



I



**PROJET DE COMMUNICATION EN APPUI
A LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ACTION DU PROGRAMME PAYS 2009-2013**

RESUME

Le présent projet s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre des trois (3) axes du Plan d'Action du Programme Pays 2009-2013 en appui au processus de paix et de relance économique du pays. Il vise à mettre en exergue les résultats du Programme de Coopération du PNUD avec le pays, et ainsi sa réponse aux priorités nationales telles que définies dans le Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP).

A cet effet, le projet entend :

- Appuyer la réalisation de la mission du PNUD et la mobilisation des ressources pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD)
- Améliorer le niveau d'information de ses partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les programmes et projets du PNUD, en mettant un accent sur la qualité des résultats du PNUD
- Amener les différents partenaires au développement à appuyer de manière durable à la mise en œuvre des initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique

Effet de l'UNDAF

Effet 1 : La paix est consolidée par le renforcement de la sécurité des personnes et des biens, et par la création des conditions favorables à la réconciliation nationale, à la réinsertion communautaire et au respect des droits de l'homme.

Produits escomptés

1. La mission du PNUD est mieux comprise par ses partenaires
2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles
3. La qualité des résultats est mise en exergue
4. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré
5. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus
6. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis
7. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement

Financement : Ressources régulières du PNUD

<p>Période du programme : mars 2009 – décembre 2013</p> <p>Titre du projet : Projet de Communication en appui à la mise en œuvre du CPAP 2009-2013</p> <p>Numéro du projet :</p> <p>Durée du projet : 5 ans</p> <p>Modalité de gestion : Appui au NEX</p>	<p>Budget total (US Dollar) 300,000.000</p> <p>Ressources régulières du PNUD 150 000.000 USD</p> <p>Budget 2010 : 106,000.000 US \$</p> <p>Autres ressources à mobiliser 144,000 000 USD</p>
---	--

Approuvé par :

Date : 31 MARS 2010

MINISTÈRE D'ETAT, MINISTÈRE DU PLAN ET DU DÉVELOPPEMENT

M. Alexandre Assemien
Directeur de Cabinet



PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DEVELOPPEMENT

M. André François Carvalho
Directeur Pays

2

2

CONTEXTE :

I Analyse de la situation

1. Contexte du PNUD en Côte d'Ivoire

- Depuis mars 2007 (signature de l'Accord de Ouagadougou (APO)), le Bureau Pays évolue dans un contexte de sortie de crise et de reconstruction.
- Le PNUD joue un rôle significatif dans la reconstruction du pays et la restauration de la cohésion sociale. Ses interventions tiennent compte des axes prioritaires définis par le gouvernement national dans son programme de Sortie de Crise (PSC) et programme Spécial d'Urgence (PSU)
- La gestion d'un « panier de fonds » pour le Programme de Sortie de Crise et le Processus électoral lui a été confiée
- Le PNUD a signé en mai 2009, un Plan d'Action du Programme de Pays (CPAP) 2009-2013 qui, constitue la contribution du PNUD au processus de réconciliation nationale, de redressement et de relance socioéconomique durant la période post conflit en relation avec les priorités nationales de développement telles que définies dans le DSRP dans la perspective de la réalisation des OMD.
- Ce programme signé en mai 2009 couvre trois domaines d'intervention :
 1. la réduction de la pauvreté en vue de contribuer à l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) intégrant les considérations environnementales ;
 2. la Gouvernance Démocratique ;
 3. La Prévention des Crises et le Relèvement.

De plus, en tenant compte de son mandat principal, le PNUD fait la promotion du développement humain durable par le renforcement des capacités nationales de conception et de gestion des politiques et stratégies de lutte contre la pauvreté, la création de partenariats pour le financement de ces stratégies, la promotion de l'équité entre hommes et femmes, la protection de l'environnement et la promotion de la participation citoyenne dans les processus de décision et les activités de développement

2. Contexte de la Communication au PNUD

Pour le PNUD la communication ne renvoie pas uniquement à l'idée de média. Elle joue un rôle essentiel dans le développement des nations, que ce soit pour la diffusion des connaissances, des messages ou du savoir. De ce fait, elle constitue un outil stratégique facilitant le processus du développement. C'est pourquoi, elle tient compte de toutes les facettes de la politique d'intervention de l'organisation ainsi que des enjeux et priorités de développement du pays avec lequel il a un cadre de coopération.

De plus, en faisant face à une diminution importante de ses ressources, le PNUD s'oriente de plus en plus vers des activités où son apport est beaucoup plus stratégique que financier. Cette orientation est soutenue par la capacité de communication du PNUD qui lui permet de capitaliser sur son expérience et ses valeurs institutionnelles.

Le montage de partenariat et la **mobilisation de ressources** constituent, à cet effet, la pierre de lance du PNUD dont l'orientation doit viser notamment trois objectifs stratégiques :

- **Objectif stratégique n°1** : Améliorer les relations avec les partenaires externes tout en valorisant l'image du PNUD et faire mieux connaître ses principes fondamentaux, valeurs, priorités et programmes.
- **Objectif stratégique n° 2** : Veiller à un maximum d'appui et de ressources de la part des donateurs locaux, nationaux et internationaux aux programmes du PNUD.
- **Objectif stratégique n° 3**: Veiller à l'efficacité et à la visibilité des activités du PNUD et capitaliser sur les bonnes pratiques.

II Stratégie du projet

La stratégie de mise en œuvre s'appuiera sur une meilleure coordination des actions de communication des programmes/projets du PNUD, ainsi qu'un partenariat structuré avec les organes de presse et la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne.

Le renforcement des capacités en matière de communication pour une coordination renforcée en vue d'activités de communication pour relayer les appuis du PNUD aux processus en cours selon les trois axes d'intervention du CPAP 2009-2013.

Cette stratégie a été bâtie sur la base d'une analyse SWOT

Etat des lieux du paysage pour la Communication externe (SWOT)

Points Forts / Opportunités

- ✚ Volonté politique du gouvernement à lutter contre la pauvreté et mise en place de politiques de développement
- ✚ Volonté des collectivités locales à mettre en œuvre des stratégies de lutte contre la pauvreté
- ✚ Attitude favorable de la population pour toute intervention des Nations Unies
- ✚ Le dynamisme des associations / ONG/OSC
- ✚ Existence et disponibilité des médias nationaux et internationaux
- ✚ Existence de Réseaux de journalistes, d'organes de régulation & d'une Maison de la Presse
- ✚ L'existence de bureaux de terrain pour l'exécution des actions du PNUD à travers les régions
- ✚ Connaissance par le PNUD du secteur médiatique ivoirien
- ✚ Une image plus au moins positive du PNUD auprès des partenaires et du public
- ✚ Volonté des programmes du PNUD à mieux faire connaître leurs actions/projets
- ✚ Vision du Management sur la promotion de partenariat et de mobilisation de ressources dans le cadre de la coordination du Système des Agences des Nations Unies.
- ✚ Paysage médiatique riche, dynamique et structuré
- ✚ De nombreux réseaux de journalistes (REPMASCI – Sida ; AJECI – économie, AJPOCI – journalistes politiques, ONG Presse pour le Développement, etc.)
- ✚ Des médias internationaux et panafricains d'envergure y ont des représentations, sans compter les agences de presse, telles que la REUTERS, PANAPRESS et AFP.
- ✚ L'existence de nombreuses radios de proximité et radios communales.
- ✚ Deux organes de régulation (UNJCI, OLPED), un Conseil National de la Communication Audiovisuelle (CNCA) une Commission Nationale de la Presse (CNP), ainsi qu'une Maison de la Presse
- ✚ La Radio de l'Opération des Nations Unies en Côte d'Ivoire (ONU CI FM)

A l'issu de cet état des lieux, il importe d'analyser la communication aussi bien aiveau interne qu'externe

3. Communication interne et externe

Le développement d'une communication (interne et externe) systématique est d'un intérêt crucial pour le PNUD. Cependant, la communication interne est l'essence de la communication externe. Pour un meilleur impact des actions du bureau et pour le renforcement de l'identité culturelle de l'organisation, l'implication de l'ensemble du personnel est inévitable.

Au niveau interne, la communication vise l'amélioration des moyens d'échanges d'information et de communication au profit du personnel et la consolidation d'une communication plus horizontale. Ceci servira largement à mieux dynamiser l'esprit participatif souhaité par le bureau et accompagner la mise en oeuvre de l'orientation du PNUD à travers :

- Un travail d'équipe
- Le partage de connaissances
- La délégation de responsabilités
- La reconnaissance des accomplissements
- Un esprit d'initiative
- Un travail axé sur des résultats concrets et vers « les clients »
- Une approche multidisciplinaire

Au niveau externe, celle-ci vise essentiellement à mettre en valeur et à promouvoir l'action et la valeur ajoutée du PNUD, en matière notamment d'expertise en développement humain. Les documents stratégiques (rapports de développement humain, OMD, UNDAF, etc...), le site web du PNUD, les initiatives sur des thématiques telles que le genre, le changement climatique, la jeunesse, relèvement, cohésion sociale contribueront, au renforcement de l'image institutionnelle du PNUD et à garantir son « capital » crédibilité auprès des partenaires/audiences. Egalement, la contribution dans le cadre des politiques et orientations nationales de développement (**DSRP, Rapport OMD**) reste primordiale.

Les problématiques majeures pour la communication en lien avec les effets du CPAP 2009-2013

✚ Réduction de la pauvreté et réalisation des OMD

- l'emploi surtout chez les jeunes ;
- l'accès à l'énergie ;
- la dégradation de l'environnement ;
- la crise alimentaire & financière
- le poids de la dette
- Scolarisation des filles
- Autonomisation des femmes
- Impact du Vih/sida

✚ Gouvernance Démocratique

- Elections sans violence
- Décentralisation

- Droits de l'homme
- Gouvernance Economique & Accountability

✦ **Prévention des Crises et Relèvement**

- Consolidation de la Paix pour un développement durable/les conditions du développement dans un contexte post-crise
- Reconciliation nationale et Cohésion Sociale
- Réinsertion et réhabilitation communautaire

9. Les supports de Communication (non exhaustifs)

- Communiqué et Avis à la Presse
- La newsletter
- Le Site web du Bureau Pays
- Le portail d'information Abidjan.net
- Les sites des ONG
- Les publications (dépliant , rapport, kits d'information sur les domaines d'intervention , fact sheets, flyers, encarts, publi reportages)
- Les médias internationaux (RFI, AFP)
- Les médias nationaux écrits et audiovisuels
- Les tables-rondes, évènementiels,
- La Maison de la Presse
- Mass media (journaux, radio, tv, émissions, encarts, publi reportages, interviews),
- Visites de projets
- Outils de communication des partenaires
- Les portails d'information (Abidjan.net, Centre d'Information et de Communication Gouvernemental (CICG))

III. Objectifs du programme

Objectif global

- Mettre en exergue les résultats du Programme de Coopération du PNUD 2009-2013 avec le pays, et ainsi sa réponse aux priorités nationales telles que définies dans le Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP).

Objectifs spécifiques

- Appuyer la réalisation de la mission du PNUD et la formation de partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD)

- Améliorer le niveau d'information de ses partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les sur les projets/programmes du PNUD en Côte d'Ivoire et leurs résultats ou impacts sur le développement du pays le cadre du CPAP 209-2010
- Amener les différents partenaires au développement à appuyer de manière durable dans la mise en œuvre des initiatives visant la lutte contre la pauvreté, la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique

IV. Résultats attendus

1. La mission du PNUD est mieux comprise par ses partenaires
2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles
3. La qualité des résultats est mise en exergue
4. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré
5. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus
6. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis
7. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement

V. Les cibles

- Les ministères partenaires techniques
- partenaires au développement et bailleurs
- Les autorités nationales et divers décideurs : hommes politiques, parlementaires, cadres de l'administration, conseillers municipaux et conseils généraux, autorités administratives et coutumières locales....
- Les responsables et équipes des projets financés par le PNUD
- Les ONG impliquées dans la mise en œuvre des projets
- La population concernée par les résultats des projets
- Les médias et les faiseurs d'opinion

VI. Ressources Humaines

✚ Conseiller en Communication

✚ Assistant en communication pouvant également appuyer le travail administratif

Des consultants pour des activités spécifiques (appui à la mise à jour du site web, à la production de supports de communication)

VII.Suivi-Evaluation

Afin de mesurer l'impact du Projet sur l'évolution de l'image du PNUD et l'appropriation de l'appui du PNUD au pays, il est préconisé la réalisation d'une étude sur un échantillon représentatif à la fin du Projet en décembre 2013.

VIII. Contraintes/risques à l'opérationnalisation

Manque de ressources financières
Manque de ressources humaines
Conditions sociopolitiques peu favorables

IX. Arrangement de gestion

Modalité d'Exécution

Pour la mise en œuvre du projet, le PNUD utilisera la modalité d'appui au NEX.

CADRE DE RESULTATS STRATEGIQUES ET DES RESSOURCES

Effet escomptés :	<ol style="list-style-type: none"> 1. La mission du PNUD en appui au Gouvernement est mieux connue et comprise par ses partenaires 2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles 3. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré 4. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus 5. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis 6. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement 			
Produits	7.			
	Cible des produits	Activités prévues	Indicateur	Responsable
<i>Partager l'information avec tous les partenaires</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Les partenaires, la société civile, les donateurs, les journalistes - le grand public 	<p>1.1 Actualisation du site mise à jour régulière avec news, des photos, des citations & communiqués et reports de tous les événements /projets</p> <p>1.2 Site Corporate du PNUD: Contribution portant sur les questions clés du désarmement, de la réinsertion, du processus électoral, programmes conjoints, etc (articles/photos /éléments vidéo)</p>	<p>Site web à jour</p> <p>8 contributions vérifiables par insertion sur le site corporate</p> <p>Lien vers le site</p>	<p>Scs Communication + Rédacteur</p> <p>Scs Communication (apport des Projets)</p> <p>Elements vidéos 800 000</p>

Effet escomptés :		<ol style="list-style-type: none"> 1. La mission du PNUD en appui au Gouvernement est mieux connue et comprise par ses partenaires 2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles 3. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré 4. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus 5. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis 6. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement 																
		7.																
Produits	Cible des produits	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="632 981 683 1290">Activités prévues</th> <th data-bbox="632 786 683 981">Indicateur</th> <th data-bbox="632 533 683 786">Responsable</th> <th data-bbox="632 297 683 533">Budget 2010</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="683 981 951 1290">1.3 Publication et dissémination d'un newsletter UNDP (online et imprimé)</td> <td data-bbox="683 786 951 981">4 newsletters en version électronique online 32 newsletters en version papier disponibles</td> <td data-bbox="683 533 951 786"></td> <td data-bbox="683 297 951 533">Pour impression 1 800 000 x 3 = 5 400 000</td> </tr> <tr> <td data-bbox="951 981 1098 1290">1.4 Impression du Rapport Annuel 2009</td> <td data-bbox="951 786 1098 981">200 Rapports imprimés et disponibles</td> <td data-bbox="951 533 1098 786">Communication + avec appui d'un rédacteur/concepteur junior</td> <td data-bbox="951 297 1098 533"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1098 981 1216 1290">1.5 Dépliant sur le PNUD et Kits d'information sur les domaines</td> <td data-bbox="1098 786 1216 981">2000 Dépliants et kit imprimés</td> <td data-bbox="1098 533 1216 786"></td> <td data-bbox="1098 297 1216 533">Rédacteur/Concepteur 2 mois = 1 000 000 Impression des</td> </tr> </tbody> </table>	Activités prévues	Indicateur	Responsable	Budget 2010	1.3 Publication et dissémination d'un newsletter UNDP (online et imprimé)	4 newsletters en version électronique online 32 newsletters en version papier disponibles		Pour impression 1 800 000 x 3 = 5 400 000	1.4 Impression du Rapport Annuel 2009	200 Rapports imprimés et disponibles	Communication + avec appui d'un rédacteur/concepteur junior		1.5 Dépliant sur le PNUD et Kits d'information sur les domaines	2000 Dépliants et kit imprimés		Rédacteur/Concepteur 2 mois = 1 000 000 Impression des
Activités prévues	Indicateur	Responsable	Budget 2010															
1.3 Publication et dissémination d'un newsletter UNDP (online et imprimé)	4 newsletters en version électronique online 32 newsletters en version papier disponibles		Pour impression 1 800 000 x 3 = 5 400 000															
1.4 Impression du Rapport Annuel 2009	200 Rapports imprimés et disponibles	Communication + avec appui d'un rédacteur/concepteur junior																
1.5 Dépliant sur le PNUD et Kits d'information sur les domaines	2000 Dépliants et kit imprimés		Rédacteur/Concepteur 2 mois = 1 000 000 Impression des															

<p>Effet escomptés :</p>		<p>1. La mission du PNUD en appui au Gouvernement est mieux connue et comprise par ses partenaires</p> <p>2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles</p> <p>3. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré</p> <p>4. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus</p> <p>5. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis</p> <p>6. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement</p>	
	7.		
<p>Produits</p>	<p>Cible des produits</p>	<p>Activités prévues</p>	<p>Indicateur</p>
<p>Améliorer la visibilité du PNUD et son positionnement comme un partenaire de confiance et compétent dans l'atteinte des OMD</p>	<p>Partenaires décideurs société civile Public en général</p>	<p>2.1 Diffusion du film institutionnel à la Télévision nationale et postage sur UNDP Youtube</p>	<p>1 Diffusion du film à la Télévision Nationale Film Uploaded on Youtube</p>
			<p>documents = EST 6 000 000</p>
		<p>2.2 Participation de UNDP dans la célébration des journées mondiales</p>	<p>Sce Communication +Projets</p> <p>2 500 000</p> <p>Projets</p>

Effet escomptés :		<ol style="list-style-type: none"> 1. La mission du PNUD en appui au Gouvernement est mieux connue et comprise par ses partenaires 2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles 3. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré 4. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus 5. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis 6. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement 												
		7.												
Produits	Cible des produits	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="644 981 699 1285">Activités prévues</th> <th data-bbox="644 786 699 981">Indicateur</th> <th data-bbox="644 533 699 786">Responsable</th> <th data-bbox="644 297 699 533">Budget 2010</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="699 981 916 1285"> <ul style="list-style-type: none"> - Journée internationale de la Femme - Journée Lutte contre la Pauvreté - Journée des Nations Unies - Journée de l'Environnement </td> <td data-bbox="699 786 916 981"></td> <td data-bbox="699 533 916 786"></td> <td data-bbox="699 297 916 533"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="916 981 1058 1285"> 2.3 Gadgets de visibilité/plaidoyer (agendas 2011, calendrier 2011, kakemono, etc) </td> <td data-bbox="916 786 1058 981"></td> <td data-bbox="916 533 1058 786"></td> <td data-bbox="916 297 1058 533">6 000 000</td> </tr> </tbody> </table>	Activités prévues	Indicateur	Responsable	Budget 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Journée internationale de la Femme - Journée Lutte contre la Pauvreté - Journée des Nations Unies - Journée de l'Environnement 				2.3 Gadgets de visibilité/plaidoyer (agendas 2011, calendrier 2011, kakemono, etc)			6 000 000
Activités prévues	Indicateur	Responsable	Budget 2010											
<ul style="list-style-type: none"> - Journée internationale de la Femme - Journée Lutte contre la Pauvreté - Journée des Nations Unies - Journée de l'Environnement 														
2.3 Gadgets de visibilité/plaidoyer (agendas 2011, calendrier 2011, kakemono, etc)			6 000 000											

Effet escomptés :		<p>1. La mission du PNUD en appui au Gouvernement est mieux connue et comprise par ses partenaires</p> <p>2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles</p> <p>3. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré</p> <p>4. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus</p> <p>5. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis</p> <p>6. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement</p>		
Produits		7.		
	Cible des produits		Responsable	Budget 2010
		3.1. Renforcement des capacités des médias sur des thématiques telles que relèvement, gouvernance, développement humain,	3 ateliers Communication Programme	+ 300 000 X 3 = 900 000
		3.2. Convention avec la Radio Nationale, la TV Nationale sur la couverture des activités du PNUD	4 couvertures (Radio) 4 couvertures (Télé)	10 000 000 (pour renforcement des capacités techniques)

		<p>1. La mission du PNUD en appui au Gouvernement est mieux connue et comprise par ses partenaires</p> <p>2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles</p> <p>3. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré</p> <p>4. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus</p> <p>5. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis</p> <p>6. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement</p>
		7.
<p>Produits</p>	<p>Cible des produits</p>	<p>Activités prévues</p> <p>Indicateur</p> <p>Responsable</p> <p>Budget 2010</p>
		<p>3.3. Visites de terrain des projets avec des journalistes</p> <p>1 visite</p> <p>Communication Projets</p> <p>+</p> <p>1 000 000</p>
		<p>3.4. Appui aux Projets Média sur le développement durable et la restauration de la paix</p> <p>Appui à 2 projets</p> <p>Communication</p> <p>6 000 000</p>

		<p>Effet escomptés :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La mission du PNUD en appui au Gouvernement est mieux connue et comprise par ses partenaires 2. Les réalisations des programmes et projets sont plus visibles 3. Le niveau d'information des partenaires, des bénéficiaires, de la société civile, ainsi que des médias et du grand public sur les questions de développement est amélioré 4. Des partenariats pour lutter contre la pauvreté, et recueillir l'appui aux priorités du pays et l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sont obtenus 5. Des partenariats stratégiques avec la presse sont établis 6. Les initiatives visant la restauration et la consolidation de la paix, le relèvement communautaire et la relance économique sont internalisées par les partenaires au développement 		
		7.		
<p>Produits</p> <p>Améliorer la remontée des informations pour l'archivage et stockage des données</p>	<p>Cible des produits</p> <p>Gouvernement Partenaires Projets</p>	<p>Activités prévues</p> <p>4.1 Formation en Communication</p> <p>30 personnes formées</p> <p>4.2 Documenter chaque projet/événement (article, rapport d'activité, photos) et mettre dans la base données</p> <p>La base de données à jour</p>	<p>Responsable</p> <p>Communication</p> <p>Communication Consultant Projets</p>	<p>Budget 2010</p> <p>6 000 000</p> <p>700 000 (pour appui)</p>
<p>TOTAL</p>				

COORDINATION DU PROJET	
Activités	Cadre Temporel
	Budget prévisionnel