

PREMIER MINISTERE  
-----  
COMMISSION NATIONALE POUR LA  
PROMOTION DE LA BONNE GOUVERNANCE  
-----  
SECRETARIAT EXECUTIF

BURKINA FASO  
-----  
Unité- Progrès-Justice

# PLAN DE COMMUNICATION

DU SECRETARIAT EXECUTIF  
DE LA BONNE GOUVERNANCE

Juin 2003



# S O M M A I R E

**PREMIERE PARTIE : STRATEGIE DE COMMUNICATION**

**DEUXIEME PARTIE : CHRONOGRAMME DES ACTIVITES**

**TROISIEME PARTIE : BUDGET DES ACTIVITES**

**QUATRIEME PARTIE : FICHES TECHNIQUES DES SEMINAIRES  
ET ATELIERS**

**CINQUIEME PARTIE : ANNEXES**



# PLAN

## PREMIERE PARTIE

REF	RUBRIQUES	PAGES
<b>1</b>	<b>INTRODUCTION</b>	
1-1	CONTEXTE DE L'ELABORATION DU PLAN NATIONAL DE BONNE GOUVERNANCE.....	11
1-2	PRESENTATION DU PLAN NATIONAL DE BONNE GOUVERNANCE.....	12-14
<b>2</b>	<b>LA STRATEGIE DE COMMUNICATION</b>	
2-1	LES OBJECTIFS VISES PAR LE PLAN DE COMMUNICATION.....	14-15
2-2	<b>LES CIBLES PRIVILEGIEES DU PLAN DE COMMUNICATION</b>	
	1) La Presse.....	15
	2) L'administration publique et secteurs apparentés.....	15-17
	3) Le Secteur privé.....	17-18
	4) La société civile.....	18-19
	5) Les Populations.....	19-23
2-3	<b>LES DIFFERENTES PHASES DE COMMUNICATION ET ACTIONS STRATEGIQUES</b>	
	1) La phase de diffusion du PNBG et du PI et de sensibilisation sur la politique nationale de Bonne gouvernance.....	23
	2) La phase d'information et d'appropriation du contenu de PNBG et du PI.....	24
	3) La phase d'accompagnement de la réalisation des activités de bonne gouvernance.....	24-26
<b>3</b>	<b>LES ACTIONS INTRODUCTIVES AU PLAN DE COMMUNICATION</b>	
3-1	CREATION DU SERVICE DE COMMUNICATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES AU SEIN DU SECRETARIAT EXECUTIF.....	27-28
3-2	CREATION D'UN LOGO ET D'UNE DEVISE POUR LE SECRETARIAT EXECUTIF DE LA BONNE GOUVERNANCE.....	28
3-3	DECLARATION DE MISSION DE LA BONNE GOUVERNANCE .....	28
3-4	HYMNE POUR LA BONNE GOUVERNANCE .....	29
3-5	CEREMONIE D'INSTALLATION OFFICIELLE DES ORGANES DE GESTION DE LA BONNE GOUVERNANCE.....	29-30



3-6	FORMATION DES MEDIA PUBLICS ET PRIVES.....	30
3-7	CREATION D'UN CADRE ASSOCIATIF DE SOUTIEN A LA BONNE GOUVERNANCE.....	30-31

<b>4</b>	<b>LES ACTIONS STRATEGIQUES DU PLAN DE COMMUNICATION</b>	
<b>4-1</b>	<b>ACTIONS MEDIATIQUES</b>	<b>32</b>
4-1-1	DANS LE SECTEUR DE LA PRESSE ECRITE ET DE L'EDITION.	
	1) Au niveau des journaux de publication régulière.....	33
	2) Animation régulière de «Vitrine de la Bonne Gouvernance ».....	34
	3) Édition d'un journal dénommé «Vitrine de la Bonne Gouvernance ».....	34-35
	4) Bande dessinée.....	35
4-1-2	DANS LE SECTEUR DE LA RADIODIFFUSION	
	1- Nature des émissions	36
	2- Personnes ressources	36
4-1-3	DANS LE SECTEUR DE LA TELEVISION	
	1- Nature des émissions	37
	2- Production et diffusion des émissions de télévision et vidéo	37-42
<b>4-2</b>	<b>ACTIONS HORS MEDIA</b>	
	1) Les rendez-vous majeurs de la bonne gouvernance	42-45
	2) Les conférences publiques	45
	3) Les déjeuners de presse ou petits déjeuners	45
	4) Les dépliants	45
	5) Les affiches et les banderoles	45-46
	6) Les films, pièces de théâtre, poèmes et narrations de toutes sortes	46
	7) Les distinctions de Bonne Gouvernance	46-47
<b>4-3</b>	<b>ACTIONS CLASS MEDIA ( SUR LE WEB)</b>	
	1) Création et mise à jour d'un site WEB	47-48
	2) Création et gestion d'une adresse électronique	48
	3) Promotion du site WEB	48
	4) Concours sur la connaissance de la bonne gouvernance sur le site WEB	48-49
<b>5</b>	<b>CONCLUSION</b>	<b>49-50</b>



## DEUXIEME PARTIE

REF	RUBRIQUES	PAGES
	<b>CHRONOGRAMME 2003</b>	<b>52</b>
<b>Objectif 1</b>	Diffuser largement le PNBG et son programme d'investissement	<b>52-53</b>
<b>Objectif 2</b>	Permettre une visibilité des organes de gestion de la bonne gouvernance	<b>54</b>
<b>Objectif 3</b>	Utiliser les NTIC pour ouvrir une fenêtre et créer l'interactivité avec le monde	<b>55</b>
<b>Objectif 4</b>	Vulgariser, informer et former les acteurs et les bénéficiaires des activités du PNBG pour une bonne appropriation : Institutions démocratiques, administrations publiques ,secteur privé, société civile	<b>56-58</b>
<b>Objectif 5</b>	Sensibiliser, informer et conscientiser l'ensemble des populations , véritables bénéficiaires des activités de la bonne gouvernance	<b>59-61</b>
<b>Objectif 6</b>	Encourager les efforts des promoteurs de la bonne gouvernance et œuvrer à une plus grande visibilité du concept	<b>62-63</b>
<b>Objectif 7</b>	Mettre en œuvre l'obligation de rendre compte aux populations sur l'état d'enracinement de la bonne gouvernance	<b>64</b>
<b>Objectif 8</b>	Evaluer l'impact de la mise en œuvre du plan de communication	<b>64</b>
	<b>CHRONOGRAMME 2004</b>	<b>65</b>
<b>Objectif 1</b>	Diffuser largement le PNBG et son programme d'investissement	<b>65-66</b>
<b>Objectif 2</b>	Permettre une visibilité des organes de gestion de la bonne gouvernance	<b>67</b>
<b>Objectif 3</b>	Utiliser les NTIC pour ouvrir une fenêtre et créer l'interactivité avec le monde	<b>68</b>
<b>Objectif 4</b>	Vulgariser, informer , former les acteurs et les bénéficiaires des activités du PNBG pour une bonne appropriation ; Institutions démocratiques, administrations publiques , secteur privé, société civile	<b>69-70</b>
<b>Objectif 5</b>	Sensibiliser ,informer et conscientiser l'ensemble des populations , véritables bénéficiaires des activités de la bonne gouvernance	<b>71-73</b>
<b>Objectif 6</b>	Encourager les efforts des promoteurs de la bonne gouvernance et œuvrer à une plus grande visibilité du concept	<b>74-76</b>



<b>Objectif 7</b>	Mettre en œuvre l'obligation de rendre compte aux populations sur l'état d'encrage de la bonne gouvernance	<b>77</b>
<b>Objectif 8</b>	Evaluer l'impact de la mise en œuvre du plan de communication	<b>78</b>

## T R O I S I E M E   P A R T I E

REF	R U B R I Q U E S	PAGES
	<b>A) BUDGET DU PLAN DE COMMUNICATION</b>	<b>79</b>
	Budget 2003	<b>80-90</b>
	Budget 2004	<b>91-98</b>
	Budget global 2003-2004	<b>99</b>
	<b>B) COMPOSANTES BUDGETAIRES</b>	<b>100</b>
	Budget type d'un séminaire en province (2003-2004)	<b>100</b>
	Budget / séminaire gouvernemental à Ouaga (2003)	<b>101</b>
	Budget / séminaire parlementaire à Ouaga (2003)	<b>102</b>
	Budget type des « 72 heures de la bonne gouvernance » à Ouaga (2003) et à Bobo (2004)	<b>103</b>
	Budget / soirée d'excellence des lauréats de la bonne gouvernance	<b>104</b>
	Budget /soutien au réseau des communicateurs pour la promotion de la bonne gouvernance	<b>105</b>
	Budget activités littéraires et artistiques	<b>106</b>
	Budget cérémonie / installation du Secrétariat Exécutif de la Bonne Gouvernance et des comités sectoriels	<b>107</b>
	Budget olympiades	<b>108</b>



Budget États généraux de la bonne gouvernance (2004)	<b>109-110</b>
Budget / atelier d'évaluation de l'impact du plan de communication	<b>111</b>

## QUATRIEME PARTIE

REF	RUBRIQUES	PAGES
N°Réf : 1	Séminaire atelier (Secteur : Presse et Communicateurs) Période : Quatrième semaine de mai 2003 Lieu : Kaya Thème : Quelle participation des communicateurs à la promotion de la bonne gouvernance ?	113
Réf : 2	Séminaire Atelier gouvernemental (Secteur : État et assimilés) Période : Deuxième semaine de juin 2003 Lieu : Ouagadougou Thème : bonne gouvernance et pouvoir exécutif	114
°Réf : 3	Séminaire parlementaire (Secteur : État et assimilés) Période : 3 <sup>e</sup> semaine de juin 2003 Lieu : Ouagadougou Thème : bonne gouvernance et pouvoir législatif	115
Réf : 4	Séminaire atelier (Secteur : État et assimilés) Période : 4 <sup>e</sup> semaine de juin 2003 lieu : Tenkodogo Thème : bonne gouvernance et management participatif	116
Réf : 5	Séminaire atelier (Secteur : État et assimilés) Période : 1 <sup>ère</sup> semaine de juillet 2003 lieu : Tenkodogo Thème : bonne gouvernance et management participatif	117
Réf : 6	Séminaire atelier (Secteur : État et assimilés) Période : 2 <sup>e</sup> semaine de juillet 2003 lieu : Ziniaré Thème : bonne gouvernance et management participatif	118
Réf : 7	Séminaire atelier (Secteur : État et assimilés) Période : 3 <sup>e</sup> semaine de juillet 2003 Lieu : Ziniaré Thème : bonne gouvernance et leadership	119
Réf : 8	Séminaire atelier (Secteur : Société civile) Période : 4 <sup>e</sup> semaine de juillet 2003 Lieu : Ouahigouya	120



	Thème : ONG, ANG et bonne gouvernance	
N° Réf : 9	Séminaire atelier (Secteur : Privé) Période : 1 <sup>ère</sup> semaine d'août 2003 Lieu : Ouahigouya Thème : la bonne gouvernance : opportunité ou coquetterie pour le secteur privé ?	121
Réf. : 10	Séminaire atelier (Secteur : État et assimilés) Période : Première semaine de septembre 2003 Lieu : Koudougou Thème : Quel engagement pédagogique pour la promotion de la bonne gouvernance ? (1 <sup>ère</sup> session)	122-123
Réf. : 11	Séminaire atelier (Secteur : État et assimilés) Période : Quatrième semaine de mars 2004 (2 <sup>ème</sup> Session) Lieu : Fada N'Gourma Thème : Quel engagement pédagogique pour la promotion de la bonne gouvernance ?	124-125
Réf : 12	Séminaire atelier (Secteur : Presse et Communicateurs) Période : Première semaine d'avril 2004 Lieu : Bobo Dioulasso Thème : bonne gouvernance et droit à l'information	126
Réf : 13	Séminaire Atelier (Secteur : État et assimilés) Période : Deuxième semaine d'avril 2004 Lieu : Bobo Dioulasso Thème : bonne gouvernance et corps médical et para-médical	127
Réf : 14	Séminaire atelier : (Secteur : État et assimilés) Période : Troisième semaine d'avril 2004 Lieu : Fada N'Gourma Thème : bonne gouvernance et système judiciaire	128
Réf : 15	séminaire atelier (Secteur : État et assimilés) Période : Quatrième semaine d'avril 2004 Lieu : Kaya Thème : bonne gouvernance, corps militaire et para-militaire	129
Réf : 16	Séminaire atelier (Secteur : Société civile ) Période : Première semaine de mai 2004 Lieu : Ouagadougou Thème Bonne gouvernance et société civile	130
Réf : 17	Séminaire Atelier (Secteur : Société civile) Période : Deuxième semaine de mai 2004	131



	Lieu : Zorgho Thème : bonne gouvernance et droits humains	
Réf : 18	Séminaire atelier (Secteur : Privé) Période : Troisième semaine de mai 2004 Lieu : Zorgho Thème : Esprit d'initiative, « entrepreneuriat » et bonne gouvernance	132

## CINQUIEME PARTIE

REF	RUBRIQUES	PAGES
-----	-----------	-------

ANNEXES		134
Annexe I	Demande de couverture médiatique ( Presse d'état )	135
Annexe II	Invitation pour une couverture médiatique ( Presse privée )	136
Annexe III	Demande de désignation d'un représentant à un séminaire de formation sur la bonne gouvernance	137
Annexe IV	Termes de référence et projet de règlement du concours sur le logo et la devise de la bonne gouvernance	138-144
Annexe V	Termes de référence pour la procédure de distinction d'une personne physique ou morale comme lauréate de la bonne gouvernance	145-148
Annexe VI	Liste indicative de personnes ressources pour les séminaires – ateliers et autres activités de communication	149-150



Annexe VII	Liste indicative de personnalités étrangères et proposition de thèmes de conférences	151

# PREMIERE PARTIE

## STRATEGIE DE COMMUNICATION



## 1 - INTRODUCTION

### 1-1 CONTEXTE DE L'ELABORATION DU PLAN NATIONAL DE BONNE GOUVERNANCE

Suite à la démocratisation entamée depuis 1991 au Burkina Faso et à la mise en place des organes institutionnels prévus par la constitution, le Burkina s'est engagé dans la voie de la consolidation de ce processus par la promotion de la bonne gouvernance.



Cette œuvre s'inscrit dans une dynamique de décentralisation dont l'enjeu est de permettre aux populations, grâce à leur participation, d'accéder progressivement à la maîtrise de leur propre destin en impulsant eux-mêmes leur développement économique et social endogène

Toutes ces avancées se réalisent dans un contexte irréversible de mondialisation et d'intégration sous régionale qui impose ses exigences pour saisir les nombreuses opportunités qu'il offre.

Face à ce nouveau contexte de démocratisation, de décentralisation et de mondialisation, le Gouvernement du Burkina Faso s'est doté d'un Plan National de Bonne gouvernance (par décret n°98-437 du 23 octobre 1998), avec pour ambition de créer les conditions nécessaires à la promotion d'un développement humain durable au Burkina Faso.

Le Plan National de Bonne Gouvernance constitue désormais le cadre de référence en matière de gouvernance au Burkina Faso.

## 1-2 PRESENTATION DU PLAN NATIONAL DE BONNE GOUVERNANCE

### a) Objectifs généraux

La finalité majeure de ce plan est de mettre en place l'ensemble des mécanismes et méthodes permettant une gestion efficace et transparente des affaires de l'Etat, en offrant des opportunités effectives de participation et de contrôle à l'ensemble des citoyens, notamment à travers une participation effective et qualitative du secteur privé et de la société civile.



Les objectifs généraux du Plan National de Bonne Gouvernance se définissent comme suit :

- mettre en place un État stratège à même de jouer efficacement son rôle normatif, d'orientation, d'impulsion et de veille du développement socio-économique ;
- renforcer le partenariat du secteur privé avec l'État par la création d'un environnement favorable à son émergence et à sa consolidation, tout en mettant l'accent sur sa professionnalisation ;
- promouvoir une société civile capable d'influer sur les différentes décisions politiques et économiques et de constituer un véritable contrepoids social.

#### **b) Objectifs spécifiques et grandes orientations**

Le Plan National de Bonne Gouvernance poursuit les objectifs suivants :

- accélérer le processus de redéfinition du rôle et des missions de l'État ;
- réorganiser l'Administration publique afin de la rendre performante et responsable ;
- consolider le processus de décentralisation par la promotion d'un partenariat actif entre l'État et les collectivités territoriales ;
- renforcer les capacités organisationnelles et techniques des institutions législatives et consultatives (Assemblée Nationale, Comité national d'éthique, Conseil Économique et Social, Conseil Supérieur de l'information) en vue d'une contribution effective au processus démocratique et de la performance de l'action publique ;
- rendre effective l'indépendance du pouvoir judiciaire afin de lui permettre d'assurer sa mission fondamentale de faire respecter la loi ;
- favoriser l'initiative privée en renforçant les structures d'encadrement et en facilitant la mise en place des instruments de financement appropriés ;
- créer les conditions d'une plus grande participation de la société civile à la gestion des affaires publiques.



## **C) Composantes du Programme d'Investissement**

Le Programme d'Investissement (PI) est l'instrument d'action du Plan National de Bonne Gouvernance. En tant que tel, il traduit les objectifs du plan en activités concrètes pour une mise en œuvre au niveau des trois acteurs privilégiés que sont l'État, le secteur privé et la société civile.

Ces activités comprennent :

- La réalisation d'infrastructures de base au niveau de l'administration territoriale, l'administration judiciaire, et l'administration locale ;
- Les réformes juridiques et institutionnelles au sein des structures de l'État pour le renforcement des capacités institutionnelles de l'État, non seulement au niveau des structures mais également au niveau de leurs procédures et règles de gestion ;
- Les réformes institutionnelles et l'appui au secteur privé et à la société civile en vue de créer les conditions d'une croissance durable et créer un environnement juridique et institutionnel favorable aux activités de la société civile ;
- La formation et le développement des ressources humaines pour un renforcement des capacités professionnelles

## **2- LA STRATEGIE DE COMMUNICATION**



Le Plan de Communication définit les objectifs visés ainsi que les cibles prioritaires et organise la stratégie de communication autour de trois grandes phases.

## 2-1 OBJECTIFS VISES PAR LE PLAN DE COMMUNICATION

Le Plan National de Bonne Gouvernance crée un contexte nouveau dans lequel chaque composante de la nation doit non seulement connaître son rôle mais le jouer effectivement. En effet, c'est l'action conjuguée de toutes ces composantes qui permettra une réelle avancée sur le plan démocratique et économique.

Cependant, bien qu'adopté en 1998, les principes qu'il prône restent encore méconnus des populations et parfois même des hauts responsables, qu'ils soient de l'Administration Publique, du Secteur Privé ou de la Société Civile.

Des actions doivent donc être menées pour remédier à cette situation, et un plan de communication se présente dans ce cas comme un instrument privilégié.

En effet, le plan de communication est un outil efficace d'information, de sensibilisation et de gestion de relations publiques. Son élaboration et sa mise en œuvre donneront au Secrétariat Exécutif, l'opportunité de définir les techniques d'approche et les outils nécessaires à l'information et à la sensibilisation. Ce qui permettra aux différentes composantes de la nation de comprendre et de s'approprier le contenu du Plan National de Bonne Gouvernance.



## **2- 2 LES CIBLES PRIVILEGIEES DU PLAN DE COMMUNICATION**

Les cibles prioritaires du plan de communication sont : la Presse, l'Administration Publique, le Secteur Privé, la Société Civile, les Populations. Pour atteindre ces cibles, le plan de communication empruntera trois axes : les mass médias, le hors média et le class média.

**1) la presse.** Elle constitue un partenaire incontournable et efficace pour l'accompagnement de toute la politique de communication dont l'objectif majeur est la sensibilisation, l'information et la formation de tous aux enjeux et objectifs de la bonne gouvernance. Elle doit donc être la première formée autour des idées véhiculées par le Plan National de Bonne Gouvernance.

**2) L'Administration Publique et secteurs apparentés** Il existe un acquis dans ce domaine : la volonté affirmée du gouvernement de promouvoir la bonne gouvernance. Il reste cependant que les différents agents de l'Administration Publique et des Collectivités décentralisées ignorent pour la plupart, les exigences de cette nouvelle vision du développement participatif.

Il faut donc que chaque acteur public comprenne que les différentes politiques, quelles qu'elles soient doivent être conçues de manière participative avec toutes les composantes de la société (Société Civile, Secteur Privé)

Cette nouvelle vision de la gestion des affaires de la cité doit être comprise et intériorisée aussi bien par les responsables que les agents de l'administration centrale, déconcentrée ou décentralisée. Il s'avère donc nécessaire que des actions de sensibilisation soient entreprises à l'endroit de ces différents acteurs (cadres des ministères, des régions, des provinces, conseillers municipaux, ...).



### a) Les hautes personnalités de l'État

Il s'agit des cibles qui sont l'ultime stade de décision, précisément au niveau politique. Il convient de les atteindre notamment par une stratégie « hors média » appropriée comme les séminaires parlementaires ou gouvernementaux. Leur acceptation et adhésion aux idéaux de la bonne gouvernance a au moins deux conséquences :

- ils sont réceptifs à toutes les modifications à caractère de lois ou de décisions concourant à la promotion de la bonne gouvernance dans notre pays.
- ensuite, de par leur engagement, il y a, à priori, un effet d'entraînement sur l'ensemble des autres composantes de la nation.

### b)- Les partenaires techniques

Les partenaires techniques attachent du prix à la pratique de la Bonne Gouvernance. Aussi, est-il intéressant que l'on mette à leur disposition des informations sur les activités de promotion de cette nouvelle gouvernance en sorte qu'ils prennent toute la mesure de la volonté exprimée aussi bien au niveau institutionnel qu'au plan des acteurs non gouvernementaux, de promouvoir la Bonne Gouvernance à l'échelle de toutes les composantes de la nation.

### c)- Le monde des enseignants

Par monde des enseignants, nous entendons tous ceux qui sont parties prenantes d'une manière ou d'une autre dans le processus de formation aussi bien pour le préscolaire, le primaire, le secondaire que le supérieur. C'est un milieu qui de par sa fonction (le savoir et le savoir-faire et le savoir-être), constitue un cadre idéal pour introduire de manière efficiente un changement de comportement.

Mais il convient de passer d'abord par les cadres de formation des formateurs, notamment les écoles professionnelles (École Normale Supérieure de Koudougou (ENSK), Écoles Nationales des Enseignants du Primaire (ENEP), ENAM, ENAREF,



ENSP, École Nationale de la Police etc.) et ainsi par la suite entraîner les futurs enseignants à la démarche pédagogique bonne gouvernance.

#### d) Le préscolaire, le primaire, le secondaire et le supérieur

Il s'agit d'une catégorie de cible à la conscience en formation et en devenir. Elle est exposée à une série de nouvelles données qui ont pour noms : développement prodigieux des nouvelles technologies de l'information et de la communication, nouvelles articulations (Internet) de l'art d'apprendre, déliquescence des valeurs morales et de l'éthique, développement de l'égoïsme, de l'esprit de la courte échelle (se traduisant par des expressions imagées ou dites « branchées » telles que *pétrole, bras longs, piston, feuilles, gombo, etc.* , qui désignent les corruptions actives ou passives, le trafic d'influence qui ont quelquefois pignon sur rue à des degrés divers, dans ce milieu).

C'est pour cela que pour atteindre les scolaires, élèves et étudiants dans la perspective de leur formation à la bonne gouvernance, il convient de s'appuyer sur une typologie variée d'outils prenant en compte aussi bien les médias de masse (télévision, radio, presse écrite) que le hors média (jeux concours, causeries, conférences, etc..) ou encore le class media (les actions sur le web.)

Si l'on arrive à leur inculquer les notions et la philosophie de la bonne gouvernance et que nous parvenons à un engagement actif de leur part, nous aurons largement gagné notre pari.

**3) Le Secteur privé.** Depuis les années 90, l'Etat burkinabé a entrepris de se désengager progressivement des secteurs productifs au profit du secteur privé jugé plus compétitif.



Dans ce nouveau contexte d'économie libérale, le secteur privé occupe une place prépondérante. Il constitue donc, de fait, un partenaire indispensable en matière de conception et de mise en œuvre de la politique économique de notre pays.

Il importe donc qu'il comprenne son rôle, qu'il soit formé et conscientisé à cette nouvelle donne, si l'on désire qu'il soit un levier du développement.

En effet, ce rôle est nouveau et demande d'être compris par nos différents opérateurs économiques. D'où la nécessité d'actions de sensibilisation à leur égard. Car si ce secteur a, relativement, de l'avenir et des potentialités, force est de reconnaître, qu'il traîne également des pesanteurs et des handicaps.

**4) la Société civile.** Un des principes affirmés par le Plan National de Bonne Gouvernance est que la Société Civile doit constituer un véritable contrepoids social, une réelle force de contre-proposition pour un développement harmonieux. Il s'avère donc nécessaire non seulement de créer un environnement juridique et institutionnel favorable aux activités de la Société Civile à travers un ensemble de mesures législatives, mais aussi de former et de conscientiser celle-ci au rôle qui est désormais le sien.

a) Les syndicats :

De par leurs statuts et leurs praxis, ils sont généralement dans une situation de proximité professionnelle avec les travailleurs des secteurs publics et privés. Il convient, par le biais des ateliers, d'engager avec eux une démarche de responsabilisation afin que les leaders syndicaux forment leurs militants à une compréhension intégrale de leurs objectifs : revendiquer pour une meilleure situation socioprofessionnelle, mais également travailler à améliorer la situation de l'entreprise ou de la structure dont on est salarié.

b) Les mouvements de promotion des droits humains :

La bonne gouvernance ne saurait faire l'impasse sur la promotion et le respect des droits humains. Ici , il s'agit de travailler à propager les idéaux de respect des droits les plus



élémentaires mais aussi « les nouveaux droits humains » tels le droit qu'ont les minorités ethniques à vivre pleinement leur culture dans le contexte de la diversité culturelle (droit culturel) ou encore les droits sociaux qui reconnaissent aux individus et aux communautés la liberté d'affirmer leur particularité, leur philosophie ou style de vie (minorités confessionnelles ou culturelles).

Il s'agit de vivre la promotion des droits humains dans une logique de respect des valeurs spécifiques, mais également consensuelles, en sorte que chacun à son niveau de responsabilité puisse prendre toute la mesure de cette exigence qui trouve son fondement dans la déclaration universelle des droits de l'homme et qui est, si l'on peut dire, « au début et à la fin de la bonne gouvernance. »

c) Les ONG de développement, les mouvements associatifs de femmes, etc.

Il est désormais pleinement établi, et cela depuis de longues années, que les Organisations Non Gouvernementales (ONG) de développement et autres mouvements associatifs, notamment féminins, occupent une place de choix dans les processus de développement à la base de notre pays. Dans le cadre de la promotion de la bonne gouvernance, il s'agit de travailler à ce que cette contribution décisive dans l'amélioration des conditions de vie des communautés locales se renforce.

De par leur foi en leurs propres capacités, les mouvements féminins administrent au quotidien la preuve que l'élévation du niveau de conscience et l'amélioration des conditions de vie reposent d'abord et en premier lieu sur soi-même. Aussi, le concept de bonne gouvernance a des chances de trouver sur ce terrain des ONG de développement et des mouvements féminins une grande réceptivité.

**5) les populations.** Les populations, qu'elles soient urbaines ou rurales, constituent les principaux bénéficiaires du Plan National de Bonne Gouvernance. Il est donc indispensable qu'elles sachent et comprennent la nouvelle vision de la gestion des



affaires de la cité. En effet, ce sera une condition incontournable si l'on veut acquérir une réelle participation de leur part. Ainsi, les responsables aux différentes sphères décisionnelles pourront s'attendre à des « feedback » constructifs quant aux décisions qu'ils prennent.

#### a) Le milieu urbain et péri-urbain

C'est un milieu composite avec une catégorie de populations aux statuts variés et divers. Mais à quelques exceptions près, les difficultés de la vie (chômage, compressions, incertitudes, paupérisation, etc.) en font des désillusionnés et des désabusés. D'où la récurrence quelle que soit la catégorie sociale d'expressions familières telles que « chacun s'assoit et Dieu le pousse », « la chèvre broute là où elle est attachée », « il n'y a rien sans rien », etc.

Il convient de travailler à faire passer le message sur le fait que la bonne gouvernance n'est pas un combat d'arrière-garde, un artifice institutionnel ou un quelconque snobisme mais qu'au contraire, c'est un appel au sursaut pour bâtir une cité répondant aux aspirations de tous. Si chacun à son niveau de responsabilité, de compétence et d'activité (garagiste, tailleur, pompiste, plombier, sage-femme, médecin, journaliste, avocat, enseignant, banquier, etc.) jouait sa partition d'honnêteté, on mettrait l'ensemble de la communauté et du corps social sur les rails de la bonne gouvernance, et partant, du développement humain durable.

#### b) La paysannerie

Le monde paysan vit dans un espace qui à plusieurs égards se situe à la croisée des chemins. Le cadre de vie est traditionnel alors que l'introduction d'éléments de modernité comme l'école a un impact sur les mentalités et les comportements. A cela il faut ajouter des éléments d'intrusion ou si l'on veut d'accélération comme la couverture télévisuelle officiellement de plus de 80% du territoire. et le développement de la téléphonie rurale et mobile (avec l'introduction de deux opérateurs privés), etc.



Tous ces paramètres font du milieu rural un espace soumis à l'effet de démonstration et qui ne retrouve pas toujours, en bien de plans ses propres marques.

### c) Les femmes

Au niveau de nos villes, les femmes, qu'elles soient intellectuelles ou non, lettrées ou analphabètes, prennent une part décisive dans la constitution du tissu économique et la préservation du corps social. Les femmes urbaines, si elles sont salariées, jouent un rôle économique au sein du foyer et sont à la base de l'éducation formelle et informelle des enfants. Celles qui ne sont pas salariées s'investissent généralement dans le secteur informel comme le petit commerce (vendeuses de fruits, lingères, casseuses de pierre, etc.). Assez souvent, elles constituent le pilier du foyer, bien qu'ayant un faible revenu. L'application et la démarche en vue d'une appropriation de la bonne gouvernance peuvent trouver facilement une oreille attentive au niveau des femmes urbaines. C'est pour cela que le plan doit les considérer comme un vecteur d'une importance capitale.

En milieu rural, le monde féminin fait preuve de dynamisme. Il est indéniable que les femmes prennent une part décisive dans les initiatives d'auto promotion. Et cela à travers leur mobilisation dans les mouvements associatifs. Elles sont donc, déjà, de fait, dans une logique d'engagement social et d'entraînement à une prise de parole dans la gestion des affaires de la cité, pour ne pas dire du village. Toute chose qui participe du credo de la bonne gouvernance.

Toutefois, il convient de mettre à leur attention l'accent sur le contenu de cette nouvelle gouvernance qui doit les responsabiliser davantage, les faire reconsidérer l'image qu'elles se projettent sur elles-mêmes et qu'elles ont d'elles-mêmes. Elles doivent se percevoir comme des actrices et artisanes de l'édification de l'État moderne.



#### d) La jeunesse

Le milieu de la ville est marqué par des sollicitations et des influences diverses. La jeunesse urbaine, quelque soit son statut et sa nature, ne saurait se soustraire de cet ensemble d'éléments qui marquent le monde de l'urbanisme. Voilà pourquoi il n'est pas rare de voir des jeunes basculer dans des univers malsains de la drogue, de l'alcoolisme et de la délinquance. Il s'agit de donner des outils pertinents à cette jeunesse pour qu'elle comprenne que sa mission est plutôt de s'investir professionnellement, techniquement, et personnellement en vue d'apporter sa pierre à l'édification nationale, en s'appropriant de fait le concept de la bonne gouvernance et la philosophie qui l'entoure.

En ce qui concerne nos campagnes, on peut constater que c'est généralement une catégorie sociale largement composée de jeunes déscolarisés qui, assez souvent, semi lettrés, confondent développement et modernité. Ces jeunes sont socialement exposés à des maux comme les médicaments de la rue, la drogue, la délinquance, etc.

La montée de tous ces maux annihile les efforts d'auto promotion et compromet le devenir de cette jeunesse. Aussi convient-il, non seulement par des éléments d'information de masse, mais aussi des outils de communication de proximité, d'atteindre ce groupe cible en vue de le sensibiliser et de l'amener à adhérer aux principes de la bonne gouvernance.

#### e) Les autorités religieuses :

Les populations de Burkina Faso, comme le relèvent régulièrement les statistiques sont très attachées à la pratique religieuse (musulmans, chrétiens, adeptes des religions traditionnelles...). Qu'il soit intellectuel ou non, rural ou urbain, cela a le plus souvent assez peu d'impact sur la manifestation du Burkinabè à la foi.



Il s'agit donc de passer par les Ministres des différents cultes dont généralement les préceptes rejoignent les grands principes de la Bonne gouvernance (Intégrité, honnêteté, sens de la justice, amour du travail, entraide sociale) afin de faire partager (au moins à un certain niveau) le sens civique et la rectitude morale.

f) Le pouvoir traditionnel :

L'un des traits caractéristiques des Burkinabè est leur attachement et leur déférence soit au droit d'aînesse ou au pouvoir traditionnel ou bien ces deux éléments à la fois. Et cette attitude est tellement ancrée dans les mentalités que même le niveau d'instruction a souvent peu d'emprise sur cette réalité sociologique.

Il s'agit donc de convaincre les dépositaires des pouvoirs traditionnels (chefs de canton, chefs de terre, patriarches, etc.) sur la pertinence du concept et des objectifs de la bonne gouvernance afin d'atteindre la sphère d'influence de ces chefs traditionnels et patriarches que constituent les populations dont ils ont, coutumièrement et traditionnellement, la charge.

## **2-3 LES DIFFERENTES PHASES ET LES ACTIONS STRATEGIQUES**

Le plan de communication définit une stratégie à trois étapes. Il s'agit de développer les initiatives adéquates pour garantir et soutenir le succès des trois grandes phases que sont :

- \* la diffusion du Plan National de Bonne Gouvernance et de son Programme d'Investissement et la sensibilisation sur la politique nationale de bonne gouvernance ;
- \* l'information et l'appropriation du contenu du Plan National de Bonne Gouvernance (PNBG) ;



\* l'accompagnement de la réalisation des activités du Programme d'Investissement (P.I.) et de toutes autres activités de bonne gouvernance

**1) la phase de diffusion du PNBG et du PI et de sensibilisation sur la politique nationale de bonne gouvernance**

Les activités prévues au cours de cette première phase comprennent :

- la multiplication et la diffusion du document du Plan National de Bonne Gouvernance et de son Programme d'Investissement ;
- la conception et la diffusion de dépliants synthétiques de la politique de bonne gouvernance de notre pays ;
- la conception et la réalisation d'émissions d'éveil à la bonne gouvernance dans les radios publiques et privées, la télévision, la presse écrite publique et privée, etc ;
- l'organisation de rencontres d'information et de sensibilisation avec les partenaires au développement.

**2) la phase d'information et d'appropriation du contenu du PNBG et du PI :**

Cette phase constitue le noyau dur du plan de communication. Elle consistera en l'organisation de séances de travail pour toutes les cibles regroupées en grands groupes sectoriels. Dans ce cadre, seront programmés :

- des séminaires ateliers, conférences- débats, dans tous les secteurs et dans toutes les provinces de notre pays. Base d'appui : les futurs gouverneurs de régions et les hauts-commissaires de provinces, les maires des communes, etc ;
- des émissions sous forme d'échanges ;
- la conception de scénario de théâtre-forum et de films documentaires autour des idées-force du Plan National de Bonne Gouvernance ;



- l'organisation et/ou la participation à des jeux concours sur des thèmes de bonne gouvernance (exemple : sésame ouvre-toi de la RNB) ;
- la création de prix de bonne gouvernance lors des grandes manifestations nationales et internationales ( Thèmes des artistes des Semaines Nationales de la Culture, etc.).

### **3) La phase d'accompagnement de la réalisation des activités de bonne gouvernance**

L'objectif du plan de communication ici est de trouver les voies et moyens pour gagner l'adhésion des bénéficiaires des activités, des autorités, des partenaires et des populations en général, et obtenir qu'ils accompagnent la réalisation des activités de bonne gouvernance et notamment celles inscrites au programme d'investissement.

Cet exercice permettra de rendre effectifs les deux principes importants dans une gestion collective à savoir la participation effective de tous à tous les stades de la réalisation des activités et l'obligation de rendre compte à la nation.

#### **- Mise en œuvre d'un processus participatif dans la réalisation des activités :**

Le but visé est d'entretenir la convivialité et l'interactivité dans la réalisation des activités de bonne gouvernance en trouvant des systèmes pour recueillir les avis et observations des acteurs, des bénéficiaires et du public, ce qui permettrait à la Coordination Nationale de disposer d'une masse de propositions et d'avis du public sur des sujets précis qui pourraient alimenter les indicateurs de performance et servir lors de la formulation des prochains plans de bonne gouvernance.

Ces idées seront concrétisées à travers :

- a) l'utilisation d'espaces dans les journaux publics et privés dénommés « Vitrine de la Bonne Gouvernance » et d'espaces radio et télé pour des débats à thèmes sur la bonne gouvernance et sur toutes activités en cours de réalisation ;



- b) la création et l'animation à terme d'un bulletin de la bonne gouvernance dénommé « vitrine de la Bonne Gouvernance » par le chef du service de la communication et des Relations Publiques du Secrétariat Exécutif ;
  - c) la création et la mise à jour régulière d'un site web principalement pour la publication du Plan National de Bonne Gouvernance et des activités «Espaces » dont la réalisation contribuera à soigner davantage l'image du Burkina Faso au plan mondial.
  - d) l'organisation de rencontres de concertation avec les administrations publiques, le secteur privé, la société civile et les amis du Burkina (pays amis, partenaires au développement etc) ;
  - e) l'organisation de conférences animées par des personnes ressources nationales et étrangères spécialistes de thèmes à choisir, pour des publics cibles variés : Administration publique, secteur privé, associations de la société civile ;
  - f) La création et la gestion d'une adresse électronique (e-mail) qui servira de trait d'union entre le Secrétariat Exécutif de la Bonne Gouvernance et le village planétaire.
- Organisation d'un système de compte rendu à la nation.

Les comptes rendus des activités de bonne gouvernance seront faits :

- a) par la Coordination Nationale qui pourrait périodiquement faire le point de l'état d'avancement de la politique de la bonne gouvernance dans notre pays (consolidation des points forts et des acquis, faiblesses à parfaire, nouvelles orientations à intégrer, etc.).
- b) par le Secrétariat Exécutif qui prendra périodiquement le relais de la Coordination Nationale pour entrer dans les détails ;
- c) par les Comités Sectoriels qui feront l'état d'avancement des activités de bonne gouvernance en cours d'exécution dans leurs domaines sectoriels.



NB : Il faut observer que les cibles étant des communautés et des groupements humains, l'application sur le terrain ne saurait se constituer de phases disjointes et sans liens. Au contraire, il y aura des situations de chevauchement et par rapport aux cibles et aux outils de communication, on assistera à des combinaisons de phases. Ainsi, pendant que certaines activités ou certaines cibles nécessiteront par exemple la phase 1, au même moment, d'autres activités ou d'autres cibles nécessiteront l'application de la phase 3 ou 2 et ainsi de suite.

### 3- ACTIONS INTRODUCTIVES AU PLAN DE COMMUNICATION

Afin de permettre une pleine réalisation du Plan de Communication, quelques actions préalables ont été identifiées dont la mise en œuvre se présentera comme un prélude. Il s'agit de :

- la création du Service de Communications et de Relations Publiques au sein du Secrétariat Exécutif de la Bonne Gouvernance ;
- la conception d'un Logo et d'une devise pour le Secrétariat Exécutif de la Bonne Gouvernance (SEBG) ;
- la conception d'un hymne à la bonne gouvernance ;
- la rédaction de la déclaration de mission ;
- l'organisation de la cérémonie officielle d'installation des organes de gestion de la Bonne Gouvernance ;
- la formation des médias publics et privés.
- la création d'un cadre associatif des communicateurs en soutien à la bonne gouvernance.



### **3-1 CREATION DU SERVICE COMMUNICATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES** **AU SEIN DU SECRETARIAT EXECUTIF**

L'importance de la communication dans un domaine aussi délicat que la bonne gouvernance qui implique entre autres une collaboration poussée et harmonieuse entre des entités autrefois évoluant quasi- séparément a conduit à créer un Service de Communication et de Relations Publiques au sein du Secrétariat Exécutif de la Bonne Gouvernance.

Ce service est principalement chargé de la promotion d'une bonne communication d'une part entre le secteur public et privé ainsi que la société civile et d'autre part entre le Secrétariat Exécutif et l'ensemble de l'environnement institutionnel de notre pays. Dans ce cadre, il est notamment chargé :

- de la mise en œuvre du Plan de Communication déployant les outils nécessaires à l'information et la sensibilisation des personnes cibles sur les objectifs et les activités de bonne gouvernance, de manière à gagner leur adhésion tout au long du processus ;
- de gérer toutes les questions de presse et d'information intéressant le Secrétariat Exécutif, de même que ses relations avec les Institutions et les organes de presse publics ou privés ;
  - d'organiser et de préparer les activités du Secrétariat Exécutif dans ses relations avec les différents organes d'information et le public ;
- d'assurer pour le compte du Secrétariat Exécutif le dépouillement et l'analyse des journaux, périodiques et revues ;
  - de mettre en place une documentation et des statistiques de presse ayant un rapport avec les activités de la Bonne Gouvernance.



Mais pour mener à bien sa mission, le chargé de Communications et de Relations Publiques doit travailler à établir un climat de réceptivité avec les professionnels des mass-media et de la communication.

En outre, le carnet d'adresses du chargé des relations publiques devrait contenir un répertoire de personnes ressources et de contacts utiles au niveau de la presse. A titre d'aide mémoire, un répertoire indicatif est dressé à son intention en annexe au présent plan.

### **3-2 CREATION D'UN LOGO ET D'UNE DEVISE POUR LE SEBG**

Mais à côté de l'adoption du plan de communication et des relations presse, l'autre urgence (extrême) qui se pose au Secrétariat Exécutif est l'adoption d'un logo et d'une devise. Et cela en vue de donner une image, une visibilité, une identité à la bonne gouvernance. Pour ce faire, les termes de référence pour la confection du logo et de la devise sont proposés en annexe.

### **3-3 DECLARATION DE MISSION DE LA BONNE GOUVERNANCE**

Au nombre des supports d'identification et de promotion du credo de la Bonne Gouvernance, il sera élaboré une déclaration contenant la philosophie générale de la Bonne Gouvernance (Etat régulateur, secteur économique professionnel, société civile responsable) ainsi qu'une invite à la fois personnalisée et collégiale à un esprit citoyen et civique aussi bien au plan institutionnel qu'informel. Cette déclaration de mission qui indique la profondeur et la solennité de l'engagement de la nation en devenir qu'est le Burkina Faso pour une gestion responsable et participative de la cité sera médiatisée et traduite dans les principales langues nationales en vue de son appropriation par les communautés de base. Cette déclaration, véritable profession de foi indiquera l'option



nationale pour l'instauration d'une gouvernance de proximité et de responsabilité et en conséquence de partage.

### **3-4 HYMNE POUR LA BONNE GOUVERNANCE**

En plus du logo et de la devise, il sera lancé un concours en vue de la composition de l'hymne de la bonne gouvernance. Cet hymne devra faire ressortir les grands principes qui sous-entendent la Bonne Gouvernance. Le texte devra être à la fois simple, clair, facile d'accès, mais en même temps révéler une profondeur d'analyse et de conviction, tout en étant exploitable au plan de la musicalité et des rythmes et des airs notamment de nos terroirs. L'adoption de l'hymne complètera fort pertinemment l'ensemble du dispositif identitaire caractérisant le rôle, la place, l'importance et les missions du PNBG.

### **3-5 CEREMONIE D'INSTALLATION OFFICIELLE DES ORGANES DE GESTION DE LA BONNE GOUVERNANCE**

Le Secrétariat Exécutif et les Comités Sectoriels sont des émanations de la Coordination Nationale de la Bonne Gouvernance pour le compte de laquelle ils travaillent et dont ils reçoivent leurs missions. La coordination nationale a été officiellement installée le 27 Septembre 2002. Pour une meilleure visibilité et une meilleure médiatisation des activités du Secrétariat Exécutif et des comités sectoriels qui sont relativement de création récente dans le paysage institutionnel de notre pays, il apparaît opportun de procéder à leur installation officielle, par la Coordination Nationale.

Cette cérémonie officielle constituera la première opportunité officielle de la haute instance d'orientation des activités de bonne gouvernance au Burkina Faso (qu'est la Coordination Nationale) d'affirmer l'importance désormais accordée à la bonne gouvernance devant un parterre regroupant les autorités dirigeantes de notre pays, les



acteurs de l'économie nationale (secteur privé, dirigeants d'entreprises et de sociétés auxquels une large place est désormais donnée dans le cadre de la gestion des affaires publiques), le monde de la finance internationale, amis et partenaires au développement de notre pays etc.

Elle sera également un prétexte pertinent pour une sensibilisation de l'opinion publique en général à la cause de la bonne gouvernance en marche dans notre pays et marquera ainsi le démarrage du plan de communication dont le fil conducteur est axé sur la sensibilisation, l'information et l'appropriation de la vision de bonne gouvernance par nos concitoyens.

Le plan de communication pourrait en effet connaître son lancement ce jour, par le biais d'une interview du Président de la Coordination Nationale à l'issue de la cérémonie d'installation officielle. Cette interview pourrait définir les grands axes de la politique de bonne gouvernance de notre pays, à charge pour le Secrétariat Exécutif de les développer par la suite lors d'une prochaine rencontre avec la presse.

### **3-6 FORMATION DES MEDIAS PUBLICS ET PRIVES**

La presse constitue un partenaire incontournable et efficace pour l'accompagnement de toute la politique de communication dont l'objectif majeur est la sensibilisation, l'information et la formation de tous aux enjeux et objectifs de la bonne gouvernance. Elle doit donc être la première formée autour des idées véhiculées par le Plan National de Bonne gouvernance.

Dans ce sens un atelier sera organisé à son intention sur :

- les objectifs du Plan National de Bonne Gouvernance et ses enjeux ;
- les activités de promotion de la bonne gouvernance définies par le Programme d'Investissement ;
- le rôle de la Presse dans la promotion de la bonne gouvernance.



- etc

### **3-7 CREATION D'UN CADRE ASSOCIATIF DE SOUTIEN A LA BONNE GOUVERNANCE**

Les professionnels de l'information et de la communication de par leur pratique professionnelle au quotidien constituent, par excellence, les potentiels relais et les vecteurs appropriés pour la promotion de la bonne gouvernance. Aussi, on peut accroître qualitativement et quantitativement l'impact du plan de communication si, par les actions de formation des hommes de presse, on en venait à susciter la conviction de certains d'entre eux qui, pour manifester et concrétiser leur soutien à la bonne gouvernance, s'organiseraient en réseau.

Dans la mesure où donc les communicateurs peuvent devenir des relais professionnels et personnels actifs de diffusion et de promotion des objectifs de la bonne gouvernance, il y a lieu d'inciter ceux qui auront été formés au cours de séminaires à créer par eux-mêmes un cadre associatif de soutien de la bonne gouvernance.

Cette structure initiera des activités de formation, entreprendra des actions de médiatisation et de communication sur le terrain. A titre d'exemple la structuration associative suivante est possible :

#### ***Réseau des Communicateurs pour la Bonne Gouvernance (R.C.B.G.) .***

Proposition de bureau type :

- Président :
- Secrétaire général :
- Trésorier :
- Secrétaire à l'organisation, à l'information et à la communication :
- Secrétaire à la promotion féminine :



A terme, cette structure pourrait se doter d'une section à Bobo Dioulasso, et même ouvrir des sections régionales dans les onze autres régions du Burkina.

## 4- ACTIONS STRATEGIQUES DU PLAN DE COMMUNICATION

Les actions développées autour des trois phases de la stratégie de communication peuvent être présentées sous forme :

- d'actions médiatiques ;
- d'actions hors média ;
- et d'actions de class média sur le WEB.

### 4-1 ACTIONS MEDIATIQUES



Les actions médiatiques s'insèrent dans :

- le secteur de la presse écrite ;
- le secteur de la radiodiffusion ;
- le secteur de la télévision.

#### **4-1-1 DANS LE SECTEUR DE LA PRESSE ECRITE ET DE L'EDITION**

La presse écrite, publique et privée, bénéficie de nos jours d'une grande audience avec ses titres multiples et ses contenus variés. Ces quotidiens et hebdomadaires peuvent donc aujourd'hui servir de porte-voix et faire valablement écho aux réflexions et activités sur la bonne gouvernance dans notre pays.

Ainsi, quatre grands groupes d'activités seront menés :

##### **1) Au niveau des journaux de publication régulière**

Sans être exhaustifs, la nature des écrits identifiés ainsi que leurs contenus et les personnes ressources retenues se présentent comme suit :

##### **- Nature des écrits :**

- les interviews simples ou grandes interviews (par exemple l'invité de la rédaction) ;
- les points de presse ;
- les invités de la rédaction du journal ;
- les reportages sur des dossiers à réaliser à partir d'enquêtes menées sur le terrain ;
- les encarts ;
- les encarts détachables (journal spécial à thèmes de quelques pages à insérer à des jours précis dans les quotidiens ou les hebdomadaires publics ou privés).



- Contenu des écrits et personnes ressources retenues :

Les personnes ressources viendront d'horizons divers :

- Hautes autorités de la Coordination Nationale de la Bonne Gouvernance : pour donner la vision, les principes, l'orientation générale et l'importance accordée à la bonne gouvernance dans notre pays ;
- animateurs du Secrétariat Exécutif et des Comités Sectoriels de la Bonne Gouvernance : pour faire des comptes rendus d'étapes dans la réalisation des activités de bonne gouvernance à eux confiées ;
- Secteurs de l'Administration Publique, du secteur privé et de la Société Civile, personnalités du monde de la recherche (Université, etc) : pour apporter leur contribution notamment dans le cadre de la vision prospective de la marche de la bonne gouvernance dans notre pays.
- Etc.

**2) Animation régulière de « Vitrine de la Bonne Gouvernance »**

Cette « Vitrine de la bonne gouvernance » constituera un espace privilégié pour les différentes publications des organes de gestion de la bonne Gouvernance et permettra de mettre en pratique le principe de l'obligation de rendre compte à la Nation :

- publication du Plan National de Bonne Gouvernance par séquences ;
- compte rendu de l'état d'avancement des activités des organes de gestion ;
- compte rendu des réunions statutaires de la Coordination Nationale, du Secrétariat Exécutif et des Comités Sectoriels ;
- interview des responsables de ces réunions statutaires au sortir des sessions ;
- interview du Chef du Service Relations Publiques du Secrétariat Exécutif pour tous messages et informations destinés au public.
- Cadre de rencontre où chaque mois des invités de haut niveau viendront s'entretenir d'un thème de bonne gouvernance préalablement choisi de commun accord. Cela participera à l'éclosion d'idées nouvelles et permettra aux



autorités de disposer d'une masse de propositions pouvant servir d'aide à la décision pour les choix d'orientations futures.

- Etc.

### **3) Édition d'un journal dénommé « Vitrine de la Bonne Gouvernance ».**

Ce journal sera une édition sous une forme de revue de presse qui reprendrait les articles suscités par le SEBG à travers les accords passés avec les quatre quotidiens de la place qui sont tenus, par le biais de cet accord, de produire, une fois par mois et de manière rotative (première semaine du mois : Sidwaya, deuxième semaine du mois : L'Observateur Paalga, troisième semaine du mois : le Pays et quatrième semaine du mois : L'Express du Faso), toutes formes d'articles sur la bonne gouvernance.

Cette « Vitrine de la bonne gouvernance » peut également prendre en compte d'autres articles intéressants parus hors de ce contrat (notamment d'autres journaux que les quotidiens sus-cités). Ce sera une forme de deuxième chance donnée à ces articles d'être lus à nouveau en dehors de la parution normale dans les quotidiens.

A la fin de chaque mois, la revue de presse obtenue et également intitulée « Vitrine de la Bonne Gouvernance » sera largement diffusée, notamment sur le net, mais également par le biais du mailing sur l'ensemble du territoire et hors du Burkina Faso.

Sa principale cible sera donc constituée par le Ministère des Affaires Étrangères et de la Coopération régionale, nos Ambassades basées à l'étranger, les Ambassades des pays amis dans notre pays, les bailleurs de fonds, la presse étrangère, les Directeurs de Communications et Directeurs de protocole des Cabinets ministériels, les chefs de service Relations Publiques, les services publics et privés, les ONG etc.



Il aura donc pour objectif de contribuer à faire connaître les réformes engagées par le Burkina Faso dans ses efforts de bonne gouvernance, et d'ouvrir la réflexion, dans une démarche prospective sur les chantiers futurs.

#### **4) La bande dessinée**

La bande dessinée qui est intitulée « la bonne gouvernance racontée à Poko et Raogo » sera réalisée en deux temps : d'abord, en utilisant, à l'occasion les espaces disponibles dans « les vitrines de la Bonne Gouvernance », ensuite en réalisant un album complet sur le thème de la Bonne Gouvernance, avec des mots simples, et partant accessibles aux plus petits (préscolaire, primaire) auxquels est destinée la bande dessinée. Il s'agit de travailler à mettre au point un produit qui soit vraiment parlant sans ambiguïté et accessible à la compréhension des tout-petits, et qui, en conséquence, va les marquer profondément et positivement, durant toute leur vie.

#### **4-1-2 DANS LE SECTEUR DE LA RADIODIFFUSION**

La radio-diffusion est le secteur le plus populaire des médias dans notre pays. Son audience est maximale (citoyens des villes et des campagnes) et sa diversité aujourd'hui permet d'atteindre plusieurs catégories de cibles (monde de l'administration, jeunes, monde rural, etc).

En outre, qu'elle soit publique ou privée, elle diffuse des informations dans la langue officielle et dans plusieurs de nos langues nationales, ce qui est un atout non négligeable pour la diffusion de messages d'information et de sensibilisation.

Les actions suivantes sont prévues pour porter les messages de bonne gouvernance dans ce secteur :



**1) nature des émissions :**

- les émissions d'information (journaux parlés, tranches spéciales des journaux, l'invité de la rédaction, journaux en langues nationales) ;
- les émissions – débats ;
- les points de presse ;
- les interviews ;
- les spots publicitaires ;
- diffusions de pièces de théâtre-forum et de films radiophoniques écrits et mis en scène sur des thèmes de la bonne gouvernance.

**2) personnes ressources :**

- Président et membres de la Coordination Nationale
- Secrétaire Exécutive et cadres du Secrétariat Exécutif,
- Président et membres des Comités Sectoriels
- Universitaires, Élus locaux, Partenaires au développement ;
- etc.

**4-1-3 DANS LE SECTEUR DE LA TELEVISION**

Du fait qu'elle véhicule l'image, la télévision constitue un médium très prisé, surtout par les jeunes, même si, en dépit de son taux de couverture national officiel, son champ d'arrosage géographique effectif reste toujours assez restreint (forte présence surtout dans les grandes villes) et sa faible diversité (nombre de stations de télévision relativement dérisoire) limitent sa portée.

En outre, elle est le média par excellence pour la diffusion de films, de pièces théâtrales etc.

Les actions prévues pour être soutenues par ce secteur sont :



### **1) Nature des émissions :**

- émissions d'informations et de formations ( par exemple l'invité du journal télévisé du samedi ou du dimanche)
- diffusions de documentaires
- débats ( par exemple « tirs croisés », « Parlons en » à la TNB)
- interviews
- couvertures de séminaires et ateliers
- réalisation et diffusion de spots publicitaires
- diffusion de films, sit-com et de pièces de théâtres écrits et mis en scène sur des thèmes de la bonne gouvernance.

### **2) production et diffusion des émissions de Télévision et vidéo**

Compte tenu de l'audience et de l'impact de la télévision qui est un médium particulièrement sollicité aussi bien par les publics des villes et des campagnes que par les élites et les masses, il convient de mettre un accent particulier sur la production et la diffusion d'émissions à la typologie variée (informations, débats, loisirs, détente...) en vue de prendre en compte toute la gamme des attentes des différentes catégories de téléspectateurs. Ainsi il faut prévoir la production d'un certain nombre d'émissions de télé.

### **Les Sit-com « vis-à-vis »**

Pour la réalisation de l'émission « vis-à-vis » ainsi que les documentaires, il y a une structure de coproduction avec la TNB : « Artistes Productions » qui a comme associés les principaux acteurs de l'émission. Les scénarios de l'émission sont co-écrits par le réalisateur Abdoulaye DAO et le scénariste Guy Désiré Yaméogo. Pour la commande de l'émission, il convient de s'adresser au réalisateur co-producteur de l'émission, avec une



synthèse des attentes et des objectifs visés, ainsi que des résultats escomptés à travers la réalisation de l'émission. Pour le cas présent, il est expressément formulé que :

Pour le premier épisode, l'accent sera mis sur trois paramètres :

- faire le constat des dysfonctionnements au niveau administratif, des faiblesses de la société civile, et du manque de professionnalisme des acteurs du privé. Toutes ces choses ayant pour conséquences la paupérisation des couches déjà défavorisées et le sous-développement ;
- situer les responsabilités au niveau des trois secteurs (État, secteur privé, société civile).
- faire ressortir la nécessité de promouvoir la bonne gouvernance, aussi bien au niveau du secteur des structures de l'État que de celui de la société civile et du secteur privé.

Le deuxième épisode sera consacré aux dysfonctionnements du secteur des structures de l'État (lenteurs administratives, corruption, incompétence, etc.) et à la nécessité pour tous les acteurs en présence de faire sienne cette philosophie devenue populaire, mais qui garde tout son sens et qui a été largement popularisée par le président américain John F. Kennedy : « Avant de vous demander ce que l'État a fait pour vous, demandez-vous d'abord ce que vous avez fait pour l'État. »

Le troisième épisode est consacré à l'état d'amateurisme et de tâtonnement dans lequel reste confiné le secteur privé : manque d'initiatives novatrices, absence de rigueur dans la gestion comptable, développement de l'art de paraître et des effets de démonstration, manque de spécialisation dans les filières, harcèlement sexuel et insécurité professionnelle, exploitation salariale, etc. Dans un second temps, il s'agira de montrer que la professionnalisation du secteur privé sécurise autant l'employé que l'employeur et crée de nouvelles richesses parce qu'assurant une croissance durable.



Le quatrième épisode mettra l'accent sur le rôle incontournable de la société civile dans la construction d'un État moderne et la nécessité pour la société civile de rester en dehors des logiques de politiques politiciennes et de « l'instrumentalisation », voire « l'ustensilisation » des cadres associatifs.

Le cinquième épisode montrera comment les différentes défaillances constatées tant au niveau des structures de l'Etat, de la société civile que du secteur privé peuvent trouver leur solution à travers une bonne application de la bonne gouvernance.

Le contenu de l'ensemble de ces cinq (5) épisodes doit faire appel aussi bien au français qu'aux trois principales langues (Mooré, Dioula et fulfuldé), en sorte que, bien que la trame de l'histoire soit en Français, il y ait des dialogues dans les langues nationales. Au delà de l'aspect *stricto sensu* linguistique, les scénarii seront travaillés et la direction d'acteur conduite en sorte que la langue ne soit pas un obstacle à la compréhension des épisodes en question.

NB :Pour ce sit-com « Vis-à-vis » ,on pourrait également adopter le principe de 4(quatre) scénarii en prenant soin de regrouper les contenus. Ce qui aura comme effet de faire baisser le coût général de la production. Au demeurant, c'est sur la base de cette option de 4 (quatre) épisodes au lieu de 5 ( cinq) que nous ferons l'estimation budgétaire de cette activité du présent plan.

### Les documentaires



Le tournage des documentaires, toujours envisagés dans le cadre du partenariat entre « Artistes productions » et la télévision nationale, devrait aboutir à la mise en place de deux produits de même format, mais aux contenus assez différents.

Le documentaire de présentation sera produit au cours des tous premiers mois de l'exécution du présent plan. Le contenu sera :

- une photographie d'ensemble de la bonne gouvernance avec ses composantes et autres comités sectoriels.
- Un état des lieux sur l'exécution des programmes sectoriels comme celui de renforcement de la bonne gouvernance économique, etc.
- Un bilan de l'existant en matière « d'acquis bonne gouvernance »
- Un point complet sur les objectifs du plan national et la volonté politique affichée au plus haut niveau d'atteindre des résultats probants en matière de bonne gouvernance.

Le documentaire de bilan dont la réalisation ne sera achevée qu'à la fin du présent plan de communication devrait faire ressortir :

- le point des activités menées en matière de sensibilisation, de formation et d'appropriation
- les acquis matériels et immatériels engrangés sur le terrain de la promotion de la bonne gouvernance.
- Le nouvel état des lieux des principales cibles de la bonne gouvernance (Etat, secteur privé, société civile)

pérennisation du projet à la fin du plan de communication par les publics cibles (leaders d'opinion, communautés de base, cibles spécifiques, etc.)

NB : Du fait des coûts élevés de production de documentaires télé- vidéo, les charges financières de ces documentaires seront supportées par les lignes budgétaires des



couvertures médiatiques ( de la télévision) des différentes activités sur la bonne gouvernance.

### **Les spots**

Pour ce qui concerne les spots, il s'agit de concevoir des messages qui soient accessibles au grand public pris dans sa dimension la plus large possible. L'énoncé général et générique serait en substance que pour ce qui est de la bonne gouvernance, il faut que : « l'État régule, que le secteur privé soit performant, et que la société civile soit pertinemment impliquée ».

Ensuite, les spots, en fonction des trois objectifs et des publics cibles, seront formulés à partir de messages appropriés. Ainsi, on pourrait, dans une première option, avoir des messages dont les substances sont les suivantes :

- Premier spot (général) : Adhérons à la bonne gouvernance pour un État rassembleur, un privé bâtisseur et une société civile engagée positivement ;
- Deuxième spot (État) : je travaille comme si c'était dans le champ de mon père, parce que la patrie c'est la maison de mon père ;
- Troisième spot ( secteur privé) : une seule main ne ramasse pas la farine
- Quatrième spot (société civile) : la maison commune s'édifie collectivement.

Pour travailler à ce que les publics se reconnaissent et s'identifient à travers les messages proposés, il sera fait appel aux richesses littéraires et à la sagesse de nos terroirs.

Pour la budgétisation, nous nous sommes basés sur une estimation financière standard prenant en compte tous les éléments de conception, de réalisation avec des tournages en extérieur.



NB : Ces spots ci-dessus évoqués sont à thèmes comme on le voit, mais à côté de ces spots thématiques, il y aura dans le cadre des séminaires ateliers, des olympiades, des « 72 heures de la Bonne Gouvernance » et autres activités de réflexion ou purement récréatives des bandes annonces ou des spots « événementiels » qui sont justes produits pour des manifestations précises et le plus souvent avec des images d'archives. Aussi, la campagne de médiatisation impliquera la diffusion des spots à thèmes ainsi que les « événementiels »

### **Le dessin animé**

Il aura une appellation éponyme à la bande dessinée « la bonne gouvernance racontée à Poko et Raogo ». L'objectif est (à l'image de la bande dessinée) de disposer d'un message approprié à la compréhension des tous petits sur les grands principes de la bonne gouvernance sur un support (audiovisuel et télévisuel) qui a un énorme succès auprès de cette frange de la population.

## **4-2 ACTIONS HORS MEDIA**

### **1- Les grands rendez-vous de la bonne gouvernance**

#### **a) les séminaires gouvernementaux et parlementaires**

Il s'agit, à travers ces séminaires destinés aux membres du gouvernement et aux parlementaires d'effectuer une démarche à la fois de sensibilisation et de formation des décideurs politiques à la bonne gouvernance, mais également de plaider par cette même occasion la cause de la bonne gouvernance auprès de ceux-là même qui votent les lois, prennent les décrets, et en conséquence disposent d'un pouvoir décisionnel qui peut



accélérer ou freiner une cause selon leur degré de conviction sur le bien fondé ou la pertinence du thème, du sujet, ou de la question en l'objet.

### b) Les États généraux de la bonne gouvernance

Il s'agit de faire une évaluation critique de l'ensemble de la bonne gouvernance à la fin du plan de communication, précisément en décembre 2004, c'est à dire après deux ans d'application dudit plan. Et cela à travers une grande séance de réflexion.

En trois jours de travaux, il s'agira de voir comment les publics cibles ont éventuellement été convaincus sur la pertinence des grands principes que véhicule la bonne gouvernance. Il s'agira également de voir quels devraient être les futurs défis et challenges des organes de gestion de la bonne gouvernance.

Aussi ces états généraux devraient-ils intervenir à la fois comme un objectif d'aboutissement (bilan de 2 ans) et un point de départ (perspectives d'avenir). L'aboutissement serait celui des 24 mois de plan de communication avec un tour d'horizon le plus objectif et le plus complet possible des grandes interrogations, des options majeures, des défis suscités par les différentes cibles sur cette problématique. Il s'agira aussi de convier l'ensemble des différents acteurs de la cité et de la nation à prendre un engagement à la fois personnel, professionnel et social sur l'option d'épouser les grands principes de la bonne gouvernance. Un engagement permanent et bien plus, qui soit frappé du sceau de la pérennité.

Ces états généraux de la bonne gouvernance sont prévus pour se tenir du 07 au 09 décembre 2004 à Ouagadougou. Il sera demandé à la coordination nationale, et en conséquence au secrétariat exécutif, de faire l'évaluation et le bilan des 24 mois d'ensemencement et de promotion de *l'esprit bonne gouvernance*. Compte tenu de la très haute solennité de l'événement, il devrait être mis sous le très haut patronage de Son Excellence M. Blaise Compaoré, Président du Faso, et la présidence effective de



Son Excellence Monsieur le Premier Ministre, avec des invités d'honneur et des conférenciers constitués de hautes personnalités de renommée nationale et internationale.

En tous les cas, il convient, après la sélection définitive des personnalités pressenties pour prendre part aux états généraux de la bonne gouvernance et/ou aux ateliers gouvernementaux et parlementaires, que dès à présent, les procédures d'invitation par les voies protocolaires appropriées puissent être lancées, et que la gestion du suivi des réponses, accusés de réception, propositions de dates ou de report de participation puissent être pris en compte dans le chronogramme hors-média concernant les ateliers à l'adresse de l'exécutif, du législatif et du judiciaire.

### c) L'organisation des olympiades

Pour donner les meilleures chances d'enracinement de la bonne gouvernance dans la conscience générale, il importe de toucher le monde des scolaires par un exercice à la fois récréatif, mais également pédagogique, qui permet aux enfants de s'épanouir sainement tout en apprenant. Les olympiades s'appuient sur la motivation de l'élève par rapport au sujet traité, mais également sa culture générale et sa volonté d'éveil par rapport aux grandes questions de l'heure. Les olympiades constituent en cela un bon exercice pour enraciner le concept de la bonne gouvernance dans l'esprit des enfants.

Ainsi par exemple , les structures de lecture publiques sont au nombre de 49 et localisées dans toutes les communes. Elles ont une expertise et une expérience certaines en matière d'organisation d'activités de jeux et de compétitions d'éveil au plan national. Ce réseau est coordonné par le coordonnateur des CLAC , (Centres de Lectures et d'Animation Culturelles) qui a déjà conduit des concours d'olympiades. Les modules pour les sessions des olympiades pourront porter sur :

- la rédaction pour le primaire et le 1<sup>er</sup> cycle du secondaire ;



- la dissertation pour le second cycle du secondaire ;
- l'essai littéraire ou la nouvelle pour l'université ;
- etc.

Toutefois, dans un premier temps, les olympiades seront limitées dans deux établissements pilotes de la ville de Ouagadougou, l'un étant public et l'autre privé. Ces olympiades pourront plus tard servir de modèle et d'inspiration à d'autres établissements qui en manifesteraient de l'intérêt.

**2) les conférences publiques** : elles permettront à d'éminentes personnes ressources d'horizons divers sélectionnées, de produire des communications et de partager leur contenu en animant des conférences débats à un public restreint ou ouvert selon les cas.

**3) les petits déjeuners ou les déjeuners de presse** permettront au Secrétariat Exécutif et aux Comités Sectoriels de tirer les conclusions d'un atelier ou de dévoiler les grandes lignes de la mise en œuvre future d'une ou plusieurs activités de bonne gouvernance, etc.

**4) les dépliants** : ils seront conçus en 3 volets et présenteront :

- les mots clés de la vision de la bonne gouvernance au Burkina Faso ;
- la synthèse du contenu du Plan National de Bonne Gouvernance et du Programme d'Investissement ;
- l'organisation et le fonctionnement de chacun des organes de gestion de la bonne gouvernance (Coordination Nationale, Secrétariat Exécutif, Comités Sectoriels) ;
- etc.

**5) les affiches et les banderoles** véhiculant des thèmes pertinents de bonne gouvernance seront conçues pour être placées dans les locaux administratifs de grande fréquentation, dans les locaux où se tiendront les ateliers et séminaires, et aux abords



des grandes artères de nos cités lors de grands événements relatifs à la bonne gouvernance.

Exemples de textes et thèmes de banderoles :

- « Ta pierre et ma pierre formeront notre Faso »
- « Concertation et dialogue, credo pour une cité de paix »
- « La bonne gouvernance, c'est mon combat pour un avenir meilleur »
- « Bonne gouvernance, nouvelle cité, néo-citoyenneté »
- « Prise de parole, part prise dans la gestion de la cité »
- « J'aime le Burkina, j'adhère à la bonne gouvernance »
- « Bonne gouvernance ? J'adhère ! »
- « Engagement participatif ? Bien évidemment ».
- Etc.

**6) les films, les pièces de théâtre, les poèmes et les narrations de toutes sortes :** le monde des arts sera mis à contribution à travers l'écriture de scénario de films documentaires courts, l'écriture et la mise en scène de pièces de théâtre, l'écriture et la récitation de poèmes et d'autres expressions artistiques.

Ces œuvres seront exécutées sur scène et/ou diffusées à la radio et à la télévision nationale.

**7) les distinctions de la bonne gouvernance :**

a) Les œuvres ci-dessus citées (films, pièces de théâtre, poèmes etc.) pourront être présentées à des jeux concours et les lauréats primés par des prix de bonne gouvernance dont les règles du jeu et les jurys seront prédéfinis.



**b)** De même, des prix de bonne gouvernance pourront être décernés lors des grandes manifestations culturelles de notre pays à des productions culturelles et artistiques comme les chants (SNC et NAK) mettant en exergue des thèmes pertinents de bonne gouvernance.

**c)** Au nombre des distinctions et prix, nous proposons que le SEBG distingue chaque année un journaliste qui se serait illustré par la qualité de son article ainsi que sa pertinence sur le thème de la bonne gouvernance. Ce prix peut être décerné lors de la nuit du communicateur (prix Galian) organisé le 03 mai de chaque année par le ministère de l'information pour célébrer l'excellence journalistique.

**d)** Nous préconisons également le lancement d'un concours intitulé BCBG sur le web et qui veut tout simplement dire « Bonne connaissance de la Bonne Gouvernance. ».

**e)** Mais l'activité de distinction majeure que nous proposons est le prix d'excellence de la Bonne gouvernance. Il s'agit de constituer un jury qui va observer, des mois durant, les différents acteurs de la vie de la nation et qui vont distinguer en leur âme et conscience, un individu ou une structure qui, de manière directe ou indirecte, aura oeuvré dans le sens de la promotion des objectifs de la bonne gouvernance.

La distinction sera remise lors d'une soirée, à la veille de la fête nationale, soit le 10 décembre, de manière solennelle et majestueuse par les plus hautes autorités de l'État. Il convient de préciser qu'à terme et avec l'assentiment et la collaboration de la grande Chancellerie et sur proposition du Premier Ministère, il sera envisagé un ordre de mérite de la Bonne Gouvernance.



#### **4-3 ACTIONS CLASS MEDIA SUR LE WEB**

Quatre actions principales seront menées :

1) **la création et la mise à jour régulière d'un site web** principalement pour la publication du Plan National de Bonne Gouvernance et des activités de revue de presse « La vitrine de la Bonne Gouvernance » dont la réalisation contribue à faire connaître davantage le Burkina Faso au plan mondial.

2) **La création et la gestion d'une adresse électronique (e-mail)** qui nous servira de trait d'union avec le village planétaire. L'animation de l'inter- activité par correspondance entre le Secrétariat Exécutif de la Bonne Gouvernance et le public intérieur comme extérieur à notre pays sera réalisée grâce à cette adresse électronique.

#### **3) La promotion du site web**

Sur cette partie class média, il faut noter que les accords de partenariat passés avec les titres de journaux doivent prévoir de mentionner systématiquement l'adresse du site web sur les pages. De même, tous les supports (affiches, dépliants, agendas, banderoles, etc.) relatifs à la bonne gouvernance porteront une indication claire de l'adresse. Il en est de même des stands lors des manifestations comme le FESPACO, le SIAO ou la SNC. Il sera prévu la création de liens avec d'autres sites du Burkina comme ceux du Premier ministre et d'institutions telles que le FESPACO ou le SIAO.

#### **5) Le concours « BCBG »**

Ce concours ouvert aux internautes visitant le site de la Bonne Gouvernance sera mensuel. Il permettra aux internautes de se fidéliser au site du secrétariat exécutif et ainsi de connaître davantage les missions et les objectifs du SEBG.



La deuxième formule pourra être la désignation dans le cadre d'un espace de forum de discussion du « meilleur argumentaire » sur la diffusion et l'appropriation de la Bonne Gouvernance, etc.

Dans le principe, ce jeu devrait permettre de faire du site de la Bonne Gouvernance l'un des plus visités. Pour renforcer l'attrait du site ainsi que le jeu concours, il pourra être envisagé le relèvement des prix en nature avec le partenariat de structures comme la LONAB, la DELGI, le CENATRIN, l'ONATEL ou encore la RTB et les titres de journaux de la place. Les mêmes stratégies de sponsoring, de partenariat et de collaboration pourraient contribuer à faire baisser certains coûts d'activités de promotion prévues aussi bien dans les mass media que dans le hors media.

Toute chose qui permettrait une médiatisation de l'activité et ceci expliquant cela, une meilleure visibilité du site et en conséquence de la bonne gouvernance.



## 5- CONCLUSION

Le Plan de Communication est un outil incontournable si l'on désire enraciner la bonne gouvernance dans notre pays.

Outre la possibilité qu'il nous donne de remplir notre obligation de rendre compte à la nation, il offre des opportunités aux différentes composantes de nos populations de participer directement aux actions de promotion de la bonne gouvernance dans ses principaux aspects que sont la gouvernance démocratique, la gouvernance administrative, la gouvernance économique et la gouvernance locale, etc.

Pour sa mise en œuvre, une planification des actions dans le temps est faite dans le chronogramme d'activités 2003-2004. De même un budget a été élaboré. Ce budget évalue le coût des actions à mener tant au niveau de la diffusion des documents, qu'au plan de la sensibilisation, de la formation et de l'accompagnement de l'exécution des projets de bonne gouvernance. Pour avoir une estimation fiable au niveau des résultats attendus dans le cadre de l'exécution de ce plan, le meilleur baromètre serait une étude de son impact sur le terrain. Cette étude qui devrait être effectuée en deux temps (bilan à mi-parcours et bilan global) en vue de prendre en compte les douze premiers mois d'exécution du plan ainsi que les douze autres mois, devra être suivi d'un atelier de validation de ses résultats qui seront eux mêmes versés dans les documents de base des états généraux de la Bonne Gouvernance. Et ces états généraux doivent consacrer l'aboutissement du présent plan de communication et surtout symboliser le départ, sinon la poursuite de l'engagement de toute une nation pour une Gouvernance Partagée

-----))))))-----

