

*République du Niger*



FRATERNITE-TRAVAIL- PROGRES

**CONSEIL SUPREME POUR LA RESTAURATION DE LA DEMOCRATIE**

**MINISTERE DE LA COMMUNICATION,  
DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION  
ET DE LA CULTURE**

**PLAN STRATEGIQUE NATIONAL  
DE COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT**

**Avril 2011**

## **AVANT- PROPOS**

Ce document est le fruit des travaux de trois commissions mises en place par mon département ministériel pour assurer la mise en œuvre de la Politique Nationale de Communication pour le Développement adoptée par le gouvernement en mai 2003.

A cette date encore, les programmes de cette politique n'ont connu aucune évolution particulière tant dans leur exécution que dans une quelconque mise en perspective des activités préconisées pour promouvoir les aspirations profondes des populations en matière de communication.

L'objectif du document est double : opérationnaliser la politique Nationale de Communication pour le Développement et assurer sa cohérence avec la Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté (SDRP 2008-2012), seul cadre de référence des documents de planification au Niger.

L'élaboration de ce document est également un pas en avant en matière de gestion axée sur les résultats, car il constitue un véritable instrument d'aide à la décision.

C'est pourquoi, nous adressons nos sincères remerciements à tous les membres du comité interministériel chargé de la révision de la Politique Nationale de Communication pour le Développement, en particulier les cadres des ministères techniques et les personnes ressources, pour leurs précieuses contributions.

Que les partenaires techniques et financiers qui ont toujours été aux côtés du Niger, perçoivent dans ce travail, la volonté du Conseil Suprême pour la Restauration de la Démocratie et du gouvernement de transition, de renforcer les bases constructives de cette politique essentiellement orientée vers les actions de terrain et qui engage les populations dans le choix et la définition de leurs propres objectifs de développement.

**Mme TAKOUBAKOYE Aminata Boureima**

Ministre de la Communication,  
des Nouvelles Technologies de l'Information  
et de la Culture

## **SIGLES ET ABREVIATIONS**

**ANP** : Agence Nigérienne de Presse

**ARCN** : Association des Radios Clubs du Niger

**CSC** : Conseil Supérieur de la Communication

**CSRD** : Conseil Suprême pour la Restauration de la Démocratie

**DSRP** : Document de Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté

**FAO** : Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture

**FFOM** : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces

**EPIC** : Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial

**IFTIC** : Institut de Formation aux Techniques de l'Information et de la Communication

**MC/NTI/C** : Ministère de la Communication, des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Culture

**NTIC** : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

**OIF** : Organisation Internationale de la Francophonie

**ONC** : Observatoire National de la Communication

**ONEP** : Office National d'Édition et de Presse

**ONG** : Organisation Non Gouvernementale

**ORTN** : Office de Radiodiffusion et Télévision du Niger

**PNCD** : Politique Nationale de Communication pour le Développement

**PNUD** : Programme des Nations Unies pour le Développement

**PSNCD** : Plan Stratégique National de Communication pour le Développement

**SRP** : Stratégie de Réduction de la Pauvreté

**TIC** : Technologies de l'Information et de la Communication

**UNESCO** : Organisation des Nations pour l'Éducation, la Science et la Culture

**UNICEF** : Fonds des Nations Unies pour l'Enfance

## TABLE DES MATIERES

SIGLES ET ABREVIATIONS.....	2
INTRODUCTION.....	4
I. CONTEXTE GENERAL.....	6
II. ORIENTATIONS STRATEGIQUES.....	10
III. OBJECTIFS ET RESULTATS ESCOMPTEES.....	11
IV. CADRE LOGIQUE DE LA PNCD AXE SUR LES RESULTATS.....	14
V. STRATEGIES D'INTERVENTION.....	17
VI. MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE SUIVI-EVALUATION.....	21
VII PLAN D'ACTION.....	26
CONCLUSION.....	36
ANNEXES.....	38

## INTRODUCTION

Le processus d'élaboration de la Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD) procède d'une analyse de la situation économique, politique, sociale et culturelle du Niger, qui prend en compte les expériences et leçons tirées des actions et activités de communication entreprises pour appuyer les différents plans de développement du pays.

C'est dans ce contexte que, en 1997, le gouvernement du Niger a décidé d'initier une Politique Nationale de Communication pour le Développement sur la base des contraintes et faiblesses relevées par une dizaine d'études thématiques, réalisées par des consultants nationaux. Il en a été ainsi pour toutes les stratégies et politiques initiées par les ministères techniques (Politique de Développement Sanitaire, Politique de Population, Politique Nationale pour l'Enfance, Stratégie de Développement Rural, Programme Décennal de Développement de l'Education, etc.) pour atténuer les effets de la pauvreté et leurs conséquences sur le niveau de développement des populations, particulièrement les plus vulnérables.

Il ressort de cette analyse que les projets et programmes de développement prévus dans cette politique n'ont pas été mis en œuvre en raison de l'absence de véritables stratégies sectorielles de communication pour le développement, de la mauvaise coordination des activités de communication pour le développement qui ne correspondent pas du tout aux aspirations des populations.

Aujourd'hui, toutes ces politiques ont désormais un seul credo : la gestion axée sur les résultats. Dans ces conditions, il est plus que nécessaire de mettre en œuvre la Politique Nationale de Communication pour le Développement à travers un Plan Stratégique National de Communication pour le Développement pour assurer la coordination, l'exécution, le suivi et l'évaluation effectifs des programmes, sous-programmes et actions prioritaires.

L'atelier national sur la vulgarisation de la Politique Nationale de Communication pour le Développement et des produits qui en font l'essence, organisé en janvier 2011 à Niamey, a mis en lumière la problématique des nouvelles obligations nationales et internationales du gouvernement nigérien et les difficultés auxquelles il doit faire face pour adapter les besoins particuliers de cette politique aux priorités de la Stratégie de Développement Accéléré de Réduction de la Pauvreté et des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD).

La Politique nationale de communication pour le développement se propose donc de décloisonner les seuils d'information entre l'Etat et ses partenaires ; entre l'administration et les administrés ; entre l'Etat et les communautés de base et entre les communautés de base elles-mêmes, afin de valoriser l'image du Niger auprès de tous les publics en renforçant notamment les capacités d'assimilation et d'appropriation des actions réalisées par les différents acteurs du développement national ou celles qui restent à entreprendre pour soutenir le défi d'un véritable changement des mentalités et des comportements au sein de la société globale.

C'est conscient de cette évolution essentielle que, dès son arrivée au pouvoir en février 2010, le Conseil Suprême pour la Restauration de la Démocratie (CSR) a procédé à une révision de la Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD) pour orienter les activités de communication vers une politique d'ouverture et de dialogue susceptible de promouvoir un changement qualitatif en faveur du progrès social.

Dans ce cadre, le ministère de la Communication, des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Culture, chargé d'en assurer la conduite, a mis en place un comité interministériel composé de

trois groupes de travail (communication de masse, radios communautaires et communication de proximité, Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) pour réfléchir à la contextualité du document de politique en vue de l'adapter aux contingences immédiates et actuelles.

## I. CONTEXTE GENERAL

Pays sahélien enclavé, situé en Afrique de l'Ouest, la République du Niger s'étend sur 1.267.000 Km<sup>2</sup>, et se caractérise par un climat de type tropical sec marqué par des sécheresses répétées et une désertification croissante. Il est limité au Nord par l'Algérie et la Libye, à l'Est par le Tchad, au Sud par le Nigeria et le Bénin, et à l'Ouest par le Burkina Faso et le Mali.

Les trois recensements généraux de la population réalisés en 1977, 1988 et 2001 indiquent une croissance démographique rapide de plus de 3,3% par an. Aujourd'hui, la population s'élève, selon les projections démographiques de l'Institut National de la Statistique, à 15.730 en 2011.

Caractérisée par une forte fécondité (plus de 7 enfants par femme à la fin de la vie féconde), des niveaux élevés de mortalité malgré une tendance à la baisse observée ces dernières années, et une forte représentativité des jeunes (56,8% de moins de 18 ans), une grande partie de cette population (59,5%) vit en dessous du seuil de pauvreté.

De fait, le Niger détient les indicateurs sociaux les plus bas de monde et est considéré comme l'une des Nations les plus pauvres de la planète, comme l'attestent le dernier rapport sur la pauvreté dans le monde du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) et des données de la Direction de la statistique et des comptes nationaux (DSCN) et qui relèvent que plus de 60 % des Nigériens sont pauvres.

De cette catégorie sociale, la majorité sont des femmes chefs de ménages ou des inactifs qui doivent faire face à toutes les dépenses d'alimentation, de logement, de scolarisation des enfants, d'eau etc.

Si l'on y adjoint la volatilité de l'économie singularisée par une évolution en dents de scie du produit intérieur brut (PIB), on appréhende parfaitement l'ampleur, l'étendue et la profondeur de la sphère des pauvres.

Cette évolution erratique du PIB est la conséquence de la forte dépendance de l'agriculture et de l'élevage, principales activités de la population, aux conditions pluviométriques.

La pauvreté du pays touche essentiellement le milieu rural où vivent plus de 50% de pauvres et plus de 30% de très pauvres. D'où l'impérieuse nécessité de venir en aide à cette frange importante de la population en les mobilisant, par et avec la communication, autour d'objectifs développement qui peuvent contribuer à un changement qualitatif des attitudes et des comportements.

Ce changement ne saurait intervenir sans une information de qualité susceptible d'éveiller les consciences et d'engager véritablement les populations dans des actions productives, seules capables de réduire les espaces de pauvreté.

En l'occurrence, l'ordonnance portant dépénalisation des délits par voie de presse adoptée par le gouvernement en mai 2010 et qui crée les conditions d'une réelle professionnalisation des journalistes des médias publics et privés autant que les projets de convention collective de la presse et de réglementation de la publicité, devront servir de ressorts à la valorisation de l'information et de la communication au Niger .

En raison de l'étendue du pays, du faible taux d'alphabétisation et des particularités linguistiques qui caractérisent chacune des huit régions, la radiodiffusion et la télévision devraient pouvoir jouer un rôle clé dans la transmission des informations grâce à la mise en place et au développement d'une infrastructure pour la radiodiffusion sonore et la télévision.

Bien que la communication télévisuelle et radiophonique couvre près de 85% du territoire national, l'accès total des populations aux médias modernes ne l'est pas pour autant. Des choix technologiques judicieux (faisceaux hertziens/stations terriennes, radios analogiques, radios numériques) auraient certainement permis de résoudre la question de la couverture nationale et d'entrer dans une ère nouvelle d'utilisation des technologies digitales.

En outre, le Niger est l'un des pionniers en Afrique dans la mise en place de structures d'écoute collective, avec la création en 1962, de l'Association des Radios-Clubs du Niger (ARCN). Malheureusement, ces centres d'écoute collective ne sont pas opérationnels et n'ont aucune correspondance avec les radios régionales, alors même que, dans les années 60, les Radios clubs ont joué un rôle prépondérant dans la mobilisation sociale.

Quant à la presse privée, elle s'est développée en 1990 au lendemain de la Conférence Nationale Souveraine et compte une quarantaine de titres dont 23 paraissent régulièrement. Ces journaux privés sont édités, pour la plupart, en français mais leur contenu laisse peu d'espace aux thèmes de développement.

La presse écrite en langue nationale occupe également une place non négligeable dans l'histoire générale de la presse au Niger. C'est surtout dans le secteur rural qu'elle a tiré ses lettres de noblesse en soutenant l'action de l'alphabétisation fonctionnelle. En 1974, l'Etat procède à une réorientation des missions de la presse rurale en élargissant son champ d'action. Cette réorientation vise à en faire, un véritable support de mobilisation sociale et d'information des populations rurales autour des événements locaux, régionaux, nationaux et internationaux ; de dialogue, pour susciter et renforcer les savoirs, savoir-faire et savoir-être des populations rurales en vue d'améliorer davantage leurs conditions de vie et de développement.

Mais qu'il s'agisse de la presse rurale, des publications régionales ou même nationales, les journaux en langues nationales, cessent de paraître dès lors que les sponsors se retirent. Autre frein à l'essor de la presse écrite : le coût d'impression tributaire, entre autres, des intrants et des équipements.

Les éditeurs et les organisations socioprofessionnelles des médias ont toujours sollicité auprès des pouvoirs publics l'application de la Convention de Florence, initiative de l'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO) qui consacre l'exonération du papier et de l'encre destinés aux œuvres culturelles.

Malheureusement, on se rend bien compte que les plaques de photogravure qui n'étaient pas concernées par cette convention pèsent encore lourdement sur le coût d'impression des journaux, de même que les ordinateurs, les imprimantes et leurs consommables.

L'Agence nigérienne de presse (ANP), dont l'une des missions est de collecter et de traiter l'information tant au niveau national que régional, n'a pas, elle aussi, les moyens de sa politique.

Dans le domaine de la radiodiffusion, il existe vingt deux (22) stations de radios privées qui émettent en FM, mais leur implantation n'obéit pas au schéma de la décentralisation et de la communalisation intégrale. En revanche, il existe cent vingt neuf radios communautaires dont la grille de programmes contient des émissions orientées vers des thèmes de développement.

Dans l'audiovisuel public, le matériel de production, très hétéroclite, demeure obsolète, avec une production qui ne répond plus aux normes internationales requises.



Les radios communautaires, qui sont de création assez récente, ont des équipements fragiles dans un environnement géo-climatique hostile marqué par de fortes chaleurs et des vents de sable. En outre, il n'existe pas de circuits de maintenance.

Face à cette situation, il semble nécessaire de définir une Politique Nationale de Communication pour le Développement pour apporter des réponses concrètes aux préoccupations suivantes :

- il n'y a pas de véritables stratégies sectorielles de communication pour le développement dans les grands secteurs économiques, sociaux et culturels. Les activités de communication pour le développement sont restées des initiatives isolées et sans coordination entre elles, tant au niveau de chacun des différents secteurs du développement qu'au niveau intersectoriel. Ce manque de coordination ne permet pas de bénéficier du rapport coût-efficacité ; ne favorise pas le renforcement mutuel et ne contribue pas aux changements de comportements et d'attitudes que seules la répétition et la continuité favorisent ;
- il n'y a pas de stratégie de communication pour le développement au niveau national, malgré les programmes et politiques élaborés par le gouvernement, avec l'appui des partenaires au développement, et dont l'objectif est de promouvoir un développement durable au bénéfice des populations ;
- les médias ne produisent pas, sur une base régulière, suffisamment de programmes destinés à appuyer les initiatives de développement social, économique, culturel et communautaire et n'assurent pas efficacement leur mission de service public ;
- il n'y a pas de mécanisme institutionnel de coordination, de concertation et d'échange d'informations entre les différents acteurs impliqués dans la problématique du développement ;
- Il n'y a pas de formation en communication pour le développement dans la mesure où ce concept est nouveau et ce, malgré l'existence d'un Institut de formation aux techniques de l'information et de la communication (IFTIC).

Il est donc essentiel de maîtriser le concept, la méthodologie, les techniques et les outils liés à cette nouvelle approche à travers la réalisation d'actions de formation en communication pour le développement.

Au cours de ces vingt dernières années, le Niger a connu une série de crises sociopolitiques qui ont profondément marqué le processus du développement national : une Conférence nationale souveraine, trois coups d'Etat militaires, quatre transitions politiques, sept Républiques, deux rébellions armées au Nord et à l'Est du pays.

Ces crises ont entraîné une instabilité politique et institutionnelle qui n'était pas favorable à la mise en œuvre de mesures d'assainissement et de relance économique. Tout au plus, ont-elles aggravé la dégradation des activités de production, des finances publiques et des ressources naturelles ; engendré des insuffisances dans la mise en œuvre des réformes structurelles et des programmes de développement et largement contribué à l'amplification de la pauvreté.

Dès 1990, le gouvernement nigérien s'engage dans l'élaboration d'une stratégie de développement humain durable et de réduction de la pauvreté dont le Programme national cadre de lutte contre la pauvreté (PNCLCP) constituera l'axe central.

Ce programme, formulé et validé à travers un processus participatif, reçoit l'adhésion d'un nombre important de pays et institutions présents à la table ronde des bailleurs de fonds tenue à Genève en 1998.

En septembre 2000 et au lendemain de la Déclaration du Millénaire pour le Développement, le gouvernement élabore un document de Stratégie de réduction de la pauvreté pour soutenir la croissance économique ; réduire la pauvreté et l'extrême pauvreté dans les sphères les plus vulnérables ; favoriser l'accès des pauvres aux services sociaux de base, renforcer les capacités humaines et institutionnelles et promouvoir la gouvernance politique, démocratique et sociale au Niger.

Pour soutenir un tel défi, le gouvernement a aussi initié et élaboré une Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD) qui devrait aider les différents acteurs du développement à accéder à une information saine et crédible ainsi qu'aux innovations technologiques pouvant améliorer les conditions de vie des ménages.

Cette politique s'intègre au corpus de la stratégie de réduction de la pauvreté dont la SDRP constitue désormais l'unique cadre de référence et d'orientation de la politique de développement économique et social du Niger.

## **II. ORIENTATIONS STRATEGIQUES**

Les orientations stratégiques du Ministère de la Communication, des nouvelles Technologies de l'Information et de la Culture, relativement au choix et à la définition d'une Politique Nationale de Communication pour le Développement s'inscrivent dans une double perspective : une vision prospective de développement et une mission de terrain.

### **2.1 vision**

La vision prospective du développement du ministère est de devenir une administration moderne orientée vers la promotion et la valorisation des richesses culturelles nationales ; le développement d'une communication plurielle ; l'innovation technologique et l'ouverture sur le monde pour un Niger de paix, de progrès, de solidarité et de tolérance.

### **2.2 mission**

La mission du ministère de la Communication, des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Culture est d'être le point d'ancrage de la Politique Nationale de Communication pour le Développement ; elle constitue le cadre de référence de tous les projets et programmes de communication orientés vers les actions de terrain, en l'occurrence celles des ministères techniques, des partenaires au développement, des Organisations Non Gouvernementales et Associations de la société civile.

### III. OBJECTIFS ET RESULTATS ESCOMPTES

#### 3.1 Objectifs

La PNCD poursuit deux objectifs majeurs : un objectif général et un objectif spécifique.

- L'objectif général de la PNCD est de contribuer à la réduction de la pauvreté dans toutes ses dimensions ;

L'objectif spécifique recherché par la réalisation de la PNCD est de promouvoir la communication pour le développement.

#### 3.2 La chaîne des résultats

La PNCD vise deux types de résultats : les résultats de développement et les résultats opérationnels.

##### 3.2.1 Résultats de développement

A long et moyen termes, il est attendu l'impact et les effets suivants :

**L'impact :** Ce sont les changements de comportement et le développement constatés au niveau de la société nigérienne.

Il induit le changement de comportement des populations nigériennes favorables au développement.

**Les effets :** Ce sont les changements descriptibles, mesurables ou appréciables opérés au niveau des publics cibles :

- Les agents des médias sont satisfaits de leurs conditions de vie et de travail ;
- Les auditeurs, les téléspectateurs et les lecteurs sont satisfaits de la qualité des services des médias orientés vers un changement qualitatif des comportements.

##### 3.2.2 Résultats opérationnels

A court terme, il est attendu les produits ou biens et services suivants :

- Une large couverture du territoire par les médias nationaux est réalisée ;
- La modernisation et le développement des infrastructures des médias sont assurés
- Les outils, canaux et espaces de communication traditionnels sont valorisés
- Des informations de qualité sont produites et diffusées ;
- Un cadre juridique et institutionnel approprié est opérationnel ;
- Les capacités humaines et techniques du personnel des médias sont renforcées ;

- L'internalisation, la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD sont assurés.

La mise en relation des résultats à court, moyen et long termes correspond à la chaîne des résultats décrits dans le tableau ci-après, qui est composé d'un (1) impact, de deux (2) effets et de sept (7) produits.

**Tableau N° 1 : Chaîne des résultats**

PRODUITS	EFFETS	IMPACTS
1. Une large couverture de l'espace médiatique est assurée	1. Les auditeurs, les téléspectateurs et les lecteurs sont satisfaits de la qualité des prestations des médias orientés vers un changement qualitatif de comportement	1. Le changement de comportement des populations nigériennes favorables au développement est réalisé
2. La modernisation et le développement des infrastructures des médias sont assurés		
3 Les outils, canaux et espaces de communication traditionnels sont valorisés		
4. Des informations de qualité sont produites et diffusées		
5. Un cadre juridique et institutionnel approprié est opérationnel	2. Les agents des médias sont satisfaits de leurs conditions de vie et de travail	
6. Les capacités humaines et techniques du personnel des médias sont renforcées		
7. L'internalisation, la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD sont assurés.		

#### IV. CADRE LOGIQUE DE LA PNCD AXE SUR LES RESULTATS

Le cadre logique axé sur les résultats comporte les différents niveaux d'analyse qui décrivent la logique verticale d'un projet : les éléments stratégiques (sommaire descriptif du plan) ; la chaîne des résultats (résultats escomptés) ; les indicateurs de performance et les sources de vérification ainsi que les incertitudes qui peuvent faire obstacle à leur réalisation (hypothèses et indicateurs de risques).

Le cadre logique orienté vers les résultats fait la synthèse de l'analyse de la situation. Son élaboration comprend les étapes suivantes :

- établissement des objectifs ;
- définition de la chaîne de résultats escomptés ;
- identification des sources de vérification ;
- identification des hypothèses et risques sous-jacents ;
- choix des indicateurs de rendement pour mesurer le progrès vers les résultats escomptés.

La matrice du cadre issue de la formulation des objectifs et de la chaîne des résultats s'inspire du format retenu dans le guide d'alignement sur la SDRP 2008-2011.

<b>OBJECTIF GLOBAL</b> : Contribuer à la réduction de la pauvreté dans toutes ses dimensions			
<b>OBJECTIF SPECIFIQUE</b> : Promouvoir la communication pour le développement			
<b>HIERARCHIE DES RESULTATS</b>	<b>INDICATEURS DE RESULTATS</b>	<b>SOURCES/MOYENS DE VERIFICATION</b>	<b>HYPOTHESES ET RISQUES</b>
<b>Impact</b> (résultats à long terme)  Le changement de comportement des populations nigériennes favorables au développement est réalisé	La contribution du secteur de la communication au PIB a augmenté de 2%  80% de la population active participent aux actions de développement	Comptes économiques de la Nation  Enquêtes socio-économiques de l'INS  Enquêtes EDSN et MICS	Stabilité politique et institutionnelle  Volonté politique manifeste  Cohésion sociale
<b>Effets</b> (résultats à moyen terme)  Les auditeurs, les tété spectateurs et les lecteurs sont satisfaits de la qualité des prestations des médias orientés vers un changement qualitatif de comportement	-Le nombre des téléspectateurs et auditeurs s'est accru de 40%  - le nombre de lecteurs s'est accru de 20%	MC/NTI/C : Enquête nationale sur l'audience des médias	Amélioration des revenus monétaires des ménages
Les agents des médias sont satisfaits de leurs conditions de vie et de travail	23 radios et 4 chaînes de télévision privées appliquent la grille de salaire de la convention collective	MC/NTI/C : Enquête nationale sur les conditions de vie et de travail des agents des médias	Application de la convention collective de la presse

<p><b>Produits (résultats à court terme)</b></p> <p>Une large couverture médiatique nationale est assurée</p>	<p>95% du territoire est couvert par les médias nationaux</p>	<p>Rapport de consultations</p> <p>Rapports d'activités des directions techniques du ministère de la communication et des médias</p> <p>INS/ Enquête Budget/Consommation des ménages</p>	<p>Stabilité politique et institutionnelle</p> <p>Volonté politique manifeste</p> <p>Disponibilité de ressources financières</p>
<p>La modernisation et le développement des infrastructures des médias sont assurés</p>	<p>85% des infrastructures des médias sont modernisées et développées</p>	<p>Rapport d'activités des directions techniques du ministère de la communication et des médias</p> <p>Rapport d'activités du Haut Commissariat aux NTIC</p> <p>MC/NTI/C/Enquête sur l'audience des médias</p>	<p>Stabilité politique et institutionnelle</p> <p>Volonté politique manifeste</p> <p>Disponibilité de ressources financières</p>
<p>Les outils, canaux et espaces de communication traditionnels sont valorisés</p>	<p>2 festivals régionaux et 1 festival national de valorisation des outils, canaux et espaces de communication traditionnels sont organisés par an</p>	<p>Répertoire national des outils, canaux et espaces de communication traditionnels</p>	<p>Utilisation des outils, canaux et espaces de communication traditionnels dans les actions d'information et de sensibilisation</p>
<p>Des informations de qualité sont produites et diffusées</p>	<p>10 périodiques sont produits et les utilisateurs des médias et NTIC ont augmenté de 40%</p>	<p>MC/NTI/C : Enquête sur l'audience des médias</p> <p>Procès verbaux des délibérations de l'ONC</p> <p>Rapports d'activités du Conseil de presse</p> <p>Minutes des délibérations de l'ONIMED</p>	<p>Stabilité politique et institutionnelle</p> <p>Accessibilité à l'information</p> <p>Amélioration des rapports Médias/pouvoirs politique et économique</p>
<p>Un cadre juridique et institutionnel approprié est opérationnel</p>	<p>Les textes de loi sur la communication et les médias favorables à l'élargissement des espaces de démocratie et au renforcement de la liberté de la presse sont adoptés et signés</p>	<p>Compte rendu des Conseils des ministres</p> <p>Publication du Journal Officiel du Niger</p> <p>Site Web de l'ONC</p>	<p>stabilité politique et institutionnelle</p> <p>Adhésion des acteurs politiques et des professionnels des médias aux enjeux de la PNCD</p>



<p>Les capacités humaines et techniques du personnel des médias sont renforcées</p>	<p>200 journalistes des médias publics et privés sont formés et/ou recyclés en techniques rédactionnelles et en éthique et déontologie de la presse</p> <p>23 radios et 4 chaînes de télévision privées appliquent les dispositions de la convention collective de la presse</p>	<p>Rapport d'activités des directions techniques du ministère de la communication</p> <p>MC/NTI/C : Enquête sur l'audience des médias</p> <p>Annuaire de l'IFTIC</p>	<p>Valorisation des revenus des professionnels des médias</p> <p>Stabilité du personnel des médias</p> <p>Meilleure gestion des entreprises de presse</p>
<p>L'internalisation, la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD sont assurés</p>	<p>Le texte portant ancrage institutionnel de la PNCD est adopté et signé</p> <p>Les mécanismes de coordination et de suivi-évaluation sont adoptés et mis en place</p> <p>Huit (8) ateliers régionaux sont organisés à l'intention de 320 participants représentant les médias, l'administration des collectivités territoriales et la société civile (30 par session)</p> <p>37 ateliers départementaux sont organisés à l'intention de 740 participants représentant les médias, l'administration des collectivités territoriales et la société civile (50 par session)</p> <p>7 sessions de restitution/vulgarisation sont organisées (30 personnes par session)</p>	<p>Rapports d'activités de la coordination de la PNCD</p> <p>Rapports d'activités des ministères techniques</p> <p>Revue à mi-parcours du portefeuille des actions des PTF</p> <p>Rapports d'activités des directions des programmes et projets</p>	<p>Volonté politique manifeste</p> <p>Accompagnement de la PNCD par les PTF</p> <p>Adhésion des acteurs à la PNCD</p>

Ainsi, le cadre logique orienté vers les résultats décrit le lien entre la logique des interventions, la chaîne des résultats, les indicateurs de rendement, les hypothèses et les risques encourus.

## V. STRATEGIES D'INTERVENTION

### 5.1 Stratégies relatives à l'analyse de l'environnement interne des médias et des TIC

L'analyse de l'environnement interne des médias/TIC est basée sur la méthode Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces (FFOM) qui permet d'examiner les forces et faiblesses de ce secteur pour mieux identifier et caractériser les stratégies qui devront servir de points d'ancrage et de soutien à la PNCD et à sa mise en œuvre.

FORCES	FAIBLESSES	STRATEGIES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence d'une instance de régulation des médias (ONC) ;</li> <li>- Existence d'un cadre d'autorégulation des médias (ONIMED) ;</li> <li>- Existence d'un cadre démocratique favorable à l'émergence des médias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inadaptation des textes réglementaires</li> <li>-Inexistence des statuts pour les attachés de presse et les entreprises de presse</li> <li>-Méconnaissance des textes existants</li> </ul>	Amélioration du cadre juridique et institutionnel
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Existence d'attachés de presse dans les administrations et institutions publiques</li> <li>-Existence de moyens de transport privés ;</li> <li>-Expérience avérée en vie associative et en gestion communautaire des entreprises de presse ;</li> <li>-Existence d'un réseau de transport numérique et de diffusion</li> <li>-Existence d'imprimeries modernes.</li> <li>-Mise en ligne des journaux ;</li> <li>-Disponibilité de <i>Niger Poste</i> dans le transport des journaux ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Collusion presse/ pouvoirs politique et économique</li> <li>-Déficit d'information entre le ministère de tutelle, les techniciens, l'Autorité de régulation (CSC) et la coordination des radios communautaires ;</li> <li>-Insuffisance de coordination entre promoteurs et acteurs des radios communautaires ;</li> <li>-Insuffisance de moyens de transports publics et privés (transport des journaux)</li> </ul>	Développement du partenariat stratégique
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Existence d'une école de formation (IFTIC) ;</li> <li>-Existence d'un Institut national de l'alphabétisation et de l'éducation non formelle</li> <li>-Disponibilité de plusieurs corps de métiers ;</li> <li>-Productions et diffusions en langues nationales ;</li> <li>-Existence d'une Association des radios clubs du Niger (ARCN) ;</li> <li>-Existence d'une coordination nationale des radios communautaires (RACOM)</li> <li>-Accroissement du nombre des journaux ;</li> <li>-Disponibilité d'un personnel d'encadrement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faiblesse de la qualité du contenu des journaux ;</li> <li>-Prédominance de l'information officielle et institutionnelle, en particulier dans les médias publics ;</li> <li>-Irrégularité de parution des journaux privés</li> <li>-Non respect des grilles des programmes des radios et télévisions</li> <li>-Insuffisance de ressources humaines en quantité et en qualité ;</li> <li>-Faible qualité des grilles des programmes</li> <li>-Insuffisance des moyens des radios communautaires</li> <li>- Non visibilité des activités des Radio clubs</li> </ul>	Renforcement des capacités humaines et techniques du personnel des médias et des TIC

## 5.2 Stratégies relatives à l'analyse de l'environnement externe des médias, et des TIC

L'analyse de l'environnement externe des médias/TIC, également basée sur la méthode FFOM, permet de situer les opportunités et les menaces qui peuvent aider à une meilleure connaissance des stratégies susceptibles de renforcer les capacités de gestion, de programmation et de financement du plan stratégique ou de limiter ses effets et son impact.

OPPORTUNITES	MENACES	STRATEGIES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Existence de partenaires techniques et financiers disposés à appuyer le secteur</li> <li>-Existence d'un fonds d'aide à la presse ;</li> <li>-Existence d'une instance de régulation des médias</li> <li>-Existence d'un organe de régulation multi sectoriel indépendant (ARM) ;</li> <li>-Harmonisation des politiques et règlementations au niveau communautaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Instabilité politique et institutionnelle</li> <li>-Suspension de l'appui des partenaires techniques et financiers</li> </ul>	Renforcement du respect de l'éthique et de la déontologie
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Existence sur le marché national d'imprimeries modernes performantes ;</li> <li>-Existence de Réseaux de journalistes et communicateurs</li> <li>-Existence d'un cadre démocratique propice à l'émergence des organes de presse ;</li> <li>-Existence d'un cadre formel de valorisation des langues nationale (INDRAP) ;</li> <li>-Décentralisation et communalisation intégrale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Départ des animateurs formés</li> <li>-Mobilité professionnelle et géographique des cadres</li> </ul>	Renforcement du cadre de partenariat public-privé
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Migration vers la presse électronique.</li> <li>-Possibilité de formation en ligne ;</li> <li>-Existence de moyens de transport privés ;</li> <li>-Existence d'un potentiel des appelés du service civique et de collaborateurs ;</li> <li>-Secteurs totalement libéralisés ;</li> <li>-Existence d'une réglementation qui favorise la concurrence ;</li> <li>-Révision des politiques sectorielles ;</li> <li>-Attribution des licences de troisième génération ;</li> <li>-Projet de fibres optiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cybercriminalité</li> <li>-Restriction du marché de la publicité</li> </ul>	Amélioration du système de production et de distribution

L'analyse de l'environnement interne et externe des médias et des TIC, met en avant trois niveaux de préoccupations :

- la faiblesse de l'appropriation des concepts et méthodologies de la communication pour le développement ;
- La professionnalisation des médias basée sur les règles déterminant les rapports du journaliste au métier et à ses exigences dans une entreprise de presse dont le cadre technique et juridique doit être renforcé ;

- Le renforcement des capacités techniques, matérielles et humaines des médias et des TIC constitue le passage obligé à la politique de production et de diffusion d'une information saine et crédible.

Au regard de ce constat, six stratégies peuvent être retenues :

1. L'amélioration du cadre juridique et institutionnel ;
2. Le développement du partenariat stratégique ;
3. Le Renforcement du respect de l'éthique et de la déontologie ;
4. Le renforcement des capacités humaines et techniques du personnel des médias et des TIC ;
5. Le renforcement du cadre de partenariat public-privé ;
6. L'amélioration du système de production et de distribution.

### 5.3 Priorisation des stratégies

La priorisation des stratégies permet de faciliter l'affectation des ressources, selon des critères suivants :

- Conformité à la Politique Nationale de communication pour le Développement
- Satisfaction des besoins des usagers
- Faisabilité technique
- Faisabilité financière

L'évaluation de ces critères s'est effectuée sur une base consensuelle et participative, et selon une notation de chacun des critères de la manière suivante :

- Très élevé : 5 points
- Elevé : 4 points
- Moyennement élevé : 3 points
- Faiblement élevé : 2 points
- Très faiblement élevé : 1 point

Les résultats de cet exercice de priorisation ont permis d'obtenir la liste ci-dessous

#### Stratégies de priorité N°1

- Amélioration du cadre juridique et institutionnel
- Développement du partenariat stratégique
- Renforcement du cadre de partenariat public-privé

#### Stratégies de priorité N°2

- Renforcement du respect de l'éthique et de la déontologie

#### Stratégies de priorité N°3

- Renforcement des capacités humaines et techniques du personnel des médias, et des TIC

#### Stratégies de priorité N°4 Amélioration du système de production et de distribution

Pour plus de détails, veuillez consulter le tableau 2 Priorisation des stratégies en annexe 2

La répartition des stratégies d'intervention par axe stratégique issue des effets escomptés est ainsi établie :

**Tableau 2 : Axes stratégiques et stratégies d'intervention**

AXES STRATEGIQUES	STRATEGIES D'INTERVENTION
<b>Axe1</b> : Amélioration des prestations de service des médias	1. Amélioration du cadre juridique et institutionnel
	2. Développement du partenariat stratégique
	3. Amélioration du système de production et de distribution
	4. Renforcement du respect de l'éthique et de la déontologie
<b>Axe 2</b> : Amélioration des conditions de vie et de travail des agents des médias	5. Renforcement des capacités humaines et techniques du personnel des médias, et des TIC
	6. Renforcement du cadre de partenariat public-privé

#### 5.4 Axes stratégiques, programmes et projets

L'identification des stratégies et leur regroupement en deux axes d'intervention concourent à la mise en œuvre de deux programmes et à l'exécution de six projets.

**Tableau 3 : Axes stratégiques, programmes et projets**

AXES STRATEGIQUES	PROGRAMMES	PROJETS
<b>Axe 1</b> : Amélioration des prestations de service des médias	1. Développement des prestations de service	1. Appui à la réalisation de la couverture médiatique
		2. Appui à la modernisation des infrastructures des médias
		3. Appui à la production et à la diffusion des informations de qualité
<b>Axe 2</b> : Amélioration des conditions de vie et de travail des agents des médias	2. Amélioration des conditions de vie et de travail des agents des médias	4. Appui à l'amélioration du cadre juridique et institutionnel
		5. Appui au renforcement des capacités humaines et techniques des médias, et des TIC
		6. Appui à l'internalisation, la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD par tous les acteurs

## VI. MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE SUIVI-EVALUATION

La plupart des projets et programmes mis en œuvre par les ministères techniques peuvent contribuer, de manière directe et durablement, à l'atteinte des objectifs fixés ainsi qu'à l'obtention de résultats probants en matière de mobilisation sociale et de changement qualitatif de comportement des populations engagées dans des actions de développement.

La coordination des stratégies de communication des différentes politiques sectorielles des ministères techniques déconcentrés et décentralisés devrait pouvoir contribuer, par la synergie, la complémentarité et l'interactivité qu'elle induit, à une grande implication/adhésion des populations dont les capacités auront été renforcées.

Dans ce sens, un plan de travail annuel élaboré par le ministère en charge de la Communication sera soumis au cours d'une revue annuelle, pour discussion et approbation, à toutes les parties prenantes au processus.

### 6.1 Dispositifs institutionnels de mise en œuvre de la PNCD

Le dispositif institutionnel de mise en œuvre du Plan Stratégique est constitué ainsi qu'il suit :

1. Le comité de pilotage : Il a un mandat d'orientation et de décision. Il est présidé par le Ministre en charge de la Communication. Il se réunit deux (2) fois par an en session ordinaire et peut se réunir en session extraordinaire en cas de besoin. Un arrêté du ministre en charge de la communication nomme les membres du comité qui est composé des représentants de la Présidence de la République, de l'Assemblée Nationale, la Primature, des ministères de la Promotion de la Femme et de la Protection de l'Enfant ; de la Santé publique ; de l'Éducation nationale, des Enseignements secondaire, supérieur et de la Recherche scientifique ; de la Jeunesse et des Sports ; de l'Agriculture et de l'Élevage ; de l'Eau, de l'Environnement et de la Lutte contre la Désertification ; de la Décentralisation ; de l'Aménagement du territoire ; de l'Économie et des Finances ; des Affaires Étrangères et de la Coopération ; de la Communication (DC DEP DMC) ; du Coordonnateur des programmes PNCD ; des Partenaires Techniques et Financiers ; des ONG nationales et internationales menant des activités de communication ; des organisations socioprofessionnelles des médias ; des collectivités territoriales.

2. Le Comité technique interministériel : Il a pour mission d'apporter un appui technique à la coordination. Il est composé des directions ayant en charge le volet communication au niveau de tous les ministères. Un arrêté du ministre en charge de la communication nomme les membres du comité.

3. La Coordination du Plan Stratégique : Elle est chargée de coordonner la mise en œuvre des activités de communication des différents programmes. Un arrêté du ministre en charge de la communication détermine la composition de la coordination et nomme ses membres.

4. Les chargés des programmes : Ils ont pour mission de mettre en œuvre, de suivre et d'évaluer les programmes au sein de la coordination de la PNCD ainsi que d'assurer l'internalisation, la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD, en relation avec le comité interministériel qui est chargé de l'animation.

## 6.2 Mécanisme de financement du Plan Stratégique de Communication

La mise en œuvre du Plan stratégique de communication passe par les étapes suivantes :

- ✓ Elaborer les documents des programmes et projets du Plan Stratégique pour avoir des supports de négociation aussi bien avec l'Etat au cours des discussions budgétaires qu'avec les Partenaires Techniques et Financiers ;
- ✓ Organiser une table ronde sur le financement du Plan Stratégique pour informer, sensibiliser les PTF et les privés nationaux et étrangers en vue d'obtenir leur accord de principe ;
- ✓ Mener des campagnes de plaidoyer auprès des élus locaux, régionaux et des parlementaires afin que la communication pour le développement soit prise en compte dans les préoccupations de l'Assemblée Nationale, des régions et des communes.

Les principaux responsables du suivi-évaluation du Plan Stratégique sont :

1. Le chargé de Suivi Evaluation de la coordination auquel il faut établir un cahier de charges bien déterminé ;
2. Les directions techniques (DEP, DC, DMC, DS, DRFM) du Ministère en charge de la Communication ;
3. Les Directions des Etudes et Programmes des Ministères techniques qui développent et en œuvre des actions de communication pour le développement ;
4. Les cadres de concertation des régions, départements et communes, qui élaborent des rapports de mise en œuvre des actions de développement dans le cadre de la SDRP ;
5. A chaque niveau, les outils et les modalités pratiques seront précisés dans le manuel de suivi-évaluation devant être élaboré par la coordination.

La mise en œuvre du Plan stratégique National de Communication pour le Développement nécessite une meilleure coordination entre les partenaires techniques et financiers, les parties prenantes (Ministères techniques) et les communautés de base.

Une planification opérationnelle des actions devrait permettre de mieux assurer le suivi-évaluation du programme.

La coordination de la PNCD assure aussi la synergie et la complémentarité des activités de communication des partenaires et des acteurs étatiques.

Le comité de pilotage se réunit tous les six mois pour passer en revue les stratégies de mise en œuvre et effectuer le suivi-évaluation du Plan stratégique

## 6.3 Suivi-évaluation

Les résultats des études effectuées dans le domaine de la communication et ceux de l'enquête sur l'audience des médias serviront de données de référence pour le suivi du Programme. Des enquêtes peuvent être réalisées en vue de rassembler les données nécessaires. L'Institut National de la Statistique (INS) devra en assurer la collecte, le traitement et l'analyse.

Le plan annuel de travail ;

Le cadre logique axé sur les résultats de la PNCD ;

La chaîne des résultats de la PNCD ;

Le cadre de mesure des résultats ou plan de suivi des indicateurs ;

Les rapports d'activités et d'évaluation ;

La fiche de collecte des données ;

La fiche de suivi des activités.



Le tableau ci-après donne les détails sur les activités de suivi-évaluation

Principales activités de suivi évaluation	Années				Structures responsables	Acteurs impliqués	Estimation du coût (en millions)
	2011	2012	2013	2014			
Sessions du comité de pilotage	2	2	2	2	DEP	Structures membres du comité	<b>160</b>
Réunions du comité technique interministériel	4	4	4	4	DEP DC DMC	Structures membres du comité	<b>48</b>
Situation de référence	1				DS	INS, DEP, DC DMC Coordination PNCD	<b>80</b>
Suivi opérationnel	Activités continues				Chargés des programmes	Coordination, comité technique interministériel	Cf. Fonctionnement de la coordination
Evaluation à mi parcours		X				DEP Comité technique interministériel, Consultant, coordination, chargés des programmes, DC, DMC	<b>10</b>
Evaluation finale					X	DEP Comité technique interministériel, Consultant, coordination, DC, DMC	<b>30</b>

Le système d'évaluation du plan stratégique se déroule en trois phases méthodologiques :

✓ **L'évaluation initiale**

Une enquête légère est effectuée pour compléter et mettre à jour les données des études disponibles dans le domaine de la communication

✓ **L'évaluation à mi-parcours**

Cette évaluation peut être conduite par un consultant externe ou en tandem avec d'autres acteurs de la communication pour le développement.

L'évaluation à mi-parcours permet de prendre la juste mesure des décisions qui peuvent concourir à une meilleure exécution des programmes de la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

✓ **L'évaluation de fin d'exécution**

A la fin du programme, une évaluation générale est établie pour apprécier les résultats de fin de gestion et tirer les leçons pour une pérennisation des actions.

## **VII PLAN D' ACTIONS**

Lorsqu'un plan stratégique existe, les éléments qu'il contient notamment les objectifs et les résultats, ne donnent qu'une idée globale de ce qu'on en attend. C'est pourquoi, un plan stratégique doit s'accompagner d'un plan opérationnel dont le but est de définir, avec précision, les activités et tâches spécifiques à accomplir, leur durée et les ressources qu'elles exigent. Il s'agit de faire concrètement, une programmation dans le temps et l'espace pour pouvoir atteindre les objectifs et résultats fixés.

On peut donc retenir que le point de départ du plan opérationnel est la chaîne des résultats, notamment les produits et les actions qui sont spécifiés dans le plan stratégique

L'élaboration du plan opérationnel repose sur les étapes suivantes :

- La priorisation des actions ;
- Le chiffrage du Plan ;
- Le plan d'actions pluriannuelles.

### **7.1 Priorisation des actions**

L'état des lieux de la PNCD a mis en évidence de nombreuses insuffisances dont la prise en charge a engendré d'énormes besoins de financement. Dès lors, il importe d'opérer un arbitrage pour définir les programmes à prioriser et dont le financement peut être recherché auprès des partenaires techniques et financiers. Il s'agit en particulier :

- de la réalisation d'une large couverture du territoire par les médias nationaux ;
- de la modernisation et du développement des infrastructures des médias
- de la production et la diffusion d'informations de qualité ;
- de l'aménagement d'un cadre juridique et institutionnel approprié ;
- du renforcement des capacités humaines et techniques du personnel des médias ;
- de l'internalisation, la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD.

La priorisation de ces actions permet de faciliter l'affectation des ressources, selon des critères de pertinence et de faisabilité :

- La pertinence de l'action signifie l'existence de problèmes à résoudre ou de besoins à satisfaire et leur urgence ;
- La faisabilité de l'action renvoie invariablement aux capacités en ressources humaines, matérielles, financières, et au délai requis pour exécuter les actions retenues.

L'évaluation de ces critères s'est effectuée sur une base consensuelle et participative, et selon une notation de chacun des critères

Les résultats de cet exercice de priorisation a permis d'obtenir un classement par ordre de priorité des actions comme le montre le tableau 1 de l'annexe N°1

## **7.2 Chiffrage du plan**

Le chiffrage de ce plan a été élaboré à partir du document de programmation de la PNCD de décembre 2007 et le montage financier réalisé par les groupes thématiques mis en place par le ministère en charge de la Communication pour enrichir et actualiser le Plan Stratégique National.

Le coût global de mise en œuvre de la Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD) se situe à hauteur de **101 830 millions de francs CFA** pour la période 2011-2014.

L'exhaustivité du coût de la PNCD s'explique par rapport aux charges engendrées par la modernisation et l'extension des équipements techniques ainsi que le renforcement des capacités des structures de production des outils et supports d'information, d'éducation et de communication.

La structure des coûts confirme la priorité accordée aux programmes d'amélioration de la qualité et de renforcement des moyens d'intervention qui absorbent, à eux seuls francs CFA du coût total de la PNCD.

L'Etat contribuera à hauteur de 30%, soit **30 549 millions de francs CFA** des financements requis hors salaires de tous les ministères techniques concernés ; les communautés de base (1%), à concurrence de **3 05 4 90 000 francs CFA**. Le financement extérieur à rechercher sera de l'ordre de **68 226, 100 millions de francs CFA**.

### 7.3 Plan d'actions pluriannuelles

La programmation 2011-2014 des activités de la PNCD met en évidence les détails sur la nature des actions à entreprendre et le niveau des responsabilités relativement à leur mise en œuvre, et précise les indicateurs de réalisation, ainsi que la répartition annuelle de leur coût, comme ci-dessous indiqué.

Axes stratégiques	Produits	Actions	Indicateurs de réalisation	Structures responsables et associés	Coût global en millions FCFA	Financement		Répartition annuelle			
						Acquis	A rechercher	AN 1	AN 2	AN 3	AN 4
<b>AXE 1 :</b> AMELIORATION DES CONDITIONS DE VIE ET DE TRAVAIL DES AGENTS DES MEDIAS	Amélioration du cadre juridique et institutionnel	Réhabiliter l'Agence Nigérienne de Presse	345 abonnés	DG ANP DC ME/F	<b>150</b>	45	1 05	25	75	30	20
		Elaborer le statut des attachés de presse	1 statut adopté et signé	DC	<b>5</b>	5	0	5			
		Valoriser les outils de communication traditionnelle et de proximité	3 festivals régionaux 1 festival national 4 ateliers d'information et de sensibilisation	DC et DPC	<b>200</b>	60	140	40	40	40	80
		Favoriser la création de 5 sociétés privées de productions audiovisuelles	5 sociétés privées sont créées	DC et Secteur privé	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0

	Renforcement des capacités humaines et techniques du Personnel des Médias	Former et recycler les formateurs et chercheurs en communication pour le développement	100 formateurs 50 chercheurs sont formés/recyclés	MC/NTI/C et autres ministères techniques concernés	<b>225</b>	67.5	157.5	2 s 50.	3 s 75	3 50	2 s 550
		Former les journalistes en communication pour le développement	400 journalistes Sont formés	Coordination PNCD  DC  DMC	<b>100</b>	30	70	40	30	30	
		Former les cadres des ministères techniques en communication pour le développement	100 cadres sont formés	Coordination PNCD DC DMC	<b>40</b>	12	28	20	10	10	
		Former les Ong et Associations en communication pour le développement	150 membres des ONG et Associations sont formés	Coordination PNCD DC DMC	<b>75</b>	22.5	52.5	25	25	25	
		Former les communautés à la base en communication pour le développement	150 membres sont formés	Coordination PNCD DC DMC	<b>75</b>	22.5	52.5	25	25	25	

	Former les députés et collaborateurs en communication pour le développement.	130 députés et collaborateurs sont formés	Coordination PNCD DC DMC PTF	<b>10</b>	3	7	5	5		
	Former les Ministres en communication pour le développement.	30 ministres sont formés	Coordination PNCD DC DMC	<b>3</b>			3			
	Former les Secrétaires Généraux et Directeurs techniques en communication pour le développement.	30 Secrétaires généraux sont formés  70 directeurs techniques sont formés	Coordination PNCD DC DMC	<b>10</b>	3	7	5	5		
	Former les élus locaux en communication pour le développement.	600 élus locaux sont formés	Coordination PNCD DC DMC	<b>30</b>	9	21	10	10	10	
	Doter l'IFTIC en équipements techniques et matériels didactiques	50 microordinateurs sont acquis 1Studio TV est acquis et opérationnel 5 bancs de montage audionumérique sont acquis	MC/NTI/C et PTF	<b>1500</b>	450	1050	375	375	375	375

		Doter les radios club en équipements techniques et matériels didactiques	1500 magnétophones numériques sont acquis  1 banc de montage audio est acquis	MC/NTI/C et PTF	<b>1123</b>	336	787	280	280	280	280
		Doter les centres d'alphabétisation et d'écoute féminins, en équipements techniques et matériels didactiques	5000 postes radios sont acquis 10 000 cassettes audio sont acquises	MC/NTI/C et PTF	<b>750</b>	250	500	187.5	187.5	187.5	187.5
		Doter les FADA en équipements techniques et matériels didactiques	Equipements techniques et matériels didactiques fournis	MC/NTI/C et PTF	<b>374</b>	112	262	93.5	93.5	93.5	93.5
	L'internalisation, la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD sont assurés	Editer et diffuser les documents de la PNCD	Les documents de la PNCD sont édités et diffusés	Coordination PNCD DC DMC	<b>45</b>	13.5	31.5	45			
		Relancer la communication gouvernementale			<b>PM</b>	PM	PM	PM	PM	PM	PM



<b>AXE : 2</b> AMELIORATION DES PRESTATIONS DES SERVICES DES MEDIAS	Territoire couvert	Réhabiliter / Créer et Appuyer  les activités des radios communautaires	80 radios communautaires sont réhabilitées  129 radios communautaires sont appuyées  137 radios communautaires sont installées	DMC  Coordination nationale des radios communautaires	<b>2 560</b>	768	1 792	448	448	448	448
		Appuyer le développement de la presse en ligne	5 organes de presse sont mis en ligne  5 organes éditeurs sont en ligne	DC et DTI	<b>100</b>	30	70	50	30	20	-
		Réhabiliter la presse rurale en langues nationales	8 Journaux sont réhabilités	DC	<b>50</b>	15	35	25	25	-	-
		Créer des Télé centres communautaires polyvalents	150 télécentres créés	DTI DMC DC	<b>1 500</b>	450	1050	500	500	250	250
		Créer les Centres de documentation multi média communautaire	150 CDI sont créés  8 CDI sont appuyés	DC, DMC DTI	<b>2250</b>	675	1575	750	500	500	500

	Cadre juridique et institutionnel amélioré	Actualiser la charte des radios communautaires	La charte des radios communautaires est adoptée et signée	DMC	8			8	-	-	-
		Réviser l'Ordonnance relative à la communication audiovisuelle	L'ordonnance est révisée, adoptée et signée	DC	20	6	14	20	-	-	-
		Réviser les statuts et règlement intérieur, les Régime des études et les curricula de l'IFTIC	Textes disponibles	DG IFTIC	10			10	-		
		Concourir à l'amélioration des contenus des programmes : radios, Radios communautaires, TV, Presse écrite et en ligne	Textes disponibles	DC	PM						

		Relancer la production et la diffusion des œuvres cinématographiques	Nombre d'œuvres produites et diffusées	CNCN	PM						
		<b>Réhabiliter les Centres de radios clubs</b>	800 Centres d'écoute Radios clubs réhabilités	DMC	500 000 000						
	Capacités, techniques et professionnelles du Personnel des Médias et des TIC, renforcées	Elaborer des curricula en communication pour le développement	<b>Curricula disponibles</b>	<b>DC</b>	<b>PM</b>						

#### 7.4 Plan de financement de la PNCD

Avec les possibilités d'émergence économique qui s'offrent à notre pays à l'horizon 2012, l'Etat pourrait accroître son niveau de financement pour conforter sa participation au renforcement des moyens matériels, financiers et de gestion de la PNCD, à travers notamment le Programme Conjoint Etat du Niger/Partenaires techniques et financiers qui s'inscrit dans l'horizon temporel de l'Aide publique au développement des Nations Unies (UNDAF).

La mobilisation des financements extérieurs obéira aux schémas suivants :

- l'inscription des besoins de la PNCD dans la Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté ;
- Pour les ministères en charge de la Communication, des Nouvelles Technologies de l'Information, et de la Culture, de la Santé publique, de la Population, de la Promotion de la Femme et de la Protection de l'Enfant, de l'Agriculture, de l'Hydraulique et de l'Education nationale dans lesquels le gouvernement a mis en œuvre, en partenariat avec les PTF, une approche sectorielle globale, la mobilisation des ressources sera effectuée à travers les mécanismes de financement existants, sur les ressources mobilisées et/ou mobilisables dans le cadre du Plan de Développement Sanitaire (PDS), du Programme de Développement Décennal de l'Education (PDDE), du Plan de Développement de la Culture (PDC) et de la Stratégie de Développement Rural (SDR) ;
- Les structures sectorielles de production de supports et outils de communication pour le développement devront exploiter toutes les facilités de financement : appui budgétaire, fonds commun, requêtes spécifiques encore que la possibilité de financement de certains besoins par des projets à couverture régionale ne doit nullement être occultée ainsi que les contributions des communautés et des opérateurs économiques nationaux ;
- Pour les autres ministères sectoriels, les financements disponibles dans le cadre des programmes et projets à couverture nationale ou régionale pourront être explorés ;
- L'utilisation des facilités de coopération sous-régionale, régionale et internationale dans le domaine de la communication pour le développement ;
- Des financements spécifiques seront recherchés auprès des partenaires qui s'intéressent à la communication pour le développement (FAO, PNUD, UNICEF, UNESCO, SNV, PAC, LUCOP, etc.) et qui devraient pouvoir assurer, sous forme de legs ou de donations, le financement des besoins non couverts par les ressources acquises dans le cadre de la table ronde sur le financement de la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

## CONCLUSION

L'adoption, en mai 2003, par le gouvernement nigérien de la Politique Nationale de Communication pour le Développement, a permis de réorganiser, de redéfinir et de réorienter les programmes mis en œuvre par les différents acteurs de la communication pour le développement, conformément aux options et priorités du Document de Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté (DSRP).

Il en a été ainsi pour toutes les stratégies et politiques initiées par les ministères sectoriels (Politique de Développement Sanitaire, Politique de Population, Politique Nationale pour l'Enfance, Stratégie de Développement Rural, Politique de Développement Décennal de l'Éducation, etc.) pour atténuer, voire amoindrir les effets de la pauvreté et leurs conséquences sur le niveau de développement des populations, particulièrement les plus vulnérables.

Toutes ces politiques ont désormais un seul credo : la gestion axée sur les résultats. Dans ces conditions, il est plus que nécessaire de doter la Politique Nationale de Communication pour le Développement d'un mécanisme performant de coordination pour assurer le suivi et l'évaluation effectifs des programmes, sous-programmes et actions prioritaires de la PNCD.

L'atelier national d'enrichissement du plan stratégique de communication pour le développement organisé en mars 2011 à Niamey par le ministère de la Communication, des Nouvelles Technologies de l'Information, et de la Culture, a mis en lumière les difficultés auxquelles le gouvernement nigérien doit faire face pour adapter les besoins particuliers de cette politique aux priorités de la Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté et des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD).

C'est dans cette optique que le ministère de la Communication a initié, de janvier à février 2011, la préparation et l'organisation de plusieurs sessions de formation en planification stratégique et en gestion axée sur les résultats au profit de ses cadres pour les inciter à réfléchir à la redynamisation de la PNCD.

Aujourd'hui et huit ans après son adoption par le gouvernement, il s'est surtout agi pour le ministère en charge de la Communication, de procéder à une réactualisation de la problématique même de la Politique Nationale de Communication pour le Développement, en tenant compte de la pertinence de ses programmes, de leur cohérence, de leur faisabilité et des stratégies sectorielles des ministères techniques et des parties prenantes concernées par la Politique Nationale de Communication pour le Développement.

On remarquera que les fiches techniques adoptées en décembre 2007, servent, encore, de base constructive à la nomenclature budgétaire des programmes de la PNCD dont le coût global, sur la période 2011-2014, se chiffre à **101 830 millions de francs FCFA**.

Les nouveaux besoins engendrés par les mutations sociales et les choix technologiques susceptibles d'atténuer, voire d'amoindrir les effets de la fracture numérique, expliquent, sans doute, cette révision à la hausse du coût des programmes dont l'opérationnalité appelle aux recommandations suivantes :

- 1.** Le Gouvernement devra affirmer son engagement à conduire la PNCD à son terme ;
- 2.** A l'image de la SDRP, seul cadre de référence en matière de politique de développement économique et social, la PNCD doit être le seul cadre de référence de la conduite des activités de communication pour le développement. D'ores et déjà, il importe que tous les acteurs de la communication pour le développement (partenaires au développement, ONG nationales et internationales, organisations de la société civile, etc.) adhèrent à la démarche pour soutenir les mécanismes de cette communication participative et interactive qui s'appuie fondamentalement sur les actions de terrain ;
- 3.** Le renforcement des capacités techniques, matérielles et humaines doit être soutenu, pour la réussite et l'ancrage de la PNCD ;
- 4.** Les capacités humaines et techniques du personnel des médias doivent être renforcées pour tendre véritablement vers la production et la diffusion d'informations fiables, saines et crédibles ;
- 5.** Les dotations budgétaires de l'Etat pour accompagner les ministères techniques dans le déploiement des activités de communication pour le développement doivent être proportionnelles à la mesure des effets et impacts recherchés ;
- 6.** Il est nécessaire de mettre en œuvre des actions de plaidoyer pour développer et promouvoir, à tous les niveaux, une véritable culture de communication pour le développement au Niger.

## ANNEXES

## Annexe 1

**Tableau N° 1 : Priorisation des actions**

PRODUITS	ACTIONS	PERTINENCE	FAISABILITE	Total	Classement
<b>1.</b> Une large couverture de l'espace médiatique national est réalisée	1. Installer des radios rurales	5	3	8	3
	2. Installer des centres de réception communautaire de télévision	5	2	7	4
	3. Installer des stations intégrées (radio et télé) type VSAT dans les régions	2	2	4	6
	4. Mettre en place une messagerie et une centrale d'achat (papier et fongibles)	5	3	8	3
	5. Implanter des antennes ONEP-ANP dans toutes les régions	5	3	8	3
	6. Créer des structures de production des outils de communication traditionnelle et de proximité	3	3	6	5
<b>2.</b> La modernisation et le développement des Télécommunications, sont assurés	7. Installer des télécentres communautaires polyvalents	5	4	9	2
	8. Développer l'Internet et l'Intranet	5	3	8	3
	9. Numériser et étendre le réseau des télécommunications	5	3	8	3
	10. Moderniser, décentraliser et compléter la couverture de la radio et de la télévision	5	2	7	4
<b>3.</b> Des Informations de qualité sont produites et diffusées	11. Valoriser la grille des programmes	5	5	10	1
	12. Créer une banque d'émissions radio/télé	5	3	8	3
	13. Renforcer la chaîne de fabrication de l'ONEP	5	4	9	2
	14. Réhabiliter et dynamiser les radios clubs	4	4	8	3
	15. Réhabiliter la presse rurale en langues nationales	5	2	7	4
<b>4.</b> Un cadre juridique et institutionnel approprié est mis en place	16. Elaborer les statuts des radios communautaires et des journalistes professionnels et attachés de presse	5	5	10	1
	17. Elaborer la convention collective de la presse	5	5	10	1
	18. Réglementer la publicité	5	5	10	1
	19. Réglementer l'usage des espaces et outils de communication traditionnelle et de proximité	3	1	4	6
	20. Créer une société de productions audiovisuelles	5	3	8	3
	21. Définir l'ancrage institutionnel et les statuts de la structure de coordination, de mise en œuvre et de suivi-évaluation de la PNCD	5	5	10	1



	22. Créer un fonds de recherche en communication pour le développement	4	3	7	
	23. Restructurer l'IFTIC	5	5	10	
	24. Restructurer de l'ORTN	5	3	8	
	25. Réaliser des études pour la réforme des médias publics	5	5	5	
5. Les capacités humaines et techniques du personnel des médias sont renforcées	26. Former et recycler les formateurs et chercheurs, en communication pour développement	5	5	10	
	27. Former les journalistes, cadres de terrain, communautés de base, ONG, organisations de la société civile et décideurs, en communication pour le développement	5	4	9	
	28. Former les décideurs en communication pour le développement	5	5	10	
	29. Doter l'IFTIC, les CLAC, les radios clubs, les centres d'alphabétisation et d'écoute féminins, les FADA, etc, en équipements techniques et matériels didactiques	5	4	9	
6. L'internalisation la coordination, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la PNCD, sont assurés	30. Confectionner les documents de politique et programmes	5	5	10	
	31. Organiser des campagnes d'information, de sensibilisation et de plaidoyers	5	5	10	
	32. Organiser des ateliers et des séminaires de restitution	5	5	10	

## Annexe 2

**Tableau N°2 : priorisation des Stratégies**

N°	Critères de sélection Stratégies possibles	Conformité à la politique nationale	Satisfaction des besoins de la communauté	Faisabilité technique	Faisabilité financière	Total des notes	Classement
1	Amélioration du cadre juridique et institutionnel	5	5	5	5	20	Priorité 1
2	Développement du partenariat stratégique	5	5	5	5	20	Priorité 1
3	Renforcement des capacités humaines et techniques du personnel des médias, et des TIC	5	5	4	4	18	Priorité 3
4	Renforcement du respect de l'éthique et de la déontologie	5	5	4	5	19	Priorité 2
5	Renforcement du cadre de partenariat public-privé	5	5	5	5	20	Priorité 1
6	Amélioration du système de production et de distribution	5	5	3	3	16	Priorité 4