman	PDR /ADM		Ad.Postale: 49 keita Tel.: 610-119
4. Alilou	Abdourahmane	Niger	ANP	Ad.Postale: 11158 Tel.: 74-08-09 e-mail: anpniger@intnet.ne
5. Aly	Adamou	PNVD/Niger	Maison de l'Afrique	Ad.Postale: 11.207 Ny Tel: 73-47-00
6. Amadou	Lamine Samb	Sénégal	ANCAR	Ad.Postale: 10307 Dakar Tel: 832436566495779 Fax: 8325579 e-mail: ancar@sentoo.sn
7. ARTHUR	Obayuwana	Guardian Nigéria	Nenspaper (Abuja)	Ad.Postale: plot 218 Fort lammy crescent off Bissau str wNSE zone sise Abouja, Nigeria Tel.: 09-523-1905, Tel: 080-23181186 e-mail: Arthurwana@yahoo.com
8. Awizi	Sim-Fei Tchéou	Togo	Radio-Lomé	Ad.Postale :434 Tel.: 946-27-67 e-mail: awisim@hotmail.com
9. Ayika Traoré	Helène	Niger	UNICEF	Ad.Postale: BP 12481 Tel.: 72-30-08 Fax: 73-35-68 e-mail: hayika@unicef.org
10. Bakary	Fatty	Gambia	Gambia Radio STV . Service (GRTS)	Ad.Postale: GR.T.S RADIO MILLE Seven BANJUL Tel.: 49-79-54/49-51-01 Fax: 49-51-02 Portable: 93-72-10
11. Balima	Serge Théophile	Burkina Faso	Université	Tel.: (226) 30-02-40 Fax: (226) 30-72-42 e-mail: serge.balima@univ.ouag
12. Barreto	Francisco	TGB Guinée Bissau		Ad.Postale :178-Bissau Tel.: (245) 221941-205073 Fax: (245) 221941-222628 e-mail: flarretodecarvalho@yahoo.com
13. Bayala	Betié	Côte d'Ivoire	RTI	Ad.Postale: BP V 191 Abj. Tel.: (225) 23-45-05-01 Tel: 20-21-21-35 Portable: 05-68-08-12

NOM	PRÉNOM	PAYS	INSTITUTION	COORDONNÉES
14. Bonaventure	Assogba	Bénin	ORTB-TV (télévision béninoise)	Ad.Postale :01BP1635 cotonou Tel.: (229) 33-65-56/32-25-30 e-mail: assogbabonav@yahoo.fr
15. Boureima	Magagi	Niger	Consultant	Ad.Postale: 12983 Tel.: (277) 73-28-59 e-mail: boureimagagi@hotmail.com
16. Chinkafa	Hachimou	Niger	MT/C-Niger	Ad.Postale: 185 Tel et Fax: 75-47-34 e-mail: cinkafah@hotmail.com
17. Dankarami	Mamadou	Niger	DPP/MF/E	Ad.Postale: 862 Ny Tel: 72-32-58
18. Daouada	Diallo	Niger	PNCD/Niger	
19. Diadie	Boureima	Niger	FNUAP	Ad.Postale: 11207 Ny Tel: 72-29-80 e-mail: diadie.boureima@undp.porg
20. DIARRA	Cheickna	Mali	Primature	Ad.Postale: Bpe 790 Bamako Mali Tel: (223) 22-97-09/ Tel: (233) 75-88-68 Fax: (223) 229709 e-mail: hamallah@datatech..toolnet.org
21. DIOMBELE	Alassane	Mali	ORTM	Ad.Postale: 171 Bamako Tel.: 21-20-19/75-15-95 Fax: 21-42-05 e-mail: erty@webmail.com
22. GUEHOUN	Ougustin	Côte d'Ivoire	Ministère de la Communication et des N.T.T	Ad.Postale: 08Bp2530 Abidjan
23. HAROUNA	Oumarou	Niger	MF/E/DGP/DPP	Ad.Postale: 862 Tel: 72-32-55/58
24. HARRY	Mouzasas	Accra Ghana		Ad.Postale: bo 2118 Accra-Ghana Tel: 665136/ Tel: 662381/663033 Fax: 669841 (233-21) e-mail: ghneus@ghana.com
25. HASSANE	Saley	ORTN		Ad.Postale: 309 Tel.: 72-31-63 Fax: 72-27-49
26. IBRAHIMA	Sané	Sénégal	CNCR (Banque Mondiale)	Ad.Postale: 132,Sotrac Mermo2 Dakar Tel: 825-56-65 Tel: 827-64-58 Tel: 63-82-780 e-mail: ibrahimasane@sentoo.s.....
27. IDIMAMA	Kouttoudi	Niger	MC/Niger	

NOM	PRÉNOM	PAYS	INSTITUTION	COORDONNÉES
28. JANET	Johnson	Libéria	Radio Vertas	Ad.Postale: Mamba point Monrovia Libéria Tel. : (231) 22-69-79 Tel.: (231) 22-76-97 Fax: (231) 22-69-79 e-mail: jprudence@yahoo.com
29. ILBOUDO	Jean-Pierre	FAO/ROME		Ad.Postale: viale terme di caralla 00100 Rome Italie Tel.: 003-06/57056889 e-mail: jeanpierre.ilboudo@fao.org
30. KANE	Khady	Sénégal	RTS Radio Télévision	Ad.Postale: 1765 Dakar Tel.: 644-04-49 e-mail: Khadykane@yahoo.com
31. KOFFI	Brou Eliane Virgile	Côte d'Ivoire	ANADER (BM)	Ad.Postale: BPV 183 Abidjan Tel.: (225) 20-21-16-88 Fax: (225) 20-21-10-58 Portable: (225) 07-91-61-53 e-mail: koffielianevirgile@anader.or.ci
32. KONE	Hugues	Côte d'Ivoire	Ciscom	Ad.Postale: 17 BP 2166 Abidjan 17 Tel.: (225) 20-22-80-61 Fax: (225) 20-22-80-60 e-mail: hugkone@hotmail.com
33. KOUAO	Sylvain	Côte d'Ivoire	ANOPACI	Ad.Postale: 01 BP 8089 Abidjan 01 Tel.: (225) 22-47-84-20 Fax: (225) 22-44-59-04 e-mail: attoh_ci@yahoo.fr
34. MAHAMAN	M-Bachir	Niger	A.C. Bouch. consultant	
35. MARIAMA	Keïta	Niger	PNUD-Niger	
36. MME ALOU	Haoua	Niger	MAEC/IA	
37. Mme RABETOKOTANY	Balsama	Madagascar (Niger)		ACMAD Ad.Postale: BP antananarivo 101 Tel: (261) 20-22-52 Tel: (261) 928/40241 Fax: (261) 20-22-40581 e-mail: baly@dto.mg/ belalbert2@yahoo.com
38. Mme SEIDOU	Zara Ba	Niger	PNEDD	Ad.Postale: 10193 Ny e-mail: zara.ba@caramal.com
39. MOHAMED	S.Boulanya	Niger	ACMAD	
40. MOSSI	Harouna	Niger	ANPIP	Ad.Postale: 507 Tel.: 73-38-07 Fax: 73-62-93 e-mail: anpip@intnet.ne

NOM	PRÉNOM	PAYS	INSTITUTION	COORDONNÉES
41. OPUBOR	Alfred	BENIN (Nigeria)	COMED	Ad.Postale :BP 378 Cotonou Bénin Tel.: (229) 31-34-54 Fax: (229) 31-54-61 e-mail: alfredopubor@yahoo.com
42. ROCH	Parfait Ouédraogo	Burkina	RTB	Ad.Postale: 03 BP 7029ouaga 03 Tel.: (226) 32-47-02/24-01-68 Fax: (226) 31-04 41 e-mail: rochpar@yahoo.com
43. SAIDOU	Abdou	Niger	PLCP/Niger	
44. SAÏDOU	Abdou	Niger	PCLCP/PNDE	Ad.Postale: 11207 Ny Tel: 72-31-06 Fax: 72-31-86 e-mail: sadab@hotmail.com
45. SALEY	Hamidou Kô	Niger	D.G Commu./Niger	
46. SOUMANA	Kambeidou	Niger	CFRP-Niger	Ad.Postale: 12859 Niamey Tel et Fax: 73-22-61 e-mail: anddh@intnet.ne
47. TAHIROU	Adamou Sandi	Niger	AJPE	Tel: 73-28-82
48. TIEMOGO	Bougi	Niger	PPEAP/Niger	
49. TIEMOU	Saïdou	Niger	UTP/PAC	Ad.Postale: BP 869 Ny Tel.: 75-32-01
50. ULLTON	Waswo	Niger	ACMAD/Niger	
51. YAYA	Diallo	Guinée	Oguidem	Ad.Postale: 25 /BP 1535 /conakry Tel.: 29.89.31 e-mail: agf@ghana.com
52. SILDE	SASSONGO JACQUES	Abidjan	ISTC	Ad.postale: V205 Abidj Portable: 22-42-60-4 Fax: 22-44-84-33 e-mail: sjsilue@yahoo.fr
53. KANCHOA	KOLANI BOUMBOUNDI	Togo	Attaché de Cabinet Communication	Tel: 221 4808

