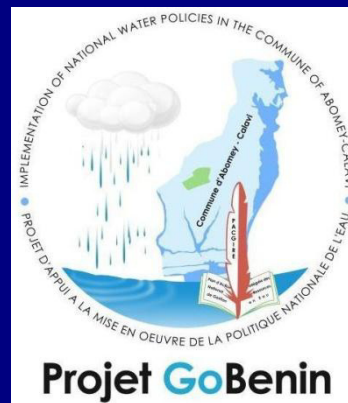




“Implementation of national water policies in the Commune of Abomey-Calavi”

Partenariats pour le Développement des Capacités dans le Secteur de l'Eau et l'Assainissement des Pays ACP
- 10eme Fonds Européen pour le Développement ACP- EU Facilité pour l'eau -



GOBenin

Implementation of national water policies in the Commune of Abomey-Calavi

FED/2012/303-659

Plan de communication et de visibilité



Ce projet est financé par
l'Union Européenne



Un projet mis en œuvre par ENAS
(Ente Acque della Sardegna)

PLAN DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE Ue/ Pour le Programme de Facilité Eau

Stratégie générale de communication

Objectifs

1. Objectif general de communication

L'objectif de cette stratégie de communication est d'informer les bénéficiaires du projet, les décideurs, et les autres groupes cibles de la vision, des objectifs et des réalisations de la Facilité Eau et assainissement financée par l'Union Européenne et mise en œuvre à travers le Projet GOBenin Implementation of national water policies in the Commune of Abomey-Calavi tout en valorisant spécialement le rôle de l'Union Européenne et du partenariat dans la mise en œuvre de ce projet

2. Groupes cibles

- ❖ Les bénéficiaires directs: la population d'Abomey-Calavi
- ❖ Le grand public : les populations limitrophes de Calavi, toute la population du Benin,
- ❖ Service Eau de la commune (cadres et techniciens)
- ❖ Le gouvernement : responsables administratifs et acteurs du Ministère de l'eau de l'énergie et de ses Directions techniques, offices et sociétés (DGO, DDEE, SONEB), le ministère de l'enseignement supérieur à travers l'université d'Abomey-Calavi (INE, LH, LBB)
- ❖ La société civile : ONG impliqués dans le domaine de l'eau et de l'assainissement
- ❖ Les partenaires : bailleurs de fonds (UE, ENAS, CRENOS, NDR, HYDROAID, AID-ONG, GNO'NU)
- ❖ Les médias : Compte tenu de l'engagement de l'Union Européenne aux cotés du Gouvernement du Bénin, les activités de visibilité et de communication associées à la Facilité eau et assainissement des pays ACP visent à promouvoir les messages liés aux objectifs spécifiques.

3. Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs de l'action et les phases du cycle du projet

- ❖ s'assurer que la population bénéficiaire soit bien consciente des rôles joués par le partenaire et l'UE dans les activités du projet
- ❖ sensibiliser la population d'Abomey-Calavi du Benin et la population sarda au rôle du partenariat et celui de l'UE dans la réalisation des études spécifiques, la mise en œuvre d'actions pilotes dans la commune, la formation des techniciens locaux de la commune, des cadres departemenraux et ministériels, l'élaboration d'un manuel technique pour la gestion des ressources en eau, en cohérence avec la législation nationale de l'eau dans un contexte particulier
- ❖ faire prendre conscience de la façon dont l'UE et les partenaires collaborent pour promouvoir la bonne gouvernance de l'eau, l'éducation, la santé et l'assainissement de l'environnement.

Messages spécifiques pour chaque groupe cible, en relation avec les objectifs de l'action et les phases du cycle du projet

Message succinct au profit des bénéficiaires:

L'Union Européenne vise la réalisation des études spécifiques au profit des populations;

L'union Europeenne et le partenariat visent à la vulgarisation de la législation en matière d'eau et d'assainissement et de son respect

L'union europeenne et le partenariat veulent contribuer à la resolution des conflits.

L'Union Européenne et le partenariat en renforçant les capacités contribuent à la formation des techniciens locaux et cadres départementaux et ministériels,

Message succinct au profit du gouvernement et services déconcentrés et Décentralisés

Les appuis des messages succincts au profit de la commune, du gouvernement et services déconcentrés et décentralisés à travers l'élaboration d'un manuel technique pour la gestion des ressources en eau, en cohérence avec la législation nationale de l'eau.

Une implication forte des services centraux et décentralisés de l'Etat contribuerait à la bonne gouvernance de l'eau et à la resolution des conflits.

L'appui soutenu de l'Union Européenne et du partenariat aux structures technique locales leur redonne du souffle et de l'efficacité dans l'accomplissement de leurs fonctions régaliennes

Les services déconcentrés et décentralisés situés dans la zone d'intervention de la Facilité Eau ont un rôle important à jouer dans le renforcement de la gouvernance de l'eau en vue d'un développement endogène et durable

Message succinct au profit des médias :

les médias ont un rôle à jouer dans la responsabilisation des communautés dans la gouvernance de l'eau pour une santé publique des populations.

Diffuser largement le rôle éminemment important que joue l'UE et le partenariat dans la connaissance des problèmes de facilité eau et assainissement

La dissémination des résultats des études et des leçons apprises lors des formation ou de la réalisation d'œuvres pilotes favoriserait le partage des informations et connaissances(législation sur l'eau, hygiène, l'assainissement) à grande échelle et pourrait déclencher l'effet multiplicateur des actions de développement endogène et exogène

Activités de communication

4. Principales activités qui seront organisées durant la période couverte par le plan de communication et de visibilité

- ❖ Communiqués de presse en français et en langues nationales (radiodiffusés et télévisés) sur les évènements susceptibles d'attirer l'attention du grand public et d'illustrer les réalisations de la Facilité eau(par exemple,les œuvres pilotes à realiser)
- ❖ Conférences de presse pour expliquer à la grande masse à travers les mass media (audiovisuel, presse écrite) les objectifs du projets et les œuvres en cours ou réalisés. Ces conférences peuvent se tenir après les seances de sensibilisations ou d'information des chefs d'arrondissement ou après les ceremonies de lancement ou de reception

- ❖ Visites de presse
- ❖ Campagne d'information et d'animation des populations
- ❖ Site internet: www.projetgobenin.org
- ❖ Facebook: ProjetGoBenin
- ❖ Dépliants et brochures relatant les interventions et les leçons apprises dans le cadre de la Facilité Eau et à actualiser au fur et à mesure de la mise en oeuvre du projet.
- ❖ Plaidoyers adressés aux décideurs sous forme de note de motion, café de presse, création d'alliances avec les parties prenantes et intervenants (exemple: ONG,), visites de presse sur les lieux des réalisations pour amener les décideurs à prendre des mesures visant à pérenniser les activités enclenchées par le projet
- ❖ Production de photos pour illustrer les rapports d'activités, les affiches, les dépliants et objets promotionnels rendant compte de l'évolution des activités
- ❖ Distribution d'articles promotionnels (Tshirts imprimés, casquettes imprimés, albums, recueil des photos, calendrier, agendas imprimés) à l'occasion des événements susceptibles d'attirer l'attention du grand public (plaidoyers, reportages, séances de sensibilisation et d'information, etc.)
- ❖ Production et diffusion de spots publicitaires (radiodiffusés et télévisés) sur les activités la Facilité Eau en s'adressant aux bénéficiaires sur la législation eau et les meilleures pratiques en matière de gestion, d'hygiène et d'assainissement et sur le fait que les services d'encadrement sont mis à leur disposition gratuitement; pour les informer sur les bénéfices potentiels du respect des règles et comportements au grand public, pour l'informer sur les objectifs et les succès de la Facilité Eau
- ❖ Reportages radiophoniques et télévisés pour recueillir des témoignages des bénéficiaires directs et indirects permettant d'identifier les « success stories » et partager les savoirs ; et faire une couverture médiatique des cérémonies de réception ou de remise d'infrastructures, de fournitures et d'équipements acquis dans le cadre du projet.
- ❖ mise en œuvre des activités de la Facilité Eau (JIR) pour indiquer l'appui de l'UE et du partenariat
- ❖ Elaboration et pose d'affiches ponctuelles d'informations et de sensibilisation des populations sur des sujets spécifiques destinés aux bénéficiaires et grand public
- ❖ Documentaire couvrant les phases saillants du projet dans le cadre du programme Régional de la Facilité eau

4. Outils de communication

Conformément à l'accord de contribution avec l'Union Européenne et en ligne avec le « Manuel de communication et de visibilité pour les actions extérieures de l'Union Européenne », la stratégie de communication visera à maximiser la visibilité des activités de la Facilité eau à travers:

- ✓ des activités de communication organisées au moment opportun ;
- ✓ l'utilisation d'informations précises ;
- ✓ une collaboration étroite avec l'Union Européenne
- ✓ un ciblage du public adéquat
- ✓ des messages qui présentent un intérêt réel pour le public et une flexibilité pour permettre d'exploiter les opportunités intéressantes qui se présentent.

Pour mener ces activités, les outils et canaux de communication ci-après seront utilisés :

- ✓ Communiqués de presse (radiodiffusés et télévisés) sur les activités susceptibles d'attirer l'attention du grand public et d'illustrer les réalisations de la Facilité Eau ;
- ✓ Dépliants/borchures sur les interventions et les leçons apprises de la Facilité eau ;
- ✓ Plaidoyers à l'endroit des décideurs (à travers motions et visites de presse sur les lieux de réalisation des activités) pour faciliter la prise de décisions devant concourir à la pérennisation des acquis du projet (ex :) ;
- ✓ Photos illustratifs des réalisations du projet ;
- ✓ Objets promotionnels à distribuer (Tshirts, casquettes, bics, albums photos) ;
- ✓ Spots publicitaires (radiodiffusés et télévisés) véhiculant des messages s'adressant aux bénéficiaires
- ✓ Reportages télévisés et radiophoniques à l'occasion des cérémonies de lancement, de sensibilisation et d'information, réception ou remise officielle d'infrastructures, d'équipements ou de fournitures acquis au profit des bénéficiaires ou structures partenaires du projet et pour recueillir les témoignages ou « success stories » des bénéficiaires et partenaires du projet ;
- ✓ Panneaux permanents indicatifs des lieux de réalisation des activités de la Facilité Eau
- ✓ Affiches ponctuelles véhiculant des messages d'information et de sensibilisation des populations d'Abomey-Calavi sur des sujets spécifiques ;
- ✓ Documentaire télévisé mettant en exergue les résultats et impacts des la Facilité eau .

ACTIVITÉS	RESPONSABLE	CALENDRIER DE MISE EN OEUVRE
Campagne d'information et d'animation des populations	ONG AID action et GNO'NU	Mai-juin-juillet
Site internet	ENAS	Avril-mai
Facebook	ENAS	Avril-mai
Communiqués de presse en français en italien et en langues nationales (radiodiffusés et télévisés) sur les évènements susceptibles d'attirer l'attention du grand public et d'illustrer les réalisations de la Facilité eau(par exemple,les œuvres pilotes à realiser)	ENAS/DDEE/ONG	Aout- Septembre
Conferences de presse pour expliquer à la grande masse à travers les mass	ENAS/DDEE	Mai et Aout-septembre

media (audiovisuel, presse ecrite) les objectifs du projets et les œuvres en cours ou réalisés. Ces conferences peuvent se tenir après les seances de sensibilisations ou d'information des chefs d'arrondissement ou après les ceremonies de lancement ou de reception, après une mission italienne au Bénin et après une mission béninoise en Italie.		
Visites de presse sur les lieux des réalisations pour amener les décideurs à prendre des mesures visant à pérenniser les activités enclenchées par le projet et pour faciliter pour amener la presse à diffuser les résultats des activités et aussi pour faciliter la realisation des documentaires et spot publicitaires	DDEE/ENAS/ONG/MAIRIE	JUILLET- DECEMBRE
Dépliants et brochures relatant d'une part les objectifs du projets et d'autre part les interventions et les leçons apprises dans le cadre de la Facilité Eau et à actualiser au fur et à mesure de la mise en oeuvre du projet.	ENAS ET TOUS LES PARTENAIRES	JUIN ET OCTOBRE
Plaidoyers adressés aux décideurs sous forme de note de motion, création d'alliances avec les parties prenantes et intervenants	TOUS LES PARTENAIRES	FIN PROJET
Production de photos pour illustrer les rapports d'activités, les affiches, les dépliants et objets promotionnels rendant compte de l'évolution des activités	TOUS LES PARTENAIRES	Durant les differentes activités
Distribution d'objets promotionnels (Teeshirts imprimés, blocs notes, cartes de visites, macaron, goblets à l'effigies du projet, porte documpents pour agents formés, casquettes imprimés, albums, recueil des photos, calendrier, agendas imprimés) à l'occasion des événements susceptibles d'attirer l'attention du grand public (plaidoyers, reportages, séances de sensibilisation et d'information, etc.)	TOUS LES PARTENAIRES	MAI-JUIN ET DURANT LES PERIODES DE SENSIBILISATION ET D'ANIMATION
Production et diffusion de spots publicitaires (radiodiffusés et télévisés) sur les activités du projet en s'adressant aux bénéficiaires selon les objectifs du projet	ENAS/DDEE/ONG/CIREM NDR	JUILLET-AOÛT DECEMBRE- JANVIER
Reportages radiophoniques et télévisés	ENAS/DDEE/ONG	DECEMBRE15-

pour recueillir des témoignages des bénéficiaires directs et indirects permettant d'identifier les « success stories » et partager les savoirs ; et faire une couverture médiatique des cérémonies de réception ou de remise d'infrastructures, de fournitures et d'équipements acquis dans le cadre du projet.		JANVIER 16
Elaboration et pose d'affiches ponctuelles d'informations et de sensibilisation des populations sur des sujets spécifiques destinés aux bénéficiaires et grand public	ENAS/ ONG	JUIN DECEMBRE-MARS
Documentaire en fin de projet	ENAS AVEC LA COLLABORATION DE TOUS LES PARTENAIRES	PERIODES DES PHASES SAILLANTES DU PROJET

Indicateurs de résultats

Les activités de communication seront une partie intégrante du système de suivi et évaluation du projet. Cette évaluation sera conduite sur la base :

- des outputs des activités de communication (nombre de communiqués de presse, panneaux, articles promotionnels distribués, etc...) ;
- du contenu et de la fréquence des informations relatives aux interventions du projet qui apparaissent dans les médias locaux;
- d'une enquête spécifique (sur base de questionnaire) sur l'efficacité et la pertinence des activités de communication de la Facilité eau conduite à la fin des interventions. Conformément aux indications de l'accord de contribution, les rapports intérimaires et finaux narratifs et financiers destinés à l'UE contiendront une description des activités de communication et de leur impact.

6. Réalisation des objectifs de communication

Inclure des indicateurs de résultats pour les différents outils proposés

Evaluation des objectifs de communication

Cette dernière sera faite à partir des indicateurs mais également d'une enquête à mis parcours et à la fin du projet à partir de formulaires d'évaluation qui permettent pour obtenir le retour d'information des participants sur les activités

ACTIVITÉS	INDICATEURS/ CIBLES	OBSERVATIONS
Campagne d'information et d'animation des populations	Nombres de descentes sur le terrain et nombres de participants aux	

	seances	
Site internet	Nombres de visiteurs du sites	
Facebook	Nombre de visiteurs	
Communiqués de presse en français et en langues nationales (radiodiffusés et télévisés) sur les évènements susceptibles d'attirer l'attention du grand public et d'illustrer les réalisations de la Facilité eau(par exemple,les œuvres pilotes à realiser)	Nombre de communiqués de presse diffusés (ORTB ; CANAL3 ; GOLFE TV ; F24/TV5 Journal Fraternité, La Nation ; Journal Le Matinal), Le Matin	
Conferences de presse pour expliquer à la grande masse à travers les mass media (audiovisuel, presse ecrite) les objectifs du projets et les œuvres en cours ou réalisés. Ces conferences peuvent se tenir après les seances de sensibilisations ou d'information des chefs d'arrondissement ou après les ceremonies de lancement ou de reception	Nombre de conferences de presse et de participants (Au moins deux)	
Visites de presse pour amener la presse à diffuser les résultats des activités et aussi pour faciliter la realisation des documentaires et spot publicitaires	Nombre de visites Au moins deux (1 après les études et une après la réalisation des ouvrages lors de la reception des ouvrages	
Dépliants et brochures relatant les interventions et les leçons apprises dans le cadre de la Facilité Eau et à actualiser au fur et à mesure de la mise en oeuvre du projet.	Nombre de dépliants produits / au moins 03	
Plaidoyers adressés aux décideurs	Nombre de plaidoyers promus / au moins 02	
Production de photos pour illustrer les rapports d'activités, les affiches, les dépliants et objets promotionnels rendant compte de l'évolution des activités	Photos produites lors du déroulement des activités du Programme / Photos publiées par les médias	
Distribution d'objets promotionnels (Tshirts imprimés, casquettes imprimés, albums/recueil des photos, calendrier, agendas imprimés, stilo crayons) à l'occasion des événements susceptibles d'attirer l'attention du grand public (plaidoyers, reportages, séances de sensibilisation et d'information, etc.)	1000 T- shirts ; •1000 casquettes ; •20 albums de photo (1/partenaire et 1/arrondissement ; 1000 calendriers ; 300 agendas,, 1000 stilos/crayons •1000 pins (logos de l'UE et du projet	

Production et diffusion de spots publicitaires (radiodiffusés et télévisés) sur les activités la Facilité Eau en s'adressant aux bénéficiaires sur la législation eau et les meilleures pratiques en matière de gestion, d'hygiène et d'assainissement et sur le fait que les services d'encadrement sont mis à leur disposition gratuitement; pour les informer sur les bénéfices potentiels du respect des règles et comportements au grand public, pour l'informer sur les objectifs et les succès de la Facilité Eau	Nombre de messages élaborés et diffusés / au moins 10 fois (1 fois par mois) à raison de 2mn par diffusion	
Reportages radiophoniques et télévisés pour recueillir des témoignages des bénéficiaires directs et indirects permettant d'identifier les « success stories » et partager les savoirs ; et faire une couverture médiatique des cérémonies de réception ou de remise d'infrastructures, de fournitures et d'équipements acquis dans le cadre du projet.	Nombre de reportages radiodiffusés / au moins 03 suite aux visite de presse et lors du lancement des opérations dans les arrondissements	
Mise en place de panneaux permanents aux environs des lieux d'ouvrages pilotes	Nombre de panneaux installés / au moins 9(2 par localité et 2 ppour AC et 1 dans l'enceinte de la mairie	
Elaboration et pose d'affiches ponctuelles d'informations et de sensibilisation des populations sur des sujets spécifiques destinés aux bénéficiaires et grand public	Nombre d'affiches produites et posées / au moins 50 à raison de 5 par arrondissement	
Documentaire couvrant les phases saillants du projet dans le cadre du programme Régional de la Facilité eau	Documentaire produit en français et en italien et diffusé au niveau national (ORTB ; CANAL3 ;; GOLFE TV) et international (TV5 ; F24 , RADIO X en sardegna etc.)	

Ressources

8. Ressources humaines

Nombre de personnes/jour requis pour la mise en oeuvre des activités de communication
Membres de l'équipe de gestion responsables des activités de communication

9. Ressources financières

»» Budget requis pour mettre en oeuvre les activités de communication

(en chiffres absolus et en pourcentage du budget global affecté à l'action)

Description	Unité	Coûts en F.CFA	Coûts en euro	Observations
Campagne d'information et d'animation des populations	1ans par 4 animateurs et deux superviseurs			
Site internet	1	PM		
Facebook	1	PM		
Communiqués de presse en français et en langues nationales (radiodiffusés et télévisés) sur les événements susceptibles d'attirer l'attention du grand public et d'illustrer les réalisations de la Facilité eau(par exemple,les œuvres pilotes à réaliser)	Au moins 04 communiqués de presse (ORTB ; CANAL3 ; LC2 ; GOLFE TV ; GOLFE FM))			
Conférences de presse pour expliquer à la grande masse à travers les mass media (audiovisuel, presse écrite) les objectifs du projets et les œuvres en cours ou réalisés. Ces conférences peuvent se tenir après les séances de sensibilisations ou d'information des chefs d'arrondissement ou après les cérémonies de lancement ou de réception	Au moins deux			
Visites de presse	Au moins deux (1 après les études et une après la réalisation des ouvrages			
Dépliants et brochures relatant les interventions et les leçons apprises dans le cadre de la Facilité Eau et à actualiser au fur et à mesure de la mise en oeuvre du projet.	Au moins 03 dépliants (dont 01 consacré à une étude de cas)			
Plaidoyers adressés aux décideurs	Au moins 02 actions de plaidoyers			
Production de photos	Au moins 1000 Photos			
Distribution d'objets promotionnels (Tshirts imprimés, casquettes imprimés, albums, recueil des photos, calendrier, agendas	1000 T- shirts ; •1000 casquettes ; •20 albums de			

imprimés)	photo (1/partenaire et 1/arrondissement ; 1000 calendriers ; 300 agendas,, 1000 stilos/crayons •1000 pins (logos de l'UE et du projet			
Production et diffusion de spots publicitaires (radiodiffusés et télévisés)	/ au moins 10 fois (1 fois par mois) à raison de 2mn par diffusion			
Reportages radiophoniques et télévisés	/ au moins 03 suite aux visite de presse et lors du lancements des opération dans les arrondissements			
Mise en place de panneaux permanents aux environs des lieux d'ouvrages pilotes	au moins 9(2 par localité et 2 ppour AC et 1 dans l'enceinte de la mairie			
Elaboration et pose d'affiches ponctuelles d'informations et de sensibilisation des populations sur des sujets spécifiques destinés aux bénéficiaires et grand public	au moins 50 à raison de 5 par arrondissement			
Documentaire couvrant les phases saillants du projet dans le cadre du programme Régional de la Facilité eau	Au moins 1 documentaire produit en français et en italien et diffusé au niveau national (ORTB ; CANAL3; GOLFE TV) et international (TV5 ; F24 , RADIO X en sardegna etc.)			