

REPUBLIQUE DU BENIN

Département du Zou

Commune de Djidja

-----0-----

Stratégie de communication entre les différents  
acteurs de la commune de Djidja  
pour une gestion communale concertée

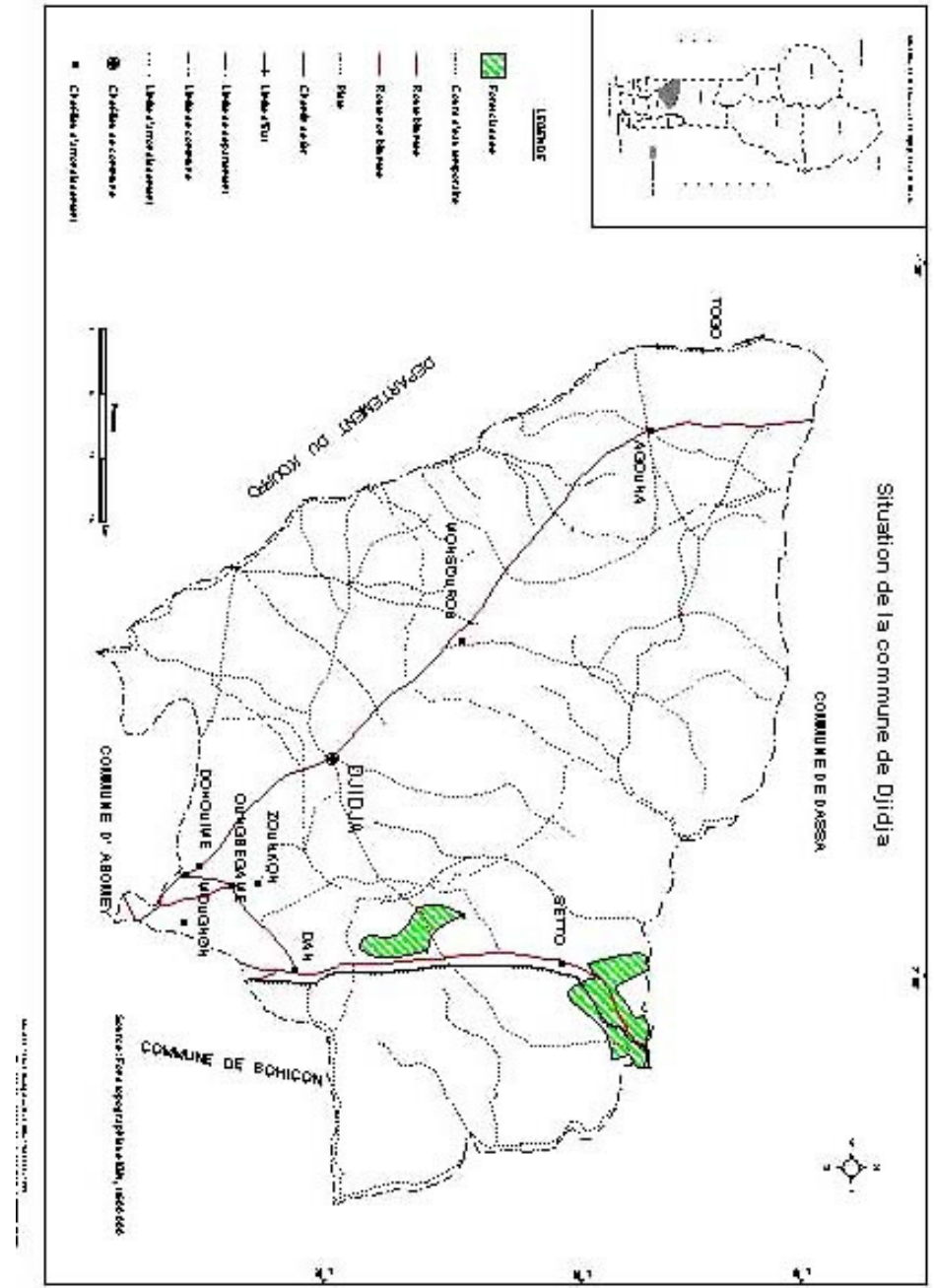
Document élaboré par :  
**CEBEDES Xudodo**



Avec l'appui financier de :  
**PGDP (DANIDA)**



Mars 2006



## **SOMMAIRE**

I - Introduction .....	2
2 - Le contexte de décentralisation.....	3
2.1 - Bref historique de la décentralisation au Bénin.....	3
2.2 - Les compétences accordées aux communes ordinaires par la loi .....	3
2.3- Etat de la mise en application du transfert et de l'exercice de ces compétences .....	4
3 - L'état des lieux en matière de dispositifs de communication dans la commune de Djidja.....	4
3.1 - Les structures et le personnel commis à la communication .....	5
3.2 - Les thèmes de communication déjà abordés .....	5
3.3 - Les mécanismes de communication : canaux et supports utilisés.....	5
3.4 - Les canaux et supports existants mais non utilisés .....	6
3.5 - Les opinions sur les effets de ces expériences de communication .....	7
3.6 - Les structures d'appui à la communication.....	7
4 - Problèmes/ dysfonctionnement et besoins en communication dans la commune de Djidja.....	8
4.1 - Identification des problèmes rencontrés par le Conseil Communal dans ses relations avec les citoyens ou pour se faire comprendre de ceux-ci.....	8
4.2 - Identification des problèmes rencontrés par le Conseil Communal en son sein .....	9
4.3- Identification des problèmes de communication émergents et besoins en information des populations .....	9
5- Planification Stratégique de la communication dans la commune de Djidja .....	10
5.1 - Identification des objectifs de communication.....	11
5.2 - Identification des contenus/thèmes .....	12
5.3 - Identification des groupes cibles, des canaux et supports de communication.....	13
5.4- Evaluation des moyens financiers nécessaires à la mise en œuvre des actions de communication (coûts).....	15
6 - Les actions d'accompagnement .....	17
6.1 - Acquisition de matériels nécessaires .....	17
6.2 - Développement des capacités humaines (formations des ressources humaines) .....	18
7 - Stratégie de mise en oeuvre .....	18
8 - Le budget global .....	19
9 - Conclusion.....	19

## **I - Introduction**

Le processus de décentralisation en cours au Bénin s'est concrétisé par les élections communales de décembre 2002 et la mise en place des conseils communaux. Les maires et tous les organes communaux sont installés et ont pris en main les destinées de leurs localités dans les domaines politique, économique, environnemental et socioculturel définis par la loi. Après une période de balbutiement, les communes se sont engagées dans l'élaboration des documents de planification communale. Les Plans de Développement Communaux ont été élaborés et sont en phase de mise en œuvre.

Les espoirs suscités par l'avènement de la décentralisation ont commencé par s'effriter. Les populations à la base ont commencé par accuser les conseils communaux de tous les maux. Les grognes et manifestations de désapprobation se multiplient de jour en jours. Un courant de destitution des maires a commencé par faire ravage. L'instabilité des conseils communaux est devenue un phénomène contagieux.

Les diagnostics ont vite montré que ces difficultés sont en partie dues au faible niveau de communication qui existe au sein des conseils communaux d'une part et entre les autorités communales et les citoyens à la base, d'autre part. Les différents acteurs (élus locaux, services déconcentrés de l'Etat et citoyens) ne connaissent pas très bien leurs attributions et les informations sur la gestion communale ne sont pas mises à la disposition des populations. Les mairies ne

disposent pas d'une stratégie de communication pour échanger avec leurs citoyens et les partenaires au développement.

Cette situation a conduit le Programme de Gouvernance et Droits de la Personne (PGDP) de la Danida à élaborer pour chacune des neuf communes du département du Zou une stratégie de communication. La mise en œuvre de cette stratégie sera suivie pendant deux (2) ans par le PGDP.

Le présent document, fait l'état des lieux en matière de dispositifs/stratégies de communication, identifie les problèmes/dysfonctionnement et besoins en communication dans la commune de Djidja avant de présenter une stratégie de communication avec des actions planifiées dans le temps.

## **2 - Le contexte de décentralisation**

### ***2.1 - Bref historique de la décentralisation au Bénin***

Conformément aux recommandations de la conférence des forces vives de la nation de février 1990 et aux dispositions des articles 150 et 153 de la constitution du 11 décembre 1990, le Bénin s'est engagé dans un processus de décentralisation. Après de longues et difficiles gestations, les cinq lois devant régir la décentralisation au Bénin ont été votées. Les élections communales de décembre 2002 sont venues concrétiser la mise en route effective de la réforme de la décentralisation au Bénin. Les conseils communaux ont été installés

au cours du premier trimestre de l'année 2003. Il est généralement admis de tous les acteurs que les enjeux majeurs de la décentralisation sont : la démocratie à la base, la bonne gouvernance et le développement local.

Les mairies sont préoccupées par la mise en œuvre d'un développement local harmonieux. Elles sont soucieuses de l'amélioration des conditions et du cadre de vie de leurs populations à travers l'augmentation des revenus et un meilleur accès aux services sociaux de base. Conscientes de cet enjeu, elles se sont dotées chacune d'un plan de développement communal (PDC) qui est la boussole qui doit orienter le développement communal. Enfin, depuis près de deux ans, les communes du Bénin, se battent vaille que vaille pour la mise en œuvre de leur PDC.

### ***2.2 - Les compétences accordées aux communes ordinaires par la loi***

La loi n°97-029 du 15 janvier 1999 portant organisation des communes en République du Bénin a dans son chapitre 3 défini les compétences de la commune. La commune dispose de compétences qui lui sont propres en tant que collectivité décentralisée. Elle exerce en outre, sous le contrôle de l'autorité de tutelle, d'autres attributions qui relèvent des compétences de l'Etat. La commune a des compétences clairement définies par la loi dans les domaines ci-après :

1. Développement local, aménagement, habitat et urbanisme ;
2. Infrastructures, équipements et des transports ;
3. Environnement, hygiène et salubrité ;
4. Enseignement primaire et maternel ;
5. Alphabétisation et éducation des adultes ;
6. Santé, action sociale et culturelle ; et
7. Services marchands et investissements économiques.

La commune exerce ses compétences en conformité avec les stratégies sectorielles, les réglementations et normes nationales en vigueur.

### ***2.3- Etat de la mise en application du transfert et de l'exercice de ces compétences***

Depuis la mise en place effective de la décentralisation, les conseils communaux se sont vus transférés, seulement une partie des compétences qui leurs sont dévolues par la loi. Sur les sept domaines de compétence prévus pour être transférés aux communes, deux sont encore confisqués par le pouvoir central. Il s'agit de l'enseignement primaire et de la santé. Le transfert des pouvoirs est très souvent partiel dans tous les autres domaines. Les autorités locales perçoivent ces transferts comme une démission avérée ou un désengagement pur et simple de l'Etat car les transferts de ressources, surtout financières, n'accompagnent pas

celui des compétences. Chaque mairie assume les compétences qui lui sont transférées tant bien que mal avec des ressources propres ou difficilement mobilisées de divers partenaires. En termes clairs, les ressources financières et humaines nécessaires à l'exercice correct de ces compétences font cruellement défaut.

### **3 - L'état des lieux en matière de dispositifs de communication dans la commune de Djidja**

L'état des lieux en matière de dispositifs de communication va faire le point de l'existant concernant :

- Le personnel commis à la communication (effectif, compétences) ;
- Les thèmes de communication déjà abordés (interne et externe) ;
- Les canaux et supports utilisés (médias, affiches, dépliants, etc.) ;
- Les canaux et supports existants mais non utilisés ainsi que les raisons explicatives ;
- Les opinions sur les effets de ces expériences de communication ; et
- Les structures actuelles d'appui à la communication

### ***3.1 - Les structures et le personnel commis à la communication***

La mairie de Djidja dispose, depuis près de deux ans, d'un service de communication animée par un seul agent. Le chargé de communication est un technicien supérieur en génie civil. Il assume les activités de ce service cumulativement avec ses attributions de responsable des services techniques de la mairie. Depuis l'année 2005, la fonction du chargé de communication est assurée par un sociologue – communicateur.

Ce service travaille en collaboration avec toutes les structures communales et services déconcentrés. Il est aussi autorisé à faire appel à toute personne-ressource qu'il juge nécessaire pour le bon accomplissement de sa mission. En somme, le cadre institutionnel semble exister pour une communication effective entre les acteurs de la vie communale dans la commune de Djidja.

### ***3.2 - Les thèmes de communication déjà abordés***

En matière de communication, la commune de Djidja a déjà réalisé plusieurs actions. Plusieurs émissions radiophoniques ont été animées sur des thèmes assez diversifiés. Deux grands domaines ont été abordés :

1. La Communication à l'ère de la décentralisation
2. La Vulgarisation du PDC

### **3. les émissions sur les questions d'actualité**

Notons aussi que les comptes rendus des sessions et des décisions prises par le Conseil Communal sont régulièrement affichés à la mairie et parfois diffusés par les radios partenaires. La mairie sollicite les journaux privés à venir assister aux diverses manifestations et sessions du conseil communal. A la suite des grognes des populations, les autorités communales montent très souvent au créneau pour s'expliquer. Toutes ces activités ont pour but de permettre à la population de s'intégrer dans la dynamique de la décentralisation et de mettre à la disposition des citoyens des informations crédibles sur la gestion communale. Un plan de communication sur la vulgarisation du PDC a été élaboré et financé par le PRODECOM dans la commune de Djidja.

### ***3.3 - Les mécanismes de communication : canaux et supports utilisés***

Les canaux de communication utilisés par la mairie de Djidja sont assez diversifiés : les radios de proximité, la télévision de proximité, les journaux écrits, les brochures (dont la réalisation est en cours), les affiches (tableau d'affichage au niveau de la mairie), les réunions avec les groupes cible, les crieurs publics, les CR-ROM (pour la diffusion du PDC) etc.

☞ Les radios de proximité sont beaucoup plus sollicitées par la Mairie de Djidja. En effet, la mairie a signé avec l'appui du

PRODECOM, un contrat de partenariat avec la radio Royale FM. Sur son propre budget, la mairie de Djidja a noué partenariat avec la radio carrefour de Bohicon, et la radio de Tchetti « ORE OFE ». Elle a déjà organisé plusieurs émissions sur des thèmes liés au développement de la commune et à l'information des citoyens. La Mairie invite très souvent les radios locales à venir couvrir ses manifestations officielles. Il faut reconnaître que le nombre réduit des interventions de la mairie à la radio ne couvre que très partiellement les besoins en communication des citoyens.

- ☞ Le service de communication, avec la collaboration technique du PRODECOM, a élaboré un plan thématique de communication pour mieux faire connaître les programmes et projets du Plan de Développement de la Commune.
- ☞ Pour mieux faire connaître le Plan de Développement de Djidja, la version électronique de ce document a été gravée sur plusieurs CD-ROM qui sont disponibles à la mairie.
- ☞ Le maire accorde souvent des interviews à la presse écrite de proximité et même nationale.
- ☞ Les procès verbaux des sessions du conseil communal, les arrêtés communaux et autres comptes rendus sont affichés ou gardés à la disposition des citoyens.
- ☞ Le service de communication a mis en place un mécanisme de diffusion des informations qui permet des échanges entre les autorités communales et les différentes couches sociales. Ce

service est aussi à la disposition des populations pour leur fournir les informations et recevoir leurs suggestions.

- ☞ Chaque mois, l'organe exécutif de la mairie (le maire et ses adjoints) tient une réunion d'information et d'échange avec les Chefs d'Arrondissement (CA). certains CA restituent à leurs Chefs de quartier ou de Village (CV) les actions de la Mairie et fait remonter les doléances de la base.
- ☞ Quelques chefs de villages font régulièrement appel aux crieurs publics pour la diffusion de certaines informations à la population.
- ☞ Un documentaire audio-visuel de 26mn et un prospectus sont en cours d'élaboration pour la vulgarisation des potentialités économiques et touristiques de la commune.

Au total, le mécanisme de communication est fait de la sensibilisation, des rencontres mensuelles de l'organe exécutif de la mairie composé du Maire, de ses adjoints et des chefs d'arrondissement ; des réunions de restitution et de collecte de doléances entre chaque chef d'arrondissement et ses chefs de village.

### ***3.4 - Les canaux et supports existants mais non utilisés***

Les posters, les affiches illustrées, les banderoles et les panneaux géants constituent aujourd'hui des canaux de communication qui ne sont souvent pas utilisés par la mairie de Djidja pour des raisons économiques. Leurs coûts de production sont élevés.

La mairie ne dispose pas d'un site Internet pour se faire connaître dans le monde entier. Le courrier électronique n'est pas encore un canal de communication bien connu dans les bureaux de la mairie.

Les chemises des conducteurs de taxi – moto peuvent aussi véhiculer certains messages mais ne sont pas ici utilisés à cet effet. Les chansons populaires et les théâtres sont des canaux très accessibles mais pourtant non utilisés du fait de l'absence d'une stratégie communale de communication. La radio de Djidja (Zinkanmè) constitue également une potentialité encore non exploitée.

### ***3.5 - Les opinions sur les effets de ces expériences de communication***

De l'avis des personnes interrogées à la mairie, les actions de communication réalisées ont généralement donné des résultats assez intéressants. Les émissions radio ont informé, éclairé et engendré des prises de conscience chez beaucoup de citoyens. Les grogues se réduisent progressivement. Les populations comprennent de plus en plus les attributions et les rôles de la mairie. Les accusations injustifiées commencent petit à petit à faire place à des analyses raisonnées. Les contribuables sont de mieux en mieux informés sur les initiatives et projets de la mairie. Cependant les populations ne se sentent pas totalement convaincues quand il n'y a pas des réalisations concrètes.

La participation de certains citoyens avertis aux sessions du conseil communal est devenue une réalité suite aux explications du maire sur les antennes des radios locales. Les populations se mobilisent elles-mêmes lors des crises et des sessions budgétaires pour assister aux sessions du conseil communal sans qu'on ne les y invite.

Chaque fois que le maire monte au créneau pour donner des éléments d'explication sur la gestion des affaires de la commune, on constate que les grogues diminuent. C'est la preuve qu'un réel besoin d'information existe. Les citoyens ont besoin de connaître les actions qui sont planifiées, les stratégies et modalités de mise en œuvre, les moyens qui y sont alloués et les résultats attendus. Les comptes-rendus, les actions d'information et d'éducation des citoyens sont déterminants pour la mobilisation de la participation de tous au développement local.

### ***3.6 - Les structures d'appui à la communication***

La mairie de Djidja bénéficie depuis 2004 du soutien technique et financier du PRODECOM sur les questions de communication. Ce programme a élaboré un plan de communication pour Djidja. Il a financé la mise en œuvre de ce plan. Il a ouvert un temps d'antenne sur la Radio 'Royale FM' aux autorités de la mairie pour qu'elles communiquent avec ses citoyens à la base. Le PRODECOM a donné plusieurs formations aux élus locaux (Maire et chefs

d'arrondissement) et au personnel de la mairie (le chargé de communication et les chefs services) sur les techniques de mobilisation sociale pour le développement, sur la communication dans la gestion locale. .

#### **4 - Problèmes/ dysfonctionnement et besoins en communication dans la commune de Djidja**

##### ***4.1 - Identification des problèmes rencontrés par le Conseil Communal dans ses relations avec les citoyens ou pour se faire comprendre de ceux-ci***

A l'installation du conseil communal aucun mécanisme de communication n'était mis en place. Les acteurs communaux n'étaient pas suffisamment préparés pour la gestion communale. La mairie ne disposait ni d'un service chargé de la communication, ni d'une cellule de communication. Le compte-rendu des décisions du conseil communal à la population n'était pas une préoccupation prioritaire des autorités locales alors que les citoyens avaient soif de comprendre la réforme administrative et les nouveaux comportements que la décentralisation imposait. L'avènement des radios locales et la liberté d'expression, ont offert aux citoyens non informés, une tribune de grognements et d'accusations tous azimuts. Le maire est accusé de plusieurs maux : détournement, incompétence, gestion solitaire des affaires de la commune, etc.

Le non paiement des primes aux chefs de village / chefs de quartier de ville explique le fait qu'ils refusent d'assumer entièrement leurs responsabilités. Ils constituent un frein à la circulation des informations entre les nouvelles autorités communales et les populations à la base. Les chefs de village refusent de faire circuler certaines informations et d'acheminer les avis d'imposition vers les contribuables et les convocations vers les concernés etc. Le non renouvellement des chefs de village depuis plus d'une décennie a engendré de sérieuses difficultés pour les autorités communales.

Aussi, la méconnaissance par les citoyens du contenu de la décentralisation et des conditions préalables à sa réussite ont été et demeurent l'un des problèmes essentiels qui est à la base des difficultés de communication entre le conseil communal et les citoyens.

Les dates des sessions ne sont pas suffisamment publiées pour permettre la participation massive des citoyens

Les citoyens n'ont pas encore la culture de suivi / contrôle de la gestion communale par méconnaissance des textes et lois de la décentralisation, ceci engendre des problèmes de communication avec les citoyens.

Les difficultés rencontrées par le Conseil Communal dans ses relations avec les citoyens ou pour se faire comprendre de ceux-ci sont aussi liées aux comportements déplorables de certains candidats qui

ont perdu les élections communales. La désinformation, les accusations mensongères et les grognés sur les radios locales étaient leurs armes de lutte contre les actions des élus locaux. En effet, ces derniers suscitent le soulèvement d'une tranche de la population sur des sujets dont ils ne maîtrisent pas les contours. Les questions de gestion des taxes du marché par exemple font souvent l'objet de discordance entre les citoyens et l'administration locale car les citoyens souhaitent avoir une bonne connaissance de la gestion de ces secteurs.

Le processus d'élaboration du PDC a été pour les autorités locales une opportunité d'échange et de discussion franche avec les populations à la base sur les options et stratégies du développement communal. Le cumul de ces expériences a amené le maire et ses adjoints à prendre conscience de la nécessité de mettre les informations sur la gestion communale à la disposition de tous les citoyens d'une part et les informations sur les potentialités et initiatives communales à la disposition des partenaires au développement d'autre part. C'est ainsi que le service de communication a vu le jour pour combler le déficit. Ainsi, ce vide communicationnel a commencé à être comblé timidement et mérite d'être renforcé.

Enfin, l'inexistence des moyens matériels et surtout financiers a été aussi un frein aux échanges entre les autorités locales et les populations.

#### ***4.2 - Identification des problèmes rencontrés par le Conseil Communal en son sein***

Les problèmes de communication rencontrés par le conseil communal en son sein sont d'ordre matériel et politique.

- ☞ La répartition des infrastructures à réaliser dans les arrondissements est souvent la pomme de discorde entre les conseillers communaux. Chaque conseiller veut avoir le maximum d'infrastructures dans son arrondissement. Cette ambition des uns et des autres engendre parfois des joutes oratoires.
- ☞ Les conseillers ont attendu plus d'un an pour se voir doter d'une moto par la mairie dans le but d'accroître leur mobilité.
- ☞ La configuration politique (apparemment homogène) du conseil communal a parfois entravé les échanges entre les conseillers. Des tentatives ouvertes de destitution du maire ont été enregistrées mais n'ont jamais abouti.

#### ***4.3- Identification des problèmes de communication émergents et besoins en information des populations.***

Les problèmes de communication qui émergent de ce diagnostic peuvent être classés en trois (3) catégories que sont :

- Le faible niveau de vulgarisation et de maîtrise des lois sur la décentralisation ;

- Le faible niveau d'information et d'implication des populations à la gestion des affaires publiques ;
- L'inadéquation des moyens humains, matériels et financiers alloués à la communication au sein de la mairie.

La résolution des deux premiers problèmes nécessitera des actions de communication. Le troisième problème appelle à l'élaboration d'actions d'accompagnement nécessaires pour une mise en œuvre effective et efficiente des actions de communication identifiées dans cette stratégie.

Tous ces problèmes ont pour conséquences :

- Des soupçons de malversation financière portée sur le maire
- Un faible niveau de maîtrise du contenu du PDC ;
- Un faible niveau de satisfaction des citoyens par rapport au système actuel de gestion des affaires publiques
- Une méconnaissance des difficultés actuelles du conseil communal en matière d'exercice des compétences qui lui sont transférées par la loi
- Un faible niveau de contribution des citoyens aux actions de développement à divers niveaux

## **5- Planification Stratégique de la communication dans la commune de Djidja**

La commune est le cadre institutionnel pour l'exercice de la démocratie à la base. Elle est l'expression de la décentralisation ainsi que le lieu privilégié de la participation des citoyens à la gestion des

affaires locales (article 2 de la loi n°97-029). La circulation de l'information est le premier facteur qui détermine la participation des citoyens aux initiatives de développement. Il est question de mettre le citoyen au cœur des affaires locales.

Une volonté politique bien élaborée et planifiée est alors nécessaire. Il ne suffit pas de faire, il faut faire savoir, aussi bien ce qui a été réalisé que ce qui n'a pu l'être, en expliquant les raisons du retard ou de l'annulation d'un projet. Il importe à l'équipe communale de passer de l'information (qui porte à l'attention de...) à la communication (qui expose, explique, tente de convaincre, de motiver, de faire prendre conscience et de susciter l'adhésion tout en écoutant et valorisant les commentaires et points de vue des administrés) et de la communication à la participation effective des populations au développement de leur commune (implication dans les prises de décision qui les affectent, délégation de maîtrise d'ouvrage, contribution à la mobilisation des ressources financières locales à travers le paiement des taxes et divers impôts ainsi des ressources humaines).

La création d'un service ou d'une cellule de l'information et de la communication au sein de la commune est un excellent moyen pour véhiculer les messages de la mairie vers les populations et suivre les avis des citoyens sur la gestion communale. Pour atteindre ce but, il faut doter la commune d'une stratégie compatible et cohérente pour la conduite des actions de communication. Le diagnostic des problèmes

de communication conduira à l'identification des objectifs de communication avec des thèmes ou des messages précis à faire passer. Les canaux et groupes cibles seront définis pour chaque message ou contenu de communication. Une planification rigoureuse de toutes ces actions permettra la mise au point d'un plan stratégique pour la communication communale.

**Vision de l'autorité communale dans le domaine de la communication avec les citoyens :**

« D'ici 2010, Djidja est une commune dans laquelle les différentes couches de la société civile sont informées sur les affaires publiques et participent directement ou indirectement à la gestion des affaires communales.»

**5.1 - Identification des objectifs de communication**

Le tableau ci-dessous présente la synthèse des problèmes de communication que le diagnostic nous a permis d'identifier. Il dégage aussi des objectifs de communication pour parvenir à la résolution des ces problèmes<sup>1</sup>.

<b>Problèmes de communication</b>	<b>Objectifs de communication</b>
1. Faible niveau de vulgarisation et de maîtrise des lois sur la décentralisation	1.1 Faire connaître les compétences et attributions de la mairie
	1.2 Informer les citoyens sur les compétences et rôles actuels de l'Etat dans les communes
	1.3 Populariser les systèmes de gestion des ressources naturelles sous la décentralisation
	1.4 Informer et former les associations d'usagers et professionnelles sur les conditions de délégation de maîtrise d'ouvrage et de gestion d'infrastructures par la commune
	1.5 Informer sur les principes de base d'un contrôle citoyen légal et efficace
2. Faible niveau d'information et d'implication des populations à la gestion des affaires publiques	2.1 Rendre disponible les informations sur le budget communal
	2.2 Faire connaître aux citoyens les projets de développement en cours dans la commune
	2.3 Rendre disponibles les informations sur la gestion quotidienne de la mairie
	2.4 Faciliter l'accès des usagers aux services de la mairie
	2.5 Populariser le contenu du PDC
	2.6 Sensibiliser les populations sur l'importance de la mobilisation des ressources pour la mise en œuvre du PDC
	2.7 Renforcer le civisme fiscal des citoyens
	2.8 Sensibiliser les populations sur l'importance de la mobilisation des contreparties financières, matérielles et en main d'œuvre des populations dans la réalisation des projets de développement
	2.9 Eduquer les citoyens au respect des biens publics
	2.10 Faciliter l'accès aux documents administratifs et compte-rendu des délibérations du Conseil Communal

<sup>1</sup> Le lot1 du PGDP a élaboré une stratégie de diffusion des Plans de Développement Communaux. Cette stratégie s'inscrit dans la stratégie communale de communication.

## 5.2 - Identification des contenus/thèmes

Objectifs de communication	Thèmes/contenus de communication
1.1 Faire connaître les compétences et attributions de la mairie	T1- les domaines de compétence de la commune T2- les modalités d'exercice des compétences décentralisées T3- les domaines où la commune n'est pas compétente
1.2 Informer les citoyens sur les compétences et rôles actuels de l'Etat dans les communes	T4- la tutelle et l'appui – conseil T5- les devoirs de l'Etat vis-à-vis des communes T6- les fonctions régaliennes (législation, justice, défense etc.) et transfert de compétence
1.3 Populariser les systèmes de gestion des ressources naturelles sous la décentralisation	T7- Les nouvelles dispositions légales pour l'exploitation des ressources forestières, animales et halieutiques T8- Les nouvelles dispositions légales pour l'exploitation des carrières de sable, d'argile, de latérite, des roches massives et du gravier
1.4 Informer et former les associations d'usagers et professionnelles sur les conditions de délégation de maîtrise d'ouvrage et de gestion d'infrastructures par la commune	T9- Conditions de délégation de la maîtrise d'ouvrage dans la réalisation des projets T10- Conditions de délégation de la gestion des infrastructures socioéconomiques dans les différents secteurs
1.5 Informer sur les principes d'un contrôle citoyen légal et efficace	T11- le contrôle citoyen dans une collectivité décentralisée : principes et utilité T12- Les acteurs de la société civile T13- Comment contrôler la gestion communale : démarche à suivre
2.1 Rendre disponible les informations sur le budget communal	T14- L'évolution du budget communal dans le temps T15- Les sources de recette du budget communal T16- Les lignes de dépenses communales T17- Les sources des financements extérieurs de la Commune

2.2 Faire connaître aux citoyens les projets de développement en cours dans la commune	T18- Bilan annuel des réalisations du Conseil Communal : ce qui a été réalisé et ce qui n'a pu l'être, T19- le budget d'investissement et les réalisations prévues T20- Les projets initiés par les ABL (Associations à But non Lucratif), ONG, Etat, associations confessionnelles
2.3 Rendre disponibles les informations sur la gestion quotidienne de la mairie	T21- Bilan trimestriel ou semestriel des recettes et dépenses communales T22- Bilan mensuel des activités du Conseil Communal
2.4 Faciliter l'accès des usagers aux services de la mairie	T23- Les prestations de la mairie T24- Orientation des usagers de la mairie (panneau, d'indication, tableau d'affichage, etc.) T25- Procédures et conditions d'établissement des actes d'état civil (surtout acte de naissance pour les enfants) et la carte d'identité nationale T26- Règles d'or en matière d'accueil à réserver aux usagers
2.5 Populariser le contenu du PDC	T27- Les potentialités économiques de la commune (vulgariser le documentaire audio-visuel sur la commune) T28- Les projets du PDC : ambitions et stratégie de réalisation
2.6 Sensibiliser les populations sur l'importance de la mobilisation des ressources pour la mise en œuvre du PDC	T29- Les sources de financement des besoins en ressources financières des communes T30- Les sources des ressources internes et la place des citoyens dans sa mobilisation T31- Stratégie de captage des appuis extérieurs T32- Le transfert des ressources par l'Etat
2.7 Renforcer le civisme fiscal (des citoyens)	T33- Le but et l'utilité des taxes, patentes et impôts pour la commune. T34- Le niveau d'investissement et taux de recouvrement des taxes, patentes ou impôts
2.8 Sensibiliser les populations sur l'importance de la mobilisation des contreparties financières, matérielles et en main d'œuvre des populations dans la réalisation des projets de développement	T35- La participation : une condition indispensable à un développement harmonieux et durable T36- Les avantages d'une participation active aux tâches de développement T37- La nécessité d'une contribution financière

	et physique de tous au développement communal T38- Les formes de contribution au développement Communal
2.9 Eduquer les citoyens au respect des biens publics	T39- Qu'est-ce qu'un bien public T40- Les avantages et la nécessité du respect des biens publics
2.10 Faciliter l'accès aux contenus des documents administratifs et compte-rendu des délibérations du Conseil Communal	T41- Bilan trimestriel des principales décisions, actes administratifs et délibération du CC T42- Informer les citoyens des décisions administratives prises par la mairie

### 5.3 - Identification des groupes cibles, des canaux et supports de communication

Thèmes/contenus de communication	Groupes cibles visés ou concernés	Canaux/supports de communication
T1- les domaines de compétence de la commune	Populations, CC, Personnel technique mairie	Émissions interactives radio, affiches en français facile et en langue locale, posters
T2- les modalités d'exercice des compétences décentralisées	Population, ONG Services techniques déconcentrés Associations professionnelles	Émissions interactives radio affiches en français facile et en langue locale
T3- les domaines où la commune n'est pas compétente	Population ONG Services techniques déconcentrés Associations professionnelles	Émissions interactives radio, affiches en français facile et en langue locale
T4- la tutelle et l'appui – conseil	Conseillers communaux Cadres de la mairie	Formation, Prospectus en français facile
T5- les devoirs de l'Etat vis-à-vis des communes	Population Conseillers communaux	Émissions interactives radio, Affiches en français facile et en langue locale
T6- les fonctions régaliennes (législation, justice, défense etc.)	Cadres de la mairie	Prospectus en français facile et en langue locale
T7- Les nouvelles dispositions légales pour l'exploitation des	Population Exploitants des	Émissions interactives radio Réunion avec les groupes cibles

Thèmes/contenus de communication	Groupes cibles visés ou concernés	Canaux/supports de communication
ressources forestières, animales et halieutiques	ressources forestières, animales et halieutiques, CA	
T8- Les nouvelles dispositions légales pour l'exploitation des carrières de sable, d'argile, de latérite, des roches massives et du gravier	Population Services Techniques de la mairie Personnel de la mairie Exploitants des carrières Chefs d'Arrondissements	Émissions interactives radio  Réunions avec les exploitants
T9- Conditions de délégation de la maîtrise d'ouvrage dans la réalisation des projets	Associations d'usagers (eau) Associations professionnelles ou syndicales (agriculture, santé, transport) CC	Émissions interactives radio,  Affiches en français facile et en langue locale, prospectus en français facile et en langue locale
T10- Conditions de délégation de la gestion des infrastructures socioéconomiques dans les différents secteurs		
T11- le contrôle citoyen dans une collectivité décentralisée : principes et utilité	Population ; CC Services techniques de la mairie	Émissions interactives radio  Réunion d'information dans chaque arrondissement
T12- Les acteurs de la société civile	Population et leurs organisations ; CC Services techniques de la mairie	Émissions interactives radio
T13- Comment contrôler la gestion communale : démarche à suivre	Population et leurs organisations CC Services techniques de la mairie	Émissions interactives radio  Formation
T14- L'évolution du budget communal dans le temps	Population Partenaires étrangers	Émissions interactives radio
T15- Les sources de recette du budget communal	Population Partenaires étrangers Services techniques de la mairie	Réunion d'information du maire et du CC dans les arrondissements et villages,
T16- Les lignes des dépenses communales	Population Partenaires étrangers Services techniques de la mairie	Réunion d'information avec les ressortissants
T17- Les sources des financements extérieurs de la commune	Diaspora Population et leurs organisations Services techniques de la mairie Conseil Communal	

Thèmes/contenus de communication	Groupes cibles visés ou concernés	Canaux/supports de communication
T18- Bilan annuel des réalisations du Conseil Communal : ce qui a été réalisé et ce qui n'a pu l'être,	Population Diaspora CC Services techniques de la mairie	Émissions interactives radio, Réunion d'information, Bulletin d'information de la mairie ou plaquettes de annuel des actions  Pages web
T19- Le budget d'investissement et les réalisations prévues		
T20- Les projets initiés par les ABL (Associations à But non Lucratif), ONG, Etat, associations confessionnelles	Population et leurs organisations CC Services techniques de la	-Émissions interactives radio
T21- Bilan trimestriel ou semestriel des recettes et dépenses communales	Population et leurs organisations CC Services techniques de la mairie	Affiches en français facile et en langue locale, Bulletin d'information de la mairie ou plaquettes de annuel des actions
T22- Bilan mensuel des activités du Conseil Communal	CA, CV Populations	- Affiches en français facile et en langue locale
T23- Les prestations de la mairie	Usagers des services de la mairie Population	-Réunion d'information et de formation, Émissions radio interactive -Théâtres populaires -Chansons en langues locales
T24- Orientation des usagers de la mairie	Usagers des services de la mairie	-Panneaux d'indication, -Tableau d'affichage
T25- Procédures et conditions d'établissement des actes d'état civil (surtout acte de naissance pour les enfants) et la carte d'identité nationale	Population et leurs organisations	-Emission radio  -Affiches en français facile et en langue locale
T26- Règles d'or en matière d'accueil à réserver aux usagers	Services techniques Personnel de la mairie et des arrondissements	Réunions d'information Formations
T27- Les potentialités économiques de la commune (vulgariser le documentaire audio-visuel sur la commune)	Population Partenaires étrangers CC Services techniques de la mairie	-Emission interactive radio -Projection suivie de débats au niveau des villages -Vulgarisation CD-ROM
T28- Les projets du PDC : ambitions et stratégie de réalisation	Population, Partenaires étrangers, Services techniques de la mairie, CC, Diaspora	-Emission interactive radio -Réunions avec les conseillers communaux et cadres de la mairie -Page web Courriers électroniques

Thèmes/contenus de communication	Groupes cibles visés ou concernés	Canaux/supports de communication
T29- Les sources de financement des besoins en ressources financières des communes	Population Partenaires étrangers CC Services techniques de la mairie	-Emission radio,  -Réunions avec les conseillers communaux et cadres de la mairie
T30- Les sources des ressources internes et la place des citoyens dans sa mobilisation		
T31- Stratégie de captage des appuis extérieurs	Population CC Services techniques de la mairie	-Formation des conseillers communaux et cadres de la mairie
T32- Le transfert des ressources par l'Etat	Population Partenaires étrangers CC, Services déconcentrés Services techniques de la mairie	-Emission interactive radio Réunions d'information
T33- Le but et l'utilité des taxes, patentes et impôts pour la commune	Contribuables	-Emissions interactives radio -Affiches et Panneaux -Réunions avec des groupes cibles
T34- Le niveau d'investissement et taux de recouvrement des taxes, patentes ou impôts	Populations Conseil Communal Service Technique	Émissions interactives radio  Réunion d'information
T35- La participation : une condition indispensable à un développement harmonieux et durable	Population et leurs organisations Partenaires étrangers Conseil Communal	-Émissions interactives radio
T36- Les avantages d'une participation active aux tâches de développement	Services techniques de la mairie	-Réunion d'information,  -Théâtres populaires Chansons en langues locales
T37- La nécessité d'une contribution financière et physique de tous au développement communal		
T38- Les formes de contribution au développement communal	Population Conseil Communal	-Émissions interactives radio
T39- Qu'est-ce qu'un bien public	Services techniques	-Réunion d'information,  -Théâtres populaires Chansons en langues locales
T40- Les avantages et la nécessité du respect des biens publics		
T41- Bilan trimestriel des principales décisions, actes administratifs et délibération du CC	Population Partenaires étrangers CC Services techniques de la mairie	Émissions interactives radio, Réunion d'information  Photocopie des documents



Thèmes/contenus de communication	Groupes cibles visés ou concernés	Canaux/suppor ts de communication	2006	2007	2008	2009	2010	Total coût
T15- Les sources de recette du budget communal	Population Partenaires étrangers Services techniques de la mairie	Prospectus, dépliant et autres documents	300000	300000	300000	300000	300000	1500000
T16- Les lignes des dépenses communales	Population Partenaires étrangers Population Services techniques de la mairie	Réunion d'information du maire et du CC dans les arrondissements et villages,	100000	100000	100000	100000	100000	500000
T17- Les sources des financements extérieurs de la commune	Diaspora Population et leurs organisations, CC Services techniques de la mairie	Réunion d'information avec les ressortissants	300000	300000	300000	300000	300000	1500000
T18- Bilan annuel des réalisations du Conseil Communal : ce qui a été réalisé et ce qui n'a pu l'être,	Population Diaspora CC Services techniques de la mairie	Émissions interactives radio,	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		Réunion d'information	100000	100000	100000	100000	100000	500000
T19- le budget d'investissement et les réalisations prévues		Les plaquettes, bulletin	50000	50000	50000	50000	50000	250000
T20- Les projets initiés par les ABL (Associations à But non Lucratif), ONG, Etat, associations professionnelles	Population et leurs organisations CC Services techniques de la	-Émissions interactives radio	30000	30000	30000	30000	30000	150000
T21- Bilan trimestriel ou semestriel des recettes et dépenses communales	Population et leurs organisations CC Services techniques de la mairie	Affiches en français facile et en langue locale,	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		Bulletin, plaquettes de	300000	300000	300000	300000	300000	1500000
T22- Bilan mensuel des activités du Conseil Communal	CA, CV Populations	- Affiches en français facile et en langue locale	30000	30000	30000	30000	30000	150000
T23- Les prestations de la mairie	Usagers des services de la mairie	-Émissions interactives radio	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		-Théâtres populaires, les chansons en langues locales	50000	50000	50000	50000	50000	250000
T24- Orientation des usagers de la mairie	Usagers des services de la mairie	-Panneaux d'indication, -Tableau d'affichage	300000					300000

Thèmes/contenus de communication	Groupes cibles visés ou concernés	Canaux/suppor ts de communication	2006	2007	2008	2009	2010	Total coût
T25- Procédures et conditions d'établissement des actes d'état civil (surtout acte de naissance pour les enfants) et la carte d'identité nationale	Population et leurs organisations	-Emission radio	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		-Affiches en français facile et en langue locale	30000	30000				60000
T26- Règles d'or en matière d'accueil à réserver aux usagers	Services techniques Personnel de la mairie	Réunions d'information Formations	50000		50000		50000	150000
T27- Les potentialités économiques de la commune (vulgariser le documentaire audio-visuel sur la commune)	Population Partenaires étrangers CC Services techniques de la mairie	-Emission radio Interactive	30000		30000			60000
		-Projection suivie de débats au niveau des Arrondissements	100000		100000			200000
		-Vulgarisation CD-ROM	1050000	50000		50000		1150000
T28- Les projets du PDC : ambitions et stratégie de réalisation	Population, Partenaires étrangers, Services techniques de la mairie, CC,	-Emission interactive radio	PGDP Lot1	PGDP Lot1				0
		-Réunions avec les conseillers communaux et cadres de la mairie	PGDP Lot1	PGDP Lot1				0
		-Page web, Journaux en ligne, courriers électroniques		PGDP Lot3				0
T29- Les sources de financement des besoins en ressources financières des communes	Population Partenaires étrangers CC Services techniques de la mairie	-Emission radio,	30000		30000		30000	90000
T30- Les sources des ressources internes et la place des citoyens dans sa mobilisation		-Réunions avec les conseillers communaux et cadres de la mairie	50000		50000		50000	150000
T31- Stratégie de captage des appuis extérieurs	Population CC Services techniques de la mairie	-Formation des conseillers communaux et cadres de la mairie	50000		50000			100000
T32- Le transfert des ressources par l'Etat	Population Partenaires étrangers Services techniques de la mairie, CC	-Emission interactive radio Réunions d'information	30000		30000		30000	90000

Thèmes/contenus de communication	Groupes cibles visés ou concernés	Canaux/suppor ts de communication	2006	2007	2008	2009	2010	Total coût
T33- Le but et l'utilité des taxes, patentes et impôts pour la commune	Contribuables	-Émission interactive radio	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		-Affiches et Panneaux		300000				300000
		-Réunions avec des groupes cibles	100000		100000		100000	300000
T34- Le niveau d'investissement et taux de recouvrement des taxes, patentes ou impôts	Populations	Émissions interactives radio	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		Réunion d'information	100000		100000		100000	300000
T35- La participation : une condition indispensable à un développement harmonieux et durable	Population et leurs organisations	-Émissions interactives radio	100000	100000	100000	100000	100000	500000
T36- Les avantages d'une participation active aux tâches de développement	Partenaires étrangers CC Services techniques de la mairie	-Réunion d'information,	100000	100000	100000	100000	100000	500000
T37- La nécessité d'une contribution financière et physique de tous au développement communal	Services techniques de la mairie	-Théâtres populaires, les chansons en langues locales	50000	50000	50000	50000	50000	250000
T38- Les formes de contribution au développement communal		Prospectus, dépliant et autres documents	300000	300000	300000	300000	300000	1500000
T39- Qu'est-ce qu'un bien public	Population	-Émissions interactives radio	30000	30000	30000	30000	30000	150000
T40- Les avantages et la nécessité du respect des biens publics		-Réunion d'information	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		-Théâtres populaires, les chansons en langues nationales	50000	50000	50000	50000	50000	250000
T41- Bilan trimestriel des principales décisions, actes administratifs et délibération du CC Mettre des copies des documents administratifs à la disposition des citoyens	Population Partenaires étrangers CC Services techniques de la mairie	Émissions interactives radio Réunion d'information	30000	30000	30000	30000	30000	150000
		Photocopie des documents	50000	50000	50000	50000	50000	250000
		Total global	5000000	3140000	3360000	2470000	2610000	16580000

## 6 - Les actions d'accompagnement

### 6.1 - Acquisition de matériels nécessaires

Pour un bon fonctionnement du service de la communication, les autorités communales ont souligné le faible niveau d'équipement de la mairie en matériel de communication. A cet effet, elles ont manifesté le besoin d'acquérir un certain nombre de matériel. Il s'agit de :

- Un amplificateur
- Un poste téléviseur couleur,
- Un lecteur CD,
- Deux microphones,
- Six haut-parleurs (mégaphones)
- Deux enregistreurs
- Une caméra numérique
- Un micro-ordinateur multimédia
- Un mini groupe électrogène
- Un abonnement Internet.
- Une Imprimante couleur
- Consommables informatiques (CD-ROM, encre pour imprimante...)
- Bimeur

## **6.2 - Développement des capacités humaines (formations des ressources humaines)**

Pour améliorer les capacités de ses ressources humaines, la commune a vivement souhaité la formation d'un certain nombre d'agents communaux et surtout les membres de la cellule de communication en plus des conseillers communaux sur les techniques de communication. La maîtrise de quelques notions techniques de communication s'avère alors indispensable pour une mise en œuvre efficace de cette stratégie de communication.

## **7 - Stratégie de mise en oeuvre**

La mise en œuvre de cette stratégie de communication relève de la compétence de l'organe exécutif du conseil communal sous la bienveillante autorité du Maire. La cellule de communication qui est une structure spécialisée, devra s'approprier du contenu de ce document qui désormais orientera toutes ses actions. Le service de la communication se chargera d'opérationnaliser les actions contenues dans ce document de stratégie. L'organisation pratique des émissions radio, des réunions d'information, la conception des affiches, des panneaux, des posters, des prospectus et des bulletins sont de la responsabilité de l'agent chargé de la communication communale.

Pour une mise en œuvre efficace, le service de communication doit faire appel à toutes les compétences internes et externes à la mairie. Les services déconcentrés, les structures non gouvernementales et les personnes-ressources compétentes peuvent être mis à contribution.

Les problèmes de communication étant très voisins d'une commune à une autre, les approches de solution sont aussi très proches les une des autres. Les communes d'une même zone géographique peuvent s'associer pour la mise en œuvre des actions qu'elles ont en commun dans leurs stratégies de communication. Quand une même radio locale couvre bien deux ou plusieurs communes qui ont à sensibiliser les populations sur un même thème de communication, il serait plus rationnel que ces communes s'associent à ce sujet. Elles en tireront des avantages économiques, organisationnelles et même politiques.

La mobilisation des ressources nécessaires pour l'exécution de cette stratégie de communication doit préoccuper les autorités communales au premier plan au vu de l'importance de la communication dans le processus de développement. Ces ressources doivent provenir du budget communal pour traduire l'impérieuse nécessité des comptes-rendus aux contribuables. L'appui financier des partenaires au développement est aussi fortement attendu. La mise en place d'un mécanisme d'exploitation du volontariat local permettra la réalisation de beaucoup d'action de développement.

Les canaux et supports de communication évoqués dans cette stratégie ne sont pas exhaustifs. La cellule de communication doit approfondir les réflexions pour trouver des canaux ou supports de mieux en mieux adaptés aux réalités de la commune.

## 8 - Le budget global

N°	Libellés	2006	2007	2008	2009	2010	Total
1	Actions de communication	5000000	3140000	3360000	2470000	2610000	16580000
2	<b>Matériels de communication</b>	<b>3450000</b>	<b>400000</b>				<b>3.850.000</b>
	Un poste téléviseur couleur	250.000					250.000
	Un lecteur CD et DVD	100.000					100.000
	Six haut-parleurs (mégaphones)	300.000					300.000
	Deux enregistreurs		100.000				100.000
	Une caméra numérique		300.000				300.000
	Un micro-ordinateur multimédia	800.000					800.000
	Un mini groupe électrogène	100.000					100.000
	Un abonnement Internet	50.000					50.000
	Deux microphones	50.000					50.000
	Un amplificateur	200.000					200.000
	Bimeur	1.000.000					1.000.000
	Une Imprimante couleur	400.000					400.000
	Consommables informatiques (CD-ROM, clé USB, encre pour imprimante...)	200.000					200.000
3	<b>Renforcement des capacités humaines (formation)</b>	<b>200000</b>	<b>200000</b>				<b>400000</b>
	<b>Total global</b>	<b>8.650.000</b>	<b>3.740.000</b>	<b>3.360.000</b>	<b>2.470.000</b>	<b>2.610.000</b>	<b>20.830.000</b>

## 9 - Conclusion

Il ressort de tout ce qui précède que la communication a une place de choix dans le processus du développement local. Elle est un outil capital pour la mobilisation de la contribution des citoyens et partenaires aux initiatives de développement. Elle :

- permet une parfaite connaissance des objectifs de développement
- favorise la bonne compréhension du rôle de chacun
- met tous les acteurs au même niveau d'information
- permet une bonne exécution des tâches
- évite les frustrations
- éviter les conflits dus aux déficits de communication
- permet la prise en compte des propositions des citoyens

Pour être efficace, la communication communale doit suivre une ligne directrice, une stratégie cohérente avec des actions bien définies et planifiées dans le temps. La réussite de cette stratégie dépend des compétences humaines chargées de sa mise en œuvre. Elle dépend surtout de leur capacité à réaliser des combinaisons d'approches, de canaux et de supports de communication entretenus de façon permanente. Bien entendu que les moyens financiers et matériels nécessaires doivent être inscrit au budget.

La communication communale doit se fonder sur un souci permanent qu'est celui du compte rendu. Vu le faible niveau de vulgarisation et de maîtrise des lois sur la décentralisation, les autorités communales ont encore le devoir de beaucoup informer, éduquer et communiquer avec leurs populations sur les règles/ principes de la démocratie locale.