



# MINISTRE DE L'EAU ET DE L'ASSAINISSEMENT

# STRATEGIE ET PLAN DE COMMUNICATION

2019-2021

Décembre 2018

## SOMMAIRE

SIGLES ET ABREVIATIONS .....	3
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES .....	5
<b>TABLEAUX</b> .....	5
<b>FIGURES</b> .....	5
RESUME EXECUTIF .....	6
INTRODUCTION .....	9
<b>I. CADRE CONTEXTUEL ET JUSTIFICATION DE L'ETUDE</b> .....	10
I.1 Présentation du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement .....	10
I.2 Justification de l'étude .....	14
I.3 Objectifs et résultats attendus de l'étude .....	14
<b>II. DEMARCHE METHODOLOGIQUE</b> .....	15
II.1 Phase de préparation de la mission .....	15
II.2 Phase de diagnostic .....	15
II.3 Phase d'élaboration de la stratégie et du plan de communication .....	16
<b>III. DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION DU MEA</b> .....	17
III.1 Analyse du macro-environnement .....	17
III.2 Analyse du micro-environnement .....	21
III.3 Forces, Faiblesses, opportunités et menaces de la communication du MEA .....	35
III.4 Analyse des problèmes de développement et de communication .....	37
III.5 Analyse des principaux problèmes de communication .....	38
<b>IV. STRATEGIE ET PLAN DE COMMUNICATION DU MEA</b> .....	41
IV.1 Fondements de la stratégie de communication .....	41
IV.2 Objectif global de la stratégie de communication .....	42
IV.3 Axes stratégiques d'intervention et objectifs de communication .....	43
IV.4 Cibles de communication .....	44
IV.5 Types d'approches de communication .....	44
IV.6 Messages clés .....	45
IV.7 Canaux et supports de communication .....	45
IV.8 Cadre logique de la stratégie de communication .....	46
<b>V. VOLET OPERATIONNEL DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION</b> .....	58
V.1 Plan de communication .....	58
V.2 Dispositif de suivi-évaluation .....	115
V.3 Cadre institutionnel et conditions de mise en œuvre du plan .....	115
<b>VI. PLAN ET SOURCES DE FINANCEMENT DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION</b> .....	119
<b>VII. RECOMMANDATIONS</b> .....	120
CONCLUSION .....	121
ANNEXES .....	122
TABLE DES MATIERES .....	131

## SIGLES ET ABREVIATIONS

**2iE** : Institut International d'ingénierie de l'Eau et de l'Environnement.  
**ABV** : Autorité du Bassin de la Volta  
**AELB** : Agence de l'Eau Loire Bretagne  
**AEN** : Agence de l'Eau du Nakanbé  
**AGETEER** : Agence d'Exécution des Travaux Eau et Equipement Rural  
**ANPTIC** : Agence Nationale pour la Promotion des Technologies de l'Information et de la Communication  
**APE/AME** : Association des parents d'élèves/Associations des mères d'élèves  
**ASDI** : Agence Suédoise pour la Coopération et le Développement International  
**AUE** : Association des Usagers de l'Eau  
**CASEM** : Conseil d'Administration du Secteur Ministériel  
**CB** : Comité de Bassin  
**CCRE/CEDEAO** : Centre de Coordination des Ressources en Eau /CEDEAO  
**CCSC** : Communication pour le changement social et comportemental  
**CEDEAO** : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest  
**CEFORE** : Centre de Formalités des Entreprises  
**CFE** : Contribution Financière en matière d'Eau  
**CGPE** : Comité de Gestion des Points d'Eau  
**CLE** : Comités Locaux de l'Eau  
**CNEau** : Conseil National de l'Eau  
**CP/PAGIRE** : Comité de pilotage du Plan d'Action pour la Gestion Intégrée des Ressources en Eau  
**CVD** : Comités Villageois de Développement  
**DAD** : Direction des archives et de la documentation  
**DAEP** : Direction de l'approvisionnement en eau potable  
**DAF** : Direction de l'administration et des finances  
**DCPM** : Direction de la communication et de la presse ministérielle  
**DDI** : Direction du développement institutionnel  
**DEIE** : Direction des études et de l'information sur l'eau  
**DET** : Direction des études et travaux  
**DGA** : Direction générale de l'assainissement  
**DGAEUE** : Direction Générale de l'Assainissement, des Eaux usées et Excrétas  
**DGAH** : Direction Générale des Aménagements Hydrauliques  
**DGBH** : Direction Générale des Bassins Hydrographiques  
**DGEP** : Direction Générale de l'Eau Potable  
**DGESS** : Direction Générale des Statistiques Sectorielles  
**DGIH** : **Direction générale des infrastructures hydrauliques**  
**DGRE** : Direction Générale des Ressources en Eau  
**DMOH** : Direction des opérations de maintenance des ouvrages hydrauliques  
**DMP** : Direction des marchés publics  
**DPE** : Domaine Public de l'Eau  
**DPEA** : Direction Provinciale de l'eau et l'assainissement  
**DPFPO** : Direction de la prospective, de la formulation des politiques et de la planification opérationnelle  
**DPSSE** : Direction de la planification stratégique et suivi évaluation

**DRACPA** : Direction de la recherche, de l'appui conseil et de la promotion de l'assainissement  
**DRH** : Direction des ressources humaines  
**DRSOBT** : Direction de la réglementation et du suivi des organismes de bassins transfrontaliers  
**DSECP** : Direction du suivi évaluation et de la coordination des projets et programmes  
**DSI** : Direction des Services informatiques  
**FFOM** : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces  
**GIP** : Groupement d'Intérêt Public  
**GIRE** : Gestion Intégrée des Ressources en Eau  
**IMCG**: International Marketing – Management consulting Group  
**IOTA** : Installations, Ouvrages, Travaux et Activités  
**MEA** : Ministère de l'Eau et de l'Assainissement  
**ODD** : Objectifs de Développement Durable  
**ONEA** : Office National de l'Eau et de l'Assainissement  
**ONG** : Organisation Non Gouvernementale  
**OSC** : Organisation de la Société Civile  
**PADI** : Programme d'Appui au Développement de l'Irrigation  
**PAGEN** : Projet d'Amélioration de la Gouvernance de l'Eau dans le Bassin de la Volta  
**PAGIRE** : Plan d'Action pour la Gestion Intégrée des Ressources en Eau  
**PGEA** : Programme Gouvernance du secteur Eau et Assainissement  
**PMH** : Pompe à Motricité Humaine  
**PN-AEPA** : Programme National d'Approvisionnement en Eau Potable et d'Assainissement  
**PN-AEUE** : Programme National d'Assainissement des Eaux Usées et Excreta  
**PNAH** : Programme National des Aménagements Hydrauliques  
**PNE** : Partenariat National de l'Eau  
**PN-GIRE** : Programme National pour la Gestion intégrée des Ressources en eau  
**PRVPB/CC** : Projet de Réduction de la Vulnérabilité des Petits Barrages face aux Changements Climatiques  
**PTF** : Partenaire Technique et Financier  
**RIOB** : Réseau International des Organismes de Bassins  
**SAGE** : Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux  
**SDAGE** : Schéma Directeur d'Aménagement et de Gestion des Eaux  
**SNDDAI** : Stratégie Nationale de Développement de l'Agriculture Irriguée  
**SNIEau** : Système National d'Information sur l'Eau  
**SP/GIRE** : Secrétariat Permanent pour la Gestion Intégrée des Ressources en Eau

## LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

### TABLEAUX

Tableau 1 : Analyse des outils et canaux de communication .....	34
Tableau 2 : Analyse des problèmes .....	39
Tableau 3 : Cadre logique .....	47
Tableau 4 : Adaptation des messages aux cibles .....	58
Tableau 5 : adaptation des outils/supports/canaux aux cibles .....	61
Tableau 6 : Plan opérationnel de communication .....	63
Tableau 7 : Budget estimatif par axe .....	80
Tableau 8 : Budget global par axe .....	87
Tableau 9 : Budget opérationnel annuel.....	87
Tableau 10 : Planning triennal des activités.....	97
Tableau 11 : Acteurs : rôles, missions, contributions .....	117
Tableau 12 : Sources potentielles de financement de la communication .....	119

### FIGURES

Figure 1: Organigramme du Ministère de l'eau.....	11
Figure 2: Schéma général de la communication du MEA .....	12
Figure 3: Organigramme de la DCPM.....	13
Figure 4 : Schéma communicationnel entre la DCPM et les différentes structures .....	24
Figure 5: Schéma communicationnel au niveau externe .....	27
Figure 6: Connaissance des structures qui fournissent l'eau potable .....	30
Figure 7: Connaissance des structures de dotation en infrastructures d'assainissement .....	30
Figure 8 : connaissance des lois et textes sur l'eau et l'assainissement.....	31
Figure 9 : Satisfaction des services délivrés par les directions techniques et régionales du MEA en matière d'assainissement.....	31
Figure 10 : Satisfaction sur les sources d'approvisionnement actuelles en eau.....	32
Figure 11 : Satisfaction du mode de gestion des ressources en eau .....	33

## RESUME EXECUTIF

### La problématique

La problématique de l'Eau et de l'Assainissement constitue un enjeu majeur pour le développement socioéconomique du Burkina Faso. A ce titre, il a suscité la création en 2016 d'un département consacré à l'eau et à l'assainissement. Cette initiative s'inscrit dans le cadre du Programme de développement durable à l'horizon 2030 tel que prescrit dans l'ODD n° 6.

A cet effet, le pays a actualisé sa Politique Nationale de l'Eau (PNE) et élaboré 5 programmes opérationnels pour la période 2016-2030. Ce sont le Programme national des Aménagements Hydrauliques (PNAH) ; le Programme National d'Approvisionnement en Eau Potable (PN-AEP) ; le Programme National d'Assainissement des Eaux Usées et Excreta (PN-AEUE); le Programme Gouvernance du secteur Eau et Assainissement (PGEA) et le Programme National pour la Gestion Intégrée des Ressources en Eau (PN-GIRE).

La résolution de la problématique de l'Eau et de l'Assainissement à travers les diverses réalisations et actions entreprises par le MEA est tributaire d'une communication adaptée et soutenue en termes d'information, de sensibilisation, éducation, formation des acteurs dans leur diversité.

Si jusqu'à présent le ministère a communiqué, il apparaît que sa communication ne s'est pas inscrite dans le cadre d'une stratégie globale, formalisée qui l'oriente, l'évalue et la capitalise. Le souci de communiquer sur la problématique vitale de l'eau et de l'assainissement, outre qu'elle facilite l'accès à cette denrée et aux ouvrages d'assainissement permet de rendre visible les réalisations du MEA pour le positionner en tant que département incontournable dans le secteur rural burkinabè.

L'objectif de la présente étude est d'élaborer une stratégie assortie d'un plan de communication triennal à partir d'un diagnostic des environnements micro et macro de la communication du ministère pour en déceler les forces, faiblesses, opportunités et menaces. Ce diagnostic a permis d'identifier et d'analyser les principaux problèmes que la communication doit résoudre.

### La stratégie de communication

La stratégie repose sur les composantes suivantes :

- ✓ Des axes stratégiques d'intervention déclinés en objectifs de communication.  
Le premier axe est relatif au renforcement de la communication interne et de la synergie d'action. Le second axe porte sur le renforcement de la communication externe et la visibilité. Le troisième axe traite de la promotion du changement social et de comportements des usagers.
- ✓ Une catégorisation des cibles en primaires, secondaires et tertiaires, selon leur rapport et degré d'importance à la problématique de l'étude.

- ✓ Six (6) approches de communication ont été retenues : information, sensibilisation, participation/implication, plaidoyer, canal interpersonnel, formation/renforcement des capacités.
- ✓ En fonction de la spécificité des cibles, des idées de messages ont été formulés conformément aux objectifs et aux problèmes de communication.
- ✓ Le choix des canaux et supports de communication obéit à la logique de conjugaison des objectifs à atteindre, des besoins en information/communication, de l'existant communicationnel national, régional et local, de l'état des lieux/diagnostic de la communication réalisé.
- ✓ Les outils/supports/canaux seront utilisés dans deux (2) types de communication assortis d'outils/supports/canaux spécifiques. Il s'agit de la communication de masse et de celle de proximité.
- ✓ Un cadre logique a été réalisé. Sa mise en œuvre reflète les liens de causalité entre les différents niveaux d'objectifs. Elle vérifie également la réalisation des objectifs et définit les hypothèses susceptibles d'influencer la réussite de la mise en œuvre de la stratégie.

### Le plan opérationnel

Il s'appuie sur des éléments constitutifs préalables que sont l'adaptation des messages aux cibles et l'adaptation des outils/canaux/supports aux cibles. Ensuite, à partir de l'objectif global et du type de communication (institutionnel et changement de comportement), les trois axes ont été présentés dans un tableau. Celui-ci comporte les objectifs de communication, les groupes cibles, les modes opératoires/taches et la responsabilité de la mise en œuvre.

Le budget de communication a été élaboré par axe, objectif de communication (décliné en objectif spécifique). De la sommation des coûts et réalisations par axe et objectifs de communication, le budget triennal (2019-2021) du plan s'élève à environ **2 518 100 000 FCFA**. Ce budget obéit à un échéancier de réalisation triennal et annuel.

En vue de la mise en œuvre du plan, un dispositif ainsi qu'un cadre de suivi-évaluation ont été conçus. Une évaluation à mi-parcours en interne ainsi qu'une évaluation externe en fin de réalisation du plan sont prévues.

### Cadre institutionnel et conditions de mise en œuvre

Le dispositif organisationnel repose essentiellement sur la DCPM, les points focaux (DREA), les correspondants dans les directions et services du MEA.

De même, il sera institué un cadre régulier d'évaluation de la communication ainsi qu'un cadre de concertation et de coordination entre la DCPM et les chargés de communication des directions rattachées, projets/programmes, ONG/Associations œuvrant dans le domaine de l'eau et de l'assainissement.

Ce cadre sous la supervision de la DCPM s'attachera à promouvoir notamment l'échange d'information, la mutualisation des expériences et s'assurer de la cohérence des messages en conformité avec la politique du MEA, en matière d'eau et d'assainissement. La réussite

de la mise en œuvre du plan est tributaire de certaines conditions. Il s'agit particulièrement du renforcement des capacités et de la mutualisation des ressources communicationnelles.

Le rôle et la contribution des acteurs et parties prenantes à la communication constituent également un facteur de réussite du plan. En ce que chacun est à même d'engager des actions propres qui confortent et promeuvent la communication sur l'eau et l'assainissement.

### Plan et sources de financement

Le mécanisme de financement proposé allie la contribution budgétaire étatique et partenariale (prêts et de subventions). Les sources de financement peuvent être : le budget national, les institutions multilatérales, bilatérales, régionales, ONG/Associations, la coopération décentralisée (jumelage), le sponsoring, le parrainage, contributions volontaires et citoyennes et de leaders...

### Recommandations

La mutualisation des ressources communicationnelles et la capitalisation des réalisations constituent les deux éléments de recommandations. La mutualisation permet de réduire les coûts de réalisation de s'approprier mutuellement les expériences, d'harmoniser les messages. Relativement à la capitalisation, il s'agira, par une communication suivie, évaluée et adaptée de pérenniser les actions sous forme de pratiques valides et duplicables.



## INTRODUCTION

Le sous-secteur "Eau et Assainissement" est confronté à de nombreux défis relatifs à l'accès durable des populations aux services d'eau potable et d'assainissement, surtout en milieu rural et en zones périurbaines. Au regard de l'importance du secteur, le Burkina Faso s'est engagé à en faire une priorité nationale et à accroître les ressources financières à y consacrer. En effet, de 2000 à 2017, grâce aux différents efforts du gouvernement et de ses partenaires, les taux d'accès à l'eau potable sont passés de 41% à 66,2 % en milieu rural et de 75 % à 91,7 % en milieu urbain. Pour la même période, l'accès à l'assainissement est passé de 2 % à 15,1 % dans les zones rurales et de 30% à 38,3 % dans les zones urbaines<sup>1</sup>. Toutefois, au-delà de ces résultats encourageants, l'accès à l'eau potable et à des systèmes adéquats d'assainissement reste un défi prioritaire pour le gouvernement du Burkina Faso.

Ainsi, dans le cadre des ODD, notamment l'ODD n° 6, le Burkina Faso a entrepris l'actualisation de la Politique nationale de l'eau (PNE) et l'élaboration de programmes opérationnels pour la période 2016-2030. A ce sujet, les cinq (5) programmes opérationnels du PNE ont été finalisés et validés. A savoir le Programme national des Aménagements Hydrauliques (PNAH) ; le Programme National d'Approvisionnement en Eau Potable (PN-AEP) ; le Programme National d'Assainissement des Eaux Usées et Excréta (PN-AEUE); le Programme Gouvernance du secteur Eau et Assainissement (PGEA) et le Programme National pour la Gestion Intégrée des Ressources en Eau (PN-GIRE).

Le rôle de la communication dans une institution comme le MEA est d'accompagner efficacement le processus de mise en œuvre des différentes missions et programmes. D'où l'importance d'optimiser cette communication pour en faire un levier de croissance et de développement. Afin de répondre aux besoins et attentes de ses partenaires et des différents usagers, le ministère a commandité l'élaboration de la présente stratégie assortie d'un plan de communication triennal.

---

<sup>1</sup>[1 source des données: Rapports bilan 2017 PN-AEP et PN-AEUE ]

## I. CADRE CONTEXTUEL ET JUSTIFICATION DE L'ETUDE

Le ministère en charge de l'eau et de l'assainissement a été officiellement créé le du 12 janvier 2016, conformément au décret n°2016-003/PRES/PM, portant composition du Gouvernement du Burkina Faso

### I.1 Présentation du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement

#### I.1.1. Organisation et fonctionnement

Le MEA, quoique de création récente (janvier 2016), s'appuie sur des expériences de départements ministériels antérieurs. En effet, du Ministère de l'Agriculture, des Eaux et Forêts en 1957 (Gouvernement Ouezzin Coulibaly) au Ministère de l'Eau sous la Révolution Démocratique et Populaire, en passant par le Ministère du Développement rural sous la 3<sup>ème</sup> République de 1978 à 1982, le département en charge de l'Eau a connu une instabilité institutionnelle, dans ses attributions ainsi que dans ses missions.

D'un point de vue de son organisation, le ministère est composé du Cabinet et du Secrétariat général.

Le Cabinet comprend le Directeur de Cabinet, les Conseillers techniques, l'Inspection technique de service, la cellule des Chargés de mission, les Secrétaires permanents, le Secrétariat particulier, le Protocole, la Sécurité du Ministre.

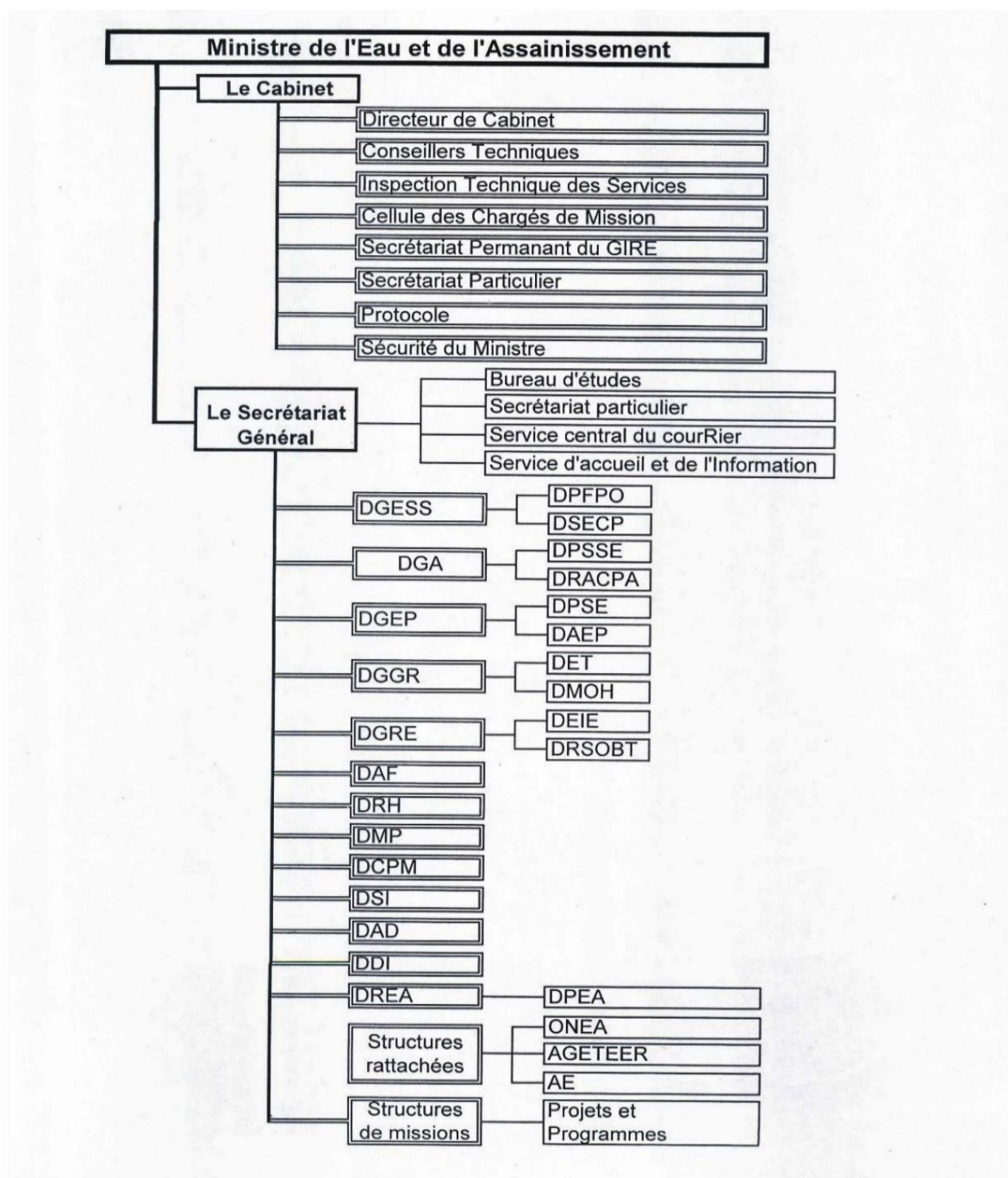
Du Secrétariat Général dépendent les Directions Générales, les Directions Techniques et les Directions Régionales. Les structures rattachées et des missions relèvent du Secrétariat Général de façon fonctionnelle avec toutefois un lien administratif avec le Cabinet.

Les structures rattachées sont l'ONEA, l'AGETEER et les Agences de l'Eau. De par leur statut (Société d'Etat pour l'ONEA, GIP pour les agences de l'Eau), elles ont une marge d'autonomie. L'ONEA et les Agences de l'Eau sont soumises à la double tutelle technique et financière de deux ministères (Eau et Finances / Eau et Commerce).

Les Structures centrales du Secrétariat général sont celles qui exercent leurs missions sous le contrôle direct du Secrétaire général. Il s'agit des Directions des services centraux, des Directions générales et de leurs Directions et Services techniques. Ce sont :

- la Direction générale des études et des statistiques sectorielles (DGESS) ;
- la Direction générale de l'assainissement (DGA) ;
- la Direction générale de l'eau potable (DGEP) ;
- la Direction générale des infrastructures hydrauliques (DGIH) ;
- la Direction générale des ressources en eau (DGRE) ;
- la Direction de l'administration et des finances (DAF) ;
- la Direction des marchés publics (DMP) ;
- la Direction des ressources humaines (DRH) ;
- la Direction de la communication et de la presse ministérielle (DCPM) ;
- la Direction des Services informatiques (DSI) ;
- la Direction des archives et de la documentation (DAD) ;
- la Direction du développement institutionnel (DDI).

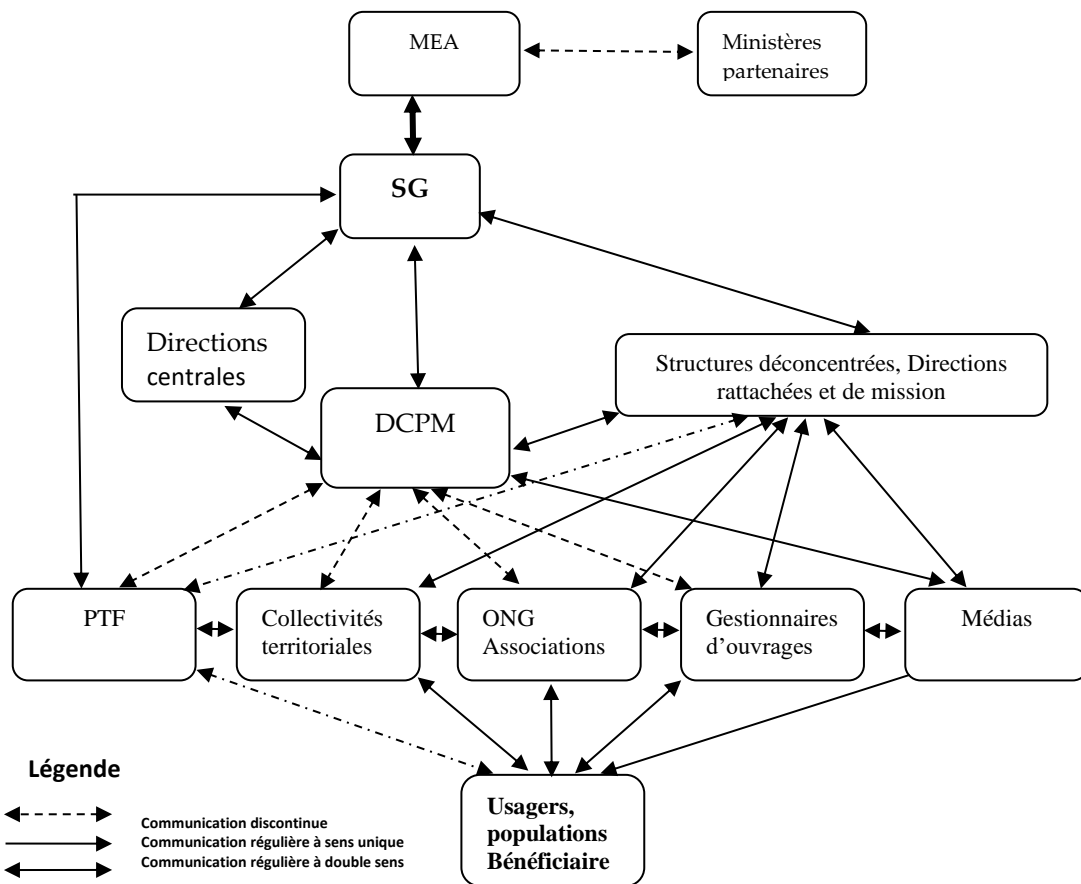
Figure 1: Organigramme du Ministère de l'eau



Source : MEA

## I.1.2 Dispositif global de communication du MEA

Figure 2: Schéma général de la communication du MEA



Source : IMCG

Le schéma communicationnel global du MEA établit des relations entre l'ensemble des structures concourant à la communication.

A un premier niveau, le MEA communique avec les ministères partenaires mais de façon discontinue.

A un second niveau, le SG qui est à un lien direct avec le Cabinet est le point de convergence communicationnelle des Directions centrales, rattachées et de mission, des structures déconcentrées. Ces structures peuvent être certes en relation entre-elles mais elles transitent par le SG. Elles ont toutes des relations fonctionnelles avec la DCPM, du fait du caractère transversal de la communication.

A un troisième niveau, les structures participant à la communication externe, à savoir : les PTF, les collectivités locales, les ONG/associations, les gestionnaires d'ouvrages et les médias sont en relation entre-elles, sollicitent la DCPM parfois en tant que manager de la communication. Cette communication n'est pas continue avec les PT, ONG/associations et gestionnaires d'ouvrages. Elle est plus intense avec les médias. Toujours, au troisième niveau, il s'opère une communication étroite entre les structures déconcentrées,

rattachées et de mission et les collectivités territoriales, les gestionnaires d'ouvrages et les ONG/associations en tant qu'acteurs principaux de mise en œuvre de la communication externe.

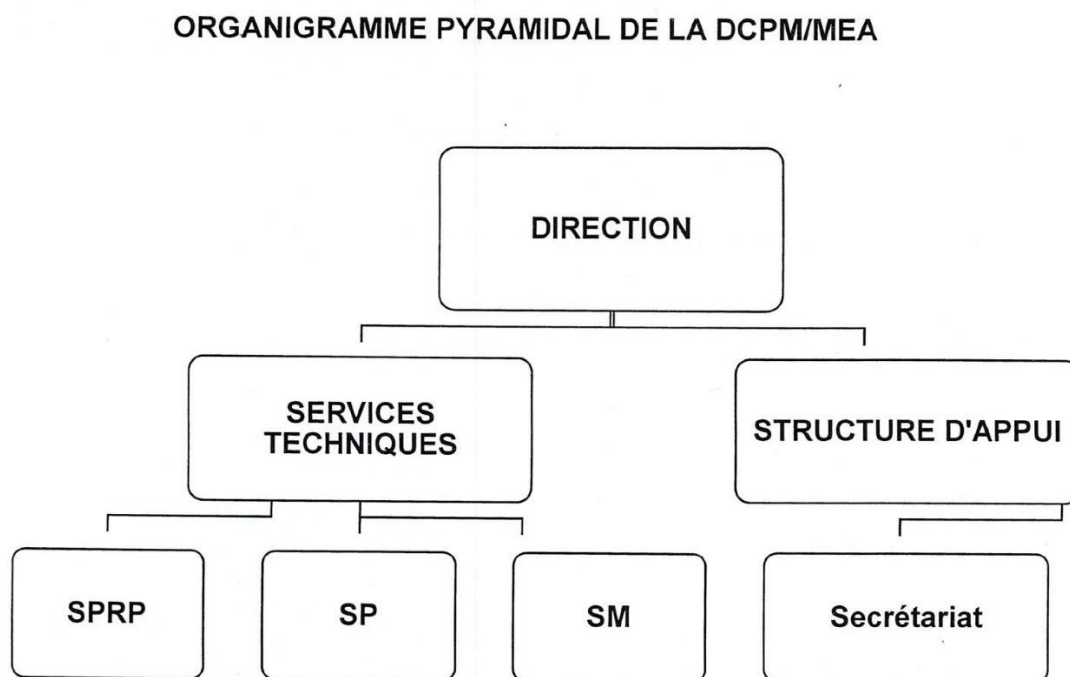
### I.1.2 Positionnement stratégique de la DCPM

Département relevant du Secrétariat général et doté d'une lettre de mission, la DCPM a pour principale mission de coordonner et de gérer les activités de communication interne et externe du ministère. De façon spécifique, il s'agit pour elle de :

- assurer les revues de presse et les synthèses de l'actualité à l'adresse du ministre ;
- assurer les relations avec la presse nationale et internationale ;
- mettre à jour le site web du ministère ;
- assurer la gestion de l'unité audiovisuelle ;
- gérer les relations publiques du ministère.

Structure de mise en œuvre de la communication, elle compte un personnel de neuf (9) membres, dont trois (3) professionnels de la communication. L'ensemble de ce personnel occupe un espace de 2 bureaux.

Figure 3: Organigramme de la DCPM



**Légende :**

- SPRP** : Service Presse et Relations Publiques ;
- SP** : le service de la Production ;
- SM** : le Service multimédia.

Source : MEA

La DCPM est organisée en trois (3) services : production, multimédia, presse et relations publiques. Ceux-ci ne sont pas pour l'instant, pourvus du personnel et de l'équipement suffisants et appropriés pour exécuter les tâches prescrites.

La communication au sein de la DCPM s'effectue à travers les réunions de service et de concertation, de restitution, le SMS, les téléphones portable et fixe, les réseaux sociaux, les rapports et comptes rendus, les notes de service.

## I.2 Justification de l'étude

Depuis sa création, sous sa dénomination actuelle, le Ministère a réalisé de nombreuses activités de communication. Au-delà du passé récent et au gré de l'instabilité institutionnelle qui l'a particulièrement caractérisé depuis 1960, le département en charge de l'Eau et de l'Assainissement a toujours communiqué.

Il dispose donc d'un existant en termes de réalisations communicationnelles. Mais il faut le reconnaître, ces actions de communication ne se sont jamais inscrites dans le cadre d'une stratégie de communication globale formalisée, suivie et évaluée.

Ce manque, de toute évidence réduit la portée et l'impact des actions de communication en ce que celles-ci s'inscrivent dans le ponctuel et le circonstanciel plutôt que dans la continuité voire la pérennisation. Conséquence : il est difficile de capitaliser les acquis et de corriger les insuffisances en vue d'atteindre l'efficacité. Pourtant, cette capitalisation n'est possible que si l'on dispose d'un document de référence qui oriente et planifie les actions, c'est-à-dire une stratégie assortie d'un plan de communication. Il est incontestable qu'une communication formalisée et planifiée favorise l'instauration du dialogue et le maintien d'un cadre permanent d'échange indispensable au renforcement de la cohésion au sein de toute administration.

En outre, l'importance socio-économique du département aussi bien au niveau local que national, lui commande d'être visible tant auprès des bénéficiaires de ses actions que de ses partenaires. Il faut dès lors communiquer à partir d'une vision, des objectifs et des réalisations orientées par une stratégie. Enfin, l'accès à l'eau potable et aux ouvrages d'assainissement peut être grandement facilité par une communication ciblée et pertinente.

## 1.3 Objectifs et résultats attendus de l'étude

L'objectif général de l'étude est d'élaborer une stratégie et un plan de communication triennal au profit du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement (MEA).

Il s'agit spécifiquement de :

- ✓ élaborer une stratégie globale de communication pour le MEA ;
- ✓ élaborer un plan triennal de communication 2019-2021 assortie d'un budget détaillé ;
- ✓ Elaborer un planning annuel d'activités ;



- ✓ Elaborer un plan de suivi-évaluation.
- ✓ Elaborer un plan de financement de la stratégie ;
- ✓ Identifier les sources de financement de la stratégie.

## II. DEMARCHE METHODOLOGIQUE

La démarche d'élaboration de la stratégie et du plan de communication s'est déroulée en trois(3) phases : la préparation, le diagnostic et la conception de la stratégie et du plan de communication.

### II.1 Phase de préparation de la mission

Une réunion avec une équipe du MEA (DCPM, DGA, DGEP, Comité sectoriel Eau, Environnement, Assainissement) le 20 octobre 2017 a permis d'harmoniser la compréhension des termes de référence et d'amender la méthodologie de l'étude. Cette étape a été suivie de l'examen d'un ensemble de documents composés essentiellement de rapports, de documents en matière d'existant communicationnel sur l'eau et l'assainissement du MEA et de ses structures rattachées et de mission qui a permis de préparer les outils d'investigation sur le terrain (guides d'entretiens et questionnaires).

### II.2 Phase de diagnostic

En fonction des objectifs de cette étude, la méthodologie mixte de recherche (quantitative et qualitative) a été retenue. Cette orientation a ainsi permis de générer des idées et des hypothèses qui ont contribué à identifier les difficultés de communication du MEA.

L'échantillon de l'enquête quantitative, résulte d'un sondage selon la méthode stratifiée non proportionnelle (ménages) et la méthode à choix raisonné (gros usagers) qui a facilité une répartition par profil socioprofessionnel. Pour les ménages, les critères de stratification retenus sont la région et le milieu de résidence. Quant aux gros usagers, ne disposant pas de statistiques, il a été procédé à un choix raisonné basé sur l'importance des localités où se trouvent les gros consommateurs d'eau à savoir les grands centres urbains, les zones minières, les zones de construction des infrastructures, etc. Le questionnaire a été administré à 1507 personnes réparties dans les treize (13) régions du Burkina Faso. Cette enquête quantitative a permis d'évaluer les connaissances, les attitudes et les comportements des usagers d'eau et leurs pratiques en matière d'assainissement.

L'enquête qualitative a également concerné les 13 régions et pris en compte les acteurs directs du MEA (Ministère et démembrements) et ses partenaires.

Les informations collectées ont conduit à analyser :

*le macro-environnement* (environnement politique, socio-économique de l'eau et de l'assainissement au Burkina Faso, ainsi que l'environnement culturel en lien avec les

valeurs, des croyances et pratiques de différentes cibles visées sur la consommation de l'eau et l'utilisation des ouvrages d'assainissement.)

*le micro-environnement* (Ministère de l'Eau et de l'Assainissement à travers sa vision et mission, son dispositif organisationnel en matière de communication interne et externe, le mécanisme de communication et de diffusion de l'information à l'interne et à l'externe, etc.). L'étude du micro-environnement a pris en compte les institutions partenaires, les institutions de gestion et de contrôle ainsi que les populations bénéficiaires. Il s'est agi à ce niveau, de faire un inventaire des activités, outils et supports de communication utilisés pour véhiculer les informations au sein du MEA, de ses démembrés et structures déconcentrées, de ses partenaires et publics cibles pour véhiculer les informations et analyser leur efficacité.

Une analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) a mis en exergue au niveau de la communication du Ministère, les forces et faiblesses, les opportunités et menaces dont il a fallu tenir compte pour proposer une stratégie et un plan de communication. Une analyse globale de ces éléments de diagnostic a abouti à l'identification des problèmes clés de communication du MEA et des relations de causes à effets.

### **II.3 Phase d'élaboration de la stratégie et du plan de communication**

Pour donner suite à l'identification des problèmes de communication, des axes stratégiques d'intervention et des objectifs de communication ont été formulés. Ces éléments ont été consignés dans un cadre logique qui présente les différents résultats et les effets de la stratégie, à partir d'hypothèses logiques de causalité. Le cadre ainsi proposé a permis d'analyser la cohérence interne et externe de la stratégie, en même temps qu'il va servir d'outil d'évaluation du plan. La conception du plan communication a consisté à énumérer les méthodes et les approches de communication, appropriées pour toucher chaque cible et provoquer les changements attendus. Le volet opérationnel de la stratégie prévoit : le plan triennal de communication, le budget, le cadre institutionnel, le mécanisme de suivi-évaluation et de financement de la stratégie.



### III. DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION DU MEA

La démarche méthodologique a permis de faire une analyse macro et micro de l'environnement communicationnel interne et externe du MEA.

#### III.1 Analyse du macro-environnement

##### III.1.1 Environnement politique et juridique de la communication du MEA

###### ✓ *Au plan politique*

La communication sur les ressources en eau et l'assainissement du Burkina Faso s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de la Politique nationale de l'Eau. Cette politique déclinée en stratégie nationale de l'Eau, s'inscrit en droite ligne des orientations internationales en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement et constitue un des piliers majeurs du PNDES.

###### ✓ *Au plan juridique*

Le processus de décentralisation amorcé en 2004 avec la Loi portant Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT) et qui autorise les collectivités territoriales à exercer des compétences de maitres d'œuvre en matière d'assainissement, de gestion des ouvrages et des ressources en eau, est un des leviers de la mise en œuvre de ces programmes. Ce processus implique l'autonomisation des collectivités territoriales dans la gestion de leurs ressources, la définition de leurs moyens de développement, de leurs priorités et d'exploitation de leurs ressources. Ces objectifs ne pourront être atteints que par le parachèvement du processus de transfert de compétences aux collectivités locales. Cependant, pour l'instant, seuls l'eau potable et l'assainissement ont été transférés aux collectivités territoriales.

Il importe de relever que le cadre sectoriel de dialogue « Environnement, Eau et Assainissement », tel que défini par le Plan National de Développement Economique et Social (PNDES) met en interaction les ministères en charge de l'environnement, de l'Eau de l'Urbanisme, des Finances.

Ces interactions s'exerçant au travers des compétences, procédures et intérêts divers des différents ministères, posent le problème de l'alignement des objectifs à court, moyen et long terme et la synergie d'actions dans la mise en œuvre du PNDES.

Le sous-secteur "Eau et Assainissement" demeure celui où les initiatives des acteurs non étatiques (ONG et associations, prestataires divers) foisonnent du fait de son importance dans les pays sahéliens sans débouchés maritimes. Néanmoins, la contribution du secteur privé reste encore faible dans un environnement qui ne favorise pas pleinement la création d'entreprises spécialisées qualifiées, et la société civile reste focalisée sur l'appui au développement des services d'eau et d'assainissement. Pourtant, un grand chantier reste encore à défricher, celui de la veille et du contrôle citoyens pour la défense des droits des citoyens dans le secteur.

Pour s'assurer une gestion rationnelle et atteindre l'objectif d'une bonne protection de la ressource en eau et la promotion de l'assainissement, il est apparu nécessaire d'adopter un dispositif réglementaire en application de l'article 58 de la loi d'orientation relative à la gestion de l'eau qui institue la police de l'eau. C'est dans ce sens que le décret n° 2008 du 18 juillet 2008 définit la police de l'eau, ses attributions et son fonctionnement.

Les actes qui vont à l'encontre des lois et règlements en vigueur en matière d'eau s'exposent à des infractions et sanctions, lesquelles sont passibles d'amendes. Celles-ci s'appuient sur des lois aux niveaux international et national. Ce sont, entre autres, la loi n° 032-2012/AN portant sûreté, sécurité nucléaires et garanties ; la loi n° 012-2014/AN portant loi d'orientation relative à la prévention et à la gestion des risques, des crises humanitaires et des catastrophes naturelles, la loi n° 006-2013/AN portant code de l'environnement au Burkina Faso ; la loi d'orientation relative au pastoralisme, la loi sur la contribution financière en matière d'eau, etc.

L'existence de nombreux textes réglementaire constitue une force, mais le cadre juridique demeure de nos jours dans son ensemble marqué par sa faible effectivité en dépit des efforts réalisés durant la dernière décennie. Cette faible effectivité résulte de la faible mise en œuvre de ces instruments en raison des difficultés rencontrées dans leur opérationnalisation, de nombreuses dispositions législatives demeurant encore largement inappliquées.

### **III.1.2 Considérations socioculturelles**

Le sous-secteur de l'eau et de l'assainissement fait face à des contraintes socioculturelles. Dans nombre de traditions locales, l'eau est un don de Dieu, renouvelable sans frais. Selon ces conceptions, l'eau qui tombe gratuitement du ciel à des saisons précises et sans discontinuer, ne peut être vendue. Vendre l'eau est un acte de déchéance sociale dans l'imaginaire populaire.

L'utilisation des latrines apparaît comme une pratique exogène, importée d'autres cultures. Pour nombre de populations, la défécation à l'aise se fait à l'air libre. La défécation est un acte sommaire pour lequel il est inutile de prendre des dispositions particulières. Pour beaucoup, la construction des latrines est un investissement secondaire, voire inutile, par rapport à la construction des habitations.

### **III.1.3 Environnement médiatique national**

Le Burkina dispose d'un environnement communicationnel favorable à la mise en œuvre d'une stratégie à l'échelle nationale. En considérant les dispositifs politique et réglementaire, le nombre et la qualité des outils/supports/canaux modernes et endogènes, la richesse du paysage médiatique national, le niveau de compétence du personnel technique, les structures de formation, etc. On peut dire que le pays est doté d'un existant communicationnel fourni riche et varié.

### ✓ **Au plan politique et institutionnel**

Le paysage institutionnel de la communication a connu une grande évolution dans le sens d'une meilleure structuration et professionnalisation avec la création du Ministère en charge de l'information puis de la communication, le Conseil supérieur de la Communication (CSC), l'autorité de Régulation des communications électroniques et des Postes (ARCEP) et la Commission de l'Informatique et des Libertés (CIL). En outre, il existe plusieurs organisations socioprofessionnelles avec pour vocation de défendre la liberté de la presse, les intérêts des journalistes et des éditeurs de presse, d'autoréguler la pratique professionnelle, promouvoir l'excellence, ainsi que la communication pour le développement. Au nombre de ces organisations, on peut retenir l'Association des Journalistes du Burkina (AJB), le Syndicat National des Travailleurs de l'Information et de la Culture (SYNATIC), le Réseau d'Initiatives des Journalistes (RIJ), la Société des Editeurs de Presse (SEP), l'Observatoire Burkinabè des Médias (OBM), l'Association des Journaux et Editeurs en Langues Nationales (AJELN), l'Association des Editeurs des professionnels des médias en ligne du Burkina (AEPMLB), le Réseau des radios communautaires (RRC).

### ✓ **Au plan juridique et réglementaire**

La Constitution du 2 juin 1991 garantit les droits fondamentaux des citoyens, dont la liberté d'expression et le droit à l'information. Dans ce cadre, un Code de l'information (loi 56/93 ADP) ainsi qu'un Code de la publicité modifié par une nouvelle loi promulguée en 2015, ont été adoptés pour encadrer le droit à l'information, les conditions de création des organes, l'exercice de la profession et de la publicité. Ils fixent les dispositions pénales de la protection de l'autorité publique et du citoyen.

En outre, depuis 2000, le Burkina s'est doté d'un document de Politique nationale de Communication pour le Développement (PNCD) qui se veut un cadre de référence pour la promotion du développement. De même, il a été adopté en 2005 un document de politique nationale d'information, d'éducation et de communication (PNIEC).

En appui à cet arsenal juridique et réglementaire, il existe une charte déontologique et éthique (inspirée de chartes universelles), d'obédience associative (AJB/MBDHP 1991) pour encadrer l'exercice de la profession des journalistes.

### ✓ **Médias**

Selon le répertoire 2016 du CSC, le paysage médiatique national présente au niveau des radios : 51 radios communautaires, 40 radios commerciales, 40 radios confessionnelles et 03 radios internationales, 21 radios communales, 03 radios institutionnelles et 07 radios du secteur public. Les télévisions au nombre de 29 sont réparties en 06 TV confessionnelles, 01 TV communautaire, 18 TV commerciales, 3 télévisions publiques et 1 télévision internationale. Au niveau de la presse écrite, il a été répertorié : 11 quotidiens, 8 hebdomadaires, 17 bimensuels, 20 mensuels, 01 bimestriel, 19 journaux institutionnels et spécialisés et 40 journaux en ligne. Ces organes privés et publics sont répartis dans les 13 régions du Burkina Faso offrant ainsi une bonne couverture médiatique.

### ✓ Structures de formation et d'études

En matière de formation en Communication et Journalisme, le Burkina compte plus d'une vingtaine de structures publiques et privées de formation, toutes de niveau supérieur. On y enregistre plus d'une cinquantaine de bureaux d'études et d'agences en Communication. (Cf. CEFOR, 2016)

### ✓ Cadres de promotion culturelle internationale

Le pays dispose d'un Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Ouagadougou (FESPACO), d'une Semaine nationale de la Culture (SNC), d'un Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO) et de plusieurs festivals de Théâtres et de danse, de chorégraphie et de marionnettes.

### ✓ Informatique et téléphonie mobile

Le développement de l'Informatique s'appuie sur un plan d'opérationnalisation de l'infrastructure de communication élaborée par la Délégation Générale à l'Informatique (DELGI) en 2001 et réactualisé en 2005. Ce plan vise à promouvoir la gouvernance dans les départements ministériels, institutions et services, à vulgariser l'utilisation de l'informatique auprès des citoyens. Sa mise en œuvre s'est poursuivie à ce jour avec la création d'une agence nationale chargée de la promotion des TIC (ANPTIC) et relevant du Ministère du Développement de l'Economie Numérique et des Postes. Au niveau de la téléphonie mobile, trois (3) opérateurs se partagent actuellement le marché national. Ce sont Telmob, Telecel et Orange.

### ✓ Canaux et cadres endogènes

La chefferie traditionnelle ou coutumière et les leaders d'opinion dans leur diversité catégorielle constituent des canaux fiables dans la communication sociale. La chefferie épouse les contours de l'organisation sociale en fonction de la diversité sociale par ailleurs fort remarquable dans le pays. Les leaders d'opinion sont généralement des chefs religieux (prêtres, imams, pasteurs...), des élus locaux et nationaux (maires, députés), des responsables d'organisations paysannes et de la société civile.

Par ailleurs, certains canaux se retrouvent sur l'ensemble du territoire national avec toutefois des spécificités d'ordre culturel. De façon générale, on peut retenir pour l'ensemble des groupes ethniques : les griots et chansonniers, les réseaux sociocommunautaires (mariages, baptêmes, funérailles), les cérémonies ou fêtes initiatiques et religieuses, les marchés, les débits de boisson (cabarets, bars et "maquis"), les fontaines publiques.

### ✓ Troupes et espaces de communication

Les troupes de théâtre, notamment celles de théâtre-forum ou de développement s'inscrivent aujourd'hui au Burkina Faso, comme un des outils d'information, de sensibilisation, de formation culturellement prégnante. On enregistre une expansion de

cette forme de théâtre favorisée par la profusion de troupes locales et le dynamisme de troupes célèbres telles le Théâtre de l'Espoir, l'Atelier Théâtre Burkinabè, le Théâtre de la Fraternité.

Au registre des espaces, on peut retenir entre autres, les Maisons des femmes et de la Culture, les Centres de Lecture et d'animation Culturelle (CLAC), les concerts, les jeux de société, les « grins » ou clubs de Thé, répandus aujourd'hui sur l'ensemble du pays.

### **III.2 Analyse du micro-environnement**

L'analyse du microenvironnement du MEA, porte sur l'existant de la communication interne et externe. Par existant communicationnel, il faut entendre le personnel en charge de la communication, les outils/supports/canaux utilisés, les réalisations médiatiques et hors média. Par communication interne, il faut comprendre celle qui se déroule à l'intérieur du Ministère et entre celui-ci et ses démembrements (directions générales, directions régionales, projets et programmes, agences de l'eau et société d'Etat (ONEA et AGETEER).

En ce qui concerne la communication externe, elle met en relation le MEA et ses partenaires dans leur diversité catégorielle et fonctionnelle. Ce sont les PTF, les ONG et associations œuvrant dans le domaine de l'eau, de l'assainissement et de l'hygiène, les médias, les ministères partenaires (ceux en charge de l'agriculture, de la santé, des ressources animales, de l'environnement, des infrastructures, de l'urbanisme, etc.) et les populations bénéficiaires.

#### **III.2.1 Communication globale et relations de travail**

Le MEA, ses démembrements et structures rattachées opèrent en général à travers une communication utilisant divers canaux :

- le CASEM du Ministère,
- les réunions de Cabinet,
- les Réunions de Directions Techniques,
- le Cadre sectoriel de dialogue,
- les revues,
- le Comité de pilotage des Programmes,
- le Cadre de concertation régionale (DREA, Agences de l'Eau, Projets/ Programmes, ONG),
- le Conseil National de l'Eau,
- le Cadre de concertation provincial,
- le Forum National de l'Eau,
- le Forum mondial de l'Eau
- les Journées Mondiales de l'Eau et des Toilettes.

Les relations avec les bénéficiaires de la politique mise en place par le MEA s'exercent à travers les comités locaux de l'eau, les comités de gestion des points d'eau, les

gestionnaires de bornes-fontaines, les gestionnaires de latrines publiques. Le contrôle/régulation s'opère à travers l'action des Mairies, de la Police de l'eau et des Agences de l'Eau.

La Presse, qu'elle soit écrite, orale ou audiovisuelle est un partenaire privilégié du ministère. En plus d'être régulièrement sollicitée pour rendre compte des activités, elle constitue un outil de visibilité dont les prestations sont à la mesure des moyens financiers, matériels et humains du MEA. En général, elle est en contact avec la DCPM, gestionnaire de ses prestations. Celles-ci sont fonction du budget alloué par le ministère. C'est donc dire que la visibilité du ministère est fortement tributaire du budget alloué à la communication.

Toutefois, il faut relever que les projets/programmes dotés de budgets de communication traitent souvent avec les médias régionaux. Les retombées et impacts médiatiques sont parfois transversaux : aux activités des partenaires (ONG, projets) les DREA sont associées et bénéficient de facto de la visibilité que ceux-ci obtiennent dans le secteur de l'eau et de l'assainissement où le ministère tient le leadership institutionnel et décisionnel.

Les rapports avec les médias sont permanents, mais butent sur la question d'ensemble du financement des activités de communication. La problématique de l'eau et de l'assainissement, quoique censée bénéficier de l'accompagnement de réseaux de journalistes et de communicateurs plus ou moins fonctionnels, n'est pas une préoccupation centrale et majeure dans les productions médiatiques en général. Il y a encore un besoin de sensibilisation et de spécialisation à satisfaire par la formation au bénéfice des animateurs des médias.

Au total, les relations de travail tant en interne qu'en externe se fondent sur l'échange, la communication et le contrôle pour la réalisation de la Politique Nationale de l'Eau dans un cadre partenarial.

### **III.2.2 Communication interne des structures centrales**

#### **✓ La DCPM**

La DCPM utilise divers outils pour renforcer la communication interne du MEA. Outre ceux utilisés par l'ensemble de l'administration centrale (téléphone fixe et mobile, e-mail, SMS, tableau d'affichage, boîtes à idée...), la DCPM édite un bulletin interne d'information. Pour faciliter la communication avec les DREA, des points focaux de communication sont désignés. Bien que n'étant pas des professionnels de la communication, ceux-ci constituent des relais d'information et de communication entre le ministère et ses démembrements régionaux et provinciaux. Pour l'heure, ils sont intégrés à la communication interne du département et en facilitent le fonctionnement.

Au regard des missions à elle assignées, la DCPM doit coordonner la communication interne, en établissant des passerelles entre les directions et services. L'accomplissement de cet objectif se heurte à diverses contraintes dont entre autres : la mauvaise circulation



de l'information entre directions techniques se caractérise par le réflexe du repli sur soi, la rétention de l'information (expression de pesanteurs bureaucratiques ou d'enjeux de pouvoir) et la faible pratique de la restitution.

En outre, il importe de relever une méconnaissance et la mauvaise perception du rôle de la communication au sein des différentes directions. Cette méconnaissance amène à réduire la fonction à la réalisation de couvertures médiatiques.

Peu associée en amont aux activités des diverses directions, la DCPM déplore par ailleurs une absence de synergie avec les chargés de communication des programmes.

De même, la communication institutionnelle manque d'unité de ton parce que portée par diverses entités selon leur compréhension du contenu de la communication et de leur rôle. Par ailleurs, s'il est vrai que la communication pour le développement est assurée particulièrement à travers certaines directions générales, structures rattachées, les projets/programmes, les DREA, les ONG et associations, l'on constate très souvent que celle-ci n'est pas en synergie avec les activités de communication de la DCPM. Toute chose qui n'est pas favorable à une capitalisation au profit de l'ensemble du ministère.

En termes de besoins à satisfaire, la DCPM souhaite disposer d'une table de montage, de tablettes, de dictaphones, de clés USB, de disques durs, de logiciels (Photoshop, Adobe pro,...). En outre, pour assurer un environnement de travail sain aux agents, il y a un besoin de mettre à leur disposition un troisième bureau.

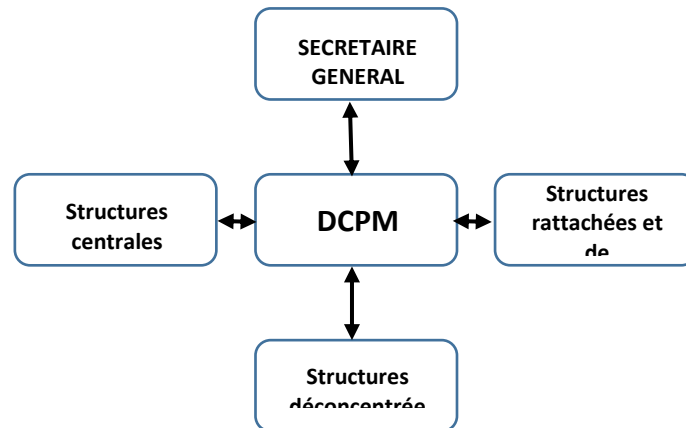
#### ✓ **Les Directions centrales, rattachées et projets/programmes**

Entre ces différentes structures centralisées, la communication s'opère au moyen des mêmes canaux administratifs classiques et des outils de communication précédemment mentionnés au compte de la DCPM. A ces outils, il faut ajouter le Centre d'information sur l'eau et l'assainissement logé à la DGRE, les fiches de collecte de données de la DGESS. Au niveau de l'ensemble des structures centrales, il importe de retenir les réunions techniques, les rencontres de services, les rencontres de restitution.

Structure rattachée au MEA, l'ONEA, au plan de la communication, abrite une direction où opèrent trois (3) professionnels. Il dispose d'un document de stratégie de communication, d'une lettre de mission et d'une stratégie de communication de crise. Dotée d'un budget, la direction de la communication pratique le système de planification des activités assorties de valeurs budgétaires. Nanti d'un Centre de documentation, l'ONEA use d'outils et d'équipements riches, divers et modernes. Au regard de ses moyens et réalisations, l'ONEA apparaît comme un exemple remarquable en matière de communication sur l'eau et l'assainissement, notamment en milieu urbain.

Certains projets/programmes et directions ont élaboré des stratégies et/ou plans sectoriels de communication. C'est le cas notamment du SP/GIRE, de la DGEP (PN-AEP), le PRBA, les AE, le PDIS. Seuls la DGEP, le PDIS et le SP/GIRE ont des chargés de communication et sont souvent dotés d'un budget de communication qui leur permet d'assurer leurs activités de communication.

Figure 4 : Schéma communicationnel entre la DCPM et les différentes structures



Source : Enquête IMCG

La DCPM dans ses relations fonctionnelles communique avec le Secrétariat général dont elle relève en tant que département. Il s'agit essentiellement d'une communication administrative (ascendante et descendante).

Avec les directions centrales, techniques et rattachées, elle informe et a besoin d'être informée. D'où la nécessité d'une communication fluidifiée par une circulation régulière et suivie de l'information. Cet objectif requiert un dispositif de communication qui allie des outils adaptés, des cadres efficaces et une disponibilité en personnel adéquat et en ressources matérielles et financières.

En dehors des outils administratifs classiques (courriers, notes, circulaires, ...), la DCPM, en tant que source, réceptacle et diffuseur de l'information, utilise particulièrement les SMS, le mailing group, WhatsApp, le téléphone fixe et surtout mobile, le bulletin interne, les réseaux sociaux. L'utilisation de ces outils renvoie soit à leur accessibilité soit à leur disponibilité générale dans la Centrale et ses démembrements. Ils permettent d'assurer une circulation et un partage de l'information.

Les cadres consistent en rencontres entre acteurs internes concourant à animer la communication. Ce sont les réunions de directions et de services, l'assemblée générale du personnel.

Avec les DREA, le dispositif tient à l'apport communicationnel significatif des points focaux à travers leur publication sur les réseaux sociaux, informant sur les activités régionales. Il est à noter que ce dispositif n'est pas institutionnalisé car les points focaux sont en réalité choisis parmi les cadres techniques du département (ingénieurs, sociologues, etc.).

En dehors des outils classiques (courriers, SMS, téléphones fixe et mobile), la communication avec les DREA repose de façon remarquable sur les productions à travers



les réseaux sociaux (Facebook). Outre les points focaux des DREA, le dispositif pourrait intégrer des correspondants en communication dans chaque direction.

Il est souhaitable également d'instituer annuellement une rencontre avec les directeurs centraux, coordonnateurs de projets/programmes, régionaux et chefs de service. Celle-ci, sous la supervision de la DCPM, devrait faire un bilan critique des activités communicationnelles entreprises.

Il s'agira également d'instituer un cadre régulier d'évaluation de la communication qui réunirait semestriellement la DCPM, les correspondants en communication des directions et les points focaux DREA.

### **III.2.3 Communication interne des structures déconcentrées**

Il s'agit des Directions régionales de l'Eau et de l'Assainissement (DREA) et les Directions provinciales de l'Eau et de l'Assainissement (DPEA).

#### **✓ Les DREA**

Les DREA disposent de Points focaux qui sont des correspondants de la DCPM. Non professionnels de la communication et choisis parmi les cadres de la direction, ils sont appelés à bénéficier de formations pour les outiller sur les fondamentaux de la communication et la maîtrise de l'outil informatique.

La communication administrative utilise essentiellement les notes, les rapports mensuels, trimestriels et semestriels d'activités. La communication digitale, elle use des SMS, de l'intranet et de l'internet à travers notamment les réseaux sociaux (Facebook), du site web, de l'e-mail et du scannage. Les rencontres, les ateliers et séminaires sont également des opportunités de communication.

En interne, les contraintes de communication dans les DREA sont entre autres : le manque de spécialistes en communication, l'inexistence de ressources budgétaires propres, la mauvaise circulation de l'information entre la centrale et les régions (lenteurs administratives), la défectuosité des outils utilisés, le déficit de coordination entre les Directions centrales et les DREA.

### **III.2.4 Communication interne des structures rattachées**

#### **✓ Les Agences de l'Eau**

Elles sont au nombre de cinq (5). Ce sont l'Agence de l'Eau du Mouhoun (AEM), l'Agence de l'Eau du Nakanbé (AEN), l'Agence de l'Eau du Gourma (AEG), l'Agence de l'Eau des Cascades (AEC) et l'Agence de l'Eau du Liptako (AEL).

Groupements d'intérêt public, elles ont pour rôle de protéger, pérenniser, suivre et valoriser les ressources en eau. D'un point de vue statutaire, elles sont soumises à une double tutelle technique (Finances et Eau).

Elles sont toutes dotées d'un existant communicationnel varié et riche tant du point de vue du personnel, de l'équipement que des réalisations. Toutes sont orientées par une stratégie de communication sectorielle. Elles sont dotées d'un budget de communication. Dans certains cas, un chargé de communication est choisi parmi les cadres de l'Agence (Gourma).

Les relations entre les DREA et les AE sont marquées par une étroite collaboration. La communication entre elles se fonde essentiellement sur le partage d'informations mutuelles relatives à leurs activités. Elles participent aux cadres de concertations régionales avec les PTF, les gestionnaires de bornes-fontaines, de latrines publiques et les ONG/Associations. De commun accord, elles planifient certaines de leurs activités en vue d'une meilleure synergie d'actions.

Cette communication est organisée au travers du site web (agences), des pages Facebook, du courrier administratif, du téléphone fixe et mobile, du SMS, du mailing, de l'affichage, et des rencontres d'échange, etc.

Au total, la communication interne au sein des Agences de l'eau est confrontée à des lourdeurs administratives en lien avec la double tutelle technique et financière mais également parfois à l'absence de spécialistes en communication pour le développement.

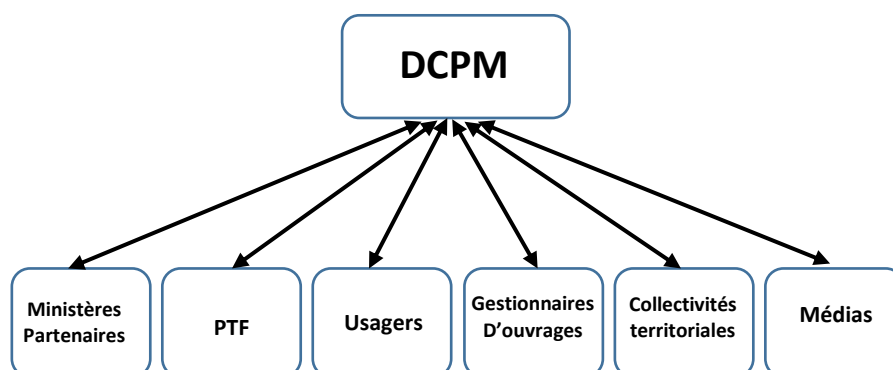
D'une façon générale, la communication interne du MEA s'inscrit dans la vision globale de l'institution. En effet, il existe une propension à formaliser la communication à travers la création de cellules, départements ou directions de la communication, mais également ou concomitamment à élaborer des stratégies et/ou plan de communication déclinées en plans d'actions. La volonté de communiquer est manifeste au MEA et dans ses démembrements.

### **III.2.5 Communication externe du MEA**

#### **Place et rôle de la DCPM dans la communication externe**

Au niveau institutionnel, la DCPM est au centre de la communication externe du MEA qui repose essentiellement sur la communication audiovisuelle, écrite, digitale, les relations publiques et l'événementiel. Au titre des réalisations, la DCPM a produit des plaquettes, des dépliants, des kakemonos, des banderoles, des cartes d'invitation, des gadgets, de la signalétique externe et un press-book. Elle participe à l'animation de la chronique du gouvernement, entre autres. Elle a produit et diffusé des spots publicitaires radiophoniques, télévisuels et réalisé un documentaire sur le département. En projet, la DCPM envisage de réaliser des films documentaires sur l'ensablement des barrages, les bonnes pratiques en matière d'hygiène et d'assainissement, la contribution financière en matière d'eau, les acquis en matière d'eau et d'assainissement. Elle souhaite réaliser une interview du ministre dans la rubrique "l'invité de la rédaction" de Sidwaya et organiser une campagne de sensibilisation dans les administrations sur l'utilisation, l'entretien des toilettes.

Figure 5: Schéma communicationnel au niveau externe



Source : Enquête IMCG

Les ministères partenaires, les PTF, les usagers, les gestionnaires d'ouvrages, les collectivités territoriales, les médias, constituent pour l'essentiel des acteurs à la communication du MEA.

En termes de dispositifs, on distingue l'existence de chargés de communication en rapport d'échange et de partage d'information avec la DCPM. C'est le cas des ministères partenaires, des PTF ou des ONG d'obédience ou d'envergure internationale. Dans le cas d'espèce, la communication est suivie voire formalisée. Dans d'autres cas, comme ceux des collectivités territoriales, les usagers, les gestionnaires d'ouvrages, la communication est moins organisée et suivie. La DCPM s'adresse directement aux responsables des structures.

Les outils utilisés sont fonction de l'organisation interne de la communication de chaque structure partenaire. A l'adresse des PTF, ONG, collectivités territoriales, les outils sont généralement le téléphone fixe et mobile, le e-mail, les SMS, le site web, les réseaux sociaux, le courrier officiel, les dépliants. L'échange d'outils se fait parfois dans les deux sens. Outre ces outils, certains autres mettent en contact la DCPM et ses partenaires extérieurs. Il s'agit des réseaux de journalistes et communicateurs sur l'eau potable, l'hygiène et l'assainissement, des rencontres d'information, des visites (officielles) de terrain, des journées portes ouvertes, des évènementiels.

### Activités de communication externe des structures du MEA

Le MEA dispose d'un centre d'information sur l'eau et l'assainissement au sein de la DGRE. Il entretient un partenariat actif et fécond avec des ONG/associations promotrices d'initiatives souvent hardies sur la problématique de l'Eau et de l'Assainissement (ATPC, ATPL, SaniBakou...).

De même, le MEA est l'initiateur/organisateur des Journées Mondiales de l'Eau et des Toilettes, du Forum national de l'Eau ainsi que des Trophées de l'Eau et de

l'Assainissement. Ces évènements constituent des opportunités de visibilité et de promotion de sa propre image et de ses partenaires.

**Les DREA** se retrouvent pour la plupart dans un environnement médiatique fourni et riche, marqué par une profusion de radios locales, de statut généralement communautaire, associatif ou confessionnel. En outre, certaines DREA bénéficient des services de bureaux d'études en IEC pour réaliser des actions de communication. Elles se fondent dans certaines régions sur un partenariat communicationnel. En termes d'outils de communication, elles disposent notamment du site web du ministère, de pages Facebook, du téléphone fixe et mobile. En outre, elles tiennent des rencontres d'échanges avec les usagers de l'eau, à travers les Comités locaux de l'eau voués à l'information, la sensibilisation, l'éducation sur la gestion responsable de l'eau. Ces Comités locaux de l'eau ont pour mission la recherche à l'adhésion des acteurs à la préservation des eaux, la gestion des conflits autour de l'eau et de son utilisation, la veille à la préservation de la qualité et de la quantité des eaux. Ils évoluent dans les cadres régionaux et provinciaux de concertation.

Au registre des réalisations communicationnelles, les DREA produisent des émissions radiophoniques et télévisuelles, des films institutionnels (Mouhoun), des kakemonos, des dépliants, divers gadgets ; des banderoles, des boîtes à images, le théâtre-forum, les reportages télévisuels et radiophoniques, etc. Certaines DREA évoluent dans un environnement médiatique régional, voire transfrontalier (Cf. état des lieux au niveau national). Elles bénéficient souvent de l'apport partenarial des communes, des gouvernorats et des ONG/Associations locales. Cet apport s'exprime notamment en termes de partage de visibilité à la faveur de manifestations organisées par ces différents partenaires.

Au niveau des **Agences de l'eau**, on enregistre des séances de sensibilisation, d'information à travers des émissions radiophoniques, des théâtres-forums, des causeries-débats, des productions de dépliants, des gadgets publicitaires, etc. Ces réalisations concourent à leur visibilité ainsi qu'à celle du MEA.

Dans l'ensemble, le MEA et ses projets/programmes ont produit diverses réalisations communicationnelles vouées à l'information, à la sensibilisation sur la thématique de l'eau et l'assainissement. Certains projets bénéficient des services d'un chargé de communication et ont élaboré des stratégies sectorielles de communication. C'est le cas notamment du SP/GIRE, de la DGEP, du PRBA, les AE et du PDIS. Ceux-ci sont pour la plupart, dotés d'un budget de communication. Ils opèrent parfois par contractualisation avec des agences et bureaux d'études ou par signature de protocole avec des radios locales. Les outils utilisés vont des radios aux télévisions en passant par les films documentaires, le théâtre-forum, les campagnes de sensibilisation, les visites, les voyages organisés.

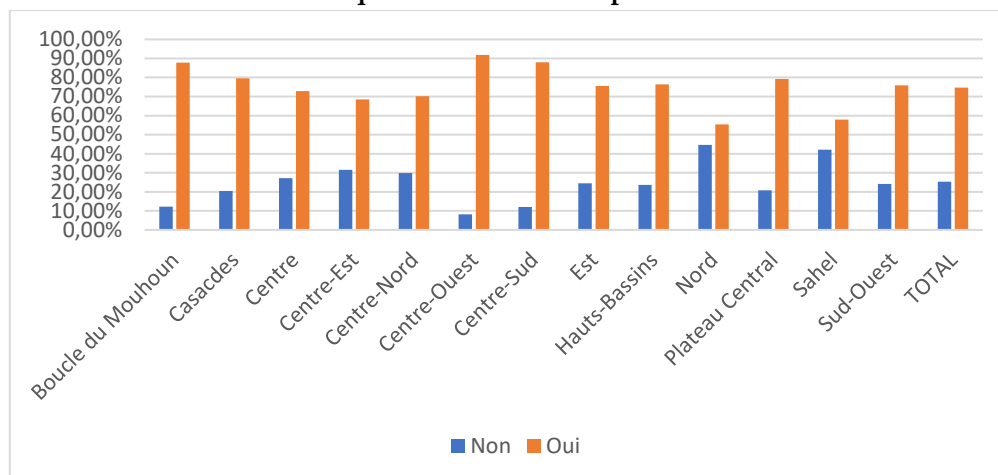
Toutes ces actions de communication ont permis d'enregistrer des résultats plus ou moins appréciables auprès des différents acteurs. Analysés en mettant en exergue les points d'amélioration, ces résultats peuvent être ainsi synthétisés :

- ✓ *au niveau des leaders communaux (autorités religieuses, coutumières et politiques), l'on note une bonne connaissance du MEA et de ses missions, mais un besoin d'amélioration de la fluidité de circulation de l'information entre le MEA/DREA et les communes ainsi qu'un renforcement des connaissances des lois et règlements en matière d'eau et d'assainissement. Ce dernier point reste primordial en ce sens que les autorités communales sont parties prenantes dans la réalisation des missions du MEA et devraient être fortement impliquées dans la gestion de l'eau et de l'assainissement (Cf état des lieux).*
- ✓ *au niveau des gestionnaires de bornes-fontaines, de latrines publiques, des vidangeurs et des ménages, l'on note une insuffisance de connaissances du MEA et de ses différents services déconcentrés. De manière globale, il a été relevé une confusion entre l'ONEA, la Mairie et le MEA/DREA. La connaissance du MEA et de ses services offerts reste toujours insuffisante. Les activités relatives à l'eau sont beaucoup plus connues que celles portant sur l'assainissement. Selon les enquêtes menées dans le cadre de la présente étude, les populations des zones urbaines ont une grande connaissance du MEA et de ses services que celles vivant en milieu rural. Au niveau institutionnel, 6 personnes sur 10 ignorent que la promotion de l'eau et de l'assainissement relève du même ministère.*
- ✓ *au niveau des populations (usagers), trois constats majeurs ont été faits :*
  - a. **Une connaissance des structures d'eau et d'assainissement et des lois et règlements sur la gestion de l'eau relativement faible**

L'enquête révèle que plus de la moitié des ménages n'ont pas connaissance du MEA et des services qu'il offre aux populations. Le degré de méconnaissance est plus accentué au niveau des services de l'assainissement (58,8%) qu'à celui de l'eau (54%). En milieu rural, 2 personnes sur 3 ont une très faible connaissance du MEA et de ses services.

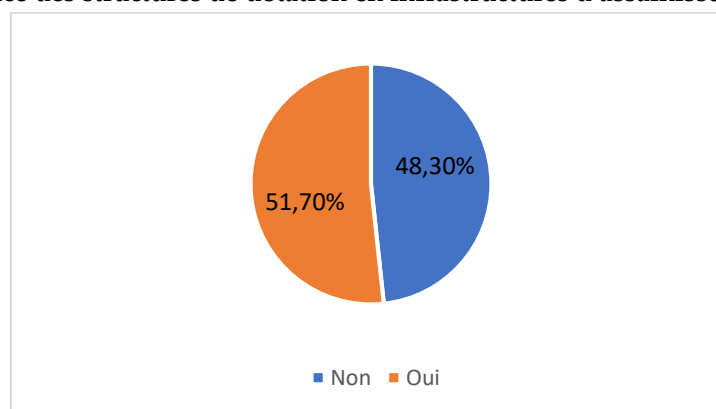
A la question de savoir quel est le nom de l'institution en charge de la promotion de l'eau et de l'assainissement, le MEA est cité par 2 personnes sur 3, suivi de l'ONEA par 1 personne sur 3.

**Figure 6: Connaissance des structures qui fournissent l'eau potable**



Source : Enquête IMCG, 2018

**Figure 7: Connaissance des structures de dotation en infrastructures d'assainissement**



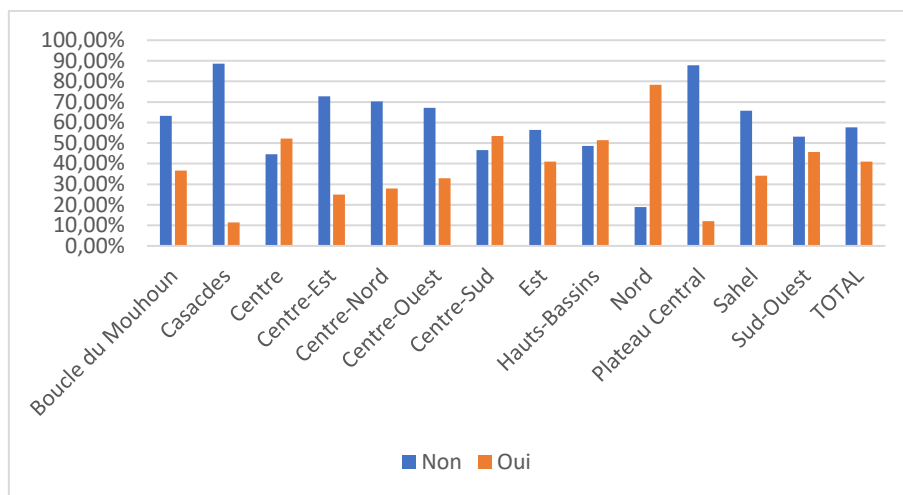
Source : Enquête IMCG, 2018

Il ressort des résultats de l'enquête qu'un peu plus de la moitié des ménages connaissent les structures qui les dotent en infrastructures d'assainissement au Burkina. La plus citée est l'ONEA par moins de 4 sur 10 personnes suivi des mairies avec moins de 3 personnes sur 10.

Les sources de connaissance des structures qui fournissent les infrastructures d'assainissement au Burkina Faso sont variées. Ce sont le bouche-à-oreille, les émissions à la radio, à la télévision et les services du MEA. Les autres sources de connaissance d'un taux de pénétration très faible en dessous de 10% sont les campagnes de sensibilisation, les points de vente, le crieur public, etc.

La connaissance des lois sur la gestion de l'eau est faible comme le montre les résultats de l'enquête. A la lecture de la figure ci-dessous, plus de la moitié (57%) des ménages ne connaissent pas les lois et textes régissant la gestion de l'eau et l'assainissement au Burkina Faso.

**Figure 8 : connaissance des lois et textes sur l'eau et l'assainissement**



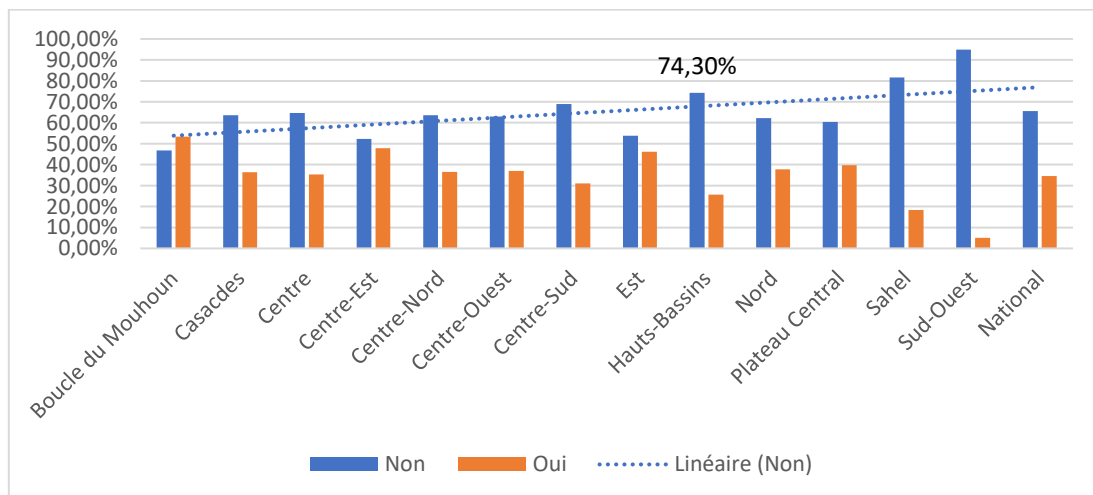
*Source : Enquête IMCG, 2018*

Cette ignorance des textes et lois est plus élevée dans les régions des Cascades (88%), du Plateau Central (87%), du Centre Est (72%), du Sahel (65%), etc. Ceux qui disent les connaître (43%), citent en particulier les textes relatifs à la gestion rationnelle de l'eau, à l'entretien des infrastructures, à l'hygiène et à l'assainissement.

**b. Une satisfaction mitigée des services offerts en matière d'eau et d'assainissement.**

D'une part, il y a une insatisfaction en lien avec la qualité de l'eau fournie par l'ONEA, en termes d'odeur, de goût et de présence de substances grasses ; d'autre part, une satisfaction de la qualité des ouvrages d'assainissement. On a toutefois noté le mécontentement des populations des zones dépourvues de caniveaux et de latrines publiques.

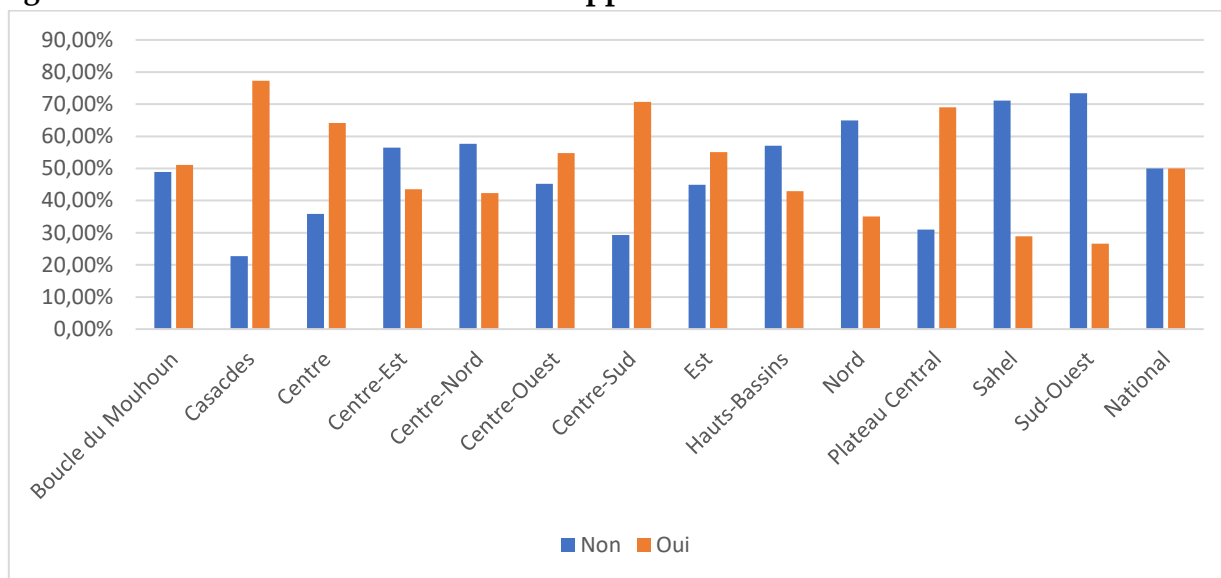
**Figure 9 : Satisfaction des services délivrés par les directions techniques et régionales du MEA en matière d'assainissement**



Il ressort des résultats de l'enquête que moins de 4 personnes sur 10 sont satisfaites des services délivrés par les directions techniques et régionales du MEA en matière d'assainissement. Il faut noter que les ménages s'accordent dans toutes les régions à dire qu'ils sont insatisfaits des services délivrés en matière d'assainissement

Les principaux motifs d'insatisfaction des services délivrés par les directions techniques et régionales du MEA en matière d'assainissement sont les coûts d'accès aux latrines.

**Figure 10 : Satisfaction sur les sources d'approvisionnement actuelles en eau**



Des résultats de l'enquête, il ressort que le niveau de satisfaction sur les sources d'approvisionnement actuelles en eau est mitigé. Les régions regorgeant le plus de personnes insatisfaites sont le sud-ouest, le sahel, le nord et les hauts bassins. Les principaux motifs d'insatisfaction de l'approvisionnement en eau sont la disponibilité régulière d'eau potable en qualité et en quantité sur l'année, la corvée d'eau (distance parcourue), les coûts d'accès en eau.

Toutefois, de l'analyse des perceptions, il ressort que les usagers ont plus des perceptions positives que négatives sur l'offre de l'eau, en termes de fourniture et de gestion. L'analyse des mots indique que ceux à valence positive sont les plus cités par au moins 60% des ménages. Ces mots sont : potable, bonne qualité, très propre, accessibilité. Cependant, les mots à valence négative les plus cités par au plus 3 % des usagers de l'eau sont : coupure, rupture, texture, tarissement. Toutefois, on note une insatisfaction des ménages sur la qualité de l'eau fournie par l'ONEA en termes d'odeur, de goût et de présence de substances grasses.

Il ressort de cette étude que (43%) des usagers sont satisfaits des services délivrés par les directions techniques et régionales du ministère de l'eau et de l'assainissement. A l'exception des miniers, des écoles et des industriels qui se disent satisfaits contrairement

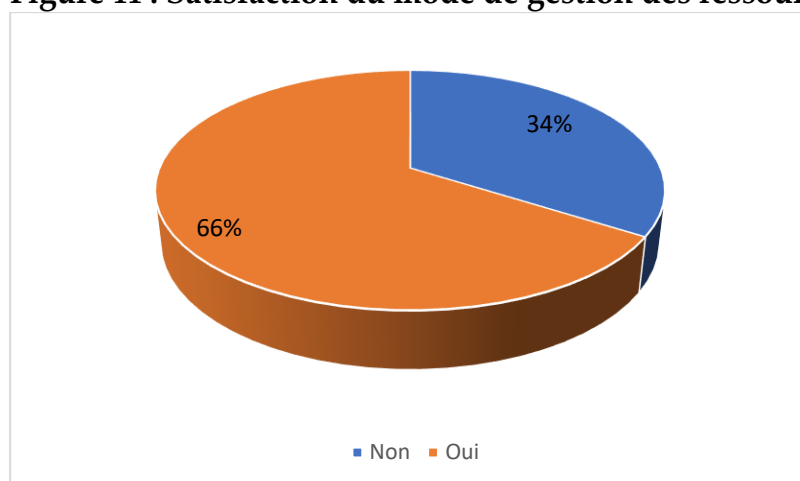


au maraichers, les pêcheurs, les BTP, les écoles, les organisations paysannes qui sont insatisfaits.

**c. une meilleure implication et responsabilisation des populations en matière de gestion d'eau**

Plus de la moitié des ménages disent ne pas disposer d'un mode de gestion des ressources en eau. Ceux qui affirment disposer d'un mode de gestion des ressources en eau citent celui opéré par les Koom Naba, le comité de gestion des points d'eau et les CLE.

**Figure 11 : Satisfaction du mode de gestion des ressources en eau**



*Source : Enquête IMCG, 2018*

Deux tiers des ménages disent être satisfaits de la gestion des ressources en eau. Les motifs de satisfaction sont les suivants ; la bonne organisation, la disponibilité du gestionnaire et l'économie en eau. Quant aux motifs d'insatisfaction, nous pouvons noter les disputes au sein des fontaines publiques et la longue file d'attente , le manque de protection adéquate des puits d'eau favorisant leur pollution, la pollution de l'eau par les orpailleurs dans les zones d'orpaillage due à l'utilisation des produits chimiques pour le traitement de l'or, manque d'hygiène dans l'utilisation des latrines publiques, etc.

- ✓ *au niveau des gros usagers, une bonne connaissance du MEA et des lois et règlements en matière de gestion de l'eau, avec toutefois des résistances à payer la CFE.*

### **III.2.6 Analyse de l'efficacité des canaux et outils de communication interne et externe**

Plusieurs outils et canaux de communication et des productions médiatiques participent à rendre les informations sur l'eau et l'assainissement accessibles et à donner une certaine visibilité au MEA. L'analyse de l'utilisation et de la fonctionnalité de ces outils de

communication externe permet de relever des atouts et insuffisances synthétisées dans le tableau suivant :

**Tableau 1 : Analyse des outils et canaux de communication**

Outils/Canaux	Atouts	Insuffisances
<b>Sites web</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existence de plusieurs sites web référencés et accessibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Non mis à jour du fait de problèmes techniques et de disponibilité de contenu</li> </ul>
<b>Utilisation des réseaux sociaux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accessibilité et utilisation systématique au niveau central et dans toutes les directions régionales et provinciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilisation non harmonisée du fait d'une absence de protocole d'orientation</li> </ul>
<b>Productions audiovisuelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissions radio et TV sur les thématiques de l'eau et l'assainissement avec un impact sur les connaissances et attitudes des populations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Source d'énergie électrique pas toujours disponible pour le plus grand nombre</li> <li>L'utilisation des langues nationales n'est pas toujours systématique pour les émissions télévisées</li> <li>Le faible ratio de postes récepteurs TV par rapport aux populations rurales</li> </ul>
<b>Relations – presse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existence de réseaux de journalistes formés sur les thématiques de l'eau et l'assainissement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Défaillance dans l'organisation et le fonctionnement des réseaux</li> <li>Coût élevé des prestations</li> </ul>
<b>Événementiel (Forum, journées)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existence d'un flux d'informations à la disposition grand public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faible niveau de participation des populations</li> </ul>
<b>Fonds documentaire sur l'eau et l'assainissement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existence d'un local</li> <li>Existence d'une base de données documentaire</li> <li>Existence de ressources humaines et matérielles pour l'animation du centre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faible fréquentation du centre par le grand public</li> <li>Inexistence de fonds documentaire au niveau des régions</li> </ul>

### III.3 Forces, Faiblesses, opportunités et menaces de la communication du MEA

FORCES	FAIBLESSES
<b>Communication Interne</b>	
<p><b>Capacités communicationnelles du MEA et de ses démembrements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Volonté des premiers responsables à promouvoir et à soutenir la communication</li> <li>▸ Existence d'une direction de la communication au MEA</li> <li>▸ Utilisation régulière des réseaux sociaux (compte whatsApp entre les DREA, facebook)</li> <li>▸ DCPM organisé en services de production, multimédia, presse et relations publiques</li> <li>▸ Existence de points focaux en communication dans les DREA</li> <li>▸ Existence de chargés de communication dans certaines structures rattachées et de mission du MEA</li> <li>▸ Existence de plans de communication dans trois programmes</li> </ul>	<p><b>Capacités communicationnelles du MEA et de ses démembrements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Mauvaise perception de la fonction de communication</li> <li>▸ Déficit de communication entre directions techniques</li> <li>▸ Insuffisance de moyens financiers, matériels et humains consacrés à la communication</li> <li>▸ Absence de coordination des actions de communication entre le Ministère et les démembrements (DREA, projets/programmes, Agences, etc.).</li> </ul>
<p><b>Cadres de concertation et de coordination</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Existence de réunions de cabinet</li> <li>▸ Tenue périodique du CASEM</li> <li>▸ Fonctionnement régulier du comité de pilotage des programmes</li> <li>▸ Existence d'un cadre de concertation MEA-secteur privé</li> <li>▸ Existence d'un cadre informel de concertation (ONG/MEA) et d'échange avec les acteurs du secteur sur la stratégie d'intervention</li> <li>▸ Tenue régulière du Forum national sur l'eau et l'assainissement</li> <li>▸ Existence d'un partenariat fécond avec les ONG/Associations en matière de communication</li> <li>▸ Existence de bibliothèques virtuelles sur les thématiques de l'eau et de l'assainissement</li> </ul>	<p><b>Cadres de concertation et de coordination</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Faible pratique de restitution en tant que démarche de participation</li> <li>▸ Insuffisance voire manque de capitalisation des actions de communication</li> <li>▸ Inexistence d'un cadre formel de concertation entre la DCPM et les chargés de communication des Directions, projets et programmes et Agences</li> </ul>
<p><b>Approches, outils, canaux d'information, de communication et de socialisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Généralisation de l'outil informatique et l'utilisation de l'Internet</li> <li>▸ Utilisation d'outils et de cadres de communication divers (médias, emails, Facebook, rencontres, ...)</li> <li>▸ Existence d'une mutuelle au sein du MEA</li> <li>▸ Utilisation des notes de service, du téléphone fixe et mobile, des communiqués, des circulaires...</li> <li>▸ Existence d'une équipe de football du MEA</li> <li>▸ Existence de la signalétique interne</li> </ul>	<p><b>Approches, canaux, outils de communication d'information et de socialisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Insuffisance d'équipements informatiques à divers niveaux</li> <li>▸ Difficultés de maintenance des équipements informatiques</li> <li>▸ Défaillance de la connexion internet</li> <li>▸ Absence de protocole d'utilisation de Facebook comme outils d'information</li> <li>▸ Inexistence d'un dispositif de capitalisation des activités de communication</li> <li>▸ Non-opérationnalisation pour l'heure de la mutuelle des travailleurs du ministère</li> </ul>

## Communication externe

### *Approches, canaux, outils de communication d'information et de sensibilisation*

- Disponibilité de fonds documentaires (imprimés, audiovisuels) sur la problématique de l'eau
- Existence de comités régionaux de pilotage, de forum des usagers, etc.
- Existence de stratégies et/ou plans de communication sectoriels dans certaines directions, structures rattachées et de mission du MEA
- Existence de document de communication de crise (ONEA)
- Existence de réseaux (parlementaires, journalistes et OSC) pour le plaidoyer, l'information et la sensibilisation
- Existence d'un centre d'information sur l'eau et l'assainissement (DGRE)
- Existence de sites web et de pages Facebook
- Existence d'un compte whatsapp dédié aux acteurs du secteur et MEA dénommé LES PROS DU WASH

### *Approches, canaux, outils de communication d'information et de sensibilisation*

- Faiblesse de promotion des canaux de communication endogènes
- Défaillance dans l'organisation et le fonctionnement du réseau des journalistes
- Absence de protocole d'utilisation de Facebook comme outil d'information
- Insuffisance de vulgarisation des documents techniques pour les rendre digestes
- Faible mise à jour des sites web

### *CAP des populations*

#### Au niveau des ménages

- Assez bonne connaissance du MEA à travers ses réalisations
- Bonne perception sur la qualité de l'eau
- Amélioration en matière de comportement de gestion de l'eau
- Satisfaction des populations sur les ouvrages d'assainissement
- Bonne réception des messages de sensibilisation sur l'eau et l'assainissement
- Forte audience des médias audiovisuels (radios et télévisions) auprès des populations
- Pratique de l'intermédiation sociale avant installation des ouvrages

#### Au niveau des gros usagers

- Bonne connaissance du MEA et de ses réalisations
- Assez bonne connaissance et perception du dispositif de gestion des ressources en eau.
- Existence de la mesure utilisateur-payeur, pollueur-payeur pour le bon fonctionnement des points d'eau.

### *CAP des populations*

#### Au niveau des ménages

- Faible connaissance des lois sur la gestion de l'eau
- Persistance de mauvaises pratiques en lien avec la pollution
- Persistance de mauvaises pratiques d'hygiène et de protection des infrastructures d'assainissement

#### Au niveau des gros usagers

- Persistance de pratiques favorables à la pollution de l'eau par les miniers et industriels due à l'utilisation des produits chimiques toxiques
- Résistance au paiement de la CFE

OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Constitutionnalisation du droit d'accès à l'eau</li> <li>▸ Existence d'une Politique Nationale de Communication pour le Développement</li> <li>▸ Bonne couverture médiatique du territoire national</li> <li>▸ Environnement international propice au sous-secteur de l'eau et de l'assainissement (ODD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Aléas climatiques,</li> <li>▸ Mauvaise gouvernance</li> <li>▸ Instabilité institutionnelle</li> <li>▸ Menace sécuritaire</li> <li>▸ Faibles revenus des populations</li> <li>▸ Pesanteurs socioculturelles</li> </ul>

### III.4 Analyse des problèmes de développement et de communication

Il s'agit d'une part, d'identifier les problèmes de développement auxquels le MEA fait face, ainsi que ceux de communication qui leur sont liés.

#### III.4.1 Problèmes de développement

Les principaux problèmes de développement qui peuvent entraver la mise en œuvre des missions du MEA et qui ont un lien avec la communication ont été identifiés au niveau interne et externe.

Au niveau interne, il a été relevé essentiellement :

- l'instabilité institutionnelle du ministère ;
- une insuffisance de financement du sous-secteur "eau et assainissement" ;
- la non-valorisation de la communication pour le développement ;

Au niveau externe, il a été essentiellement noté :

- une persistance d'attitudes et pratiques des populations défavorables à la bonne gestion de l'eau et de l'assainissement au Burkina Faso ;
- une faiblesse de disponibilité des ressources en eau en raison d'aléas climatiques.

Les problèmes de communication identifiés sont en partie issus des problèmes de développement.

#### III.4.2 Synthèse des problèmes de communication identifiés

Nombre de problèmes de communication ont été identifiés dans le diagnostic. Nous en rappelons les principaux.

**Concernant la communication interne du MEA et des directions centrales, on peut retenir :**

- une perception limitée et restrictive de la fonction communication au sein de la centrale qui influe nécessairement sur les activités de communication ;
- une communication interne défailante caractérisée notamment par une mauvaise circulation voire une rétention de l'information,
- une faible pratique de la restitution à divers niveaux,
- une mauvaise circulation de l'information entre les directions centrales et les DREA marquée par des lenteurs administratives et une faiblesse de coordination des besoins en information ;

- ▶ une défaillance des outils de communication : site web inadapté et peu fonctionnel, connexion internet irrégulière, manque de certains équipements performants et modernes ;
- ▶ un fonctionnement irrégulier de certains cadres de rencontres et de décision ;
- ▶ une faible identification du personnel aux valeurs de la maison ;
- ▶ une communication interpersonnelle faible ;
- ▶ une faible communication sur l'assainissement.

*Au niveau de la DCPM, on peut enregistrer :*

- ▶ une insuffisance de personnel qualifié (inadéquation profils/taches) ;
- ▶ un manque d'outils modernes et performants de communication ;
- ▶ une insuffisance des bureaux ;
- ▶ une faible implication de la DCPM dans les activités des structures du ministère ;
- ▶ une absence de synergie d'actions avec les différents chargés de communication.

*Au niveau des structures déconcentrées :*

**DREA :**

- ▶ un manque de professionnels en communication et d'équipements adéquats ;
- ▶ une lenteur dans l'acheminement du courrier entre DREA et Centrale ;
- ▶ une absence de coordination des sollicitations en besoin d'information des directions centrales au DREA.

**Les problèmes principaux de la communication externe sont :**

- ▶ une faible synergie d'actions communicationnelles avec les partenaires notamment les ONG/Associations ;
- ▶ une faible communication sur les lois et règlements dans le sous-secteur ;
- ▶ une sensibilisation insuffisante sur la réalisation, l'utilisation et l'entretien des ouvrages ;
- ▶ une non-évaluation de la communication.

### **III.5 Analyse des principaux problèmes de communication**

Le diagnostic de la communication du MEA a permis d'identifier nombre de problèmes de communication aussi bien en interne qu'en externe. Pour mieux orienter la stratégie de communication, une analyse des causes à effets a été réalisée et synthétisée dans le tableau suivant :

Tableau 2 : Analyse des problèmes

Problème principal	Causes	Effets
<p><b>La communication au sein du MEA est réduite à sa seule fonction de couverture médiatique et de relations presse alors qu'elle devrait avoir une mission stratégique et d'accompagnement managérial</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Faible leadership de la DCPM</li> <li>▸ Une perception limitée et restrictive de la fonction communication.</li> <li>▸ Une faiblesse de coordination des besoins en information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Faible visibilité et positionnement stratégique du MEA en tant qu'institution en charge de l'eau et l'assainissement</li> <li>▸ Mauvaise circulation de l'information et une rétention de l'information</li> <li>▸ Cloisonnement des services,</li> <li>▸ Absence de synergie</li> <li>▸ Une faible contribution des directions et services à l'animation du site web</li> <li>▸ Une faible identification du personnel aux valeurs de la maison</li> <li>▸ Une communication interpersonnelle faible.</li> </ul>
	<p>La DCPM n'assure pas une coordination et une gestion prospective de la communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Déficit de vulgarisation des concepts techniques pour les mettre à la portée du grand nombre.</li> </ul>
<p><b>Dysfonctionnements au niveau du dispositif opérationnel de la communication</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Mauvaise circulation de l'information ascendante et descendante entre les DREA et la centrale</li> </ul>	<p>Absence de coordination des sollicitations en besoin d'information des directions centrales au DREA.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Cloisonnement des DREA</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Fonctionnement irrégulier de certains cadres de rencontres et de décision : conseil de cabinet, réunions de directions, réunions de service</li> <li>▸ Insuffisance de documents techniques et statistiques sur les ouvrages d'eau et d'assainissement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ La lenteur du courrier</li> <li>▸ Une mauvaise circulation de l'information entre les directions centrales et les DREA marquée par des lenteurs administratives</li> </ul>
--	---	---

### Communication externe

<b>Problème principal</b>	<b>Causes</b>	<b>Effets</b>
<b>Difficultés à coordonner, harmoniser les interventions de communication avec les différents acteurs externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Faiblesse de coordination de la communication globale du MEA par la DCPM</li> </ul>	Absence de synergie d'actions communicationnelles avec les partenaires notamment les ONG/Associations
<b>Persistance d'attitudes et pratiques des usagers, défavorables à la bonne gestion de l'eau et à la promotion de l'assainissement au Burkina Faso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Communication insuffisante sur les lois et règlements relatifs à la gestion de l'eau et de l'assainissement</li> <li>▸ Sensibilisation insuffisante sur l'utilisation des ouvrages</li> <li>▸ Faible communication sur l'assainissement</li> <li>▸ Résistance aux changements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Insuffisance d'appropriation des lois et règlements par les divers usagers de l'eau et de l'assainissement</li> </ul>



## IV. STRATEGIE ET PLAN DE COMMUNICATION DU MEA

### IV.1 Fondements de la stratégie de communication

La stratégie de communication répond à un besoin, une préoccupation ressentie par tous les acteurs de l'eau et de l'assainissement. Outil de management, de visibilité, de promotion pour le département, la communication doit permettre également de faire connaître, de s'approprier à un niveau individuel et collectif, une problématique vitale. Celle dont la résolution conditionne la survie des populations : "l'eau, c'est la vie", dit-on. Cette vérité, dans son acception d'aujourd'hui, surtout par ces temps de changements climatiques, doit être institutionnalisée, vulgarisée et partagée au moyen d'une communication large, ciblée et durable. De façon précise, il s'agira de centrer celle-ci sur le Tryptique "Eau, assainissement, hygiène", objet d'un choix politique national appuyé par les partenaires dans leur diversité.

Au nombre des problèmes que la communication doit aider à résoudre, il en est qui constitue des enjeux et défis majeurs. C'est notamment le cas de la gestion intégrée des ressources en Eau, des objectifs "zéro corvée d'eau d'ici 2020" et "zéro défécation à l'air libre d'ici 2030". Il importe d'y ajouter l'inscription dans la nouvelle constitution du Droit à l'Eau et à l'Assainissement.

La communication globale sur les ressources en eau et assainissement du Burkina Faso s'inscrit dans un contexte de mise œuvre de la Gestion intégrée des ressources en eau (GIRE), qui elle-même a pour vocation de concrétiser la politique nationale en matière d'eau en harmonie avec les orientations internationales en matière de bonne gouvernance des ressources en eau.

Au niveau gouvernemental, le PNDES, référentiel de mise en œuvre du programme gouvernemental prévoit une composante eau et assainissement dont le coût total de financement s'élève à 117 922 000 000 de francs CFA d'ici 2020 et se décline en cinq programmes.

Ces programmes se veulent en adéquation avec les « Objectifs de Développement Durable », notamment l'objectif 6 : *garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau*. Malgré cet existant institutionnel et réglementaire, le Burkina est confronté à des contraintes multiples et endogènes dans la mise en œuvre efficiente des programmes.

La décentralisation amorcée en 2004 (loi portant code général des Collectivités territoriales) constitue une des réponses pertinentes à ces contraintes. En effet, elle autorise les collectivités territoriales à exercer des compétences de maîtres d'œuvre en matière de gestion des ouvrages et des ressources en eau et assainissement. En cela, elle est un levier majeur de mise en œuvre des programmes.

Cette mise en œuvre implique l'autonomisation des collectivités territoriales dans la gestion de leurs ressources, la définition de leurs moyens de développement et d'exploitation de leurs ressources et priorités. Toutefois, il importe de souligner que ces

résultats ne pourraient être atteints que par le parachèvement du processus de transfert de compétences aux communes.

Il importe de souligner également que le cadre sectoriel de dialogue “Environnement, Eau et Assainissement” défini par le PNDES constitue un outil majeur de la politique nationale de maîtrise et de promotion de la problématique de l’eau et de l’assainissement ; elle met en interaction les ministères de l’Environnement, de l’eau et de la Santé, de l’Urbanisme, des Finances et du Développement.

Le secteur eau et assainissement demeure celui où les initiatives des acteurs non étatiques (ONG et associations, prestataires divers) foisonnent du fait de l’importance de la ressource dans les pays sahéliens sans débouchés maritimes. Néanmoins, la contribution du secteur privé reste encore faible dans un environnement qui ne favorise pas pleinement la création d’entreprises spécialisées qualifiées, et la société civile reste focalisée sur l’appui au développement des services d’eau et d’assainissement.

Au total, la problématique de l’Eau et de l’Assainissement est en soi un concentré de défis et d’enjeux auxquels le Burkina Faso doit faire face. A cette fin, outre les réalisations (ouvrages), le pays s’est doté d’un arsenal de textes et de mesures que la communication doit faire connaître pour en faciliter l’appropriation citoyenne et populaire.

En résumé, la présente stratégie s’appuie sur des référentiels institutionnels, juridiques et techniques :

- ✓ la Constitution du Burkina Faso du 2 juin 1991 qui garantit les droits fondamentaux des citoyens dont le droit d’accès à l’eau et à l’assainissement ;
- ✓ le PNDES, référentiel de mise en œuvre du programme gouvernemental qui comprend une composante majeure en matière d’eau et d’assainissement ;
- ✓ la Stratégie nationale de l’eau qui garantit le droit pour chaque Burkinabè à disposer de l’eau en qualité et quantité suffisante pour tous les usages et des ouvrages et services d’assainissement adéquats à même de préserver sa santé et sa dignité;
- ✓ l’ODD 6, issu du Programme de développement durable à l’horizon 2030 ;
- ✓ la Politique nationale de communication pour le développement (PNCD) qui se veut un cadre de référence communicationnelle pour le développement ;
- ✓ les stratégies de communication sectorielles des projets/programmes.

## IV.2 Objectif global de la stratégie de communication

L’objectif global de la stratégie de communication s’appuie sur la vision suivante :

**“D’ici 2030, la communication du MEA doit permettre la connaissance, l’utilisation, la gestion efficace de la ressource en eau et une appropriation du droit d’accès à l’eau et à l’assainissement”.**

L’objectif global qui découle de cette vision est de **faciliter la réalisation des missions du MEA par l’adhésion et la mobilisation des acteurs internes et externes, d’ici 2030.**

Cet objectif global induit les objectifs spécifiques suivants :

A l'interne :

- ✓ 80% des agents s'approprient les missions et attributions du MEA,
- ✓ 100% des structures du MEA disposent d'un dispositif de communication interne fonctionnel,

A l'externe :

- ✓ la visibilité du MEA et de ses structures déconcentrées, rattachées et de mission s'est accrue de 90% au plan national et international,
- ✓ les cadres de concertation du sous-secteur "eau et assainissement" se sont renforcés à 90%,
- ✓ 70% de la population adoptent de bonnes pratiques en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement,
- ✓ 70% des usagers adoptent de bonnes pratiques en matière de GIRE,
- ✓ Le financement accordé au sous-secteur "eau et assainissement" s'est accru de 30%.

### IV.3 Axes stratégiques d'intervention et objectifs de communication

NIVEAU D'INTERVENTION	AXES D'INTERVENTION	OBJECTIFS DE COMMUNICATION
INSTITUTIONNEL	<p><u>AXE 1</u> RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE ET DE LA SYNERGIE D'ACTION</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Améliorer le dispositif de communication interne de 100% des structures du MEA</li> <li>2. Amener 80% des agents à s'approprier les missions et attributions du MEA</li> <li>3. Renforcer la synergie d'action et l'empreinte de la communication au sein des Directions programmes</li> </ol>
	<p><u>AXE 2</u> RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Accroître de 90% la visibilité du MEA et de ses structures déconcentrées, rattachées et de mission au plan national et international</li> <li>2. Renforcer à 90% les cadres de concertation du sous-secteur "eau et assainissement"</li> <li>3. Accroître le financement accordé au sous-secteur "eau et assainissement" de 30%.</li> </ol>
USAGERS	<p><u>AXE 3</u> PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amener 70% de la population à adopter de bonnes pratiques en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement ;</li> <li>2. Amener 70% des usagers adoptent de bonnes pratiques en matière de GIRE ;</li> <li>3. Assurer une prise en compte effective du genre et des droits humains dans le secteur eau et assainissement (PGEA)</li> <li>4. Promouvoir les conditions de durabilité des aménagements et ouvrages hydrauliques (PNAH)</li> </ol>

## IV.4 Cibles de communication

Les groupes cibles sont définis en trois catégories : les cibles primaires, les secondaires et les cibles tertiaires.

### IV.4.1 Cibles primaires

Il s'agit des populations bénéficiaires, les ménages, les comités locaux de l'eau, les gestionnaires de borne-fontaine et de latrines publiques, associations des usagers de l'eau, les maraichers, les maçons, les orpailleurs, les enseignants et élèves, le personnel soignant, les malades et accompagnants. Cette cible est en contact direct avec les ressources en eau et les ouvrages d'assainissement.

### IV.4.2 Cibles secondaires

Ce sont les services centraux du MEA, les directions générales et techniques, les projets/programmes et les structures déconcentrées, les communes (élus locaux), les décideurs politiques, les leaders d'opinion, les artistes. Cette cible est directement concernée par la communication interne du MEA.

### IV.4.3 Cibles tertiaires

Cette catégorie comprend les PTF, les ONG/associations, les OSC, les médias, les Centres de formation et recherche. Leur contribution est visible sur les plans technique, financier et communicationnel. Celles-ci concourent par ailleurs à l'information, à la sensibilisation des bénéficiaires et à la réalisation d'ouvrages. Les médias, eux, contribuent indéniablement à la veille citoyenne sur les infrastructures de fourniture d'eau et les ouvrages d'assainissement. De ce fait, ils participent au respect de la bonne gouvernance du secteur et sont des cibles qu'il importe de prendre en considération.

## IV.5 Types d'approches de communication

Au regard des préoccupations exprimées dans les TdR, la mise en œuvre de la présente stratégie va s'opérer à travers six (6) approches de communication. Ce sont l'information, la sensibilisation, la participation/implication, la formation/renforcement des capacités le plaidoyer et le canal interpersonnel.

L'approche **information** consiste à livrer, fournir des éléments permettant de connaître le MEA, ses services centraux et déconcentrés.

L'approche **sensibilisation** vise à convaincre les bénéficiaires à adopter des bons comportements en matière d'eau et d'assainissement.

L'approche **participative** tient en l'implication des acteurs dans la mise en œuvre des programmes

L'approche **formation/renforcement des capacités** permet d'acquérir des savoirs, des techniques, des méthodes d'organisation, de gestion et d'entretien des ouvrages d'eau et d'assainissement. Il importe que la formation soit continue et adaptée.

L'approche **plaidoyer** concerne prioritairement les sphères décisionnelles. Elle implique des actions de persuasion, de visibilité suivie au bénéfice de celle-ci, pour qu'elle s'approprie le bien-fondé et la nécessité d'appuyer et soutenir le MEA dans ses missions quotidiennes et réalisations.

Le canal **interpersonnel** pratiqué à travers les réunions, les entretiens et échanges individuels, le counseling.

## IV.6 Messages clés

Les messages clés à l'adresse des diverses cibles, partent d'un message principal formulé ainsi qu'il suit : **"le MEA préserve votre santé et votre dignité en réalisant des ouvrages d'eau et d'assainissement"**. Ce message est clair, concis et précis en ce sens qu'il met en relief les missions principales dévolues au MEA. En outre, il prend en compte les besoins primaires des populations, à savoir la disponibilité des ouvrages d'eau et d'assainissement. Ce message est facile à mémoriser et intègre une dimension psychosociale, "santé et dignité".

De ce message clé principal, découlent des idées de messages qui seront formulées conformément aux objectifs et aux problèmes de communication à résoudre. Celles-ci doivent être courtes, expressives et adaptées à la compréhension des cibles. Elles seront en français et en langues nationales.

## IV.7 Canaux et supports de communication

### IV.7.1 Canaux et supports de communication interne

La réalisation d'une circulation fluide de l'information à l'interne présuppose le choix des canaux et supports appropriés. Dans le cas du MEA, il s'agira d'articuler l'utilisation et/ou la promotion des canaux et supports suivants :

- ✓ au titre des canaux : les séances de restitution, les réunions de directions et de services, les rencontres d'évaluation de la communication...
- ✓ au registre des supports : les notes de services et d'information, le bulletin d'information, le site web, l'affichage interne, l'internet, le mailing group, le SMS, les réseaux sociaux (WhatsApp, Facebook, twitter, Instagram)

### IV.7.2 Canaux et supports de communication externe

Les canaux et supports de communication externe sont entre autres,

- ✓ au titre des canaux : les dépliants, les émissions radio et TV interactives, les journées portes ouvertes, les visites de terrain, les publiereportages radio, TV, presse écrite et en ligne, les conférences publiques,...
- ✓ au registre des supports : les banderoles thématiques, les spots radio et TV, les gadgets publicitaires, les réseaux sociaux, le téléphone fixe, le SMS, les films documentaires,....

Les canaux et supports de communication suivent la logique de la conjonction des objectifs à atteindre, des besoins en information/communication, de l'existant

communicationnel national, régional et local et de l'état des lieux/diagnostic de la communication réalisé. Le choix des canaux tiendra aussi compte des habitudes de communication et d'utilisation des médias par les publics du MEA. Selon les résultats de l'enquête de terrain réalisés au cours de cette étude, les médias appropriés pour atteindre le maximum de ménages au niveau de la population sont la radio (74,1%), la télévision (55,3%) et l'internet (14,6%). Au niveau des gros usagers, la radio reste aussi le canal d'information le plus utilisé (37%), suivie de la télévision (36%), de l'Internet (17%) et de la presse écrite (10%).

Les langues les plus appréciées pour recevoir l'information sont : le français (35%) suivi du mooré (26%), dioula (16%). Les populations marquent toutefois une préférence pour la diffusion des informations dans la principale langue locale du milieu. Les meilleurs moments pour recevoir l'information sont le matin à partir de 6 h, en début d'après-midi à 13 h et le soir autour de 20 h.

En fonction des six (6) approches de communication retenues, de la spécificité des cibles, les actions/activités seront assurées par l'articulation ou la combinaison de divers canaux/supports.

Les outils/supports/canaux seront utilisés dans deux types de communication : communication de masse et communication de proximité.

Dans la communication de masse, l'articulation de divers outils/supports/canaux permettra d'utiliser :

1. **les médias modernes** : radios, télévisions, presse écrite, presse en ligne, spots, films télévisuels, dépliants, site web, réseaux sociaux, SMS, etc.
2. **les outils hors médias** : journées portes ouvertes, ateliers de sensibilisation, affiches, banderoles, etc.

La communication de proximité fait appel, entre autres aux :

- **Outils/canaux traditionnels ou endogènes** : théâtre-forum, réunions de concertation, dialogues locaux...
- **Outils de relations publiques et de plaidoyer** : visites guidées et commentées de réalisations, séances de démonstrations, journées portes ouvertes, dialogues locaux avec des leaders d'opinion, politiques (élus nationaux et locaux notamment), traditionnels, religieux, associatifs (gestionnaires de bornes-fontaines, gestionnaires de latrines publiques, gros usagers).

## IV.8 Cadre logique de la stratégie de communication

La méthode du cadre logique a été utilisée pour décrire les aspects les plus importants du projet de communication. Cette méthode implique la mise en forme des résultats de l'analyse de manière à présenter de façon systématique et logique les objectifs du plan de communication. La mise en forme reflète les liens de causalité entre les différents niveaux d'objectifs, et indique comment on peut vérifier si les objectifs ont été réalisés et définir quelles sont les hypothèses susceptibles d'influencer sa réussite.

Tableau 3 : Cadre logique

**Niveau Institutionnel**

Code	Objectifs/Résultats	Indicateurs Objectivement Vérifiables (IOV)	Sources de Vérification	Hypothèses / Risques
OG	<b>Faciliter la réalisation des missions du MEA par l'adhésion et la mobilisation des acteurs internes et externes d'ici 2030</b>	Taux de réalisation du plan de communication interne et externe	Rapport d'activité de la DCPM Rapport d'activité des différents Directions et des cinq (5) programmes Rapport d'activités des Agences de l'eau	Volonté des décideurs Financement du plan de communication Dynamisme de la DCPM et des services de communication des programmes et agences Stabilité politique
<b>AXE 1 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE ET DE LA SYNERGIE D'ACTION</b>				
<b>O1</b>	<b>Améliorer le dispositif de communication interne de 100% des structures du MEA</b>			
	Objectifs/Résultats	Indicateurs Objectivement Vérifiables (IOV)	Sources de Vérification	Hypothèses / Risques
O1R1	La circulation de l'information est améliorée entre toutes les structures du MEA (centrale, déconcentrées, rattachées et de mission)	Fonctionnalité du téléphone fixe et de la flotte téléphonique Débit internet amélioré Service intranet Formation à l'utilisation d'internet et intranet	Rapport d'activité de la DCPM Rapport d'activité de la DSI	Dynamisme de la DCPM Bonne collaboration avec DSI
O1R2	Les moyens d'action de la DCPM sont renforcés	Nombre de personnel qualifié recruté Matériels techniques acquis Nombre de formations réalisées	Matériels acquis Personnels recrutés Manuel de formation Rapport de formation	Dynamisme de la DCPM



		Nombre de rencontres de concertation entre DCPM et points focaux communication	Rapports d'activités de la DCPM	
O1R3	Un système d'information interne cohérent est développé et fonctionnelle au niveau du SP/GIRE et des Agences de l'eau	Nombre d'outils/supports de communication interne produits sur le nombre prévu Nombre d'outils/supports de communication interne utilisés sur le nombre produit	Rapport de suivi du plan de communication interne	Dynamisme des services de communication
O1R4	La circulation de l'information entre le SP/GIRE, les Agences de l'eau et les structures partenaires est améliorée	Nombre d'acteurs satisfaits sur le nombre d'acteurs enquêtés	Rapport d'activités	Adhésion des acteurs Mobilité des acteurs
O1R5	La communication interne au sein des structures de gestion des programmes (PGEA et PNAH) est renforcée	Existence d'un document de stratégie communication pour le volet gouvernance et aménagements des ouvrages hydrauliques	Rapport d'enquête	Adhésion des décideurs
O1R6	Les différents documents produits, CASEM, résultats de l'inventaire national des ouvrages sont capitalisés et diffusés	Existence d'une base documentaire opérationnelle et mis à jour régulièrement	Rapports d'activités	Dynamisme des acteurs

<b>O2</b>	<b>Renforcer la synergie d'action et l'empreinte de la communication au sein de 100% des Directions et programmes</b>			
O2R1	Des cadres formels de concertation sont mis en place	Existence d'un cadre de concertation formel entre DCPM et les Directions Existence d'un cadre de concertation formel entre DCPM et les responsables de communication programmes	Publications réalisées	Adhésion des décideurs Dynamisme de la DCPM
O2R2	Les équipes des différentes directions, projets et programmes s'imprègnent fortement des principes et avantages de la communication pour leur fonctionnement	Nombre de séminaires et d'ateliers organisés sur les enjeux de la communication interne et externe Nombre d'ateliers organisés sur les techniques d'animation, accueil, maîtrise du temps et organisation d'agendas Nombre d'agents touchés par les séminaires et ateliers	Rapports d'activités de la DCPM Modules de formation Listes de participants	Adhésion des décideurs Dynamisme de la DCPM
O2R3	Une synergie d'action avec la DCPM permet aux Directions, Programmes de réaliser des actions de communication pertinentes et efficaces.	Nombre de séances de planification de la communication des Directions, projets et programmes Nombre d'activités de communication réalisées avec l'appui de la DCPM	Rapports d'activités Lettre de mission	Adhésion des décideurs Dynamisme de la DCPM
<b>O3</b>	<b>Amener 80% des agents à s'approprier les missions et attributions du MEA</b>			
O3R1	La communication de proximité est valorisée au sein du MEA	Nombre d'Assemblées générales dialogue et les concertations entre le Ministre et les acteurs en interne un cadre de concertation trimestriel institué entre les directeurs centraux, de programmes	Rapports d'activités Discours du Ministre	Adhésion des décideurs

O3R2	les acteurs internes du MEA (structure centrale, déconcentrée, rattachées et de mission) véhiculent une image positive de leur organisation	<p>Nature et nombre d'actions menées par la DCPM pour appuyer la mutuelle</p> <p>Nombre d'appui à l'organisation et l'animation de la cérémonie de présentation de vœux et de l'arbre de Noël, soirée culturelle, repas de famille qui rassemble le ministre et l'ensemble du personnel.</p> <p>Nombre de personnel d'appui et de cadres ayant participé aux activités récréatives</p> <p>Nombre de cérémonies de distinction du personnel méritant</p> <p>Nombre de Publications du meilleur agent du trimestre dans le bulletin interne et site web et par affichage</p> <p>Nombre d'affichage des photos des employés modèles et publication de leurs profils</p>	<p>Rapport d'activité de la mutuelle</p> <p>Listes de présence</p> <p>Plan d'activités de la mutuelle</p> <p>Rapport d'activité de la DCPM</p> <p>Bulletin interne</p> <p>Site web</p>	<p>La mutuelle est parrainée par le Ministre</p> <p>Adhésion des décideurs</p> <p>Bonne collaboration entre la DCPM et la DRH</p>
O3R3	Les nouveaux employés s'approprient les missions, visions et valeurs du MEA	Existence d'un livret d'accueil	<p>Livret d'accueil</p> <p>Rapport d'activité de la DCPM</p> <p>Rapport d'activités de la mutuelle</p>	<p>Bonne collaboration entre la DCPM et la DRH</p>

Code	Objectifs/Résultats	Indicateurs Objectivement Vérifiables (IOV)	Sources de Vérification	Hypothèses / Risques
<b>AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE</b>				
<b>O1</b>	<b>Accroître à 90% la visibilité du MEA et de ses structures déconcentrées, rattachées et de mission au plan national et international</b>			
O1R1	Les différents partenaires à la communication participent à la promotion de la vision, des missions et objectifs du MEA	<p>Nombre d'activités de Communication sur la vision, les missions et les objectifs du ministère</p> <p>Nombre d'actions de Relations Presse et Publique réalisées (Déjeuner de presse, caravane de presse)</p> <p>Nombre de contrats avec les médias</p> <p>Niveau d'écoute</p> <p>Clubs d'écoute</p> <p>Nombre de revues de presse réalisée</p> <p>Nombre d'émissions, de pages</p> <p>Niveau de participation des partenaires</p>	<p>Protocoles et contrats avec les médias</p> <p>Press book</p> <p>Rapports d'activités de la DCPM</p> <p>Site Web</p> <p>Réseaux sociaux</p> <p>Rapports d'écoute</p> <p>Clubs d'écoute</p>	Adhésion des partenaires
O1R2	Les différents partenaires institutionnels s'approprient les objectifs de développement portés par le MEA	<p>Nombre d'affiches sur le droit à l'eau potable et sur les objectifs "Zéro corvée d'eau" en 2020 et "zéro défécation" à l'air libre</p> <p>Nombre d'émissions TV et radiophoniques réalisées sur les rôles et responsabilités des acteurs institutionnels dans l'atteinte des objectifs "Zéro corvée d'eau" en 2020 et "zéro défécation d'ici 2030" à l'air libre</p> <p>Nombre d'affiches institutionnelles</p>	<p>Rapports d'activités</p> <p>Rapport de sondage d'opinion</p>	<p>Volonté des décideurs à mieux impliquer les partenaires institutionnelles dans l'atteinte des objectifs 2020</p> <p>Dynamisme de la DCPM</p>

O1R3	La population est régulièrement informée sur les activités et réalisation du MEA	Existence d'un dispositif de capitalisation et de diffusion des activités et réalisations du MEA Nombre de documents (écrits ou audiovisuels) sollicités par étudiants, chercheurs, professionnels de la communication Nombre de visiteurs du site web Nombre de grandes manifestations	Rapport d'activités de la DCPM	Dynamisme de la DCPM
O1R4	Les acquis des Programmes Nationaux d'Approvisionnement en Eau Potable et d'Assainissement des eaux usées et excréta sont capitalisés et connus des acteurs	Nombre de personnes/structures informées sur les réalisations du PN-AEP et PNAEUE Nombre de personnes informées sur les contributions des acteurs intervenants dans le secteur Nombre de personnes informées sur les outils de communication reçus par les acteurs	Rapports d'évaluation	Disponibilité des ressources
O1R5	la visibilité du SP/GIRE et de ses structure de mise ne œuvre s'est accrue sur le plan national, régional et international	Nombre d'outils/ supports de visibilité produits et diffusés	Rapport d'activités	Disponibilité des ressources
<b>O2</b>	<b>Renforcer à 90% les cadres de concertation du sous-secteur "eau et assainissement"</b>			
O2R1	Un cadre de dialogue spécifique entre le ministère en charge de l'eau et le secteur privé est établi et fonctionne	Existence d'un répertoire des ONG/AD du secteur Fonctionnalité d'un cadre concertation entre	Rapport d'activité DCPM Rapport d'activités PGEA	Volonté des décideurs à mieux impliquer les partenaires institutionnelles

		le ministère et les ONG et associations intervenant dans les domaines de l'eau et de l'assainissement		
O2R2	les acteurs institutionnels du secteur de développement rural sont impliqués dans la mise en œuvre du PN-GIRE	Nombre de rencontres tenus avec ces acteurs Nombre d'activités GIRE réalisées par ces structures	Comptes rendus des rencontres Rapport d'activités	Mobilité du personnel Perception du rôle de chaque acteur
<b>O3</b>	<b>Accroître le financement accordé au sous-secteur "eau et assainissement" de 30%.</b>			
O3R1	Le document de stratégie est édité et diffusé à tous les partenaires et les parties prenantes aux missions du MEA adhèrent à la mise en œuvre du plan de communication et à son financement Les PTF acceptent de financer le plan	Nombre d'exemplaires imprimés et diffusés Document d'évaluation financière de l'atelier de partage et d'échanges sur la stratégie Documents d'accords de financement	Bon de commande Bordereaux de livraison Rapports des ateliers de partage et d'échanges sur la stratégie Rapports d'activités	Manque de ressources financières
O3R2	De nouveaux partenariats sont établis	Nombre de partenariats Signés Nombre d'outils et de supports produits associant les logos des partenaires	Convention de partenariats	Stabilité politique Crise économique

### Niveau usagers

Code	Objectifs/Résultats	Indicateurs Objectivement Vérifiables (IOV)	Sources de Vérification	Hypothèses / Risques
<b>AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL</b>				
<b>O1</b>	<b>Amener 70% de la population à adopter de bonnes pratiques en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement</b>			
O1R1	Les populations, y compris les couches vulnérables, consomment l'eau potable en toutes saisons	Nombre de consommateurs d'eau potable Nombre de pauvres qui consomment l'eau potable	Rapport d'évaluation	Mobilisation insuffisante de ressources, faible adhésion des groupes cibles
O1R2	La continuité du service public d'eau potable est assurée	Indice de continuité du service d'eau potable	Rapport d'évaluation	Mobilisation insuffisante de ressources, faible adhésion des groupes cibles
O1R3	Les bonnes pratiques d'hygiène liées à l'utilisation de l'eau potable sont adoptées	Le nombre de ménages appliquant les règles de préservation de la potabilité de l'eau	Rapport d'activités Rapport d'évaluation	Mobilisation insuffisante de ressources, faible adhésion des groupes cibles
O1R4	Les populations adoptent les bonnes pratiques d'HA	Nombre d'affiches de sensibilisation Nombre d'émissions radiophoniques Nombre de séances, d'ateliers de formations/sensibilisation Nombre de campagnes de sensibilisation réalisées  Nombre de personnes adoptant les bonnes pratiques d'HA	Rapport d'activités DCPM Rapports d'activités des communes, OSC, associations, DREA  Rapport d'évaluation	Insuffisance d'ouvrages réalisés et entretenus Constat du non-respect de l'indicateur officiel (1 forage pour 500 habitants dans un rayon de 500 m)  Mobilisation insuffisante de ressources, faible adhésion des groupes cibles



O1R5	Les ménages, y compris ceux des personnes vulnérables, se dotent d'ouvrages d'assainissement	Nombre de ménages pauvres disposant d'un ouvrage d'assainissement	Rapport d'évaluation	Mobilisation insuffisante de ressources, faible adhésion des groupes cibles
O1R6	Les latrines publiques sont bien gérées par des opérateurs privés	Nombre de latrines publiques sous gestion déléguée	Contrats/conventions	Mobilisation insuffisante de ressources, faible adhésion des groupes cibles
O1R7	Les organisations de gestion des latrines institutionnelles sont opérationnelles	Nombre de latrines institutionnelles bien entretenues	Rapport d'évaluation	Mobilisation insuffisante de ressources, faible adhésion des groupes cibles
O1R8	Les comportements positifs en HA sont adoptés	Taux de prévalence des maladies liées au manque d'hygiène et d'assainissement	Rapport d'évaluation	Persistances des pesanteurs socio-culturelles
O1R9	Les acteurs sont informés et sensibilisés sur l'utilisation des sous-produits de l'assainissement	Nombre d'affiches de sensibilisation Nombre d'émissions radiophoniques Nombre de séances, d'ateliers de formations/sensibilisation Nombre de campagnes de sensibilisation réalisées Nombre d'acteurs qui utilise les sous-produit	Rapport d'activités	Persistances des pesanteurs socio-culturelles - -
O1R10	Les ménages réalisent eux-mêmes leurs latrines	Nombre de ménages réalisant eux-mêmes leurs latrines	Rapport d'évaluation	
<b>O2</b>	<b>Amener 70% des usagers à adopter de bonnes pratiques en matière de GIRE</b>			
O2R1	Les usagers se sont appropriés la GIRE comme approche de protection et de	Nombre d'affiches de sensibilisation sur la thématique GIRE Nombre d'émissions radiophoniques	Rapports d'activités des acteurs (DREA, AE, CLE,	Résistances socioculturelles Incivisme

	gestion de la ressource en eau.	Nombre de séances, d'ateliers de formations/sensibilisation Nombre d'actions de sensibilisation sur l'exploitation et la sauvegarde des eaux de surface et des eaux souterraines Nombre d'interpellations citoyennes sur la problématique de gestion de l'eau Taux d'utilisateurs ayant une connaissance de la GIRE sur le total enquêté	AUE, communes, gros utilisateurs, ...) Rapports de formations  Rapport d'enquête, suivi de la mise en œuvre de la stratégie	Manque de ressources financières Insuffisance de participation volontaire à l'entretien des ouvrages Dynamisme des agences de l'eau Absence de conflits entre utilisateurs
O2R3	Les utilisateurs ont adopté les bonnes pratiques en matière de protection et de gestion rationnelle et durable des ressources en eau	Nombre de voyages d'études effectuées Nombre d'utilisateurs formés et sensibilisés Nombre d'utilisateurs ayant été récompensés	Rapports d'activités	Non-respect des consignes et des messages sur les bonnes pratiques
O2R4	Les gros utilisateurs adhèrent à la CFE et s'acquittent de leurs cotisations	Nombre de bonnes pratiques (success story) enregistrées en matière de CFE Nombre de campagnes de sensibilisation sur la CFE Taux de recouvrement de la CFE	Rapports d'activités du SP/GIRE Rapports des ONG/Associations Rapports d'activités des gros utilisateurs	Négligence ou refus des gros utilisateurs de s'acquitter Pressions politiques
<b>O3</b>	<b>Assurer une prise en compte effective du genre et des droits humains dans le secteur eau et assainissement</b>			
O3R1	L'intégration du Genre et des Droits Humains dans le secteur de l'eau est effective	Document de stratégie pour la promotion du Genre et des Droits Humains prenant en compte la communication Nombre d'outils de communication et de plaidoyer sur le genre et les droits humains dans le secteur de l'eau	Rapport d'activités DCPM Rapport d'activités PGEA	Efficacité des procédures de dépenses publiques Efficacité des expertises mobilisées

O4	Promouvoir les conditions de durabilité des aménagements et ouvrages hydrauliques			
O4R1	Les comités d'usagers de l'eau connaissent leurs rôles et assurent l'entretien courant des barrages	Nombre d'actions d'information et de sensibilisation Nombre de séance de formation réalisée	Rapport d'activités des communes, DREA, PNAH	Adhésion des populations bénéficiaires
O5R2	Les populations connaissent les réalisations faites dans le cadre de la mise en oeuvre du le programme	Nombre de cérémonies de lancement, de visites terrain, de films institutionnels réalisés et de publiportage dans la presse écrite Nombre d'ouvrage réceptionné avec couverture médiatique	Rapport d'activité	Adhésion des décideurs

## V. VOLET OPERATIONNEL DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

L'opérationnalisation de la stratégie requiert la détermination des éléments nécessaires à sa mise en œuvre, à sa gestion et à son évaluation : Plan de communication, Cadre institutionnel, budget, plan d'activités, etc.

### V.1 Plan de communication

En dehors du PNAH, du PGEA et du PN-AEUE, les autres programmes possèdent des plans de communication. Leurs mise en œuvre doit concourir à l'opérationnalisation de la présente stratégie globale. Dans cette veine, ce plan de communication concerne l'ensemble des structures du MEA et propose des activités pour leur visibilité et leur ancrage institutionnel.

#### V.1.1 Eléments constitutifs préalables au plan de communication

Il importe qu'il y ait adéquation entre les cibles et les messages, entre les cibles et les outils. Les messages doivent être élaborés pour atteindre les différentes cibles retenues dans la stratégie de communication. Ils doivent répondre à l'activité sectorielle de chaque cible et susciter son adhésion aux objectifs. Également, les outils doivent être choisis en fonction des cibles. A titre illustratif, nous proposons dans un premier tableau les outils/canaux/supports adaptés aux cibles. De même, un second tableau présente des exemples d'idées de messages que la DCPM se chargera d'exploiter et de reformuler selon le cadre et la circonstance appropriés.

Tableau 4 : Adaptation des messages aux cibles

Cibles primaires	Idées de messages
Populations bénéficiaires	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ L'Eau que le MEA met à la disposition des populations est potable et bonne pour leur santé</li><li>▶ Déféquer à l'air libre est source de maladie pour la communauté entière</li><li>▶ Les toilettes préservent notre santé et notre dignité</li><li>▶ La ressource en eau se raréfie , préservons-la</li><li>▶ L'eau c'est la vie, la GIRE c'est l'assurance vie</li></ul>
CLE	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ L'organisation et la cohésion aident à l'utilisation rationnelle et pérenne de l'eau et des ouvrages</li><li>▶ L'entretien des ouvrages assure leur usage optimum et leur durabilité</li></ul>
Etablissements scolaires, élèves, APE-AME	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Gaspiller l'eau, c'est compromettre l'avenir des enfants</li><li>▶ Economiser l'eau pour en disposer demain</li><li>▶ Un élève propre est un enfant en bonne santé</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ L'usage et l'entretien des latrines contribuent à assurer la santé</li> <li>▸ Un cadre d'enseignement sain relevé de la responsabilité du corps enseignant</li> <li>▸ Les parents d'élèves sont les garants de la pérennisation des bonnes pratiques d'hygiène</li> </ul>
<b>Gestionnaires de bornes-fontaines et de latrines publiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Le gaspillage est source de pénurie</li> <li>▸ La durabilité des services est fonction d'une gestion rationnelle et concertée de la ressource</li> <li>▸ L'entretien et la propriété, facteurs de fréquentation des lieux</li> <li>▸ Les latrines publiques, lieux de respect de l'intimité, de la culture endogène et de la personnalité</li> <li>▸ Pour éviter des maladies diarrhéiques, il faut garder les latrines publiques propres</li> <li>▸ Pour accroître la fréquentation des latrines, il faut les entretenir</li> <li>▸ Payer pour faire ses besoins permet de garder les latrines dans un état propre</li> </ul>
<b>Les gros usagers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ La pollution, facteur de destruction des écosystèmes et de l'eau, une denrée vitale pour les Sahéliens</li> <li>▸ La gestion rationnelle de l'eau, respectueuse de l'environnement est un facteur de durabilité de la ressource</li> <li>▸ La CFE, une obligation et un devoir civique</li> <li>▸ L'eau doit financer l'eau</li> <li>▸ La CFE augmente la durabilité de la ressource en eau</li> </ul>
<b>La police de l'eau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ La crédibilité des acteurs contribue à une bonne GIRE</li> <li>▸ L'information et la sensibilisation sont la clé de voûte d'une bonne gestion des ressources en eau</li> <li>▸ Les sanctions exemplaires diminuent la mauvaise gestion des ressources en eau</li> </ul>
<b>Cibles secondaires</b>	<b>Idées de messages</b>
MEA et démembrés, ministères partenaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Le MEA a une vision, des missions et des objectifs partagés par l'ensemble des acteurs</li> <li>▸ La problématique de l'eau et de l'assainissement est une préoccupation nationale et une boussole pour chaque agent du MEA</li> <li>▸ L'importance capitale de l'eau et de l'assainissement dans le PNDES, à travers les 5 programmes</li> <li>▸ La mobilisation autour de la problématique de l'eau et de l'assainissement présuppose une communication performante</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ L'objectif « zéro corvée d'eau » d'ici 2020 est un engagement gouvernemental qui exige la mobilisation de tous les acteurs.</li> <li>▸ Le droit d'accès universel à l'eau et à l'assainissement s'impose à tous les Etats</li> <li>▸ La constitutionnalisation du droit d'accès à l'eau et à l'assainissement est un droit humain prioritaire</li> <li>▸ La protection et la préservation des ressources en eau sont garantes de notre survie</li> <li>▸ Les changements climatiques doivent être intégrés dans les démarches de résolution de la problématique de l'eau et l'assainissement</li> <li>▸ La réglementation en matière d'eau et d'assainissement</li> <li>▸ La visibilité du MEA est tributaire de la mise en œuvre effective de la stratégie et du plan d'actions</li> <li>▸ La valorisation de l'image du MEA exige une communication institutionnelle forte et régulière</li> <li>▸ La promotion des signes identitaires constitue des moyens de fixation de l'image du département</li> </ul>
<b>Cibles tertiaires</b>	<b>Idées de messages</b>
<b>PTF, ONG, Associations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Informer et sensibiliser les populations, c'est améliorer leur manière de gérer l'eau et les ouvrages d'assainissement</li> <li>▸ Impliquer les populations dans la gestion des ouvrages permet leur bon entretien</li> <li>▸ Investir dans le secteur de l'eau, c'est améliorer les conditions de vie des populations</li> <li>▸ Appuyer le volet eau et assainissement du PNDES, c'est aider les populations à résoudre un problème vital</li> <li>▸ L'assainissement est fondamentalement tributaire de la réalisation d'ouvrages</li> </ul>
<b>Médias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Communiquer sur l'eau et l'assainissement au Burkina Faso, c'est contribuer à résoudre une problématique sociale, vitale et existentielle</li> <li>▸ Interpeller les Autorités et les citoyens sur la problématique de l'eau et de l'assainissement fait partie de la fonction sociale des médias et relève de leurs missions de service public</li> </ul>
<b>Centre de formation et recherche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ La formation sur la problématique de l'eau et de l'assainissement est un facteur de son appropriation et d'acquisition de réflexes de protection de la ressource</li> </ul>

Tableau 5 : adaptation des outils/supports/canaux aux cibles

Cibles primaires	Outils/supports/canaux
<p>Populations bénéficiaires, CLE, gestionnaires de bornes-fontaines et de latrines publiques, la police de l'eau, Elèves et enseignants</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Rencontres et réunions d'information et de sensibilisation</li> <li>▶ Réunions villageoises et de concertation</li> <li>▶ Séance de présentation et de démonstration des ouvrages</li> <li>▶ Visites de terrain</li> <li>▶ Dialogues locaux avec les bénéficiaires</li> <li>▶ Formations thématiques sur les ouvrages</li> <li>▶ Livret de formation en français et langues nationales sur les ouvrages</li> <li>▶ Représentations de théâtre-forum sur la problématique de l'eau, de l'assainissement, de l'hygiène, l'utilisation et l'entretien des ouvrages...</li> <li>▶ Vidéo-projections sur les expériences réussies en matière d'utilisation et d'entretien des ouvrages</li> <li>▶ Emissions interactives sur les radios locales et régionales sur les orientations stratégiques du MEA, sur l'utilisation et l'entretien des ouvrages réalisés</li> <li>▶ Reportages radio et TV sur le lancement, l'inauguration, réception, la réparation des ouvrages</li> <li>▶ Spots radio et TV</li> <li>▶ Album photo sur les ouvrages</li> <li>▶ Gadgets de sensibilisation et d'information : T-shirt, calendriers, casquettes, fanions, autocollants</li> <li>▶ Affiches et banderoles thématiques</li> </ul>
Cibles secondaires	Outils/supports/canaux
<p>MEA et démembrements, ministères partenaires, PTF, ONG/associations</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Site web</li> <li>▶ Internet Intranet</li> <li>▶ Téléphones fixe et mobile</li> <li>▶ Bulletin d'information</li> <li>▶ Film documentaire</li> <li>▶ CD-Rom thématiques</li> <li>▶ Synthèse de rapports d'activités</li> <li>▶ Emissions TV, radios</li> <li>▶ Réseaux sociaux (Facebook, twitter)</li> <li>▶ Cadres de concertation</li> <li>▶ Réunion d'information</li> <li>▶ Formations thématiques</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Evènements médiatisés</li> <li>▶ Bulletins et organes des partenaires</li> <li>▶ Panels et conférences publiques</li> <li>▶ Réunions d'information régionales</li> <li>▶ Expositions et foires</li> </ul>
<b>Cibles tertiaires</b>	<b>Outils/supports/canaux</b>
Médias, OSC, grand public, bureaux d'études et agences de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Articles de presse</li> <li>▶ Film documentaire télévisuel</li> <li>▶ Site web</li> <li>▶ Emissions TV, radios</li> <li>▶ Réseaux sociaux</li> <li>▶ Expositions et foires</li> <li>▶ Affiches thématiques</li> <li>▶ Réseaux de journalistes/communicateurs</li> <li>▶ Réseaux de parlementaires</li> <li>▶ Réseaux des professionnels de la communication</li> </ul>

### V.1.2 Composantes du plan de communication

Le plan de communication est présenté en deux parties, une partie qui concerne la *communication institutionnelle* et une autre partie relative à la *communication pour le changement social et comportemental* - CCSC. Il est assorti d'un planning annuel d'activités et du budget détaillé.

Tableau 6 : Plan opérationnel de communication

**Objectif global : Faciliter la réalisation des missions du MEA par l'adhésion et la mobilisation des acteurs internes et externes d'ici 2021**

**Communication institutionnelle**

<b>AXE 1 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE ET DE LA SYNERGIE D'ACTION</b>				
<b>CODE</b>	<b>OBJECTIFS DE COMMUNICATION</b>	<b>GROUPES CIBLES</b>	<b>MODE OPERATOIRE/TACHES</b>	<b>RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE</b>
Objet 1	<b>Améliorer le dispositif de communication interne de 100% des structures du MEA</b>			
Obj. Spec. 1	Amélioration de la circulation de l'information			
<b>A1.1</b>	Consolider les outils de communication et de partage de l'information en interne	Personnel au niveau central, décentralisé et déconcentré	Généraliser et rendre fonctionnel le téléphone fixe Instaurer la flotte téléphonique entre services Améliorer le débit de l'internet Mettre en place un service intranet Former à l'utilisation d'intranet	MEA DAAF DRH DCPM
<b>A1.2</b>	Renforcer / Développer la communication avec les nouveaux médias	Personnel au niveau central, décentralisé et déconcentré	Initier et recycler le personnel à l'utilisation des outils d'information numérique et à l'utilisation des réseaux sociaux Créer des groupes de contact WhatsApp, Viber Créer un compte twitter	MEA DAAF DRH DCPM
<b>A1.3</b>	Elaborer un manuel de procédures de communication interne : charte graphique, canevas de rapportage, de restitution, présentation des rapports, guide de conception de la page Facebook et son utilisation.	Personnel au niveau central, décentralisé et déconcentré	Présenter les objectifs du manuel de procédures de communication Déterminer les éléments de contenu Faire valider et diffuser le manuel de procédures de communication	DCPM
<b>A1.4</b>	Produire et diffuser des outils sur les missions et orientations stratégiques du MEA	Personnel au niveau central, décentralisé et déconcentré	Concevoir des affiches thématiques, des kakemono, plaquettes de présentation, flyers, dépliants, sur les missions, les valeurs et défis du MEA Promouvoir l'affichage interne (l'information administrative, sociale, culturelle et sportive)	DCPM DAAF DGESS DGA

<b>A1.5</b>	Animer le bulletin interne	Personnel au niveau central, décentralisé et déconcentré	Inviter les directions à publier des articles de vulgarisation dans le bulletin interne	DCPM Webmaster Correspondants et chargés de communication des directions
<b>A.1.6</b>	Animer le site web (portail)	Grand public	Collecter, publier les informations Publier des articles	DCPM Points focaux Chargés de communication Partenaires divers
<b>A.1.7</b>	Animer la page Facebook du ministère	Grand public	Collecter, publier les informations Publier les articles	DCPM Points focaux Chargés de communication Partenaires divers
<b>A.1.8</b>	Réaliser des revues de presse	DCPM	Listing des parutions S'abonner aux journaux Collecte et sélection des informations sur les thématiques de l'eau et l'assainissement	DCPM DAAF
<b>A.1.9</b>	Promouvoir la pratique de la restitution en tant que facteur de participation	Directions Services Personnel	Rendre compte régulièrement des activités Dynamiser l'information descendante	Toutes directions et services
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement des moyens d'action de la DCPM</b>			
<b>A2.1</b>	Renforcer la DCPM en ressources humaines	DCPM	Préciser les besoins en ressources humaines (TDR)	SG DRH DAAF DCPM
<b>A2.2</b>	Renforcer le matériel de communication	DCPM	Mettre à la disposition de la DCPM une (1) table de montage ; des logiciels (Photoshop, In design, Adobe pro), antivirus, clé USB, 6 disque dur externe 5 terra, 5 cartes mémoires de 32 giga, postes radio, poste téléviseur, clé de connexion, 15 dictaphones, 15 appareils photos, 15 tablettes, )	MEA DRH DAAF DCPM
<b>A2.3</b>	Désigner un correspondant de la DCPM dans toutes les directions	DCPM Directions	Adresser une correspondance de désignation Enregistrer le correspondant désigné Tenir une rencontre de cadrage avec les correspondants	SG Directions DCPM

<b>A2.4</b>	Former le personnel de la DCPM en techniques de communication	Personnel DCPM Correspondants Points focaux	Elaborer des termes de référence pour les formations Recruter des formateurs Former le personnel de la DCPM en technique de prise de vues, audio visuelles, PAO, Community manager, veille communicationnelle	MEA DRH DAAF DCPM
<b>A2.5</b>	Créer un cadre de concertation entre la DCPM, les chargés de communication des projets/programmes/directions rattachées, les points focaux en communication et correspondants	DCPM Chargés de communication des projets/programmes/directions rattachées Points focaux Correspondants	Tenir des rencontres semestrielles visant à faire le point et évaluer les activités de communication réalisées	SG DCPM DAAF
<b>A2.6</b>	Organiser des formations sur les rôles et missions de la communication (interne et externe), le management participatif, la communication pour le développement	Directeurs, cadres	Elaborer des TDR Recruter des formateurs Etablir le budget	SG DAAF DCPM
<b>A2.7</b>	Organiser un atelier de partage et d'appropriation de la stratégie	Directions Cadres DCPM Assistants de direction/secrétaires	Présenter une synthèse de la stratégie : enjeux ; objectifs, résultats attendus, recommandations Etablir un rapport des travaux	SG DAAF DCPM
<b>Obj.spec 3</b>	Amélioration de la communication interne du SP/GIRE et des Agences de l'eau			
<b>A3.1</b>	Produire et renforcer les outils/supports de communication interne au niveau SP/GIRE et des Agences de l'eau	SP/GIRE, Agences de l'eau	Rendre dynamique et permanente la connexion internet Rétablir le téléphone au niveau des services Mettre en place une boîte à idée Mettre en place un système intranet	DCPM Chargé de com SP/GIRE DSI
<b>A3.2</b>	Renforcer les capacités du personnel chargé de la mise en œuvre des activités de communication	SP/GIRE, Agences de l'eau	Former le personnel à l'utilisation des TIC et en GIRE Mettre en place un cadre de concertation des communicateurs des AE et du SP/GIRE	DCPM Chargé de com SP/GIRE

<b>A3.3</b>	Améliorer le climat social interne au niveau du SP/GIRE et des AE	SP/GIRE, Agences de l'eau	Organiser des activités socioculturelles au profit du personnel (mutuelle, visite, reboisement, tournoi de football GIRE)	DCPM Chargé de com SP/GIRE
<b>A3.4</b>	Former les responsables sur le management du personnel	SP/GIRE, Agences de l'eau	Former les responsables du SP/GIRE et des AE sur le management et les relations publiques.	SP/GIRE
<b>Obj.spec 4</b>	<b>Renforcement de la communication interne des structures de gestion des programmes (PGEA et PNAH)</b>			
<b>A4.1</b>	Formuler un plan de communication pour le PNAH et PGEA	PNAH PGEA	Identifier les problèmes spécifiques de communication clés Développer le plan en se basant sur la stratégie globale de communication du MEA	DCPM DGESS DGIH
<b>Obj.spec 5</b>	<b>Vulgarisation des différents documents produits</b>			
<b>A.5.1</b>	Diffuser différents documents produits, CASEM, résultats de l'inventaire national des ouvrages,	Médias, étudiants, chercheurs, usagers divers	Elaborer une synthèse des travaux Diffuser dans le bulletin interne et publier sur le site web et la page Facebook	DCPM DGESS
<b>A.5.2</b>	Numériser les documents	Médias, étudiants, chercheurs, usagers divers	Acquérir le matériel adéquat (ordinateurs, mobiliers) Former à la numérisation Identifier les sources de financement possibles	DCPM DAAF DGESS DGRE
<b>A.5.3</b>	Créer et équiper un service de documentation	Médias, étudiants, chercheurs, usagers divers	Evaluer les besoins matériels et documentaires Identifier les ressources documentaires Identifier les sources de financement possibles	DCPM DAAF DGESS DGRE
<b>A.4.4</b>	Constituer un press-book	Chargés de communication Points focaux Etudiants, chercheurs, médias	Sélectionner les articles Relier le document	DCPM DAAF
<b>A.5.5</b>	Exploiter les ressources disponibles (écrits, audiovisuels) pour les reportages, les spots et films documentaires	Médias, étudiants, chercheurs, usagers divers	Archiver les ressources Synthétiser et mettre à disposition les rapports d'activités	DCPM DAAF
<b>Object.2</b>	<b>Renforcer la synergie d'action et l'empreinte de la communication au sein de 100% des Directions et programmes</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mise en place de cadres formels de concertation</b>			
<b>A1.1</b>	Mettre en place un cadre de concertation semestriel entre DCPM et les Directions centrales,	DCPM Directions Projets/programmes Points focaux	Préparer un document de TDR Organiser et animer la rencontre Produire un rapport semestriel	SG DAAF DCPM

	rattachées, régionales/projets/programmes pour faire le point et évaluer les actions/réalisations en communication			
<b>A1.2</b>	Organiser un atelier sur les techniques d'animation, de négociation et de médiation	CLE Police de l'eau DREA AE	Préparer un document de TDR Organiser et animer la rencontre Produire un rapport semestriel	SG DAAF DCPM
<b>Object. 3</b>	<b>Mobiliser les acteurs internes autour d'une vision commune et des valeurs partagées</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation interne du personnel du MEA</b>			
<b>A1.1</b>	Organiser une assemblée générale annuelle	Ministre Directions Ensemble du personnel	Préparer l'assemblée générale (logistique) Présenter les objectifs et les résultats attendus Rédiger un rapport	SG DAAF DCPM
<b>A1.2</b>	Organiser un séminaire modulé sur les orientations du MEA (place et rôle, enjeux dans le PNDES notamment)	Directeurs centraux, rattachés, régionaux, projets/programmes	Elaborer des TDR Organiser la rencontre Couvrir l'événement Synthétiser et publier le rapport issu des travaux	SG DAAF DRH DCPM
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement du sentiment d'appartenance à une même institution</b>			
<b>A2.1</b>	Mettre en place et animer une mutuelle	Personnel du MEA au niveau central et déconcentré	Publier les statuts Informers sur la tenue des réunions Communiquer sur les actions	DRH Délégués de personnel Syndicats DAAF DCPM
<b>A.2.2</b>	Appuyer l'organisation des événements sociaux et culturels (présentation de vœux, arbre de noël, baptême...)	Personnel du MEA au niveau central et déconcentré	Appuyer l'organisation des cérémonies Budgétiser l'appui Rendre compte des cérémonies par les moyens de communication interne	DRH Délégués de personnel Syndicats DAAF DCPM
<b>A.2.3</b>	Organiser une cérémonie de récompense du meilleur employé de l'année	Personnel du MEA au niveau central et déconcentré	Concevoir et organiser la cérémonie Proposer la nature de la récompense Médiatiser la cérémonie Rédiger et diffuser en interne (affichage, site web, page Facebook) et en externe (publireportage, annonces...) le compte rendu de la cérémonie	DRH Délégués de personnel Syndicats DAAF DCPM

<b>A.2.4.</b>	Concevoir et mettre à disposition un livret d'accueil sur les missions, visions et valeurs du MEA	Nouveau personnel du MEA au niveau central et déconcentré	Mettre un livret d'accueil à la disposition des nouveaux	DCPM DRH DAAF
<b>A.2.5</b>	Effectuer une évaluation interne de la stratégie à mi-parcours par la DCPM	MEA	Formuler un canevas de suivi-évaluation Publier les résultats de l'évaluation interne	DCPM
<b>A.2.6.</b>	Réaliser une évaluation finale de la stratégie par un consultant extérieur	MEA	Formuler les TDR de l'évaluation finale Recruter un consultant Publier et diffuser les résultats de l'évaluation	SG DAAF DCPM



## AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE

CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	GROUPES CIBLES	MODE OPERATOIRE/TACHES	RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE
<b>Object.1</b>	<b>Accroître à 90% la visibilité du MEA et de ses structures déconcentrées, rattachées et de mission au plan national et international</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation des médias pour la promotion de la vision, des missions et objectifs du MEA</b>			
<b>A1.1.</b>	Organiser un déjeuner de presse annuel autour de la vision, des objectifs, des orientations et des réalisations du MEA en matière d'eau, et d'assainissement	Journalistes des médias publics et privés, communicateurs freelances	Sélectionner les invités Constituer un dossier de presse Produire une déclaration liminaire Constituer une base de données des journalistes qui s'intéressent à la question	DCPM DAAF
<b>A1.2.</b>	Organiser une caravane de presse annuelle	Journalistes des médias publics et privés	Identifier les sites à visiter Constituer un dossier de presse Planifier l'hébergement, la restauration Etablir un programme	DCPM DAAF DREA Communes ONG/associations
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Mobilisation des partenaires institutionnels autour des orientations stratégiques du ministère en matière de gestion de l'eau et de l'assainissement au Burkina Faso</b>			
<b>A2.1.</b>	Concevoir des affiches institutionnelles sur les défis du MEA	Grand public	Choisir les thématiques Formuler les messages Faire les réalisations graphiques	DCPM DAAF
<b>A2.2.</b>	Organiser des émissions télévisées et radiophoniques sur les défis du MEA	Grand public	Choisir les thématiques et le format Formuler les éléments de langage Réserver des espaces de diffusion	DCPM DAAF
<b>A2.3.</b>	Organiser des émissions radiophoniques sur le droit à l'eau potable et assainissement et sur les rôles et responsabilités de chaque acteur	Grand public	Choisir les thématiques et le format Formuler les éléments de langage Réserver des espaces de diffusion	DCPM DAAF
<b>A.2.4</b>	Organiser des émissions radiophoniques pour sensibiliser à l'importance de la CFE pour le financement de l'eau	Usagers Gros usagers Conseils régionaux Communes	Choisir les thématiques et le format Formuler les éléments de langage Réserver des espaces de diffusion	DCPM DAAF

<b>Obj. Spec. 3 Renforcement de l'information publique</b>				
<b>A.3.1</b>	Réaliser des reportages et publi-reportages écrits, audio et visuels	Journaux écrits et en ligne, radios et télévisions publics et privés	Choisir les sujets Choisir les organes Diffuser dans les organes de presse	DCPM DAAF Chargés de communication
<b>A.3.2</b>	Réaliser des émissions radio et TV (tables rondes,	Grand public	Choisir les thèmes Choisir les organes	DCPM DAAF Chargés de communication
<b>A.3.3</b>	Organiser des activités conjointes de communication (Journées portes ouvertes, JME, JMT...)	Directions, AE, projets/programmes	Préparer des stands d'exposition et d'information Réunir les outils d'information et de sensibilisation	DCPM DAAF
<b>Obj. Spec. 4 Capitalisation des acquis des Programmes AEP et AEUE</b>				
<b>A.4.1</b>	Faire connaître les réalisations du PN-AEP et PN-AEUE	Décideurs politiques, élus locaux, PTF, ONG Associations, secteur privé, services de l'Etat Journalistes Ensemble des acteurs	Produire et diffuser une plaquette de capitalisation des acquis du PN-AEPA en 5000 exemplaires Produire et diffuser le rapport grand public sur les acquis du PN-AEPA en 1000 exemplaires Diffuser une plaquette de capitalisation des acquis du PN-AEPA sur les sites web Organiser 3 ateliers d'information de 100 journalistes sur le secteur de l'eau (PN-AEPA et PN-AEP et PN-AEUE) Produire un film documentaire en français, mooré, fulfulde et dioula et le diffuser au moins 30 fois Organiser une caravane de presse avec 20 journalistes sur les réalisations du PN-AEPA	DGEP DGA ONEA DCPM
<b>A.4.2</b>	Valoriser les contributions des acteurs intervenant dans le secteur	PTF, coopération décentralisée, ONG et associations, élus locaux et autres acteurs	Réaliser 2 publi-reportages télé sur les PTF, les ONG/associations et les diffuser 10 fois Produire et diffuser une plaquette sur la contribution des acteurs à la réalisation du PN-AEPA en 5 000 exemplaires Diffuser sur les sites web, les contributions des intervenants du secteur	DGEP DGA ONEA DCPM
<b>A.4.3</b>	Diffuser les documents élaborés (Guides du maire AEUE et AEP, guide IMS AEUE et AEP, guide PCD-AEPA, SPC)	Ensemble des acteurs Elus locaux, ONG/association, secteur privé	Mettre sur les sites web les documents élaborés (guides du maire AEUE et AEP, guide IMS AEUE et AEP, guide PCD-AEPA, SPC) Organiser 13 ateliers régionaux de dissémination des outils	DGEP DGA ONEA DCPM

<b>A4.4</b>	Disséminer les documents des programmes AEP et AEUE	Ensemble des acteurs Décideurs politiques, PTF, élus locaux, ONG/associations, téléspectateurs	Produire en marge des ateliers régionaux, 26 émissions radios Produire 2 dépliants sur les programmes AEP et AEUE à diffuser en 500 exemplaires chacun Diffuser les dépliants et les documents des programmes sur les sites web Réaliser cinq (5) tables rondes télé sur les programmes AEP et AEUE Produire et diffuser 1 000 CD sur les programmes AEP et AEUE	DGEP DGA ONEA DCPM
<b>A4.5</b>	Mettre en œuvre des activités de valorisation de l'effort des différents acteurs pour l'atteinte des objectifs des programmes AEP et AEUE et évaluer	Ensemble des acteurs Décideurs politiques, PTF, élus locaux, ONG/associations services de l'Etat Acteurs de mise en œuvre, Bénéficiaires	Assurer la visibilité et la couverture médiatique des 2 programmes Produire un numéro spécial du bulletin Or Bleu en 2 000 exemplaires Produire et diffuser sur les sites web, 5 articles sur la cérémonie de lancement des programmes Evaluer la mise en œuvre de la stratégie de communication 2016-2018	DGEP DGA ONEA DCPM
<b>Obj. Spec. 5</b>	<b>Renforcer la visibilité du SP/GIRE, des structures de mise en œuvre et des cadres de concertation</b>			
<b>A5.1</b>	Accroître la visibilité du SP/GIRE et des structures du Programme sur le plan national, régional et international	PTF, médias, acteurs de la GIRE	Produire des outils IEC (calendriers, TeeShirts, stylos, Agenda...) Créer une charte graphique du SP/GIRE Concevoir et imprimer des plaquettes d'information sur le Programme et le SP/GIRE Concevoir et imprimer des messages sur la GIRE Concevoir et réaliser des dérouleurs sur la présentation du SP/GIRE et du Programme	DCPM SP GIRE AE
<b>A5.2</b>	Diffuser les informations sur le SP/GIRE et les AE	PTF, médias, acteurs de la GIRE	Animer le site web du SP/GIRE Participer aux prix Galian Assurer la couverture médiatique des activités sur la GIRE Doter le SP/GIRE et les AE de matériels de communication	DCPM SP GIRE AE

			performants DCPM SP GIRE Elaborer le rapport grand public du PN/GIRE	
<b>A.5.3</b>	Organiser la journée mondiale de l'eau	PTF, médias, acteurs de la GIRE	Organiser un débat-télé sur la thématique de la journée Organiser la cérémonie officielle de la journée Confectionner des supports de communication sur la journée mondiale de l'eau Assurer la couverture médiatique de la journée mondiale de l'eau	AE, DCPM, DGRE, DGA DREA
<b>Object.2</b>	<b>Renforcer à 90% les cadres de concertation du sous-secteur "eau et assainissement"</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	Mettre en place un cadre de dialogue spécifique entre le MEA et ONG/AD dans les domaines de l'eau et de l'assainissement			
<b>A.1.1</b>	Mettre en place du cadre de concertation MEA et ONG/AD	ONG et Associations	Faire un répertoire des ONG et Associations du secteur Définir le mode et concevoir les outils de fonctionnement	DCPM PGEA DREA
<b>A.1.2</b>	Animer du cadre de concertation pour une meilleure harmonisation des stratégies d'intervention en communication	ONG et Associations	Identifier des thématiques de communication pour le changement social et comportemental Organiser des ateliers bilan et de partage d'expérience	DCPM PGEA DREA
<b>A.1.3</b>	Dynamiser les cadres de concertation (CNEau, CTE, CISE, CPCReau)	CNEau, CTE, CISE	Concevoir et imprimer des dépliants de présentations du CNEau, CTE, CISE CPCReau  Diffuser les rapports et compte-rendu des cadres de rencontre sur le site web Organiser des conférences sur la GIRE au profit des Enseignants Chercheurs	SP/GIRE Cneau, CTE, CISE -
<b>A.1.4</b>	Informier et sensibiliser les autorités politiques sur la problématique des	Autorités politiques Parlementaires	Créer et animer un bulletin trimestriel d'information sur la GIRE Diffuser les résultats des recherches sur la GIRE	SP/GIRE AE

	ressources en eau		Tenir un plaidoyer auprès des membres du gouvernement en faveur de la GIRE Organiser un atelier et une sortie sensibilisation des parlementaires sur la GIRE Mener un plaidoyer pour la prise de textes (lois) faisant du secteur de l'eau un secteur prioritaire	
<b>Object. 3</b>	<b>Accroître le financement accordé au sous-secteur "eau et assainissement" de 30%.</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation des partenaires techniques et financiers pour la mise en œuvre du plan de communication et son financement</b>			
<b>A.1.1.</b>	Organiser un atelier d'appropriation du document de stratégie à l'intention des partenaires	PTF ONG Associations	Présenter une synthèse détaillée de la stratégie : objectifs, enjeux, sources de financement	DCPM DAAF
<b>A.1.2</b>	Editer et diffuser le document de stratégie de communication	PTF ONG Associations	Editer et imprimer le document Distribuer le document auprès des différents partenaires et visiteurs du Ministre	DCPM DAAF
<b>A.1.3</b>	Identifier les actions de communication à mutualiser	DCPM Chargés de communication des ONG, Associations	S'approprier les stratégies et plans sectoriels	DCPM DAAF
<b>A.1.4</b>	Mettre en place un comité de suivi pour la mise en œuvre conjointe de la stratégie	DCPM, chargés de communication des projets/programmes, ministères partenaires, chargés de communication d'ONG et d'associations	S'approprier les stratégies et plans sectoriels Déterminer les actions communes à réaliser Convenir de l'apport de chaque partenaire	DCPM DAAF
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Favoriser l'établissement de partenariats avec les PTF</b>			
	Rechercher de nouveaux partenaires	Partenaires au développement	Mettre en place un répertoire de partenaires potentiels au niveau sous régional et international Organiser des rencontres d'information et de plaidoyer au niveau national Organiser des rencontres d'information et de plaidoyer au niveau sous régional Organiser des rencontres d'information et de plaidoyer au niveau international	MEA DCPM Programmes

## Communication pour le changement social et comportemental – CCSC

<b>AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL</b>				
<b>CODE</b>	<b>OBJECTIFS DE COMMUNICATION</b>	<b>GROUPES CIBLES</b>	<b>MODE OPERATOIRE/TACHES</b>	<b>RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE</b>
<b>Object.1</b>	<b>Amener 70% de la population à adopter de bonnes pratiques en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Sensibilisation des usagers à consommer l'eau potable, facteur de santé et de bien-être</b>			
<b>A1.1.</b>	Organiser une tournée théâtrale	Grand public	Concevoir 13 pièces théâtrales sur les bienfaits de la consommation de l'eau potable et les représenter 1 050 fois	DGEP ONEA DCPM
<b>A1.2.</b>	Organiser une campagne radiophonique	Grand public	Produire 13 spots radios en langues locales et diffuser 3600 fois	DGEP ONEA DCPM
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Information des usagers, y compris les couches vulnérables, du caractère universel de l'accès à l'eau potable</b>			
<b>A2.1.</b>	Organiser une campagne de sensibilisation	Décideurs Elus locaux ONG/associations Communautés	Produire 13 microprogrammes (sketch radiophonique) et diffuser 3600 fois Organiser 13 pièces théâtrales sur le caractère universel de l'accès à l'eau potable et les représenter 1 050 fois Produire un film documentaire de 13 mn dans les 3 langues nationales sur le caractère universel de l'accès à l'eau potable et les diffuser 36 fois Implanter 700 panneaux publicitaires sur le droit à l'eau potable	DGEP ONEA DCPM
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Promouvoir et encourager les pratiques de gestion durable du service public d'eau potable</b>			
<b>A.3.1</b>	Organiser une campagne radiophonique interactive	AUE Communautés, Elus locaux	Produire 26 émissions radiophoniques sur l'importance du paiement/cotisations pour le service de l'eau et le versement des redevances aux communes à diffuser 150 fois Produire 26 spots radios en langues locales et diffuser 2 400 fois	DGEP ONEA DCPM
<b>A.3.2</b>	Organiser des rencontres d'échanges	AUE Communautés Elus locaux	Organiser 100 causeries-débats sur les pratiques de gestion durable du service public d'eau potable pour sensibiliser 2 000 personnes	DGEP ONEA DCPM

AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL				
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	GROUPES CIBLES	MODE OPERATOIRE/TACHES	RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE
Obj. Spec. 4	<b>Promouvoir les bonnes pratiques de préservation de la potabilité de l'eau (prélèvement, transport, stockage et consommation).</b>			
A1.1	Organiser des causeries débats	APE/AME	Organiser 300 causeries avec les APE et AME	DGEP ONEA DCPM
A.1.2	Organiser une tournée théâtrale	Associations de femmes, ménages	Produire 13 pièces théâtrales sur le processus de préservation de la potabilité de l'eau à diffuser 3150 fois.	DGEP ONEA DCPM
A.1.3	Concevoir des boites à image et diffuser	Communes, associations, ménages et services étatiques	Reproduire et diffuser 400 boîtes à images PIOGEA sur le processus de préservation de la potabilité de l'eau (prélèvement, transport, stockage et consommation)	DGEP ONEA DCPM
Obj. Spec. 5	<b>Information, éducation et sensibilisation des populations sur la nécessité des bonnes pratiques favorable à l'hygiène et à l'assainissement</b>			
A.5.1.	Organiser une campagne médiatique (TV et Radio)	Grand public	Réaliser en 3 langues et diffuser 45 fois un film documentaire sur l'approche ATPC Réaliser 2 spots télé en 4 langues (français, Moore dioula fulfulde) sur les bonnes pratiques d'hygiène à diffuser 120 fois Produire 13 spots radios en langues locales et diffuser 3600 fois Réaliser et diffuser 3 jeux sur 30 radios Produire 13 pièces théâtrales sur les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement à diffuser 3150 fois.	DGA ONEA DCPM
A.5.2	Pratiquer de l'affichage public	Grand public	Confectionner et diffuser 1 500 affiches sur le mode d'utilisation de latrines	DGA ONEA DCPM
A.5.3	Réaliser des séances d'animation sur le WASH	Elèves Enseignants	Organiser 39 jeux WASH United dans les écoles primaires	DGA ONEA

AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL				
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	GROUPES CIBLES	MODE OPERATOIRE/TACHES	RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE
		Femmes	Organiser 50 séances d'animations WASH in NUT dans les CSPS, et lieux publics	DCPM
<b>Obj. Spec. 6</b>	<b>Information des ménages vulnérables sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement familial</b>			
<b>A.6.1</b>	Organiser une campagne d'information	Grand public dans sa diversité	Organiser 3 600 causeries-débats sur le droit universel à l'assainissement Produire 13 microprogrammes (sketch radiophonique) et diffuser 3600 fois sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement Organiser 13 pièces théâtrales sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement et représenter 3150 fois	DGA ONEA DCPM
<b>Obj. Spec. 7</b>	<b>Promouvoir la gestion des latrines publiques et institutionnelles</b>			
<b>A.7.1</b>	Produire et diffuser de la documentation sur la gestion des latrines	Elus locaux ONG/Associations	Produire un dépliant sur la gestion des latrines publiques et le diffuser en 1000 exemplaires	DGA ONEA DCPM
<b>A.7.2</b>	Organiser une campagne radiophonique	APE/AME COGES Enseignants /agents de santé	Produire 26 microprogrammes sur l'entretien des latrines institutionnelles (santé et écoles) à diffuser 800 fois	DGA ONEA DCPM
<b>Obj. Spec. 8</b>	<b>Encourager les comportements positifs en matière d'hygiène et d'assainissement</b>			
<b>A.8.1</b>	Promouvoir le prix de la commune la plus propre	Elus locaux Elèves APE/AME Enseignants /agents de santé	Organiser 26 concours de l'école la plus assainie (02 CEB par régions) Organiser 14 concours de la commune la plus assainie Réaliser un film de 13 minutes sur la commune lauréate et le diffuser 5 fois	DGA ONEA DCPM
<b>Obj. Spec. 9</b>	<b>Informier et sensibiliser les acteurs sur les sous-produits de l'assainissement</b>			
<b>A.9.1</b>	Organiser une campagne multimédia	Grand public	Réaliser un film de 13 à 26 mn dans les 3 langues nationales sur la manipulation et valorisation des sous-produits et à diffuser 30 fois	DGA ONEA DCPM



AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL				
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	GROUPES CIBLES	MODE OPERATOIRE/TACHES	RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE
			Produire un microprogramme dans les 3 langues nationales sur les dangers de la manipulation non appropriée des boues fraîches de vidange à diffuser 130 fois dans les 13 régions Produire un spot dans les 3 langues nationales sur les dangers du dépotage anarchique des boues fraîches de vidange à diffuser 130 fois dans les 13 régions	
<b>Obj. Spec. 10</b>	<b>Susciter les autoréalisations des ouvrages d'assainissement</b>			
<b>A.10.1</b>	Organiser une campagne radiophonique	Grand public	Produire 2 spots radios dans les 13 régions sur l'importance de se doter d'une latrine familiale à diffuser 520 fois	DGA ONEA DCPM
<b>A.10.2</b>	Réaliser des causeries débats	Grand public	Organiser 260 causeries débats sur l'importance des latrines familiales	DGA ONEA DCPM
<b>Objectif 2</b>	<b>Amener 70% des usagers a adopter de bonnes pratiques en matière de GIRE</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Amélioration de la participation des usagers dans la mise en œuvre de la GIRE par un meilleur fonctionnement des structures de base</b>			
<b>A1.1</b>	Organiser des formations sur les techniques d'approches et de fonctionnement des structures de base de la GIRE	SP/GIRE, Agences de l'Eau	Former les responsables du SP/GIRE et des Agences de l'eau sur les approches participatives et le partenariat	DCPM SP/GIRE
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Appropriation de la GIRE comme approche de protection et de gestion de la ressource en eau.</b>			
<b>A2.1</b>	Assurer la visibilité de la police de l'eau	SP/GIRE, Agences de l'Eau, DREA	Informers les usagers sur la police de l'eau et ses attributions et fonctionnement Assurer la couverture médiatique des patrouilles de la police de l'eau	DCPM SP/GIRE
<b>A2.2</b>	Réaliser une campagne d'information sur la CFE et ses retombées en matière de financement de l'eau	Usagers Gros usagers	Tenir un atelier d'information des industriels et BTP sur la CFE Concevoir une brochure sur la CFE	DCPM SP/GIRE

AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL				
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	GROUPES CIBLES	MODE OPERATOIRE/TACHES	RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE
			Produire des spots TV et radio et diffuser	
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Promotion du changement de comportement de la population en faveur de la GIRE</b>			
<b>A3.1</b>	Produire et diffuser des émissions radiophoniques et télévisuelles sur la GIRE	Grand public	Diffuser le spot radio de sensibilisation sur la protection des ressources en eau Diffuser le spot télé de sensibilisation sur la protection des ressources en eau Produire des microprogrammes radio et télé sur la GIRE Diffuser radio et télé sur la GIRE Produire et diffuser un film documentaire sur la GIRE au Burkina Concevoir et éditer une bande dessinée sur la GIRE	DCPM SP/GIRE
<b>A3.2</b>	Informier et sensibiliser les organisations de la société civile sur la GIRE	OSC	Répertorier les OSC susceptibles de contribuer à la mise en œuvre du PN-GIRE Tenir un atelier d'information et de sensibilisation des OSC sur la GIRE	SP/GIRE AE DCPM
<b>A3.3</b>	Organiser les hommes de médias autour de la GIRE	Journalistes des médias publics et privés	Mettre en place un groupe de journalistes pour la GIRE Former les hommes de médias sur la GIRE Former et sensibiliser les journalistes en langues nationales sur la GIRE Soutenir les journalistes dans la production d'articles sur la GIRE	SP/GIRE AE DCPM
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Promouvoir les bonnes pratiques en matière de protection et de gestion rationnelle et durable des ressources en eau</b>			
<b>A4.1</b>	Organiser des voyages d'échanges et d'expérience au niveau sous régional et international	SP/GIRE, AE, CLE	<b>Organiser des voyages d'études et d'échanges sur la GIRE</b>	SP/GIRE AE DCPM
<b>Object 4</b>	<b>Assurer une prise en compte effective du genre et des droits humains dans le secteur eau et assainissement</b>			

AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL				
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	GROUPES CIBLES	MODE OPERATOIRE/TACHES	RESPONSABLES DE MISE EN ŒUVRE
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Intégration du genre et des droits humains dans le secteur de l'eau</b>			
<b>A1.1</b>	Produire un document de stratégie pour la promotion du Genre et des Droits Humains prenant en compte la communication	Acteurs du sous-secteur « Eau et Assainissement »	Organiser un atelier d'élaboration du document de stratégie pour la promotion du Genre et des Droits Humains prenant en compte la communication	DCPM DREA DCESS
<b>A1.2</b>	Concevoir des outils de communication et de plaidoyer sur le genre et les droits humains dans le secteur de l'eau	Acteurs du sous-secteur « Eau et Assainissement »	Développer les messages Concevoir des affiches et flyers Organiser 2 débats télé par an sur le genre et le droit	DCPM DREA DCESS DPEA
<b>Object.5</b>	<b>Promouvoir les conditions de durabilité des aménagements et ouvrages hydrauliques</b>			
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Renforcement des capacités des comités locaux de l'eau sur leurs rôles et responsabilités</b>			
<b>A1.1</b>	Réaliser des séances de formation sur les rôles et responsabilités des CLE	CLE	Organiser les formations	DGIH DREA DCPM
<b>A1.2</b>	Organiser des causeries avec les CLE	CLE	Identifier les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre de leurs rôles Organiser les rencontres d'échanges	DGIH DREA DCPM
<b>A.1.3</b>	Communiquer sur les ouvrages réalisés et réhabilités,	Population	Cérémonies de lancement et de réception, visites terrain, films institutionnels, publiereportages dans la presse écrite	DGIH DREA DCPM

### III.1.3 Budget estimatif et planning annuel d'activités

Le budget estimatif de la stratégie englobe les activités du MEA, ses démembrements et celles des projets/programmes. Un tel regroupement influera bien évidemment sur les sources de financement, le déploiement et l'interaction entre les activités. En tout état de cause, les activités, qu'elles soient du MEA, ses structures déconcentrées ou des projets/programmes, concourent à la visibilité du Département ainsi qu'à la réalisation de la Communication institutionnelle et de la Communication pour le changement de comportement.

Tableau 7 : Budget estimatif par axe

<b>AXE 1 : COMMUNICATION INTERNE ET PROMOTION DE LA SYNERGIE D'ACTION</b>		
<b>CODE</b>	<b>OBJECTIFS DE COMMUNICATION</b>	<b>Coût de réalisation (FCFA)</b>
<b>Object.1</b>	<b>Améliorer le dispositif de communication interne</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	Amélioration de la circulation de l'information	
<b>A1.1</b>	Consolider les outils de communication et de partage de l'information en interne	12 000 000
<b>A1.2</b>	Renforcer / Développer la communication avec les nouveaux médias	5 000 000
<b>A1.3</b>	Elaborer un manuel de procédures de communication interne : charte graphique, canevas de rapportage, de restitution, présentation des rapports, guide de conception de la page Facebook et son utilisation, etc.	3 000 000
<b>A1.4</b>	Produire et diffuser des outils sur les missions et orientations stratégiques du MEA	11 000 000
<b>A1.5</b>	Produire et diffuser le bulletin interne	8 000 000
<b>A.1.6</b>	Animer le site web (portail)	-
<b>A.1.7</b>	Animer la page Facebook du ministère	2 000 000
<b>A.1.8</b>	Réaliser des revues de presse	2 500 000
<b>A.1.9</b>	Promouvoir la pratique de la restitution en tant que facteur de participation	-
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement des moyens d'action de la DCPM</b>	
<b>A2.1</b>	Renforcer la DCPM en ressources humaines	-

A2.2	Renforcer le matériel de communication	12 000 000
A2.3	Désigner un correspondant de la DCPM dans toutes les directions	-
A2.4	Former le personnel de la DCPM en techniques de communication	8 000 000
A2.5	Animer le cadre de concertation entre la DCPM, les chargés de communication des projets/programmes/directions rattachées, les points focaux en communication et correspondants	3 000 000
A2.6	Organiser des formations sur les rôles et missions de la communication (interne et externe), le management participatif, la communication pour le développement	10 000 000
A2.7	Organiser un atelier de partage et d'appropriation de la stratégie	10 000 000
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Amélioration de la communication interne du SP/GIRE et des Agences de l'eau</b>	
A2.8	Renforcer la communication interne du SP/GIRE et des agences de l'eau	22 100 000
<b>Object spec 4</b>	<b>Renforcement de la communication interne des structures de gestion des programmes (PGEA et PNAH)</b>	
A4.1	Formulation d'un plan de communication pour le PNAH et PGEA	10 000 000
<b>Object spec 5</b>	<b>Vulgarisation des différents documents produits</b>	
A.5.1	Publier et diffuser les résultats des CASEM et l'inventaire national des ouvrages	
A.5.2	Numériser les documents	
A.5.3	Créer et équiper un service de documentation	10 000 000
A.5.4	Constituer un press-book	2 000 000
A.5.5	Exploiter les ressources disponibles (écrits, audiovisuels) pour les reportages, les spots et films documentaires	4 000 000
<b>Object.2</b>	<b>Renforcer la synergie d'action et l'empreinte de la communication au sein des Directions, projets et programmes</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mise en place de cadres formels de concertation</b>	

A1.1	Animer un cadre de concertation semestriel entre DCPM et les Directions centrales, rattachées, régionales/projets/programmes pour faire le point et évaluer les actions/réalisations en communication	4 000 000
A1.2	Organiser un atelier sur les techniques d'animation, de négociation et de médiation	13 000 000
<b>Object. 3</b>	<b>Mobiliser les acteurs internes autour d'une vision commune et des valeurs partagées</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation interne du personnel du MEA</b>	
A1.1	Organiser une assemblée générale annuelle	-
A1.2	Organiser un séminaire sur les orientations du MEA (place et rôle, enjeux dans le PNDES notamment)	5 000 000
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement du sentiment d'appartenance à une même institution</b>	
A2.1	Mettre en place et animer une mutuelle	5 000 000
A.2.2	Organiser des événements sociaux et culturels (présentation de vœux, arbre-de-noël, baptême...)	5 000 000
A.2.3	Organiser une cérémonie de récompense du meilleur employé de l'année	1 000 000
A.2.4	Concevoir et mettre à disposition un livret d'accueil sur les missions, visions et valeurs du MEA	5 000 000
A.2.5	Réaliser une évaluation finale de la stratégie par un consultant externe	8 000 000
<b>Sous-total 1</b>		<b>180 600 000</b>

<b>AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE</b>		
<b>CODE</b>	<b>OBJECTIFS DE COMMUNICATION</b>	<b>Coût de réalisation (FCFA)</b>
<b>Object.1</b>	<b>Accroître à 90% la visibilité du MEA et de ses structures déconcentrées, rattachées et de mission au plan national et international</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation des médias pour la promotion de la vision, des missions et objectifs du MEA</b>	
<b>A1.1</b>	Organiser un déjeuner de presse autour de la vision, des objectifs, des orientations et des réalisations du MEA en matière d'eau, et d'assainissement	6 500 000
<b>A1.2</b>	Organiser une caravane de presse	8 000 000
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Mobilisation des partenaires institutionnels autour des orientations stratégiques du ministère en matière de gestion de l'eau et de l'assainissement au Burkina Faso</b>	
<b>A2.1</b>	Concevoir des affiches institutionnelles sur les défis du MEA	10 000 000
<b>A2.2</b>	Organiser des émissions télévisées et radiophoniques sur les défis du MEA	15 000 000
<b>A2.3</b>	Organiser des émissions radiophoniques sur le droit à l'eau potable et assainissement et sur les rôles et responsabilités de chaque acteur	15 000 000
<b>A.2.4</b>	Organiser des émissions radiophoniques pour sensibiliser à l'importance de la CFE pour le financement de l'eau	8 000 000
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Renforcement de l'information publique</b>	
<b>A.3.1</b>	Réaliser des reportages et publi-reportages écrits, audio et visuels	10 000 000
<b>A3.2</b>	Réaliser des émissions radio et TV (tables rondes, émissions interactives)	10 000 000
<b>A.3.3</b>	Organiser des activités conjointes de communication (Journées portes ouvertes, JME, JMT...)	12 000 000
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Capitalisation des acquis des Programmes AEP et AEUE</b>	
<b>A.4.1</b>	Faire connaître les réalisations du PN-AEPA	50 000 000
<b>A.4.2</b>	Valoriser les contributions des acteurs intervenant dans le secteur	16 000 000
<b>A.4.3</b>	Diffuser les documents élaborés (Guides du maire AEUE et AEP, guide IMS AEUE et AEP, guide PCD-AEPA, SPC)	75 000 000
<b>A4.4</b>	Disséminer les documents des programmes AEP et AEUE	22 500 000

<b>A4.5</b>	Mettre en œuvre des activités de valorisation l'effort des différents acteurs pour l'atteinte des objectifs des programmes AEP et AEUE et évaluer	33 000 000
<b>Obj. Spec. 5</b>	<b>Renforcer la visibilité du SP/GIRE, des structures de mise en œuvre et des cadres de concertation</b>	
<b>A5.1</b>	Accroître la visibilité du SP/GIRE et des structures du Programme sur le plan national, régional et international	32 500 000
<b>A.5.2</b>	Diffuser les informations sur le SP/GIRE et les AE	67 000 000
<b>A.5.3</b>	Organiser la journée mondiale de l'eau	58 500 000
<b>Object. 3</b>	<b>Renforcer à 90% les cadres de concertation du sous-secteur "eau et assainissement"</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	Mettre en place un cadre de dialogue spécifique entre le MEA et ONG/Associations dans les domaines de l'eau et de l'assainissement	
<b>A1.1</b>	Mettre en place un cadre de concertation	500 000
<b>A.1.2</b>	Animer le cadre de concertation pour une meilleure harmonisation des stratégies d'intervention en communication	3 000 000
<b>A.1.3</b>	Dynamiser les cadres de concertation (CNEau, CTE, CISE, CPCReau)	1 000 000
<b>A.1.3</b>	Informier et sensibiliser les autorités politiques sur la problématique des ressources en eau	35 200 000
<b>Object. 4</b>	<b>Accroître le financement accordé au sous-secteur "eau et assainissement" de 30%</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation des partenaires techniques et financiers pour la mise en œuvre du plan de communication et son financement</b>	
<b>A.1.1</b>	Organiser un atelier d'appropriation du document de stratégie à l'intention des partenaires	8 000 000
<b>A.1.2</b>	Editer et imprimer le document de stratégie	3 000 000
<b>A.1.3</b>	Identifier les actions de communication à mutualiser	-
<b>A.1.4</b>	Mettre en place un comité de suivi de la mise en œuvre de la stratégie	-
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Favoriser l'établissement de partenariats avec les PTF</b>	
<b>A.1.1</b>	Rechercher de nouveaux partenaires	
<b>A.1.2</b>	Organiser des rencontres au niveau national et régional	21 000 000
<b>Sous-total 2</b>		<b>520 700 000</b>



<b>AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL</b>		
<b>CODE</b>	<b>OBJECTIFS DE COMMUNICATION</b>	<b>Coût de réalisation (FCFA)</b>
<b>Object.1</b>	<b>Amener 70% de la population à adopter de bonnes pratiques en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Sensibilisation des usagers à consommer l'eau potable prioritairement en toutes saisons</b>	
<b>A1.1</b>	Organiser une tournée théâtrale dans les 13 régions du Burkina	80 000 000
<b>A1.2</b>	Organiser une campagne radiophonique	35 000 000
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Information des usagers, y compris les couches vulnérables, du caractère universel de l'accès à l'eau potable</b>	
<b>A2.1</b>	Organiser une campagne de sensibilisation	115 000 000
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Encourager les pratiques de gestion durable du service public d'eau potable</b>	
<b>A.3.1</b>	Organiser une campagne radiophonique interactive	46 000 000
<b>A3.2</b>	Organiser des rencontres d'échange avec les différents acteurs	1 500 000
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Promouvoir les bonnes pratiques de préservation de la potabilité de l'eau (prélèvement, transport, stockage et consommation).</b>	
<b>A.4.1</b>	Organiser des causeries débats dans les établissements d'enseignement	20 000 000
<b>A4.2</b>	Organiser une tournée théâtrale	100 000 000
<b>A4.3</b>	<b>Concevoir des boîtes à image et diffuser</b>	20 000 000
<b>Obj. Spec. 5</b>	<b>Informers, éduquer et sensibiliser les populations sur la nécessité des bonnes pratiques favorable à l'hygiène et à l'assainissement</b>	
<b>A.5.1.</b>	Organiser une campagne TV	60 000 000
<b>A.5.2</b>	Faire de l'affichage public	3 000 000,00
<b>A.5.3</b>	Réaliser des séances d'animation sur le WASH	260 000 000
<b>Obj. Spec. 6</b>	<b>Information des ménages vulnérables sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement familial</b>	
<b>A6.1</b>	Organiser une campagne d'information	120 000 000
<b>Obj. Spec. 7</b>	<b>Promouvoir la gestion des latrines publiques et institutionnelles</b>	
<b>A7.1.</b>	Produire et diffuser de la documentation sur la gestion des latrines	500 000

A7.2.	Organiser une campagne radiophonique	13 000 000
<b>Obj. Spec. 8</b>	<b>Encourager les comportements positifs en matière d'hygiène et d'assainissement</b>	
A.8.1	Promouvoir le prix de la commune la plus assaini	122 000 000
<b>Obj. Spec. 9</b>	<b>Informier et sensibiliser les acteurs sur les sous-produits de l'assainissement</b>	
A9.1	Organiser une campagne multimédia	40 000 000
<b>Obj. Spec. 10</b>	<b>Susciter les autoréalisations des ouvrages d'assainissement</b>	
A10.1	Organiser une campagne radiophonique	26 000 000
A10.2	Réaliser des causeries débats lors des séances d'ATPC	1 500 000
<b>Object. 2</b>	<b>Amener 70% des usagers à adopter de bonnes pratiques en matière de GIRE</b>	
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Amélioration de la participation des usagers dans la mise en œuvre de la GIRE par un meilleur fonctionnement des structures de base</b>	
A.1.1	Organiser des formations sur les techniques d'approches et de fonctionnement des structures de base de la GIRE	15 000 000
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Appropriation de la GIRE comme approche de protection et de gestion de la ressource en eau.</b>	
A.2.1	Assurer la visibilité de la police de l'eau	2 000 000
A.2.2	Réaliser une campagne d'information sur la CFE et ses retombées en matière de financement de l'eau	11 100 000
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Promotion du changement de comportement de la population en faveur de la GIRE</b>	
A.3.1	Produire et diffuser des émissions radiophoniques et télévisuelles sur la GIRE	38 700 000
A.3.2	Informier et sensibiliser les organisations de la société civile sur la GIRE	5 000 000
A.3.3	Organiser les hommes de médias autour de la GIRE	12 500 000
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Promouvoir les bonnes pratiques en matière de protection et de gestion rationnelle et durable des ressources en eau</b>	
A.4.1	Organiser des voyages d'échanges et d'expérience au niveau sous régional et international	10 000 000
<b>Objectif 3</b>	<b>Assurer une prise en compte effective du genre et des droits humains dans le secteur eau et assainissement</b>	
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Intégration du genre et des droits humains dans le secteur de l'eau</b>	
A1.1	Produire un document de stratégie pour la promotion du Genre et des Droits Humains prenant en compte la communication	20 000 000

A1.2	Concevoir d'outils de communication et de plaidoyer sur le genre et les droits humains dans le secteur de l'eau	12 000 000
<b>Objectif 4</b>	<b>Promouvoir les conditions de durabilité des aménagements et ouvrages hydrauliques</b>	
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Renforcement des capacités des comités d'usagers de l'eau sur leurs rôles et responsabilités</b>	
A1.1	Réaliser des séances de formation sur les rôles et responsabilités des comités usagers de l'eau	600 000 000
A1.2	Organiser des causeries avec les comités d'usagers de l'eau	12 000 000
A.1.3	Communiquer sur les ouvrages réalisés et réhabilités	15 000 000
<b>Sous-total 3</b>		<b>1 816 800 000</b>

Tableau 8 : Budget global par axe

AXES	COUT DE REALISATION (FCFA)
<i>Axe 1 : Communication interne et promotion de la synergie d'action</i>	180 600 000
<i>Axe 2 : Renforcement de la communication externe et de la visibilité</i>	520 700 000
<i>Axe 3 : Promotion du changement social et comportemental</i>	1 816 800 000
<b>BUDGET TOTAL</b>	<b>2 518 100 000</b>

Tableau 9 : Budget opérationnel annuel

AXE 1 : COMMUNICATION INTERNE ET PROMOTION DE LA SYNERGIE D'ACTION					
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	Coût de réalisation (FCFA)	AN 1	AN 2	AN 3
<b>Object.1</b>	Améliorer le dispositif de communication interne				
<b>Obj. Spec. 1</b>	Amélioration de la circulation de l'information				
A1.1	Consolider les outils de communication et de partage de l'information en interne	12 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
A1.2	Renforcer / Développer la communication avec les nouveaux médias	5 000 000	2 000 000	2 000 000	1 000 000
A1.3	Elaborer un manuel de procédures de communication interne : charte graphique, canevas de rapportage, de restitution, présentation des rapports, guide de conception de la page Facebook et son utilisation, etc.	3 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
A1.4	Produire et diffuser des outils sur les missions et orientations stratégiques du MEA	11 000 000	4 500 000	3 500 000	3 000 000
A1.5	Produire et diffuser le bulletin interne	8 000 000	4 000 000	2 000 000	2 000 000
A1.6	Animer le site web (portail)	-	-	-	-
A1.7	Animer la page Facebook du ministère	2 000 000	700 000	700 000	600 000
A1.8	Réaliser des revues de presse	2 500 000	900 000	800 000	800 000
A1.9	Promouvoir la pratique de la restitution en tant que facteur de participation	-	-	-	-
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement des moyens d'action de la DCPM</b>				
A2.1	Renforcer la DCPM en ressources humaines	-	-	-	-
A2.2	Renforcer le matériel de communication	12 000 000	5 000 000	5 000 000	2 000 000
A2.3	Désigner un correspondant de la DCPM dans toutes les directions	-	-	-	-
A2.4	Former le personnel de la DCPM en techniques de communication	8 000 000	3 000 000	2 500 000	2 500 000

A2.5	Animer le cadre de concertation entre la DCPM, les chargés de communication des projets/programmes/directions rattachées, les points focaux en communication et correspondants	3 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
A2.6	Organiser des formations sur les rôles et missions de la communication (interne et externe), le management participatif, la communication pour le développement	10 000 000	4 000 000	3 000 000	3 000 000
A2.7	Organiser un atelier de partage et d'appropriation de la stratégie	10 000 000	4 000 000	3 000 000	3 000 000
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Amélioration de la communication interne du SP/GIRE et des Agences de l'eau</b>				
A2.8	Renforcer la communication interne du SP/GIRE et des agences de l'eau	22 100 000	8 000 000	7 000 000	7 100 000
<b>Obj. spec 4</b>	<b>Renforcement de la communication interne des structures de gestion des programmes (PGEA et PNAH)</b>				
A4.1	Formulation d'un plan de communication pour le PNAH et PGEA	10 000 000	6 000 000	2 000 000	2 000 000
<b>Obj spec 5</b>	<b>Vulgarisation des différents documents produits</b>				
A.5.1	Publier et diffuser les résultats des CASEM et l'inventaire national des ouvrages	0	0	0	0
A.5.2	Numériser les documents	0	0	0	0
A.5.3	Créer et équiper un service de documentation	10 000 000	6 000 000	2 000 000	2 000 000
A.5.4	Constituer un press-book	2 000 000	800 000	600 000	600 000
A.5.5	Exploiter les ressources disponibles (écrits, audiovisuels) pour les reportages, les spots et films documentaires	4 000 000	1 500 000	1 500 000	1 000 000
<b>Object.2</b>	<b>Renforcer la synergie d'action et l'empreinte de la communication au sein des Directions, projets et programmes</b>				
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mise en place de cadres formels de concertation</b>				
A1.1	Animer un cadre de concertation semestriel entre DCPM et les Directions centrales, rattachées, régionales/projets/programmes pour faire le point et évaluer les actions/réalisations en communication	4 000 000	1 500 000	1 500 000	1 000 000

A1.2	Organiser un atelier sur les techniques d'animation, de négociation et de médiation	13 000 000	5 000 000	4 000 000	4 000 000
<b>Object. 3</b>	<b>Mobiliser les acteurs internes autour d'une vision commune et des valeurs partagées</b>				
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation interne du personnel du MEA</b>				
A1.1	Organiser une assemblée générale annuelle	-	-	-	-
A1.2	Organiser un séminaire sur les orientations du MEA (place et rôle, enjeux dans le PNDES notamment)	5 000 000	2 000 000	1 500 000	1 500 000
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement du sentiment d'appartenance à une même institution</b>				
A2.1	Mettre en place et animer une mutuelle	5 000 000	2 000 000	1 500 000	1 500 000
A.2.2	Organiser des événements sociaux et culturels (présentation de vœux, arbre-de-noël, baptême...)	5 000 000	2 000 000	1 500 000	1 500 000
A.2.3	Organiser une cérémonie de récompense du meilleur employé de l'année	1 000 000	400 000	300 000	300 000
A.2.4	Concevoir et mettre à disposition un livret d'accueil sur les missions, visions et valeurs du MEA	5 000 000	2 000 000	1 500 000	1 500 000
A.2.5	Réaliser une évaluation finale de la stratégie par un consultant externe	8 000 000	3 000 000	3 000 000	2 000 000
<b>Sous-total 1</b>		<b>180 600 000</b>			
<b>Sous-totaux 1 AN 1 - AN 2- AN 3</b>			<b>72 300 000</b>	<b>57 400 000</b>	<b>50 900 000</b>

AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE					
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	Coût de réalisation (FCFA)	AN 1	AN 2	AN 3
<b>Objet.1</b>	<b>Accroître à 90% la visibilité du MEA et de ses structures déconcentrées, rattachées et de mission au plan national et international</b>				
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation des médias pour la promotion de la vision, des missions et objectifs du MEA</b>				
<b>A1.1</b>	Organiser un déjeuner de presse autour de la vision, des objectifs, des orientations et des réalisations du MEA en matière d'eau, et d'assainissement	6 500 000	2 500 000	2 500 000	1 500 000
<b>A1.2</b>	Organiser une caravane de presse	8 000 000	3 000 000	3 000 000	2 000 000
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Mobilisation des partenaires institutionnels autour des orientations stratégiques du ministère en matière de gestion de l'eau et de l'assainissement au Burkina Faso</b>				
<b>A2.1</b>	Concevoir des affiches institutionnelles sur les défis du MEA	10 000 000	4 000 000	3 000 000	3 000 000
<b>A2.2</b>	Organiser des émissions télévisées et radiophoniques sur les défis du MEA	15 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
<b>A2.3</b>	Organiser des émissions radiophoniques sur le droit à l'eau potable et assainissement et sur les rôles et responsabilités de chaque acteur	15 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
<b>A.2.4</b>	Organiser des émissions radiophoniques pour sensibiliser à l'importance de la CFE pour le financement de l'eau	8 000 000	3 000 000	3 000 000	2 000 000
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Renforcement de l'information publique</b>				
<b>A.3.1</b>	Réaliser des reportages et publi-reportages écrits, audio et visuels	10 000 000	3 500 000	3 500 000	3 000 000
<b>A3.2</b>	Réaliser des émissions radio et TV (tables rondes, émissions interactives)	10 000 000	4 000 000	3 000 000	3 000 000
<b>A.3.3</b>	Organiser des activités conjointes de communication (Journées portes ouvertes, JME, JMT...)	12 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000

<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Capitalisation des acquis des Programmes AEP et AEUE</b>				
<b>A.4.1</b>	Faire connaître les réalisations du PN-AEPA	50 000 000	20 000 000	15 000 000	15 000 000
<b>A.4.2</b>	Valoriser les contributions des acteurs intervenant dans le secteur	16 000 000	6 000 000	5 000 000	5 000 000
<b>A.4.3</b>	Diffuser les documents élaborés (Guides du maire AEUE et AEP, guide IMS AEUE et AEP, guide PCD-AEPA, SPC)	75 000 000	25 000 000	25 000 000	25 000 000
<b>A.4.4</b>	Disséminer les documents des programmes AEP et AEUE	22 500 000	7 000 000	7 000 000	8 500 000
<b>A.4.5</b>	Mettre en œuvre des activités de valorisation l'effort des différents acteurs pour l'atteinte des objectifs des programmes AEP et AEUE et évaluer	33 000 000	10 000 000	10 000 000	13 000 000
<b>Obj. Spec. 5</b>	<b>Renforcer la visibilité du SP/GIRE, des structures de mise en œuvre et des cadres de concertation</b>				
<b>A.5.1</b>	Accroître la visibilité du SP/GIRE et des structures du Programme sur le plan national, régional et international	32 500 000	12 500 000	10 000 000	10 000 000
<b>A.5.2</b>	Diffuser les informations sur le SP/GIRE et les AE	67 000 000	27 000 000	20 000 000	20 000 000
<b>A.5.3</b>	Organiser la journée mondiale de l'eau	58 500 000	20 000 000	20 000 000	18 500 000
<b>Object. 3</b>	<b>Renforcer à 90% les cadres de concertation du sous-secteur "eau et assainissement"</b>				
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mettre en place un cadre de dialogue spécifique entre le MEA et ONG/Associations dans les domaines de l'eau et de l'assainissement</b>				
<b>A.1.1</b>	Mettre en place un cadre de concertation	500 000	200 000	150 000	150 000
<b>A.1.2</b>	Animer le cadre de concertation pour une meilleure harmonisation des stratégies d'intervention en communication	3 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000



A.1.3	Dynamiser les cadres de concertation (CNEau, CTE, CISE, CPCReau)	1 000 000	300 000	400 000	300 000
A.1.3	Informier et sensibiliser les autorités politiques sur la problématique des ressources en eau	35 200 000	12 000 000	13 000 000	10 200 000
Object. 4	<b>Accroître le financement accordé au sous-secteur "eau et assainissement" de 30%</b>				
Obj. Spec. 1	<b>Mobilisation des partenaires techniques et financiers pour la mise en œuvre du plan de communication et son financement</b>				
A.1.1	Organiser un atelier d'appropriation du document de stratégie à l'intention des partenaires	8 000 000	3 000 000	2 500 000	2 500 000
A.1.2	Editer et imprimer le document de stratégie	3 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
A.1.3	Identifier les actions de communication à mutualiser	-	-	-	-
A.1.4	Mettre en place un comité de suivi de la mise en œuvre de la stratégie	-	-	-	-
Obj. Spec. 1	<b>Favoriser l'établissement de partenariats avec les PTF</b>				
A.1.1	Rechercher de nouveaux partenaires				
A.1.2	Organiser des rencontres au niveau national et régional	21 000 000	7 000 000	7 000 000	7 000 000
<b>Sous-total 2</b>		<b>520 700 000</b>			
<b>Sous-total 2 AN1 - AN2- AN3</b>			<b>186 000 000</b>	<b>169 050 000</b>	<b>165 650 000</b>

AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL					
CODE	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	Coût de réalisation (FCFA)	AN 1	AN 2	AN 3
Objet.1	<b>Amener 70% de la population à adopter de bonnes pratiques en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement</b>				
Obj. Spec. 1	<b>Sensibilisation des usagers à consommer l'eau potable prioritairement en toutes saisons</b>				
A1.1	Organiser une tournée théâtrale dans les 13 régions du Burkina	80 000 000	30 000 000	30 000 000	20 000 000
A1.2	Organiser une campagne radiophonique	35 000 000	15 000 000	10 000 000	10 000 000
Obj. Spec. 2	<b>Information des usagers, y compris les couches vulnérables, du caractère universel de l'accès à l'eau potable</b>				
A2.1	Organiser une campagne de sensibilisation	115 000 000	40 000 000	40 000 000	35 000 000
Obj. Spec. 3	<b>Encourager les pratiques de gestion durable du service public d'eau potable</b>				
A3.1	Organiser une campagne radiophonique interactive	46 000 000	20 000 000	15 000 000	11 000 000
A3.2	Organiser des rencontres d'échange avec les différents acteurs	1 500 000	500 000	500 000	500 000
Obj. Spec. 4	<b>Promouvoir les bonnes pratiques de préservation de la potabilité de l'eau (prélèvement, transport, stockage et consommation)</b>				
A4.1	Organiser des causeries débats dans les établissements d'enseignement	20 000 000	8 000 000	6 000 000	6 000 000
A4.2	Organiser une tournée théâtrale	100 000 000	35 000 000	35 000 000	30 000 000
A4.3	<b>Concevoir des boîtes à image et diffuser</b>	20 000 000	7 000 000	7 000 000	6 000 000
Obj. Spec. 5	<b>Informé, éduquer et sensibiliser les populations sur la nécessité des bonnes pratiques favorable à l'hygiène et à l'assainissement</b>				
A.5.1.	Organiser une campagne TV	60 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
A.5.2	Faire de l'affichage public	3 000 000,00	1 000 000	1 000 000	1 000 000
A.5.3	Réaliser des séances d'animation sur le WASH	260 000 000	100 000 000	80 000 000	80 000 000

<b>Obj. Spec. 6</b>	<b>Information des ménages vulnérables sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement familial</b>				
A6.1	Organiser une campagne d'information	120 000 000	40 000 000	40 000 000	40 000 000
<b>Obj. Spec. 7</b>	<b>Promouvoir la gestion des latrines publiques et institutionnelles</b>				
A7.1.	Produire et diffuser de la documentation sur la gestion des latrines	500 000	200 000	150 000	150 000
A7.2.	Organiser une campagne radiophonique	13 000 000	5 000 000	4 000 000	4 000 000
<b>Obj. Spec. 8</b>	<b>Encourager les comportements positifs en matière d'hygiène et d'assainissement</b>				
A.8.1	Promouvoir le prix de la commune la plus assaini	122 000 000	50 000 000	40 000 000	32 000 000
<b>Obj. Spec. 9</b>	<b>Informier et sensibiliser les acteurs sur les sous-produits de l'assainissement</b>				
A9.1	Organiser une campagne multimédia	40 000 000	15 000 000	15 000 000	10 000 000
<b>Obj. Spec. 10</b>	<b>Susciter les autoréalisations des ouvrages d'assainissement</b>				
A10.1	Organiser une campagne radiophonique	26 000 000	10 000 000	8 000 000	8 000 000
A10.2	Réaliser des causeries débats lors des séances d'ATPC	1 500 000	500 000	500 000	500 000
<b>Object. 2</b>	<b>Amener 70% des usagers à adopter de bonnes pratiques en matière de GIRE</b>				
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Amélioration de la participation des usagers dans la mise en œuvre de la GIRE par un meilleur fonctionnement des structures de base</b>				
A.1.1	Organiser des formations sur les techniques d'approches et de fonctionnement des structures de base de la GIRE	15 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Appropriation de la GIRE comme approche de protection et de gestion de la ressource en eau.</b>				
A.2.1	Assurer la visibilité de la police de l'eau	2 000 000	700 000	700 000	600 000
A.2.2	Réaliser une campagne d'information sur la CFE et ses retombées en matière de financement de l'eau	11 100 000	3 700 000	3 700 000	3 700 000
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Promotion du changement de comportement de la population en faveur de la GIRE</b>				
A.3.1	Produire et diffuser des émissions radiophoniques et télévisuelles sur la GIRE	38 700 000	12 900 000	12 900 000	12 900 000

A.3.2	Informier et sensibiliser les organisations de la société civile sur la GIRE	5 000 000	2 000 000	1 500 000	1 500 000
A.3.3	Organiser les hommes de médias autour de la GIRE	12 500 000	5 000 000	4 500 000	3 000 000
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Promouvoir les bonnes pratiques en matière de protection et de gestion rationnelle et durable des ressources en eau</b>				
A.4.1	Organiser des voyages d'échanges et d'expérience au niveau sous régional et international	10 000 000	4 000 000	3 000 000	3 000 000
<b>Objectif 3</b>	<b>Assurer une prise en compte effective du genre et des droits humains dans le secteur eau et assainissement</b>				
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Intégration du genre et des droits humains dans le secteur de l'eau</b>				
A1.1	Produire un document de stratégie pour la promotion du Genre et des Droits Humains prenant en compte la communication	20 000 000	7 000 000	7 000 000	6 000 000
A1.2	Concevoir d'outils de communication et de plaidoyer sur le genre et les droits humains dans le secteur de l'eau	12 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
<b>Objectif 4</b>	<b>Promouvoir les conditions de durabilité des aménagements et ouvrages hydrauliques</b>				
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Renforcement des capacités des comités d'usagers de l'eau sur leurs rôles et responsabilités</b>				
A1.1	Réaliser des séances de formation sur les rôles et responsabilités des comités usagers de l'eau	600 000 000	200 000 000	200 000 000	200 000 000
A1.2	Organiser des causeries avec les comités d'usagers de l'eau	12 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
A.1.3	Communiquer sur les ouvrages réalisés et réhabilités	15 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
<b>Sous-total 3</b>		<b>1 816 800 000</b>			
<b>Sous-total 3 AN1 - AN2- AN3</b>			<b>650 500 000</b>	<b>603 450 000</b>	<b>562 850 000</b>

Tableau 10 : Planning triennal des activités

Communication institutionnelle

AXE 1 : COMMUNICATION INTERNE ET PROMOTION DE LA SYNERGIE D'ACTION				
CODE	Activités/Sous activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>Object.1</b>	<b>Améliorer le dispositif de communication interne de 100% des structures du MEA</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	Amélioration de la circulation de l'information			
<b>A1.1</b>	<b>Consolider les outils de communication et de partage de l'information en interne</b>	X	X	X
SA1.1.1	<i>Généraliser et rendre fonctionnel le téléphone fixe</i>	X	X	X
SA1.1.2	<i>Instaurer la flotte téléphonique entre services</i>	X		
SA1.1.3	<i>Améliorer le débit de l'internet</i>	X		
SA1.1.4	<i>Mettre en place un service intranet</i>	X	X	
SA1.1.5	<i>Former à l'utilisation d'intranet</i>	X	X	
<b>A1.2</b>	<b>Renforcer / Développer la communication avec les nouveaux médias</b>	X	X	X
SA1.2.1	<i>Initier et recycler le personnel à l'utilisation des outils d'information numérique et à l'utilisation des réseaux sociaux</i>	X	X	
SA1.2.2	<i>Créer des groupes de contact WhatsApp, Viber</i>	X		
SA1.2.3	<i>Créer un compte twitter</i>	X		
<b>A1.3.</b>	<b>Elaborer un manuel de procédures de communication interne : charte graphique, canevas de rapportage, de restitution, présentation des rapports, guide de conception de la page Facebook et son utilisation, etc.</b>	X		
SA.1.3.1	<i>Présenter les objectifs du manuel de procédures de communication</i>	X		
SA.1.3.1	<i>Déterminer les éléments de contenu</i>	X		
SA.1.3.1	<i>Faire valider et diffuser le manuel de procédures de communication</i>	X		

<b>A1.4.</b>	<b>Produire et diffuser des outils sur les missions et orientations stratégiques du MEA</b>	X	X	X
SA.1.4.1	<i>Concevoir des affiches thématiques, des kakemono, plaquettes de présentation, flyers, dépliants, sur les missions, les valeurs et défis du MEA</i>	X	X	X
SA.1.4.2	<i>Promouvoir l'affichage interne (l'information administrative, sociale, culturelle et sportive)</i>	X	X	X
<b>A1.5.</b>	<b>Animer le bulletin interne et le site web du MEA</b>	X	X	X
SA.1.5.1	<i>Inviter les directions à publier des articles de vulgarisation dans le bulletin interne et sur le site web</i>	X	X	X
<b>A.1.6.</b>	<b>Animer le site web (portail)</b>	X	X	X
SA.1.6.1	<i>Collecter, publier les informations</i>	X	X	X
SA.1.6.2	<i>Publier des articles</i>	X	X	X
<b>A.1.7.</b>	<b>Animer la page Facebook du ministère</b>	X	X	X
SA.1.7.1	<i>Collecter, publier les informations</i>	X	X	X
SA.1.7.2	<i>Publier les articles</i>	X	X	X
<b>A.1.8.</b>	<b>Réaliser des revues de presse</b>	X	X	X
SA.1.8.1	<i>Lister les parutions</i>	X	X	X
SA.1.8.2	<i>S'abonner aux journaux</i>	X	X	X
SA.1.8.3	<i>Collecter et sélectionner les informations sur les thématiques sur l'eau et l'assainissement</i>	X	X	X
<b>A.1.9.</b>	<b>Promouvoir la pratique de la restitution en tant que facteur de participation</b>	X	X	X
SA.1.9.1	<i>Rendre compte régulièrement des activités</i>	X	X	X
SA.1.9.2	<i>Dynamiser l'information descendante</i>	X	X	X
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement des moyens d'action de la DCPM</b>			
<b>A2.1.</b>	<b>Renforcer la DCPM en ressources humaines</b>	X		
SA.2.1.1	<i>Identifier les besoins en ressources humaines (TDR)</i>	X		
SA.2.1.2	<i>Mettre à la disposition de la DCPM un agent qualifié en montage audiovisuel</i>	X		
<b>A2.2</b>	<b>Renforcer le matériel de communication</b>	X		
SA.2.2.1	<i>Mettre à la disposition de la DCPM 1 caméra, 1 appareil photo numérique, 1 vidéoprojecteur et 1 table de montage</i>	X	X	
<b>A2.3.</b>	<b>Désigner un correspondant de la DCPM dans toutes les directions</b>	X		
SA.2.3.1	<i>Adresser une correspondance de désignation</i>	X		

SA.2.3.2	Enregistrer le correspondant désigné	X		
SA.2.3.3	Tenir une rencontre de cadrage avec les correspondants	X		
<b>A2.4.</b>	<b>Former le personnel de la DCPM en techniques de communication</b>	X		
SA2.4.1	Elaborer des termes de référence pour les formations	X		
SA2.4.2	Recruter des formateurs	X		
SA.2.4.3	Former le personnel de la DCPM en techniques de prise de vues, audio visuelles, PAO, Community manager, veille communicationnelle	X		
<b>A2.5.</b>	<b>Créer un cadre de concertation entre la DCPM, les chargés de communication des projets/programmes/directions rattachées, les points focaux en communication et correspondants</b>	X		
SA.2.5.1	Tenir des rencontres semestrielles visant à faire le point et évaluer les activités de communication réalisées	X	X	X
<b>A2.6.</b>	<b>Organiser des formations sur les rôles et missions de la communication (interne et externe), le management participatif, la communication pour le développement</b>		X	
SA2.6.1	Elaborer des TDR		X	
SA2.7.2	Recruter des formateurs		X	
SA2.7.3	Etablir le budget		X	
<b>A2.7</b>	<b>Organiser un atelier de partage et d'appropriation de la stratégie</b>	X		
SA2.7.1	Présenter une synthèse de la stratégie : enjeux ; objectifs, résultats attendus, recommandations	X		
SA2.7.2	Etablir un rapport des travaux	X		
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Amélioration de la communication interne du SP/GIRE et des Agences de l'eau</b>			
<b>A3.1</b>	Renforcer la communication interne du SP/GIRE et des Agences de l'eau	X		
SA.3.1.1	Rendre dynamique et permanente la connexion internet	X	X	X
SA.3.1.2	Rétablir le téléphone au niveau des services	X		
SA.3.1.3	Mettre en place une boîte à idée	X		
SA.3.1.4	Mettre en place un système intranet	X		
<b>Object spec 4</b>	<b>Renforcement de la communication interne des structures de gestion des programmes (PGEA et PNAH)</b>			
<b>A4.1</b>	Formulation d'un plan de communication pour le PNAH et PGEA	X		
SA.4.1.1	Identifier les problèmes spécifiques de communication clés	X		

SA.4.1.2	Développer le plan en se basant sur le document de stratégie de communication global du MEA	X		
<b>Object spec 5</b>	<b>Vulgarisation des différents documents produits</b>			
<b>A.5.1</b>	Publier et diffuser les résultats des CASEM et l'inventaire national des ouvrages	X	X	X
SA.5.1.1	Elaborer une synthèse des travaux	X	X	X
SA.5.1.2	Diffuser dans le bulletin interne et publier sur le site web et la page Facebook	X	X	X
<b>A.5.2</b>	<b>Numériser les documents</b>	X	X	X
SA5.2.1	Acquérir le matériel adéquat (ordinateurs, mobiliers)	X	X	X
SA.5.2.2	Former à la numérisation	X	X	
SA.5.2.3	Identifier les sources de financement possibles	X	X	
<b>A.5.3</b>	<b>Créer et équiper un service de documentation</b>	X	X	X
SA.5.3.1	Evaluer les besoins matériels et documentaires	X		
SA.5.3.2	Identifier les ressources documentaires	X		
SA.5.3.3	Identifier les sources de financement possibles	X	X	
<b>A.5.4</b>	<b>Constituer un press-book</b>	X	X	X
SA.5.4.1	Sélectionner les articles	X	X	X
SA.5.4.2	Relier les documents	X	X	X
<b>A.5.5</b>	<b>Exploiter les ressources disponibles (écrits, audiovisuels)</b>	X	X	X
SA.5.5.1	Archiver les ressources	X	X	X
SA.5.5.2	Synthétiser et mettre à disposition les rapports d'activités	X	X	X
<b>Object.2</b>	<b>Renforcer la synergie d'action et l'empreinte de la communication au sein des Directions, projets et programmes</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mise en place de cadres formels de concertation</b>			
<b>A1.1.</b>	<b>Mettre en place et animer un cadre de concertation semestriel entre DCPM et les Directions centrales, rattachées, régionales/projets/programmes pour faire le point et évaluer les actions/réalisations en communication</b>	X	X	X
SA.1.1.1	Préparer un document de TDR	X		
SA.1.1.2	Organiser et animer la rencontre	X	X	X
SA.1.1.3	Produire un rapport semestriel	X	X	X



<b>A1.2</b>	<b>Organiser un atelier sur les techniques d'animation, de négociation et de médiation</b>		X	
SA.1.2.1	Préparer un document de TDR		X	
SA.1.2.2	Organiser et animer la rencontre		X	
SA.1.2.3	Produire un rapport semestriel		X	
<b>Object. 3</b>	<b>Mobiliser les acteurs internes autour d'une vision commune et des valeurs partagées</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation interne du personnel du MEA</b>			
<b>A1.1</b>	<b>Organiser une assemblée générale annuelle</b>	X	X	X
SA.1.1.1	Préparer l'assemblée générale (logistique)	X	X	X
SA.1.1.2	Présenter les objectifs et les résultats attendus	X	X	X
SA.1.1.3	Rédiger un rapport	X	X	X
<b>A1.2</b>	<b>Organiser un séminaire modulé sur les orientations du MEA (place et rôle, enjeux dans le PNDES notamment)</b>	X		
SA.1.2.1	Elaborer des TDR	X		
SA.1.2.2	Organiser la rencontre	X		
SA.1.2.3	Couvrir l'événement	X		
SA.1.2.4	Synthétiser et publier le rapport issu des travaux	X		
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Renforcement du sentiment d'appartenance à une même institution</b>			
<b>A2.1.</b>	<b>Animer une mutuelle (bureau voté)</b>	X	X	X
SA.2.1.1	Publier les statuts	X		
SA.2.1.2	Informersur la tenue des réunions	X	X	X
SA.2.1.3	Communiquer sur les actions	X	X	X
<b>A.2.2</b>	<b>Appuyer l'organisation des événements sociaux et culturels (présentation de vœux, arbre-de-noël, baptême...)</b>	X	X	X
SA.2.2.1	Appuyer l'organisation des cérémonies	X	X	X
SA.2.2.2	Budgétiser l'appui	X	X	X
SA.2.2.3	Rendre compte des cérémonies par les moyens de communication interne	X	X	X
<b>A.2.3</b>	<b>Organiser une cérémonie de récompense du meilleur employé de l'année</b>	X	X	X

SA.2.3.1	<i>Concevoir et organiser la cérémonie</i>	X	X	X
SA.2.3.2	<i>Proposer la nature de la récompense</i>	X	X	X
SA.2.3.3	<i>Médiatiser la cérémonie</i>	X	X	X
SA.2.3.4	<i>Rédiger et diffuser en interne (affichage, site web, page Facebook) et en externe (publireportage, annonces...) le compte rendu de la cérémonie</i>	X	X	X
<b>A.2.4.</b>	<b>Concevoir et mettre à disposition un livret d'accueil sur les missions, visions et valeurs du MEA</b>	X		
SA.2.4.1	<i>Mettre un livret d'accueil à la disposition des nouveaux</i>	X		
<b>A.2.5</b>	Réaliser une évaluation finale de la stratégie par un consultant externe			X

**AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>Object.1</b>	<b>Accroître à 90% la visibilité du MEA et de ses structures déconcentrées, rattachées et de mission au plan national et international</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation des médias pour la promotion de la vision, des missions et objectifs du MEA</b>			
<b>A1.1.</b>	<b>Organiser un déjeuner de presse autour de la vision, des objectifs, des orientations et des réalisations du MEA en matière d'eau et d'assainissement</b>	<b>X</b>		
SA.1.1.1	<i>Sélectionner les invités</i>	<b>X</b>		
SA.1.1.2	<i>Constituer un dossier de presse</i>	<b>X</b>		
SA.1.1.3	<i>Produire une déclaration liminaire</i>	<b>X</b>		
SA.1.1.4	<i>Constituer une base de données des journalistes qui s'intéressent à la question</i>	<b>X</b>		
<b>A1.2</b>	<b>Organiser une caravane de presse</b>			<b>X</b>
SA.1.2.1	<i>Identifier les sites à visiter</i>			<b>X</b>
SA.1.2.2	<i>Constituer un dossier de presse</i>			<b>X</b>
SA.1.2.3	<i>Planifier l'hébergement, la restauration</i>			<b>X</b>
SA.1.2.4	<i>Etablir un programme</i>			<b>X</b>
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Mobilisation des partenaires institutionnels autour des orientations stratégiques du ministère en matière de gestion de l'eau et de l'assainissement au Burkina Faso</b>			
<b>A2.1</b>	<b>Concevoir des affiches institutionnelles sur les défis du MEA</b>	<b>X</b>		
SA.2.1.1	<i>Choisir les thématiques</i>	<b>X</b>		
SA.2.1.2	<i>Formuler les messages</i>	<b>X</b>		
SA.2.1.3	<i>Faire les réalisations graphiques</i>	<b>X</b>		
<b>A2.2.</b>	<b>Organiser des émissions télévisées et radiophoniques sur les défis du MEA</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
SA.2.2.1	<i>Choisir les thématiques et le format</i>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
SA.2.2.2	<i>Formuler les éléments de langage</i>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

**AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
SA.2.2.3	Réserver des espaces de diffusion	X	X	X
<b>A2.3.</b>	<b>Organiser des émissions radiophoniques sur le droit à l'eau potable et assainissement et sur les rôles et responsabilités de chaque acteur</b>	X	X	X
SA.2.3.1	Choisir les thématiques et le format	X	X	X
SA.2.3.2	Formuler les éléments de langage	X	X	X
SA.2.3.3	Réserver des espaces de diffusion	X	X	X
<b>A.2.4</b>	<b>Organiser des émissions radiophoniques pour sensibiliser à l'importance de la CFE pour le financement de l'eau</b>	X	X	X
SA.2.4.1	Choisir les thématiques et le format	X	X	X
SA.2.4.2	Formuler les éléments de langage	X	X	X
SA.2.4.3	Réserver des espaces de diffusion	X	X	X
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Renforcement de l'information publique</b>			
<b>A.3.1</b>	<b>Réaliser des reportages et publi-reportages écrits, audio et visuels</b>	X	X	X
SA.3.1.1	Choisir les sujets	X	X	X
SA.3.1.2	Choisir les organes	X	X	X
SA.3.1.3	Diffuser dans les organes de presse	X	X	X
<b>A3.2</b>	<b>Réaliser des émissions radio et TV (tables rondes, émissions interactives)</b>	X	X	X
SA3.2.1	Choisir les thèmes	X	X	X
SA3.2.2	Choisir les organes	X	X	X
<b>A.3.3</b>	<b>Organiser des activités conjointes de communication (Journées portes ouvertes, JME, JMT...)</b>	X	X	X
SA.3.3.1	Préparer des stands d'exposition et d'information	X	X	X
SA.3.3.2	Réunir les outils d'information et de sensibilisation	X	X	X
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Capitalisation des acquis des Programmes AEP et AEUE</b>			

**AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>A.4.1</b>	<b>Faire connaître les réalisations du PN-AEPA</b>	X	X	X
SA4.1.1	Produire et diffuser une plaquette de capitalisation des acquis du PN-AEPA en 5000 exemplaires	X		
SA4.1.2	Produire et diffuser le rapport grand public sur les acquis du PN-AEPA en 1000 exemplaires	X		
SA4.1.3	Diffuser une plaquette de capitalisation des acquis du PN-AEPA sur les sites web	X		
SA4.1.4	Organiser 3 ateliers d'information de 100 journalistes sur le secteur de l'eau (PN-AEPA et PN-AEP et PN-AEUE)	X	X	X
SA4.1.5	Produire un film documentaire en français, mooré, fulfulde et dioula et le diffuser au moins 30 fois	X		
SA4.1.6	Organiser une caravane de presse avec 20 journalistes sur les réalisations du PN-AEPA			X
<b>A.4.2</b>	<b>Valoriser les contributions des acteurs intervenant dans le secteur</b>	X	X	X
SA4.2.1	Réaliser 2 publi-reportages télé sur les PTF, les ONG/associations et les diffuser 10 fois	X		X
SA4.2.2	Produire et diffuser une plaquette sur la contribution des acteurs à la réalisation du PN-AEPA en 5 000 exemplaires	X		
SA4.2.3	Diffuser sur les sites web, les contributions des intervenants du secteur	X	X	X
<b>A.4.3</b>	<b>Diffuser les documents élaborés (Guides du maire AEUE et AEP, guide IMS AEUE et AEP, guide PCD-AEPA, SPC)</b>	X	X	X
SA4.3.1	Mettre sur les sites web les documents élaborés (guides du maire AEUE et AEP, guide IMS AEUE et AEP, guide PCD-AEPA, SPC)	X	X	X
SA4.3.2	Organiser 13 ateliers régionaux de dissémination des outils	X	X	X
<b>A4.4</b>	<b>Disséminer les documents des programmes AEP et AEUE</b>	X	X	X
SA4.4.1	Produire en marge des ateliers régionaux, 26 émissions radios	X	X	X
SA4.4.2	Produire 2 dépliants sur les programmes AEP et AEUE à diffuser en 500 exemplaires chacun	X	X	X
SA4.4.3	Diffuser les dépliants et les documents des programmes sur les sites web	X	X	X
SA4.4.4	Réaliser cinq (5) tables rondes télé sur les programmes AEP et AEUE	X	X	X
SA4.4.5	Produire et diffuser 1 000 CD sur les programmes AEP et AEUE	X	X	X

**AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>A4.5</b>	<b>Mettre en œuvre des activités de valorisation l'effort des différents acteurs pour l'atteinte des objectifs des programmes AEP et AEUE et évaluer</b>	X	X	X
SA4.5.1	Assurer la visibilité et la couverture médiatique des 2 programmes	X	X	X
SA4.5.2	Produire un numéro spécial du bulletin Or Bleu en 2 000 exemplaires	X	X	X
SA4.5.3	Produire et diffuser sur les sites web, 5 articles sur la cérémonie de lancement des programmes	X	X	X
SA4.5.4	Evaluer la mise en œuvre de la stratégie de communication 2016-2018	X		
<b>Obj. Spec. 5</b>	<b>Renforcer la visibilité du SP/GIRE, des structures de mise en œuvre et des cadres de concertation</b>			
<b>A5.1</b>	<b>Accroître la visibilité du SP/GIRE et des structures du Programme sur le plan national, régional et international</b>	X	X	X
SA5.1.1	Produire des outils IEC (calendriers, TeeShirts, stylos, Agenda...)	X		X
SA5.1.2	Créer une charte graphique du SP/GIRE	X		
SA5.1.3	Concevoir et imprimer des plaquettes d'information sur le Programme et le SP/GIRE	X		
SA5.1.4	Concevoir et imprimer des messages sur la GIRE	X		
SA5.1.5	Concevoir et réaliser des dérouleurs sur la présentation du SP/GIRE et du Programme	X		
<b>A.5.2</b>	<b>Diffuser les informations sur le SP/GIRE et les AE</b>	X	X	X
SA5.2.1	Participer aux prix Galian	X	X	X
SA5.2.2	Assurer la couverture médiatique des activités sur la GIRE	X	X	X
SA5.2.3	Doter le SP/GIRE et les AE de matériels de communication performants DCPMSP GIRE	X		
SA 5.2.4	Elaborer le rapport grand public du PN/GIRE		X	
<b>A.5.3</b>	<b>Organiser la journée mondiale de l'eau</b>	X	X	X
SA5.3.1	Organiser un débat-télé sur la thématique de la journée	X	X	X
SA5.3.2	Organiser la cérémonie officielle de la journée	X	X	X
SA5.3.3	Confectionner des supports de communication sur la journée mondiale de l'eau	X	X	X
SA 5.3.4	Assurer la couverture médiatique de la journée mondiale de l'eau	X	X	X

**AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>Object. 2</b>	<b>Renforcer à 90% les cadres de concertation du sous-secteur "eau et assainissement"</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mettre en place un cadre de dialogue spécifique entre le MEA et ONG/AD dans les domaines de l'eau et de l'assainissement</b>			
<b>A1.1.</b>	<b>Mettre en place du cadre de concertation</b>	X		
SA.1.1.1	<i>Faire un répertoire des ONG et Associations du secteur</i>	X		
SA.1.1.2	<i>Définir le mode et concevoir les outils de fonctionnement</i>	X		
<b>A.1.2.</b>	<b>Animer le cadre de concertation pour une meilleure harmonisation des stratégies d'intervention en communication</b>	X	X	X
SA.1.2.1	<i>Identifier des thématiques de communication pour le changement social et comportemental</i>	X	X	X
SA.1.2.2	<i>Organiser des ateliers bilan et de partage d'expérience</i>	X	X	X
<b>A.1.3</b>	Dynamiser les cadres de concertation (CNEau, CTE, CISE, CPCReau)	X	X	X
SA.1.3.1	<i>Concevoir et imprimer des dépliants de présentations du CNEau, CTE, CISE CPCReau</i>	X		
SA.1.3.2	<i>Diffuser les rapports et compte-rendu des cadres de rencontre sur le site web</i>	X	X	X
SA.1.3.3	<i>Organiser des conférences sur la GIRE au profit des Enseignants Chercheurs</i>	X	X	X
<b>A.1.4</b>	Informers et sensibiliser les autorités politiques sur la problématique des ressources en eau	X	X	X
SA.1.4.1	<i>Créer et animer un bulletin trimestriel d'information sur la GIRE</i>	X	X	X
SA.1.4.2	<i>Diffuser les résultats des recherches sur la GIRE</i>	X	X	X
SA.1.4.3	<i>Tenir un plaidoyer auprès des membres du gouvernement en faveur de la GIRE</i>	X	X	X
SA.1.4.3	<i>Organiser un atelier et une sortie sensibilisation des parlementaires sur la GIRE</i> <i>Mener un plaidoyer pour la prise textes (lois) faisant du secteur de l'eau un secteur prioritaire</i>	X	X	X
<b>Object. 3</b>	<b>Accroître le financement accordé au sous-secteur "eau et assainissement" de 30%.</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Mobilisation des PTF pour la mise en œuvre du plan de communication et son financement</b>			
<b>A.1.1</b>	<b>Organiser un atelier d'appropriation du document de stratégie à l'intention des partenaires</b>	X		
AS.1.1.1	<i>Présenter une synthèse détaillée de la stratégie : objectifs, enjeux, sources de financement</i>	X		

**AXE 2 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION EXTERNE ET DE LA VISIBILITE**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>A.1.2</b>	<b>Editer le document de stratégie</b>	X		
AS.1.2.1	<i>Editer et imprimer le document</i>	X		
AS.1.2.2	<i>Distribuer le document auprès des différents partenaires et visiteurs du Ministre</i>	X		
<b>A.1.3</b>	<b>S'approprier les stratégies et plans sectoriels</b>	X		
AS.1.3.1	<i>Identifier les actions de communication à mutualiser</i>	X		
AS.1.3.2	<i>Convenir de l'apport de chaque partenaire</i>	X		
<b>A.1.4</b>	<b>Mettre en place un comité de suivi de la mise en œuvre de la stratégie</b>	X	X	X
AS.1.4.1	<i>Planifier les actions du comité</i>	X	X	X
AS.1.4.2	<i>Diffuser les résultats des rencontres du comité</i>	X	X	X
AS.1.4.3	<i>Capitaliser les résultats</i>	X	X	X
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Favoriser l'établissement de partenariats avec les PTF</b>			
<b>A.2.1</b>	Rechercher de nouveaux partenaires	X	X	X
<b>A.2.2</b>	Organiser des rencontres au niveau national et régional	X	X	X



Communication pour le changement social et comportemental

AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL				
CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>Object.1</b>	<b>Amener 70% de la population à adopter de bonnes pratiques en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Sensibilisation des usagers à consommer l'eau potable prioritairement en toutes saisons</b>			
<b>A1.1.</b>	<b>Organiser une tournée théâtrale</b>	X	X	X
SA.1.1.1	Concevoir 13 pièces théâtrales sur les bienfaits de la consommation de l'eau potable	X		
SA.1.1.2	Organiser 1 050 représentations théâtrales dans les 13 régions du Burkina Faso	X	X	X
<b>A1.2</b>	<b>Organiser une campagne radiophonique</b>	X	X	X
SA.1.2.1	Produire 13 spots radios en langues locales	X	X	X
SA.1.2.2	Diffuser 3600 fois les spots radios dans les 13 régions du Burkina Faso	X	X	X
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Information des usagers, y compris les couches vulnérables, du caractère universel de l'accès à l'eau potable</b>			
<b>A2.1</b>	<b>Organiser une campagne de sensibilisation</b>	X		
SA.2.1.1	Produire 13 microprogrammes (sketch radiophonique) et diffuser 3600 fois	X	X	X
SA.2.1.2	Organiser 13 pièces théâtrales sur le caractère universel de l'accès à l'eau potable et les représenter 1 050 fois	X	X	X
SA.2.1.3	Produire un film documentaire de 13 mn dans les 3 langues nationales sur le caractère universel de l'accès à l'eau potable et les diffuser 36 fois	X	X	X
SA.2.1.4	Implanter 700 panneaux publicitaires sur le droit à l'eau potable	X	X	X
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Encourager les pratiques de gestion durable du service public d'eau potable</b>			
<b>A3.1.</b>	<b>Organiser une campagne radiophonique interactive</b>	X	X	X
SA.3.1.1	Produire 26 émissions radiophoniques sur l'importance du paiement/cotisations pour le service de l'eau et le versement des redevances aux communes Diffuser les émissions radiophoniques 150 fois	X	X	X
SA.3.1.2	Produire 26 spots radios en langues locales	X	X	X

**AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
SA.3.1.3	<i>Diffuser les spots radios 2 400 fois</i>	X	X	X
A3.2.	<b>Organiser des rencontres d'échange avec les différents acteurs</b>		X	X
SA.3.2.1	<i>Organiser 100 causeries-débats sur les pratiques de gestion durable du service public d'eau potable pour sensibiliser 2 000 personnes</i>		X	X
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Promouvoir les bonnes pratiques de préservation de la potabilité de l'eau (prélèvement, transport, stockage et consommation).</b>			
A.4.1	<b>Organiser des causeries débats dans les établissements d'enseignement</b>	X	X	X
SA.4.1.1	<i>Organiser 300 causeries avec les APE et AME</i>	X	X	X
A4.2	<b>Organiser une tournée théâtrale</b>	X	X	X
SA4.2.1	<i>Produire 13 pièces théâtrales sur le processus de préservation de la potabilité de l'eau</i>	X		
SA4.2.2	<i>Organiser 3150 représentations théâtrales</i>	X	X	X
A4.3	<b>Concevoir des boîtes à image et diffuser</b>	X		
SA.4.3.1	<i>Reproduire 400 boîtes à images PROGEA sur le processus de préservation de la potabilité de l'eau (prélèvement, transport, stockage et consommation)</i>	X		
SA.4.3.2	<i>Diffuser 400 boîtes à images PROGEA sur le processus de préservation de la potabilité de l'eau (prélèvement, transport, stockage et consommation)</i>		X	
<b>Obj. Spec. 5</b>	<b>Informier, éduquer et sensibiliser les populations sur la nécessité des bonnes pratiques favorable à l'hygiène et à l'assainissement</b>			
A1.1.	<b>Organiser une campagne TV</b>	X		
SA.1.1.1	<i>Réaliser en 3 langues et diffuser 45 fois un film documentaire sur l'approche ATPC</i>	X		
SA.1.1.2	<i>Réaliser 2 spots télé en 4 langues (français, Moore dioula fulfulde) sur les bonnes pratiques d'hygiène à diffuser 120 fois</i>	X	X	X
SA.1.1.3	<i>Produire 13 spots radios en langues locales</i>	X	X	X
SA.1.1.4	<i>Diffuser 3600 fois les 13 spots radios en langues locales</i>	X	X	X
SA.1.1.5	<i>Réaliser et diffuser 3 jeux sur 30 radios</i>	X	X	X

**AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
SA.1.1.6	Produire 13 pièces théâtrales sur les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement à diffuser 3150 fois.	X	X	X
<b>A.1.2.</b>	<b>Faire de l'affichage public</b>	X	X	X
SA.1.2.1	Confectionner et diffuser 1 500 affiches sur le mode d'utilisation de latrines	X	X	X
<b>A.1.3</b>	<b>Réaliser des séances d'animation sur le WASH</b>	X	X	X
SA.1.3.1	Organiser 39 jeux WASH United dans les écoles primaires	X	X	X
SA.1.3.2	Organiser 50 séances d'animations WASH in NUT dans les CSPS, et lieux publics	X	X	X
<b>Obj. Spec. 6</b>	<b>Information des ménages vulnérables sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement familial</b>			
<b>A2.1</b>	<b>Organiser une campagne d'information</b>	X	X	X
SA.2.1.1	Organiser 3 600 causeries-débats sur le droit universel à l'assainissement	X	X	X
SA.2.1.2	Produire 13 microprogrammes (sketch radiophonique) et diffuser 3600 fois sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement	X	X	X
SA.2.1.3	Organiser 13 pièces théâtrales sur le caractère universel de l'accès à l'assainissement et représenter 3150 fois	X	X	X
<b>Obj. Spec. 7</b>	<b>Promouvoir la gestion des latrines publiques et institutionnelles</b>			
<b>A3.1.</b>	<b>Produire et diffuser de la documentation sur la gestion des latrines</b>	X	X	X
SA.3.1.1	Produire un dépliant sur la gestion des latrines publiques et le diffuser en 1000 exemplaires	X	X	X
<b>A3.2.</b>	<b>Organiser une campagne radiophonique</b>	X	X	X
SA.3.2.1	Produire 26 microprogrammes sur l'entretien des latrines institutionnelles (santé et écoles) à diffuser 800 fois	X	X	X
<b>Obj. Spec. 8</b>	<b>Encourager les comportements positifs en matière d'hygiène et d'assainissement</b>			
<b>A.4.1</b>	<b>Promouvoir le prix de la commune la plus propre</b>	X	X	X
SA.4.1.1	Organiser 26 concours de l'école la plus assainie (02 CEB par régions)	X	X	X
SA.4.1.2	Organiser 14 concours de la commune la plus assainie	X	X	X
SA.4.1.3	Réaliser un film de 13 minutes sur la commune lauréate et le diffuser 5 fois	X	X	X
<b>Obj. Spec. 9</b>	<b>Informier et sensibiliser les acteurs sur les sous-produits de l'assainissement</b>			

**AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>A5.1</b>	<b>Organiser une campagne multimédia</b>	X	X	X
SA5.1.1	Réaliser un film de 13 à 26 mn dans les 3 langues nationales sur la manipulation et valorisation des sous-produits et à diffuser 30 fois	X		
SA5.1.2	Produire un microprogramme dans les 3 langues nationales sur les dangers de la manipulation non appropriée des boues fraîches de vidange à diffuser 130 fois dans les 13 régions	X		
SA5.1.3	Produire un spot dans les 3 langues nationales sur les dangers du dépotage anarchique des boues fraîches de vidange à diffuser 130 fois dans les 13 régions	X	X	X
<b>Obj. Spec. 10</b>	<b>Susciter les autoréalisations des ouvrages d'assainissement</b>			
<b>A6.1</b>	<b>Organiser une campagne radiophonique</b>	X	X	X
SA6.1.1	Produire 2 spots radios dans les 13 régions sur l'importance de se doter d'une latrine familiale à diffuser 520 fois	X		
<b>A6.2</b>	<b>Réaliser des causeries débats</b>	X	X	X
SA6.2.1	Organiser 260 causeries débats sur l'importance des latrines familiales	X	X	X
<b>Object. 2</b>	<b>Amener 70% des usagers à adopter de bonnes pratiques en matière de GIRE</b>			
<b>Obj. Spec. 1</b>	<b>Amélioration de la participation des usagers dans la mise en œuvre de la GIRE par un meilleur fonctionnement des structures de base</b>			
<b>A.1.1</b>	<b>Organiser des formations sur les techniques d'approches et de fonctionnement des structures de base</b>	X		
SA1.1.1	Former les responsables du SP/GIRE et des AE sur les approches participatives de développement et le partenariat	X		
<b>Obj. Spec. 2</b>	<b>Appropriation de la GIRE comme approche de protection et de gestion de la ressource en eau.</b>	X		
<b>A.2.1</b>	<b>Assurer la visibilité de la police de l'eau</b>	X	X	X
SA2.1.1	Informier sur la police de l'eau et ses attributions et fonctionnement	X		
SA2.1.1	Assurer la couverture médiatique des patrouilles de la police de l'eau	X	X	X
<b>A.2.2</b>	<b>Réaliser une campagne d'information sur la CFE et ses retombées en matière de financement de l'eau</b>	X	X	X
SA2.2.1	Tenir un atelier d'information des industriels et BTP sur la CFE	X		

**AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
SA2.2.2	<i>Concevoir une brochure sur la CFE</i>	X		
SA2.2.3	<i>Produire des spots TV et radio et diffuser</i>	X	X	X
<b>Obj. Spec. 3</b>	<b>Promotion du changement de comportement de la population en faveur de la GIRE</b>			
<b>A.3.1</b>	<b>Produire et diffuser des émissions radiophoniques et télévisuelles sur la GIRE</b>	X	X	X
SA3.1.1	<i>Diffuser le spot radio de sensibilisation sur la protection des ressources en eau</i>	X	X	X
SA3.1.2	<i>Diffuser le spot télé de sensibilisation sur la protection des ressources en eau</i>	X	X	X
SA3.1.3	<i>Produire des microprogrammes radio et télé sur la GIRE</i>	X	X	X
SA3.1.4	<i>Diffuser radio et télé sur la GIRE</i>	X	X	X
SA3.1.5	<i>Produire et diffuser un film documentaire sur la GIRE au Burkina</i>	X	X	X
SA3.1.6	<i>Concevoir et éditer une bande dessinée sur la GIRE</i>	X	X	X
<b>A.3.2</b>	<b>Informier et sensibiliser les organisations de la société civile sur la GIRE</b>	X	X	X
SA3.2.1	<i>Répertorier les OSC susceptibles de contribuer à la mise en œuvre du PN-GIRE</i>	X		
SA3.2.2	<i>Tenir un atelier d'information et de sensibilisation des OSC sur la GIRE</i>	X		
<b>A.3.3</b>	<b>Organiser les hommes de médias autour de la GIRE</b>	X	X	X
SA3.3.1	<i>Mettre en place un groupe de journalistes pour la GIRE</i>	X		
SA3.3.2	<i>Former les hommes de médias sur la GIRE</i>	X		
SA3.3.3	<i>Former et sensibiliser les journalistes en langues nationales sur la GIRE</i>	X		
SA3.3.4	<i>Soutenir les journalistes dans la production d'articles sur la GIRE</i>	X	X	X
<b>Obj. Spec. 4</b>	<b>Promouvoir les bonnes pratiques en matière de protection et de gestion rationnelle et durable des ressources en eau</b>			
<b>A.4.1</b>	<b>Organiser des voyages d'échanges et d'expérience au niveau sous régional et international</b>	X	X	X
SA4.1.1	<i>Organiser des voyages d'études et d'échanges sur la GIRE</i>	X	X	X
<b>Objectif 3</b>	<b>Assurer une prise en compte effective du genre et des droits humains dans le secteur eau et assainissement</b>			
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Intégration du genre et des droits humains dans le secteur de l'eau</b>	X	X	X

**AXE 3 : PROMOTION DU CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL**

CODE	Activités/Sous-activités (taches)	Chronogramme de réalisation		
		An 1	An 2	An 3
<b>A1.1</b>	<b>Produire un document de stratégie pour la promotion du Genre et des Droits Humains prenant en compte la communication</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
SA1.1.1	<i>Organiser un atelier d'élaboration du document de stratégie pour la promotion du Genre et des Droits Humains prenant en compte la communication</i>	X		
<b>A1.2</b>	<b>Concevoir d'outils de communication et de plaider sur le genre et les droits humains dans le secteur de l'eau</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
SA1.2.1	<i>Développer les messages, concevoir et diffuser des affiches et flyers</i>	X	X	X
<b>Objectif 4</b>	<b>Promouvoir les conditions de durabilité des aménagements et ouvrages hydrauliques</b>			
<b>Obj.Spec1</b>	<b>Renforcement des capacités des comités d'usagers de l'eau sur leurs rôles et responsabilités</b>			
<b>A1.1</b>	<b>Réaliser des séances de formation sur les rôles et responsabilités des comités usagers de l'eau</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
SA1.1.1	<i>Organiser les formations sur les rôles et responsabilités des comités usagers de l'eau</i>	X		
<b>A1.2</b>	<b>Organiser des causeries avec les comités d'usagers de l'eau</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
SA1.2.1	<i>Identifier les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre de leurs rôles Organiser les rencontres d'échanges</i>	X	X	X

## V.2 Dispositif de suivi-évaluation

En vue de la mise en œuvre du plan de communication, il sera mis en place un dispositif de suivi-évaluation. Ce dispositif consistera à :

- concevoir des fiches de suivi et d'évaluation,
- suivre le planning de conception et de diffusion des outils et supports de communication produits ;
- évaluer annuellement la mise en œuvre des activités ;
- élaborer et diffuser les rapports de suivi-évaluation ;
- rendre compte semestriellement des résultats de la mise en œuvre du plan.

Les outils d'évaluation sont :

- le cadre logique du plan de communication
- le chronogramme annuel de communication
- les fiches de suivi des activités
- les comptes rendus et les rapports d'activités communicationnelles
- les rapports d'évaluation à mi-parcours et finale.

Le suivi-évaluation fera l'objet de la formulation d'un cadre dénommé cadre de suivi-évaluation. Celui-ci comporte les objectifs, les activités, les indicateurs (activités, produits, résultats, effets identifiés dans le cadre logique), les méthodes de suivi-évaluation, le lieu, la période, le responsable, le coût, les ressources.

A mi-parcours, une évaluation interne du plan de communication consistera à mesurer à la fin de chaque année, les réalisations du plan de communication et à les comparer avec les prévisions en vue de déterminer si les objectifs ont été atteints. Elle permet donc d'apprécier l'utilité, l'efficacité des activités. Les résultats peuvent permettre de corriger les interventions.

A la fin de la mise en œuvre du plan, une évaluation finale externe devra être réalisée pour mesurer le niveau d'atteinte des objectifs en vue de la révision de la stratégie.

## V.3 Cadre institutionnel et conditions de mise en œuvre du plan

### V.3.1 Dispositif organisationnel de mise en œuvre du plan

Le dispositif organisationnel de mise en œuvre repose essentiellement sur la DCPM. En interne, chaque direction (centrale, technique ou régionale) disposera d'un point focal ou correspondant en communication chargé de collecter les informations et les transmettre à la DCPM. Une telle opération pourrait s'effectuer chaque semaine. La DCPM se chargera alors de synthétiser et diffuser l'information à l'ensemble aux fins de partage. De la sorte, la DCPM devra jouer un rôle de passerelle et de coordination de la communication par l'utilisation du mailing, l'affichage interne, le bulletin interne, les rencontres internes vouées à la communication. A cet effet, des fiches de collectes seront mises à leur disposition. Ces fiches seront transmises chaque trimestre.



Le second axe du dispositif en interne concerne les points focaux de communication dans les DREA. Ils devraient également s'inscrire dans la dynamique de correspondants de la DCPM, chargés de conforter la communication interne du MEA.

La formalisation et la cohérence dans l'action de communication interne doivent s'appuyer sur l'existence et l'animation d'un cadre régulier d'évaluation de la communication. A cette fin, une rencontre semestrielle des points focaux (MEA et DREA) de la communication devra être instituée sous la responsabilité de la DCPM. Ce cadre vise à faire le point des activités de communication interne en vue de formuler des propositions d'amélioration.

Il s'agira également d'instituer annuellement une rencontre avec les directeurs généraux, régionaux, centraux, les chefs de service et les coordonnateurs de projets/programmes. L'objectif assigné à cette rencontre est de faire un bilan critique des activités déjà entreprises, mais également de mieux faire connaître la problématique de la communication sur l'eau et l'assainissement notamment interne aux décideurs institutionnels.

Enfin, le dispositif devra prévoir la mise en place d'un cadre de concertation et de coordination entre la DCPM et les chargés de communication des directions rattachées, projets/programmes, ONG/associations œuvrant dans le domaine de l'eau et de l'assainissement. Ce cadre, sous la supervision de la DCPM devra s'attacher à promouvoir l'échange d'information sur la problématique de l'eau et de l'assainissement, l'évaluation de l'action communicationnelle, la mutualisation des expériences communicationnelles, s'assurer de la cohérence des messages en conformité avec la politique du MEA en matière d'eau et d'assainissement. La périodicité des rencontres pourrait être semestrielle.

### V.3.2 Conditions de mise en œuvre

La réussite de la mise en œuvre du plan est tributaire des conditions suivantes :

- ✓ Le renforcement des capacités

Il devra s'opérer tant au sein de la DCPM, qu'à celui des points focaux (au sein des directions centrales et des DREA). En plus du recrutement de personnel conformément aux besoins exprimés par la DCPM, il importe que des formations soient organisées à l'intention de l'équipe de communicateurs du MEA des "supplétifs" ou points focaux du MEA et DREA. Elles pourraient consister en séminaires ou ateliers de courtes durées portant sur les fondamentaux de la communication.

A l'adresse particulièrement des décideurs, il importe qu'un séminaire annuel les rassemble autour des thématiques susceptibles de les familiariser avec les enjeux et retombées de la communication pour le MEA. L'appropriation de ces données peut contribuer à valoriser la fonction communication.

- ✓ La mutualisation des ressources communicationnelles



Les diverses expériences de communication ont besoin d'être partagées pour enrichir les opportunités d'éducation, d'information et de sensibilisation sur la problématique de l'eau et de l'assainissement. Autrement dit, une mutualisation des expériences et ressources communicationnelles des différents acteurs est souhaitable. Cette mutualisation pourrait revêtir les formes suivantes :

- maintenir et renforcer le partage systématique d'informations sur l'eau et l'assainissement par divers outils, supports et canaux ;
- la disponibilité des partenaires et projets à communiquer entre eux par l'utilisation réciproque de leur organe (bulletin), en tant que tribune de visibilité ;
- la réalisation de campagnes de communication communes sur les problématiques de l'eau et de l'assainissement ;
- la tenue d'un atelier bilan et de capitalisation de la communication sur l'eau et l'environnement. Celui-ci sera l'occasion d'un examen critique des expériences communicationnelles réalisées afin de retenir et partager les approches communicationnelles les plus réussies.

### V.3.3 Rôle des acteurs

La réussite de la mise en œuvre de la stratégie de communication nécessite l'implication de chaque acteur.

**Tableau 11 : Acteurs : rôles, missions, contributions**

<b>Acteurs</b>	<b>Rôles, Missions, Contributions</b>
<b>MEA, directions centrales, déconcentrées, et techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Validation de la stratégie et du plan d'actions</li> <li>▸ Recherche et mobilisation des ressources pour réaliser le plan d'actions</li> <li>▸ Implication des ministères partenaires dans la réalisation du plan d'actions</li> <li>▸ Implication des directions centrales, projets/programmes dans la réalisation du plan d'actions</li> </ul>
<b>Directions rattachées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Appropriation de la stratégie et du plan</li> <li>▸ Partage de leçons d'expériences communicationnelles</li> <li>▸ Contribution à la mutualisation des ressources</li> <li>▸ Participation et contribution aux cadres de concertation</li> </ul>
<b>DCPM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Appropriation de la stratégie et du plan</li> <li>▸ Réalisation d'un atelier de partage</li> <li>▸ Diffusion et vulgarisation du plan en interne et externe</li> <li>▸ Elaboration des outils</li> <li>▸ Mise en œuvre du plan (Planification, coordination et suivi-évaluation des actions)</li> <li>▸ Organisation de rencontres de coordination entre chargés de communication</li> <li>▸ Suivi-évaluation du plan</li> <li>▸ Etablissement de partenariat communicationnel</li> <li>▸ Conception et organisation des formations ciblées</li> <li>▸ Elaboration et diffusion des rapports d'activités communicationnelles</li> </ul>
<b>Projets programmes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Contribution à la mutualisation des ressources communicationnelles</li> <li>▸ Promotion de la communication sur l'eau et l'assainissement</li> <li>▸ Développement de stratégies sectorielles innovantes et endogènes</li> <li>▸ Contribution indirecte à la visibilité du MEA</li> <li>▸ Renforcement de la communication interne du MEA</li> <li>▸ Contribution à la promotion d'outils endogènes</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Contribution au financement de la stratégie</li> </ul>
<b>Ministères partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Contribution à l'information et à la sensibilisation</li> <li>› Implication des autres DCPM dans la réalisation du plan</li> <li>› Promotion du partenariat communicationnel</li> <li>› Relais d'information et de sensibilisation</li> </ul>
<b>PTF</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Contribution financière et matérielle à la mise en œuvre du plan</li> <li>› Partage de leçons d'expériences en communication et plaidoyer</li> <li>› Suivi de la réalisation du plan</li> <li>› Participation et contribution à la réalisation de films documentaires et d'émissions radiophoniques</li> <li>› Participation et contribution aux réalisations de communication</li> </ul>
<b>ONG/Associations/OSC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Partage de leçons d'expériences en communication et plaidoyer</li> <li>› Appuis logistiques à la communication</li> <li>› Contribution financière aux actions de communication</li> <li>› Expérimentation d'initiatives de communication (Sani Bakou)</li> <li>› Diffusion de leçons d'expériences en matière de plaidoyer à travers des approches innovantes et endogènes (ATPC, ATPL)</li> <li>› Suivi de la politique gouvernementale (interpellation citoyenne)</li> <li>› Suivi de la redevabilité</li> <li>› Soutien à la mise en œuvre du Droit constitutionnel à l'eau</li> <li>› Contribution à la sensibilisation du public</li> <li>› Interpellation des décideurs politiques et de bailleurs de fonds</li> <li>› Popularisation des leçons d'expériences réussies</li> </ul>
<b>Elus locaux, CVD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Relais d'information auprès des citoyens</li> <li>› Interpellation du gouvernement</li> <li>› Contribution à la sensibilisation, information et mobilisation</li> <li>› Plaidoyer sur la problématique de l'eau et de l'assainissement</li> <li>› Sensibilisation sur l'entretien des ouvrages</li> <li>› Vulgarisation des textes sur l'eau et l'assainissement</li> </ul>
<b>Elus nationaux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Plaidoyer sur la problématique de l'eau et de l'assainissement</li> <li>› Popularisation et explication des textes de lois</li> <li>› Animation et dynamisation du Réseau parlementaire</li> </ul>
<b>Gestionnaires de bornes-fontaines et latrines</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Respect dans l'application des messages de sensibilisation</li> <li>› Formulation de messages sur l'entretien des ouvrages</li> <li>› Information/sensibilisation sur les textes</li> <li>› Appui à la police de l'eau</li> </ul>
<b>Gros usagers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Contribution à l'information/sensibilisation sur les textes</li> <li>› Participation à des journées portes ouvertes</li> <li>› Participation à la réalisation de films ou d'émissions radio</li> <li>› Matérialisation de leurs actions de promotion de l'eau et de l'assainissement</li> </ul>
<b>Elèves et enseignants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Promotion des bonnes pratiques à l'école</li> <li>› Mise à disposition des leçons d'expériences éprouvées</li> <li>› Sensibilisation à l'école et à la maison</li> </ul>
<b>Médias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Appropriation de la stratégie de communication</li> <li>› Information/sensibilisation</li> <li>› Popularisation des success-stories</li> <li>› Animation des actions de réseaux de communication</li> </ul>

## VI. PLAN ET SOURCES DE FINANCEMENT DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

La stratégie de communication déclinée en plan d'actions est assortie forcément d'un budget. Ce budget permet le financement des actions/activités définies en vue d'atteindre les objectifs de communication. La nécessité de la recherche de financement impose de solliciter un mécanisme de financement qui permette d'améliorer la disponibilité des ressources financières pour une mise en œuvre réussie du plan.

Le mécanisme de financement a pour but de rechercher et de mobiliser les ressources financières nécessaires auprès de toutes les sources possibles : institutions de financement bilatérales, régionales, multilatérales, ONG/associations, coopération décentralisée, contribution communale et citoyenne, contribution volontaire de leaders, fondations, secteur privé national, etc.

**Tableau 12 : Sources potentielles de financement de la communication**

Etat/Institutions nationales	Instit. bilatérales	Instit. Inter africaines	Instit. multilatérales	ONG/Associations	Secteur privé	Leaders
Gouvernement ONEA LONAB PDIS Projets programmes Communes	AFD GIZ KFW BUCO USAID OIF Chancelleries	BAD BADEA CEDEAO UEMOA ALG BOAD EAA (ex CREPA)	UE PNUD FAO UNICEF PNUE FEME BID OCI Fonds Kowétien	CRS WaterAid OCADES CREDO Fondation Jean Paul II OXFAM ONG Eau Vive	EBOMAF Groupe Velegda Abdoul Service Opérateurs de téléphonies mobiles	ATPL ATPC

Ces sources potentielles ne financent pas directement la communication pour la plupart. Toutefois, elles peuvent intervenir dans des projets relatifs à l'eau et à l'assainissement qui intègrent la communication comme outil de visibilité de leurs actions. Par ailleurs, le ministère peut solliciter dans certains cas leur parrainage voire sponsoring. Il peut même par voie de plaidoyer faire appel à leur appui financier ou matériel.

En outre, nombre de ces bailleurs peuvent contribuer à la réalisation de films, de campagnes de communication avec pour contrepartie de figurer sur la bande annonce, affiches ou banderoles.

Pour acquérir des financements, le MEA doit "*vendre*" son plan d'actions aux différents partenaires en vue de susciter leur intérêt à investir davantage dans le secteur de l'eau, de l'hygiène et de l'assainissement. Autrement dit, le MEA doit concevoir et mener un plaidoyer convainquant et durable en direction des acteurs précédemment cités. Il importe alors de concevoir, de publier et de diffuser un document synthétique du plan.

## VII. RECOMMANDATIONS

Certaines conditions de mise en œuvre de la stratégie méritent d'être valorisées, en termes de recommandations. Elles portent sur la mutualisation des ressources pour assurer une synergie d'actions communicationnelles et la capitalisation des actions de communication.

### ✓ La mutualisation au service de la synergie d'action

Chaque intervenant (projet/programme, ONG/associations) dispose d'un existant et d'une expérience communicationnelle. L'impact de ces actions n'est pas perceptible en raison de la dispersion des initiatives et du manque de cohérence ou d'harmonisation des messages. Il est donc indiqué que les expériences soient partagées et mutualisées. On aboutirait ainsi à une synergie d'actions qui dynamisera la communication sur l'eau, l'hygiène et l'assainissement en termes de résultats probants.

### ✓ La capitalisation des actions de communication

La pérennisation des actions sur la problématique de l'eau et de l'assainissement implique une communication suivie, évaluée et adaptée. Une telle démarche implique que les actions de communication soient capitalisées sous forme de pratiques validées dans un manuel de communication.

Un atelier des chargés de communication des projets/programmes pourrait se tenir, à l'initiative de la DCPM, en vue de poser les jalons de la capitalisation des actions de communication.

## CONCLUSION

Ce document est un référentiel de mise en œuvre des actions de communication du MEA sur les trois prochaines années (2019-2021). Son élaboration a été participative et sa mise en œuvre devra l'être pour obtenir des résultats probants.

Toutefois, les actions identifiées et à mener devront s'inscrire dans une logique concertée et coordonnée. C'est à ce prix que le MEA jouera son rôle d'acteur institutionnel incontournable dans le secteur de l'eau et de l'assainissement au Burkina Faso.

Ces actions devront bénéficier de moyens financiers conséquents. Ceux-ci devraient provenir autant des PTF déjà sollicités que de nouveaux bailleurs issus du monde des ONG, de la coopération décentralisée, des communes, du secteur privé.

La mise en œuvre de ce plan s'attachera à articuler les actions identifiées pour le compte du MEA (centrale) et celles entreprises par les projets/programmes, étant entendu qu'elles contribuent tous deux à la même finalité. C'est-à-dire assurer la visibilité du département et la promotion des axes d'intervention en matière d'eau et d'assainissement.

## ANNEXES

Annexe 1 : Liste des structures et personnes rencontrées

Annexe 2 : Termes de référence

Annexe 3 : Bibliographie

## Annexe 1 : Liste des structures et personnes rencontrées

Noms et prénoms	Fonction	Structure	Localité	Contacts
<b>DIRECTIONS GENERALES, CENTRALES ET RATTACHEES AU MINISTERE</b>				
Drabo Djélika	Directrice	DCPM/MEA	Ouagadougou	70 00 06 55
ROUAMBA Pawindbé	Chef SAF	DAAF-MEA	Ouagadougou	
KOAMA/ZERBO Régine	Chargée de communication	DGRE/MEA	Ouagadougou	
NONGUIERMA P. André	Directeur	DGA/MEA	Ouagadougou	70 23 98 53
GUISSOU Patrice	Coordonnateur national	DGIH/MEA	Ouagadougou	70 25 85 66
YE Dofihouyan	Directeur	DGEP/MEA	Ouagadougou	70 26 53 58
CONGO Moustapha	Secrétaire Permanent	SP GIRE	Ouagadougou	70 39 70 08
SANON Mamadou	Secrétaire Général	ONEA	Ouagadougou	
SANKARA Maimouna	Chargée de Communication	ONEA	Ouagadougou	70 99 02 32
KindoMoumouni	Chef de service de gestion des carrières et du contentieux	MEA	Ouagadougou	78 80 02 48
<b>DIRECTIONS REGIONALES</b>				
SAWADOGO/KANZ IE Céline	Directrice	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région des Cascades	70 09 99 70
ZOURE T. Arthur	Point focal DCPM	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région des Hauts Bassins	70 63 93 80
OUATTARA Arnaud	Agent SAEP - Correspondant communication	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du Nord	
TOE / SOW Ruth	Directrice	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du Nord	<b>70 03 89 91</b>
BAKOUANE Baya, IGR KOUELAKibsibila, sociologue	Correspondants communication	Direction régionale du Ministère de l'Eau	Région du Sahel	

Noms et prénoms	Fonction	Structure	Localité	Contacts
GO Cendrine, IGR		et de l'Assainissement		
TAPSOBA Christine	Directrice	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région de l'Est	70 40 23 06
KOAMA Fidel	Directeur	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du Centre-Est	71 29 35 60
BAMOGO Idrissa	Directeur	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du Centre-Sud	70 69 57 28
OUBIAN/DERRASeï mata	Directrice	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du Centre	72 34 05 81
TIENDREBEOGO Julienne	Directrice	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du Centre-Ouest	71 30 36 50
KOALA/KABOREZo urata	Directrice	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du Plateau-Central	70 42 71 98
OUEDRAOGO Clarisse	Directrice	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région du centre-est	70 73 12 83
SOMPUGDOU Tinga	Directeur	Direction régionale du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement	Région de la Boucle du Mouhoun	71 10 26 83
<b>AGENCES DE L'EAU</b>				
KABORE Ghislain W.Anselme	Directeur	Direction de l'Agence de l'Eau du Nakanbé	Région du Plateau-Central	70 43 44 02



Noms et prénoms	Fonction	Structure	Localité	Contacts
Tall Omar Kodo	Directeur de l'Eau et de l'Environnement	Direction de l'Agence de l'Eau du Gourma	Région de l'Est	72 04 82 90
BAKYONO Pierre Damien	Directeur	Direction de l'Agence de l'Eau des Cascades	Région des Cascades	79 38 09 38
BADOLO Yaya	Directeur de la prospective et de la planification AEL	Direction de l'Agence de l'Eau du Liptako	Région du Sahel	
KANAZOE Saïdou	Directeur	Direction de l'Agence de l'Eau du Mouhoun	Région de la Boucle du Mouhoun	78 15 60 67
<b>LES PROJETS ET PROGRAMMES</b>				
SANA Seydou	Coordonnateur	Projet BID-UEMOA d'hydrauliques et d'assainissement en milieu rural	Ouagadougou	70 23 04 99
OUEDRAOGO Abdoulaye	Coordonnateur	70 25 56 29	Bobo -Dioulasso	70 25 56 29
BONKOUNGOU Ousmane	Coordonnateur	LAC BAM	Ouagadougou	70 25 50 81
DONGOBADA Hilaire Firmin	Responsables des opérations	IRC	Ouagadougou	70 26 28 22
BARRY Isabelle ET M. OUEDRAOGO	Responsable Plaidoyer et communication, Manager Communicateur	WATER AID	Ouagadougou	25 37 41 70/
SEMPORE Francis	Directeur des relations internationales et de la formation continue	Institut international d'ingénierie de l'eau et de l'environnement	Ouagadougou	78 20 05 75

## Annexe 2 : Termes de référence

### I. Contexte et justification

Le secteur de l'eau et de l'assainissement constitue un enjeu majeur pour le développement socio-économique du Burkina Faso. Pour atteindre les Objectifs de développement durable dans le secteur, le gouvernement a créé un ministère plein chargé des questions de l'eau et de l'assainissement en 2016 conformément au décret n° 2016-003/PRES/PM du 12 janvier 2016, portant composition du Gouvernement du Burkina Faso. Depuis sa création, aucune stratégie de communication n'a été élaborée pour accompagner le ministère dans l'accomplissement de sa mission.

Ne disposant pas de document de référence en matière de communication, les activités de communication de MEA ont toujours été menées de façon éparse. Ce qui ne permet pas de capitaliser les acquis et de corriger les insuffisances pour plus d'efficacité.

Et pourtant, il est reconnu de nos jours que la communication, bien orientée est un facteur déterminant dans le processus de développement en ce sens qu'elle permet d'instaurer le dialogue et de maintenir un cadre permanent d'échange indispensable au renforcement de la cohésion au sein de l'administration. Elle se positionne également comme un outil d'accroissement de la visibilité des institutions et de promotion du développement local participatif.

De ce qui précède, il sied de reconnaître que l'accès à l'eau potable et aux ouvrages d'assainissement ne saurait être une réalité sans l'appui conséquent d'une communication bien planifiée pour stimuler l'adoption de comportement et de pratiques favorables à la consommation de l'eau potable et à l'utilisation des ouvrages d'assainissement.

Pour œuvrer à positionner le ministère en tant que département incontournable dans le secteur rural, la Direction de la communication et de la presse ministérielle de l'eau et de l'assainissement envisage élaborer une stratégie de communication afin de mieux organiser les actions communicationnelles pour plus d'efficacité.

Les présents termes de référence s'inscrivent dans cette logique et visent à recruter un consultant en communication pour l'élaboration d'une stratégie d'un plan opérationnel de communication au profit du MEA.

### II. Objectifs

#### 1. objectif global

L'objectif global est de recruter un consultant pour élaborer une stratégie et un plan de communication triennal au profit du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement (MEA).

#### 2. Objectifs spécifiques

De façon spécifique, il s'agira de:

- ✓ réaliser une étude diagnostique de la communication dans les différentes structures centrales et déconcentrées du MEA;

- ✓ produire un rapport sur l'état des lieux de la communication du ministère à partir de l'étude diagnostique tout en relevant les acquis, les limites, les forces et les faiblesses de la communication du MEA;
- ✓ élaborer une stratégie globale de communication pour le MEA sur trois ans 2018-2020 assortie d'un budget détaillé;
- ✓ élaborer un plan triennal de communication.
- ✓ une étude diagnostique de la communication dans les différentes structures centrales et déconcentrées du MEA est réalisée;
- ✓ un rapport sur l'état des lieux de la communication du ministère est produit à partir de l'étude diagnostique tout en relevant les acquis, les limites, les forces et les faiblesses de la communication du MEA;
- ✓ une stratégie globale de communication pour le MEA sur trois ans 2018-2020 assortie d'un budget détaillé est élaborée;
- ✓ un plan triennal de communication est élaboré.

#### **IV. Mandat du consultant**

La mission du consultant consiste à l'élaboration d'une stratégie et d'un plan de communication pour le MEA. Elle s'exécutera selon les étapes clés suivantes:

- mener une enquête de diagnostic communicationnel dans les différentes structures centrales et déconcentrées du MEA;
- produire un rapport sur l'état des lieux de la communication du ministère
- identifier les problèmes de communication du ministère
- définir les axes stratégiques
- fixer les objectifs de communication et les résultats attendus
- définir les cibles, les approches de communications, les messages, les canaux et supports adaptés au contexte
- définir le cadre logique du processus de communication
- faire des propositions d'activités pertinentes
- produire un planning annuel des activités avec un budget détaillé
- proposer un système de suivi-évaluation de la mise en œuvre des activités de communication
- proposer un mécanisme de financement de la stratégie

#### **V. Profil et qualification requis**

Le consultant sera un bureau d'études évoluant dans le domaine des sciences techniques de l'information et de la communication. En vue d'atteindre les résultats escomptés, le bureau d'études doit disposer des compétences suivantes:

- **Un chef de mission qui devrait:**
  - être titulaire d'un diplôme de niveau bac + 5 au moins en sciences techniques de l'information et de la communication ou de tout autre diplôme équivalent;
  - avoir une expérience confirmée d'au moins cinq (5) ans dans l'élaboration des stratégies et des plans de communication;
  - avoir accompli au moins trois (3) missions similaires

- **Un consultant qui devrait:**
  - être titulaire d'un diplôme de niveau bac + 4 au moins en sciences techniques de l'information et de la communication ou de tout autre diplôme équivalent;
  - avoir une expérience confirmée d'au moins cinq (5) ans dans l'élaboration des stratégies et des plans de communication institutionnelle;
  - avoir accompli au moins trois (03) missions similaires
  
- **Un consultant qui devrait:**
  - être titulaire d'un diplôme de niveau bac + 4 au moins en sciences techniques de l'information et de la communication ou de tout autre diplôme équivalent;
  - avoir une expérience confirmée d'au moins cinq (5) ans en animation, sensibilisation et communication participative pour le développement
  - avoir accompli au moins trois (03) missions similaires

**NB: fournir des CV actualisés, détaillés et signés par leurs auteurs, ainsi que des diplômes légalisés**

## **VI. Les produits livrables**

- Le rapport de démarrage provisoire, à transmettre une semaine après la date de démarrage prescrite dans l'ordre de service de commencer les prestations;
- le rapport de démarrage définitif intégrant les réorientations et amendements du comité de suivi, à transmettre trois (03) jours après la réunion de cadrage;
- le rapport provisoire d'enquête sur l'état des lieux de la communication du MEA à remettre deux semaines après le recrutement du consultant;
- le rapport définitif d'enquête prenant en compte les amendements et suggestions du comité de suivi à transmettre trois (03) jours après la rencontre de pré-validation avec le comité de suivi;
- la version provisoire de la stratégie et du plan triennal de communication doit être remise trois semaines après la pré-validation du rapport définitif d'enquête par le comité de suivi;
- la version définitive de la stratégie et plan de communication intégrant les amendements du comité de suivi en trois exemplaires et en plus du fichier électronique à transmettre une semaine après la pré-validation par le comité de suivi;
- le rapport provisoire de l'ensemble des prestations à transmettre trois jours après l'atelier de validation de la stratégie et plan de communication du MEA;
- le rapport final de la prestation (intégrant les amendements du comité), à transmettre 2 jours après le dépôt du rapport provisoire.

## **VII. Organisation du travail et obligations des parties**

Le consultant travaillera sous l'autorité de la Direction de la Communication de la Presse ministérielle (DCPM) à travers la supervision d'un comité de suivi de la mission, qui sera mis en place à cet effet. La DCPM s'engage à:

- mettre à disposition du consultant les informations relatives à la conduite de la mission;
- faciliter l'organisation pratique des activités du consultant;
- donner son avis sur le contenu des documents et autres livrables produits par le consultant.

Le consultant s'oblige à:

- élaborer un programme de travail de sa mission en cohérence avec les objectifs spécifiques du thème considéré, les résultats et les livrables attendus;
- déposer à la DCPM du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement les différents livrables déclinés dans le point VI des présents TDR.

### **VIII. Durée de la mission**

La mission du consultant doit s'effectuer dans **un délai maximal de deux mois**.

### **IX. Validation du rapport**

Après la pré-validation du rapport sur l'état des lieux de la communication, de la stratégie et plan de communication du MEA par le comité de suivi, un atelier de validation sera organisé au cours duquel lesdits documents seront expliqués, discutés, amendés, validés ou rejetés en cas de graves insuffisances. En cas de non-validation, des études complémentaires seront réalisées par le consultant en vue d'améliorer la qualité des documents et un autre atelier de validation sera programmé à cet effet.

### **X. Offre des consultants**

#### **10.1 Offre technique**

Elle fera ressortir les éléments ci-après:

- présentation du cabinet et de son expérience; notamment celles des missions similaires;
- compréhension des termes de référence et observations du Consultant;
- présentation de la méthodologie de réalisation de la mission;
- description du contenu des outputs attendus;
- chronogramme d'exécution de la mission;
- présentation des principaux intervenants appuyée de leur curriculum vitae.

#### **10.2 Offre financière**

Elle fera ressortir les éléments ci-après:

- bordereau des prix unitaires en HTVA;
- montant des honoraires et frais en FCFA de l'élaboration de la stratégie et du plan de communication en HTVA et en TTC.

### Annexe 3 : Bibliographie

1. Document de politique nationale de l'eau, ministère de l'agriculture, des ressources hydrauliques, de l'assainissement et de la sécurité alimentaire, mars 2015
2. Article « Campagne Faso toilettes », La coordination fait le point au ministre Ambroise Niouga, in DNF n° 744 du mercredi 13 septembre 2017
3. Article « Accès à l'assainissement à Ouagadougou, DGA met une nouvelle latrine publique à la disposition de la population » in DNF N° 746 du vendredi 15 septembre 2017
4. Article « Secteur eau et assainissement, de nouveaux projets en vue » in DNF N° 761 du vendredi 6 octobre 2017
5. Document de programme PN-AEUE 2016-2030, MEA, juin 2016
6. Document de programme PN-AEPA 2016-2030, MEA, Mai 2016
7. Document de programme PN-GIRE 2016-2030, MEA, Mai 2016
8. Bulletin trimestriel d'information « Or bleu » N°007 Janvier-Mars 2017, MEA
9. Bulletin trimestriel d'information « Or bleu » N°008 Avril-Juin 2017, MEA
10. Décret 2016/027-PRES-PM/SGG-CM du 23 février 2016, portant organisation type des départements ministériels
11. stratégie et plan de communication pour la gestion intégrée des ressources en eau 2016-2019, Secrétariat permanent pour la GIRE-MEA, BF 2016
12. Rapport de mission d'appui communication, nov 2001, ONEA
13. stratégie et plan de communication des programmes nationaux d'approvisionnement en eau potable et d'assainissement des eaux usées et excréta, MEA 2019-2020
14. Situation de la communication pour le développement au Burkina Faso, Tome 1, ministère de la communication-FAO Juillet 2000
15. Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, FAO, Rome 2002
16. Document de la politique nationale de la communication pour le développement au Burkina Faso, Tome 2, ministère de la communication-FAO, juillet 2000

## TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE .....	2
SIGLES ET ABREVIATIONS .....	3
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES .....	5
<b>TABLEAUX</b> .....	5
<b>FIGURES</b> .....	5
RESUME EXECUTIF .....	6
La problématique .....	6
La stratégie de communication .....	6
Le plan opérationnel .....	7
Cadre institutionnel et conditions de mise en œuvre .....	7
Plan et sources de financement .....	8
Recommandations .....	8
INTRODUCTION .....	9
I. CADRE CONTEXTUEL ET JUSTIFICATION DE L'ETUDE .....	10
I.1 Présentation du Ministère de l'Eau et de l'Assainissement .....	10
I.1.1. Organisation et fonctionnement .....	10
I.1.2 Dispositif global de communication du MEA .....	12
I.1.2 Positionnement stratégique de la DCPM .....	13
I.2 Justification de l'étude .....	14
I.3 Objectifs et résultats attendus de l'étude .....	14
II. DEMARCHE METHODOLOGIQUE .....	15
II.1 Phase de préparation de la mission .....	15
II.2 Phase de diagnostic .....	15
II.3 Phase d'élaboration de la stratégie et du plan de communication .....	16
III. DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION DU MEA .....	17
III.1 Analyse du macro-environnement .....	17
III.1.1 Environnement politique et juridique de la communication du MEA .....	17
III.1.2 Considérations socioculturelles .....	18
III.1.3 Environnement médiatique national .....	18
III.2 Analyse du micro-environnement .....	21
III.2.1 Communication globale et relations de travail .....	21
III.2.2 Communication interne des structures centrales .....	22
III.2.3 Communication interne des structures déconcentrées .....	25
III.2.4 Communication interne des structures rattachées .....	25
III.2.5 Communication externe du MEA .....	26
III.2.6 Analyse de l'efficacité des canaux et outils de communication interne et externe .....	33
III.3 Forces, Faiblesses, opportunités et menaces de la communication du MEA .....	35
III.4 Analyse des problèmes de développement et de communication .....	37
III.4.1 Problèmes de développement .....	37
III.4.2 Synthèse des problèmes de communication identifiés .....	37
III.5 Analyse des principaux problèmes de communication .....	38
IV. STRATEGIE ET PLAN DE COMMUNICATION DU MEA .....	41
IV.1 Fondements de la stratégie de communication .....	41

IV.2 Objectif global de la stratégie de communication.....	42
IV.3 Axes stratégiques d'intervention et objectifs de communication.....	43
IV.4 Cibles de communication.....	44
IV.4.1 Cibles primaires .....	44
IV.4.2 Cibles secondaires.....	44
IV.4.3 Cibles tertiaires.....	44
IV.5 Types d'approches de communication .....	44
IV.6 Messages clés.....	45
IV.7 Canaux et supports de communication .....	45
IV.7.1 Canaux et supports de communication interne.....	45
IV.8 Cadre logique de la stratégie de communication .....	46
V.    VOLET OPERATIONNEL DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION .....	58
V.1 Plan de communication.....	58
V.1.1 Eléments constitutifs préalables au plan de communication .....	58
V.1.2 Composantes du plan de communication .....	62
III.1.3 Budget estimatif et planning annuel d'activités.....	80
V.2 Dispositif de suivi-évaluation.....	115
V.3 Cadre institutionnel et conditions de mise en œuvre du plan.....	115
V.3.1 Dispositif organisationnel de mise en œuvre du plan .....	115
V.3.2 Conditions de mise en œuvre.....	116
V.3.3 Rôle des acteurs .....	117
VI. PLAN ET SOURCES DE FINANCEMENT DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION.....	119
VII. RECOMMANDATIONS.....	120
CONCLUSION .....	121
ANNEXES .....	122
Annexe 1 : Liste des structures et personnes rencontrées.....	123
Annexe 2 : Termes de référence.....	126
Annexe 3 : Bibliographie .....	130
TABLE DES MATIERES.....	131