

**MINISTERE DE LA PLANIFICATION ET DE
LA COOPERATION EXTERNE**

**PLAN DE COMMUNICATION
POUR L'APPROPRIATION DU DSNCRP**

2 mai 2008

INTRODUCTION

- La mise en place de la Commission Nationale des Investissements (CNI) pour le pilotage de la mise en œuvre du DSNCRP annonce un engagement significatif du Gouvernement pour la croissance et la réduction de la pauvreté en Haïti.
- Jusqu'ici les actions visant à réduire la pauvreté se sont limitées à de multiples interventions diverses et non ciblées, sans autre effet que de rendre plus pauvres les couches les plus démunies de la population haïtienne.



- La démarche initiée par le Secrétariat Exécutif du Comité Interministériel de Coordination et de Suivi de la Mise en Œuvre du DSNCRP, a une grande ambition. Celle de :
- situer dans la durée l'appropriation par le pays tout entier du dispositif DSNCRP,
- identifier et visualiser l'ampleur du renforcement des capacités institutionnelles, des investissements productifs et des dépenses sociales à combler tant par le Gouvernement que par la Société Civile dans un contexte de stabilisation économique négocié avec la communauté internationale.



En effet dans le cas précis d'Haïti une réduction significative de la pauvreté implique :

- une croissance durable,
- une redistribution plus équitable de la richesse
- et la mise en œuvre d'une bonne gouvernance économique continue durant au moins les vingt (20) prochaines années.



Ainsi, le DSNCRP doit être appréhendé comme le premier d'une longue lignée qui, en s'étalant sur au moins 20 ans, comprend:

- l'élaboration,
- la mise en œuvre,
- le suivi et l'évaluation

D'au moins sept (7) DSNCRP d'une durée d'application de 3 ans chacun.



En effet, la structuration de la société civile Haïtienne est appelée à prendre corps grâce à la participation citoyenne que la constitution interpelle selon les axes suivants :

- le renforcement de l'Etat de droit,
- la saine distribution de la justice,
- la liberté d'entreprise,
- la promotion des investissements privés et la disparition des privilèges ;
- le partenariat dans la fourniture des services publics et dans les grandes décisions nationales ;
- la structuration des acteurs sociaux et la formalisation de leur fonctionnement.



L'objectif principal du plan de communication du DSNCRP pourrait se formuler ainsi :

- Créer un éveil de la conscience collective sur la problématique de la croissance économique nécessaire, mais non suffisante à elle seule et de la réduction de la pauvreté au bénéfice des couches les plus défavorisées de la population, notamment des zones rurales et suburbaines ;
- Favoriser une large participation des différents partenaires économiques et sociaux du pays en associant les acteurs de la société civile et les principaux bailleurs de fonds multilatéraux et bilatéraux au processus de mise en œuvre, de suivi et d'évaluation .



OBJECTIFS GENERAUX ET SPECIFIQUES

Objectif général 1

- **Renforcer le consensus et la solidarité nationale autour de la Stratégie Nationale pour la croissance et pour la réduction de la pauvreté.**
- Objectif spécifique 1 : informer le grand public dans chaque département sur la nécessité d'une stratégie nationale pour la croissance et pour la réduction de la pauvreté.
- Objectif spécifique 2 : sensibiliser le grand public sur le besoin de comprendre et de s'approprier la stratégie.
- Objectif spécifique 3 : préparer les secteurs étatique et non étatique à la nécessité de changer leur comportement et d'adhérer au processus de mise en œuvre.
- Objectif spécifique 4 : obtenir l'adhésion de tous les autres acteurs et partenaires à la stratégie, avec une communication spécifiquement adaptée à chacun (communautés sociales et religieuses, organisations de la société civile, grand public, partis politiques, parlementaires, élus locaux, bailleurs de fonds etc.).



Objectif général 2 :

- **Expliquer le processus de mise en œuvre du DSNCRP**
- Objectif spécifique 1 : informer le grand public sur la méthodologie et le calendrier adoptés.
- Objectif spécifique 2 : préparer le grand public à la compréhension du phénomène de la pauvreté dans son ensemble et des axes stratégiques (Piliers) et des actions prioritaires retenues dans le DSNCRP.
- Objectif spécifique 3 : éduquer le public sur les notions telles que : les causes de la pauvreté en Haïti, les contraintes pour la réduction de la pauvreté en Haïti, les atouts potentiels pour la croissance et la réduction de la pauvreté, etc.... ;
- Objectif spécifique 4 : Informer les Elus locaux, les Assemblées locales, le Législatif (les députés et sénateurs), l'Administration Publique sur les enjeux et les actions prioritaires du DSNCRP en vue d'obtenir le soutien politique et administratif nécessaire.



Objectif général 3 :

- **Montrer que la pauvreté peut reculer**
- Objectif spécifique 1 : faire connaître les progrès réalisés dans des pays de référence.
- Objectif spécifique 2 : informer le grand public des enjeux économiques liés à la pauvreté.
- Objectif spécifique 3 : préparer l'opinion publique à l'idée d'une lutte de longue haleine pour la croissance et contre la pauvreté.



APPROCHE DE COMMUNICATION DU SECRETARIAT EXECUTIF DE LA MISE EN ŒUVRE DU DSNCRP

- En collaboration avec les organismes publics et privés (ministères, institutions publiques et privées, secteur patronal, société civile, églises, syndicats, universités, groupements professionnels, ONG, Organisations etc.), le Secrétariat Exécutif développera une communication fondée sur :




- la mise en place d'un « réseau de communication » dans chaque département à travers les radios communautaires et commerciales, les églises, temples, hounfors et autres lieux de culte, les stations de télévision, l'internet et autres moyens de communication à travers des contrats de diffusion des messages et d'entretiens sur le DSNCRP.
- la publication régulière de courtes fiches d'information sur les étapes du processus de mise en œuvre du DSNCRP à l'intention de chaque groupe cible particulièrement les plus pauvres.
- la création d'un « logo » de promotion de la croissance économique et de réduction de la pauvreté au niveau national, régional et local.



- l'adhésion au réseau Internet « Croissance & Pauvreté » du MPCE (base de données en ligne).
- l'implication des médias et des prescripteurs (instituteurs, religieux, notables, célébrités locales, artistes, intellectuels, leaders naturels, etc.) dans l'animation du processus.
- l'utilisation de tous supports de communication (presse écrite, radio, télévision, Internet, banderoles, affiches, disquettes, compact disc, etc.) pour sensibiliser les différents publics cibles.



MESSAGES GLOBAUX

- La lutte contre la pauvreté et la promotion de la croissance connaît de réels succès dans les pays où cela a été fait avec courage, persévérance et obstination.
 - L'investissement privé et public est beaucoup plus productif dans un environnement social stable.
 - La pauvreté est la condition humaine la plus injuste
 - La lutte contre la pauvreté est un travail de longue haleine
 - L'éducation, la santé, l'eau potable, le logement, l'alimentation, le transport et l'énergie pour tous sont le ciment de la solidarité et de la citoyenneté nationales.
 - Redonner leur importance aux valeurs telles que : mérite, travail, reconnaissance de l'effort, conscience collective, solidarité citoyenne, dialogue, etc.
- 

ACTIVITES DE COMMUNICATION

Edition :

- Public cible : grand public instruit
- Dépliant expliquant le rôle de la Commission Nationale des Investissements (CNI) et de ses différentes structures dans la mise en œuvre du DSNCRP
- Calendrier : mai-juin 2008

- Affiches, autocollants, brochures, journaux expliquant la genèse des DSRP.
- Calendrier : mai-juin 2008

- Lexique de la pauvreté : sens des termes utilisés.
- Calendrier : mai-juin 2008

- Résumé du DSNCRP. (Edition de cahiers courts (par exemple : par piliers, secteur, actions prioritaires de la stratégie, etc.), sous forme de dépliants, brochures ou de fascicules,
- Calendrier : juin-juillet 2008

- Edition de versions audio du DSNCRP sur support cassettes, CD-rom

- Calendrier : juillet-août 2008



PRODUCTIONS AUDIO-VISUELLES :

- **B 1 cassettes audio :**
- Public cible : semi urbain et rural non instruit
- Contenu : chansons et sketches sur des sujets liés à la pauvreté et à la croissance économique
- Réalisation : sous-traitée à une agence de communication
- Diffusion : radios locales, lieux de cultes, etc.
- Calendrier : juin-juillet 2008



B2 spots radio et TV :

- Public cible : urbain et semi urbain
- Contenu : messages globaux mis en scène
- Réalisation : sous-traitée à une agence de communication
- Diffusion : radios et TV publiques et privées
- Calendrier : juin-juillet 2008



B 3 site Web :

- Public cible : urbain instruit et international
- Contenu : missions et activités du CNI et de ses structures
- Réalisation : sous-traitée à une agence de communication
- Mise à jour : par le Webmaster du MPCE
- Calendrier : mai 2008



B4 film documentaire court métrage vidéo :

- Public cible : jeunesse scolaire, professionnelle et universitaire
- Contenu : Problématiques liées à la croissance et la réduction de la pauvreté en Haïti
- Durée : 10 - 13 minutes
- Réalisation : sous-traitée à une agence de communication
- Diffusion : stations de TV, vidéoclubs, écoles
- Calendrier : mai- juin 2008



B5 film moyen métrage vidéo :

- Public cible : grand public
- Contenu : vision d'Haïti en pleine croissance économique et débarrassée de la pauvreté
- Durée : 30-40 minutes
- Réalisation : sous-traitée à une agence de communication
- Diffusion : stations de TV, vidéoclubs, écoles
- Calendrier : juillet 2008



COMMUNICATION DES RÉSULTATS

- Des études sur la pauvreté (résumés publications PNUD, MPCE, ONPES, IHSI, etc)
- de la participation des acteurs
- des observations des participants
- du Document final de la SNCRP
- Calendrier : juillet-août 2008



RESTITUTION DU DOCUMENT ET SENSIBILISATION POUR LA MISE EN ŒUVRE DANS LES DIX (10) DÉPARTEMENTS :

- Les départements accueilleront des ateliers organisés par les Directions Départementales du MPCE en collaboration avec les Comités Départementaux de Coordination et de Suivi du DSNCRP avec la participation des représentants d'institutions et d'organisations du secteur public, du secteur privé et de la société civile et des Tables Départementales de Concertation (TDC).
- Le SE fournira les supports et l'appui technique et financier à travers les DDMPCÉ.



- Publics cibles : opérateurs privés, agents de l'Etat, Organisations de base, ONG etc.
- Contenu : information sur les Piliers, politiques, actions prioritaires et le processus de mise en œuvre du DSNCRP,
- Réalisation : Comités Départementaux de Coordination et de Suivi du DSNCRP appuyés par les DD du MPCE et le SE
- Calendrier : Mai-juillet 2008,



SUIVI ET EVALUATION

- Public cible : milieu urbain et rural
- Contenu : enquête de performance et de perception sur l'impact de la stratégie nationale pour la croissance et la réduction de la pauvreté adoptée
- Communication des résultats : encarts dans la presse
- Réalisation : ONPES
- Calendrier : base annuelle



CONCERTATION

Parmi les acteurs qui peuvent contribuer largement au succès de la stratégie, cinq émergent :

- Les médias
- Les organisations de la société civile (OSC)
- Les responsables publics
- Les groupements professionnels
- Les groupements religieux

Chacun de ces groupes fera l'objet d'une approche spécifique, compte tenu de sa capacité d'influence sur le corps social.



LES MEDIAS

- De par sa position éminente dans le champ de la pensée et de l'action, ce groupe doit être impliqué, au-delà de sa classique mission d'information, à travers un pacte de solidarité. De plus, des sessions de formation des journalistes pourront se faire en collaboration avec des Organisations de la société civile. Enfin, un baromètre de la pauvreté (mesuré par l'enquête de perception déjà disponible) pourra leur être distribué.



LES ORGANISATIONS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE :

- Porte parole du changement réclamé par la population, elles sont par nature portées à l'activisme.
- Elles apportent un savoir-faire précieux et surtout un réseau de relations pouvant constituer le socle des observatoires locaux de lutte contre la pauvreté reliés à l'Observatoire Nationale de la Pauvreté et de l'Exclusion Sociale (ONPES) accompagnant le processus de mise en œuvre du DSNCRP et qui assurera le suivi et l'évaluation de l'impact au niveau national des actions prévues par le DSNCRP.
- Le SE pourra leur sous-traiter certaines activités, en particulier l'animation des actions de sensibilisation et de participation en région sur la base d'un cahier de charge détaillé par appel à candidature d'Opérateurs de Services (OPS).

LES RESPONSABLES PUBLICS :

- Objet et sujet de l'opération, ce groupe, souvent injustement décrié, recèle un potentiel de remise en cause.
- Si la solidarité voire la complicité fait partie de son vécu, rien ne dit que ces attitudes grégaires ne peuvent pas se retourner dans un sens positif.
- Il conviendra de les associer systématiquement au programme.



LES GROUPEMENTS PROFESSIONNELS

- Présentés comme pourfendeurs des choix gouvernementaux en matière de politique économique libérale insensible aux déshérités, ils n'en souhaitent pas moins faire valoir leurs points de vue pour la plupart d'entre eux.
- Une campagne d'explication soutenue par des documents de qualité peut déclencher une réaction en chaîne favorable.



LES GROUPEMENTS RELIGIEUX

- Prescripteur par excellence, ce groupe se distingue aussi par de nombreuses ramifications dans tout le pays ainsi que par l'organisation de diverses manifestations, d'envergure locale et nationale, idéales à la sensibilisation et la participation des gens.
- Ces deux facteurs cumulés en font un partenaire privilégié en termes de communication.



MERCI DE VOTRE ATTENTION

