



5^e Recensement général de la population et de l'habitation du Burkina Faso



PLAN DE COMMUNICATION



SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	4
I. ACTIONS DE COMMUNICATION RECOMMANDEES	4
I.1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt	4
I.2. Incitation des populations à se faire recenser librement au Burkina	8
I.3. Facilitation du déroulement du RGPH par les autorités et les PTF	12
I.4. Diffusion efficace des résultats du 5 ^{ème} RGPH	15
II. PLAN D' ACTIONS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	17
II.1. Matrice du cadre logique	18
II.2. Plan d'actions synthétique	22
II.3. Chronogramme	26
II.4. Budget de la communication	30
II.5. Etat récapitulatif du budget du plan de communication	34
CONCLUSION	35
BIBLIOGRAPHIE	36

LISTE DES ABREVIATIONS

AFP	Agence France Presse
BAT	Bon à tirer
BBC,	British Broadcasting Corporation
BCR	Bureau central de recensement
CD	Compact Disc
DG	Direction générale
DGESS	Direction générale des études statistiques sectorielles
DIMIS	Direction de l'informatique et du management de l'information statistique
DVD	Digital versatil disc (disque numérique polyvalent)
INSD	Institut national de la statistique et de la démographie
PTF	Partenaires techniques et financiers
RFI	Radio France Internationale
RGPH	Recensement général de la population et de l'habitation
RTB	Radiodiffusion Télévision du Burkina
TDR	Termes de références
TV	Télévision
VOA	Voix de l'Amérique

**PLAN OPERATIONNEL DE COMMUNICATION
DU 5^e RGPH**

INTRODUCTION GENERALE

La mise en œuvre de la stratégie de communication du 5^e Recensement général de la population et de l'habitation (5^e RGPH) a besoin d'être accompagnée d'un plan d'action opérationnel, si l'on veut optimiser ses chances de réussite.

Le présent plan d'action opérationnel compte deux chapitres : le premier traite des actions recommandées, selon les axes définis dans la stratégie de communication et le second précise le contenu du plan, notamment, la matrice du cadre logique, le tableau synthétique, le chronogramme et le budget.

I. ACTIONS DE COMMUNICATION RECOMMANDEES

Les actions de communication recommandées sont identifiées, à partir des axes définis dans la stratégie de communication du RGPH, notamment :

- ◆ Axe 1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt
- ◆ Axe 2. Incitation des populations à se faire recenser librement au Burkina
- ◆ Axe 3. Facilitation du déroulement du RGPH par les autorités et les PTF
- ◆ Axe 4. Diffusion efficace des résultats du 5^e RGPH

I.1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt

Avant la phase de dénombrement, l'INSD promet d'atteindre, par ses efforts de communication, une bonne connaissance par les populations et les décideurs de la portée du 5^{ème} Recensement général de la population et de l'habitation. Il s'agit donc, de leur fournir des informations précises sur le RGPH, ses objectifs, son intérêt, pour le pays et pour la population. De même, il s'engage au strict respect du caractère confidentiel des données qui seront collectées. A cet effet, des actions médiatiques et hors médias sont envisagées, sur l'ensemble du territoire national.

◆ **Action 1. Création d'une identité visuelle**

Il s'agit de donner une identité propre au recensement général de la population. Elle permettra de faciliter la mémorisation de l'opération et de garder plus longtemps, le souvenir des activités y attachées. Néanmoins, elle doit garder une cohérence avec le logotype et le slogan de l'INSD et de leur positionnement sur les supports ou outils d'information et de communication.

◆ **Action 2. Réalisation d'une plaquette d'information**

Elle a pour but de mettre en évidence le contexte, la justification, les objectifs, le cadre institutionnel, les étapes du recensement, le personnel, la logistique et le budget disponible. Elle est imprimée sur du papier glacé 170 g, de format fini A5 en 8 pages, avec une reliure en agrafes.

◆ **Action 3. Réalisation de spots radio**

Un spot radiophonique de 45 secondes en français, est réalisé pour informer les populations du bien-fondé du 5^e RGPH. Le spot est repris en langues nationales mooré, dioula, fulfuldé et gulmacéma, avec une durée maximale de 60 secondes. Les spots sont livrés sur support CD pour diffusion à la radio.

◆ **Action 4. Réalisation de spots télévisuels**

Un spot télévisuel de 45 secondes en français est réalisé pour informer les populations du bien-fondé du 5^e RGPH. Le spot est repris en langues nationales mooré, dioula, fulfuldé et gulmacema avec une durée maximale de 60 secondes.

◆ **Action 5. Réalisation de dépliants d'information**

Il reprend le contenu de la plaquette, sous une forme plus synthétique. Il est édité sous le format ouvert A4, sur papier glacé 80 g. Il est tiré en 5 000 exemplaires.

◆ **Action 6. Réalisation d'affiches d'information**

L'affichage est un média puissant. Il permet de toucher les populations en mouvement dans une zone géographique donnée. C'est aussi, un média souple. La variété des supports, la diversité des réseaux et des emplacements suggèrent plusieurs formats d'affiches. Deux types d'affiches du visuel sont recommandés :

- l'affiche de format 4 m x 3 m, soit 12m² : elle est imprimée sur support bâche au format des panneaux existants ;
- l'affiche de format 40 cm x 60 cm : elle est plus souple et malléable. Elle est imprimée sur papier glacé 170 g ;
- l'affiche de format de banderoles standards

◆ **Action 7. Conception d'annonces-presse**

Malgré le faible taux d'alphabétisation, les journaux demeurent des supports importants par rapport aux cibles déterminées. Leur diversité et leur richesse favorisent et privilégient les supports de grande audience, capables de jouer de grands rôles dans l'action de communication du 5^e RGPH. Sur une centaine de titres de journaux édités en français et en langues nationales, les supports ci-après, sont les plus pertinents : Sidwaya, L'Observateur Paalga, Le Pays, Le quotidien, L'Express du Faso, le Reporter, Mutations ; l'Événement etc. Ils assurent à eux seuls l'essentiel de l'information par voie de presse écrite au Burkina. C'est la raison pour laquelle des annonces-presse relatives au bien-fondé du 5^e RGPH y seront diffusées.

◆ **Action 8. Vulgarisation de l'identité visuelle**

Le logotype et le slogan doivent être visibles et lisibles sur tous les documents produits dans le cadre du RGPH. Le logo sera imprimé sur tous les outils de communication et d'identification de l'ensemble des acteurs du recensement.

◆ **Action 9. Diffusion de la plaquette d'information**

Elle est tirée en 1 000 exemplaires. Elle est destinée aux responsables des organes, aux autorités politiques et administratives et aux PTF. Elle est distribuée, lors de la cérémonie de lancement de l'opération et des autres rencontres organisées dans le cadre du RGPH.

◆ **Action 10. Diffusion de spots radio**

Pour la diffusion des spots radiophoniques, les supports recommandés sont : la RTB (radio nationale), radio Omega, Savane FM, Ouaga FM, Horizon FM, radio Bobo, radio Gaoua et les radios locales. Un plan média combine judicieusement les diffusions radio selon les supports et leurs plages horaires pour obtenir l'impact désiré.

◆ **Action 11. Diffusion de spots télévisuels**

Pour la diffusion des spots TV, les supports télévisuels recommandés sont : la RTB (télévision nationale), BF1, Burkina info, Impact TV, TV Maria et Canal 3. Un plan média combine judicieusement, les diffusions radiotélévisées, selon les supports et leur écran pour obtenir l'impact désiré.

◆ **Action 12. Diffusion du dépliant d'information**

Il est tiré en 5 000 exemplaires. Il est destiné aux responsables des organes du RGPH, aux autorités politiques et administratives et aux PTF. Il est distribué à la cérémonie de lancement officiel de l'opération et lors des rencontres organisées dans le cadre du 5^e RGPH.

◆ **Action 13. Diffusion d'affiches d'information**

L'affiche 12m² est tirée en 150 exemplaires. Les affiches sont posées sur les réseaux existant dans les villes capitales des 13 régions et des 45 chefs-lieux de provinces du Burkina. Quant à l'affiche 40x60 cm, elle est tirée en 25 000 exemplaires et diffusée dans les lieux publics, sur l'ensemble du territoire, à raison de 3 affiches en moyenne par village.

◆ **Action 14. Diffusion d'annonces-presse**

Les annonces-presse, publiées sous forme de bandeaux à la « une » et en pages entières, sont conçues sur la base des formats des journaux recommandés. Leur contenu mettra en évidence les objectifs du recensement, ainsi que le processus de l'opération. Au total, 45 annonces sont publiées selon les formats décidés. Un plan média combine judicieusement, les annonces selon les supports et en fonction de leur périodicité pour obtenir le maximum d'impact.

◆ **Action 15. Animation du site Web INSD**

L'INSD dispose d'un site web (<http://www.insd.bf>) qui le met sur la toile mondiale. Ce site doit offrir plus de visibilité aux activités du 5^e RGPH, durant toute la période du recensement avec des liens et un contenu pertinent. Les informations sont actualisées chaque semaine, selon le déroulement du processus. Les résultats du RGPH sont mis en ligne.

◆ **Action 16. Animation d'un profil Facebook**

L'utilisation des technologies de l'information et de la communication doit faciliter la circulation de l'information à moindre coût. Ces dernières années, Facebook est devenu un réseau social qui façonne très vite les opinions des Burkinabè. Il peut à la fois faciliter le partage des informations, la consultation de données, ainsi que des forums d'expression pour inciter les populations à se faire recenser. Un profil spécifique au 5^e RGPH doit être créé pour mobiliser des Flowers, en vue de dynamiser les flux d'informations sur le bien-fondé du RGPH.

◆ **Action 17. Organisation de réunions d'information**

Elles visent à regrouper les membres des organes du 5^e RGPH, les délégués régionaux, provinciaux, communaux et villageois autour des autorités nationales et régionales pour affiner les stratégies de terrain. Elles offrent également, l'occasion de convenir des modalités pratiques pour le bon déroulement de l'opération. Plusieurs réunions nationales et régionales sont organisées et médiatisées. Un planning des rencontres est négocié avec les autorités nationales et régionales pour éviter les doublons et limiter la cacophonie.

◆ **Action 18. Couverture médiatique des rencontres**

La couverture médiatique suppose l'invitation des « organes de presse » notamment la radiodiffusion, la télévision, les journaux et la presse en ligne. Pour la couverture médiatique des rencontres nationales ou locales, des supports sélectionnés sont systématiquement invités. Il s'agit notamment de :

- la RTB (radiodiffusion et télévision nationales) ;
- les télévisions (BF1, Burkina info, Impact TV, TV Maria) ;
- les radios Bobo et Gaoua

- les radios (Oméga, Savane FM, Ouaga FM, Pulsar) ;
- le réseau Horizon FM ;
- les radios locales ;
- les journaux (Sidwaya, l'Observateur Paalga, Le Pays, l'Express du Faso, Le quotidien, L'Événement, le Reporter, Mutations etc.) ;
- les journaux en ligne (lefaso.net, Burkina 24, Faszine).

Pour faciliter les médiatisations et s'assurer que le contenu reste cohérent pour l'ensemble de la presse nationale, des dossiers de presse sont élaborés et mis à la disposition des journalistes-reporters.

I.2. Incitation des populations à se faire recenser librement au Burkina

L'INSD veut rassurer les populations pour obtenir leur confiance dans le fait de se laisser recenser librement par les agents habilités, connus comme tels. Il promet que les agents recenseurs seront identifiés, c'est-à-dire reconnaissables immédiatement, par les populations, grâce à leur habillement et aux moyens qu'ils utilisent. Pendant la phase de dénombrement, il s'agira de solliciter un bon accueil des agents recenseurs dans les résidences, de faire connaître à la population la teneur du questionnaire, les informations que l'on souhaite obtenir, le moment et la manière de les recueillir. Pour y parvenir, des actions médiatiques, des objets personnalisés d'identification des agents recenseurs et du matériel roulant, ainsi que des actions de relations publiques seront utilisés.

◆ **Action 1. Réalisation de sketches radio**

Un sketch radiophonique de 6 minutes en français est réalisé pour inciter les populations à bien accueillir les agents recenseurs chez eux et à accepter de se faire recenser librement. Un accent particulier est mis sur l'utilisation des smartphones. Le sketch est repris en langues nationales mooré, dioula, fulfuldé et gulmacéma, avec une durée maximale de 10 minutes. Les sketches sont livrés sur support CD pour diffusion à la radio.

◆ **Action 2. Réalisation de sketches TV**

Un sketch télévisuel de 3 minutes en français est réalisé pour inciter les populations à bien accueillir les agents recenseurs chez eux et à accepter de se faire recenser librement. Un accent particulier est mis sur l'utilisation des smartphones. Le sketch est repris en langues nationales mooré, dioula, fulfuldé et gulmacéma, avec une durée maximale de 5 minutes. Les sketches sont livrés sur support DVD pour diffusion à la télévision.

◆ **Action 3. Réalisation d'affiches**

Les comédiens des sketches radio ou TV seront mis en évidence sur le visuel pour inciter les populations à bien accueillir les agents recenseurs chez eux et à accepter de se faire recenser librement. Un accent particulier est mis sur l'utilisation des smartphones. Deux types d'affiches du visuel sont recommandés :

- l'affiche de format 4 m x 3 m, soit 12m² : elle est imprimée sur support bâche au format des panneaux existants ;
- l'affiche de format 40 cm x 60 cm : elle plus souple et malléable. Elle est imprimée sur papier glacé 170 g.

◆ **Action 4. Conception de visuels presse**

Des visuels sont créés et adaptés aux formats des quotidiens et périodiques retenus. Les supports ci-après, sont les plus pertinents : Sidwaya, L'Observateur Paalga, Le Pays, Le quotidien, L'Express du Faso, le Reporter, Mutations, l'Événement. Ils assurent à eux seuls l'essentiel de l'information par voie de presse écrite au Burkina. Les messages insistent sur l'intérêt du recensement pour les citoyens et la nation, la confidentialité des informations fournies, l'utilisation des smartphones, le bon accueil des agents recenseurs dans les ménages, etc.

◆ **Action 5. Réalisation d'un hymne RGPH**

La chanson occupe une place de choix dans le quotidien des Burkinabè. Un hymne du RGPH est fort utile pour inciter les populations à se faire recenser, en vue d'aider les gouvernants à mieux planifier le développement des villages, des communes, des provinces et des régions du pays. Le message doit traduire l'intérêt du recensement, ainsi que la confidentialité des informations fournies aux agents habilités.

◆ **Action 6. Confection de banderoles**

Elles suscitent la curiosité des passants ou des participants à une rencontre. Elles offrent aux sites de rencontres, une certaine visibilité à la thématique de chaque événement. Les thèmes essentiels portent sur les messages-clés du 5^{ème} RGPH et le parrainage de l'autorité qui anime la rencontre. Une cinquantaine de banderoles sont confectionnées sur des supports bâche de dimensions 4m x 2m pour les banderoles à l'externe et 3mx1m pour celles à l'interne.

◆ **Action 7. Mise en place d'un point d'appel (numéro vert)**

Le numéro vert vise à donner la possibilité de se faire prendre en compte à des personnes qui n'ont pas pu se faire recenser au passage de l'agent habilité. Les appels sont répercutés aux agents recenseurs ou aux contrôleurs. Ils permettent ainsi, de garantir une plus grande exhaustivité des personnes recensées.

◆ **Action 8. Diffusion de sketches radio**

Pour la diffusion des sketches radiophoniques, les supports recommandés sont : la RTB (radio nationale), radio Omega, Savane FM, Ouaga FM, Horizon FM, radio Bobo, radio Gaoua et les radios locales. Un plan média combine judicieusement, les diffusions radio selon les supports et leurs plages horaires pour obtenir l'impact désiré.

◆ **Action 9. Diffusion de sketches TV**

Pour la diffusion des sketches TV, les supports télévisuels recommandés sont : la RTB (télévision nationale), BF1, Burkina info, Impact TV, TV Maria et Canal 3. Un plan média combine judicieusement, les diffusions radiotélévisées, selon les supports et leur écran pour obtenir l'impact désiré.

◆ **Action 10. Pose d'affiches**

L'affiche 12m² est tirée en 150 exemplaires. Les affiches sont posées sur les réseaux existant dans les villes-capitales des 13 régions et des 45 chefs-lieux de provinces du Burkina. Quant à l'affiche 40x60 cm, elle est tirée en 25 000 exemplaires et diffusée dans les lieux publics, sur l'ensemble du territoire, à raison de 3 affiches en moyenne par village.

◆ **Action 11. Annonces presse**

Les annonces-presse, publiées sous forme de bandeaux à la « une » et en pages entières, sont conçues sur la base des formats des journaux recommandés. Leur contenu mettra en évidence l'intérêt du recensement pour le développement, l'utilisation des smartphones, ainsi que la confidentialité des informations fournies. Au total, 45 annonces sont publiées selon les formats décidés. Un plan média combine judicieusement, les annonces selon les supports et en fonction de leur périodicité pour obtenir le maximum d'impact.

◆ **Action 12. Vulgarisation de l'hymne du RGPH**

Les animations, organisées autour des activités du 5^e RGPH, offrent l'occasion aux organisateurs de diffuser l'hymne. Il sera diffusé sous forme de sonnerie de téléphone mobile pour créer un lien fort. C'est pourquoi il est mis à la disposition des agents recenseurs et des contrôleurs, ainsi que les membres des comités régionaux, provinciaux, communaux et villageois du recensement. De même, les radiodiffusions, qui sont destinataires des supports audio, vont contribuer sans doute, à sa meilleure vulgarisation.

◆ **Action 13. Pose de banderoles**

Elles sont utilisées à l'occasion de la cérémonie de lancement officiel de l'opération et des réunions nationales et régionales. Elles peuvent être redéployées, selon les besoins, dans des lieux publics, notamment les mairies ou écoles.

◆ **Action 14. Broadcasting SMS**

Le SMS est entré dans les mœurs des Burkinabè. Pendant le dénombrement général, le message « **Tu es important pour le Burkina, fais toi recenser** » sera envoyé à tous les numéros de téléphone mobile de tous les opérateurs de téléphonie agréés.

◆ **Action 15. Ateliers de formation**

La mise à niveau des agents recenseurs sur les techniques de communication interpersonnelle est un gage de la fiabilité des informations personnelles fournies par les personnes recensées. Des ateliers de formation à la communication interpersonnelle sont organisés à Ouagadougou, Bobo-Dioulasso, Dori et Fada N’Gourma, pour donner les clés de l’approche des populations aux agents recenseurs.

◆ **Action 16. Réunions de sensibilisation**

Elles visent à aller à la rencontre des leaders d’opinion qui sont des relais indispensables à la réussite du 5^{ème} RGPH. Il s’agit pour l’INSD d’expliquer le bien-fondé du recensement aux responsables des partis politiques, aux acteurs de la société civile, aux opérateurs économiques, aux syndicats, etc. Elles offrent également, l’occasion de solliciter la participation de tout le monde. Plusieurs réunions nationales et régionales sont organisées et médiatisées. Un planning des rencontres est négocié avec les autorités nationales et régionales pour éviter les doublons et limiter la cacophonie.

◆ **Action 17. Confection de badges**

Pour faciliter l’identification des agents de terrain aux domiciles des populations, trois (3) types de badges sont confectionnés.

- un pour les délégués régionaux, provinciaux et communaux,
- un pour les contrôleurs,
- un pour les agents recenseurs.

Des badges sont confectionnés en fonction de l’effectif du personnel de terrain, de manière à mettre en évidence les identités visuelles du 5^e RGPH et de l’INSD.

◆ **Action 18. Confection de jackets**

De même que les badges, des jackets, sont confectionnés pour faciliter l’identification des agents de terrain. Le nombre sera fonction de l’effectif du personnel de terrain. Les agents recenseurs sont tenus de les porter pour accéder aux ménages à recenser.

◆ **Action 19. Confection d'autocollants**

Pour identifier le matériel du 5^{ème} RGPH, deux types d'autocollants sont confectionnés :

- un sous format A4 à poser sur les véhicules pendant la période du recensement ;
- un autre à poser sur les mobylettes et le matériel de bureau.

500 autocollants de format A4 et des autocollants fonction du nombre de personnel de terrain de format 6 x 3 cm sont livrés. Ils comportent les identités visuelles du 5^{ème} RGPH et de l'INSD.

◆ **Action 20. Communiqués officiels**

Le porte à porte adopté pour le dénombrement général implique que les agents recenseurs se rendent aux domiciles des citoyens. Cette stratégie exige une caution des autorités nationales et locales pour rassurer les populations. C'est la raison pour laquelle, des communiqués officiels sont rédigés et diffusés, aussi bien par la radio nationale que les radios de proximité.

◆ **Action 21. Diffusion des communiqués dans les lieux publics**

Un communiqué radiotélévisé du ministre en charge de l'économie est diffusé, au cours des éditions des journaux télévisés et parlés de la veille du dénombrement. Quant aux communiqués signés des gouverneurs, des hauts-commissaires, des préfets et des maires, ils sont transmis d'abord, comme circulaires, aux responsables des structures déconcentrées de l'Etat, aux autorités religieuses et coutumières. Puis, ils sont diffusés à l'attention des populations par des crieurs publics dotés de mégaphones.

I.3. Facilitation du déroulement du RGPH par les autorités et les PTF

Il s'agit de susciter des soutiens aux efforts du gouvernement dans l'organisation et l'exécution de cette opération capitale dans le processus de planification du développement du Burkina. Il faut fournir les informations essentielles aux autorités nationales et aux partenaires au développement, en vue de faciliter la préparation, la collecte des données, l'exploitation des données, la publication et la diffusion des résultats du 5^{ème} Recensement général de la population et de l'habitation du Burkina Faso. Ainsi, des actions de lobbying, notamment les parrainages officiels et la médiatisation des séances de recensement des autorités politiques, administratives, coutumières, religieuses et des PTF sont recommandés.

◆ **Action 1. Préparation du lancement de l'opération**

Le lancement officiel du processus du 5^{ème} RGPH vise à focaliser l'attention de l'opinion publique sur l'importance de l'opération. Placé sous la présidence effective du chef de l'Etat ou du chef du gouvernement, l'événement regroupe les membres du gouvernement, les responsables des institutions diplomatiques, les bailleurs de fonds, les partenaires techniques, les gouverneurs, les responsables des structures centrales et régionales chargées du recensement. Il est organisé à Ouagadougou dans une salle de conférence adaptée. Au cours de la cérémonie de lancement, des supports d'information sur le processus sont distribués (plaquettes, affiches, etc.).

◆ **Action 2. Médiatisation du lancement de l'opération**

La médiatisation du lancement du 5^{ème} RGPH est essentielle pour en assurer une bonne visibilité ou lisibilité auprès des citoyens. La radiodiffusion, la télévision, les journaux et la presse en ligne sont des médias à solliciter. Ainsi, les organes de grande audience nationale ou régionale sont sélectionnés et y sont toujours associés. Pour faciliter l'action des journalistes et s'assurer que, le discours est cohérent pour l'ensemble de la presse, un dossier de presse est élaboré et mis à la disposition des journalistes-reporters.

◆ **Action 3. Organisation d'une conférence de presse au démarrage**

Elle est animée par le ministre en charge de l'économie, en présence du staff technique chargé du recensement. Elle présente le bien-fondé et les enjeux du processus du 5^{ème} RGPH et donne la parole aux hommes de médias. A cette conférence, en plus des médias nationaux déjà sélectionnés, les médias internationaux présents au Burkina y sont invités. Il s'agit notamment de : Radio France Internationale (RFI), la British Broadcasting Corporation (BBC), la Voix de l'Amérique (VOA), l'Agence France Presse (AFP), l'agence Reuters, etc.

◆ **Action 4. Organisation d'émissions télévisuelles et radiophoniques**

Plusieurs émissions radiophoniques et télévisuelles sont recommandées, notamment des interviews du ministre en charge de l'économie, ainsi que des responsables du BCR et des comités régionaux, provinciaux, communaux de recensement. Emission de grande audience, le midi magazine de la RTB.

◆ **Action 5. Organisation d'un point de presse, après dénombrement**

A l'issue du dénombrement général, un point de presse est animé par le président du BCR. A cette conférence, en plus des médias nationaux déjà sélectionnés, les médias internationaux y sont aussi invités..

◆ **Action 6. Visites circulaires d'information**

La caution active et solidaire des chefs religieux et coutumiers est nécessaire. Les églises, les temples et les mosquées constituent des lieux stratégiques pour passer l'information du dénombrement aux fidèles. C'est pourquoi des visites circulaires à leur résidence, en vue de solliciter leurs conseils et leurs appuis sont nécessaires.

◆ **Action 7. Médiatisation des visites circulaires des personnalités**

La médiatisation des visites circulaires est essentielle pour marquer la caution solidaire et l'accompagnement des personnalités morales du pays. La radiodiffusion, la télévision, les journaux et la presse en ligne sont des médias à solliciter. Ainsi, les organes de grande audience nationale sont sélectionnés et y sont toujours associés. Pour faciliter l'action des journalistes et s'assurer que le discours est cohérent pour l'ensemble de la presse, un dossier de presse est élaboré et mis à la disposition des journalistes-reporters.

◆ **Action 8. Médiatisation des séances de recensement**

La caution des personnalités est nécessaire pour rassurer les populations de la neutralité de l'opération de recensement. La médiatisation des séances de recensement des personnalités ou des artistes/footballeurs de renom va créer le sentiment au sein de l'opinion publique, que l'opération est d'une grande importance nationale. La radiodiffusion, la télévision, les journaux et la presse en ligne sont des médias à solliciter. Ainsi, les organes de grande audience nationale sont sélectionnés.

◆ **Action 9. Réunion d'information des PTF**

C'est un cadre qui va permettre à la ministre de l'économie, des finances et du développement d'une part, de saluer la sollicitude des bailleurs de fonds et des partenaires techniques, au nom du gouvernement et, d'autre part, de leur donner l'information sur le déroulement de l'opération.

La médiatisation de cette rencontre est d'une importance capitale. Elle permettra de montrer à l'opinion publique que l'opération est d'une grande importance nationale. Il s'agit de montrer que les Burkinabè bénéficient du soutien des amis de leur pays pour réaliser ses grands projets. La radiodiffusion, la télévision, les journaux et la presse en ligne sont des médias à solliciter. Ainsi, les organes de grande audience nationale sont sélectionnés.

I.4. Diffusion efficace des résultats du 5^{ème} RGPH

Il s'agit d'assurer la mise à disposition des données actualisées à tous les utilisateurs et par tous les moyens disponibles. Dès lors que l'opération est lancée, les décideurs publics et privés, les responsables du suivi et de l'évaluation des politiques publiques, les universitaires, les responsables des programmes dans les organismes internationaux, les hommes des médias et le grand public, tous attendent les résultats du 5^{ème} RGPH. C'est pourquoi des actions médiatiques, des supports électroniques et des relations publiques y sont privilégiés.

◆ **Action 1. Préparation et médiatisation de la présentation officielle des résultats**

La présentation officielle des résultats du 5^{ème} RGPH vise à focaliser l'attention de l'opinion publique sur l'intérêt des données actualisées du Burkina Faso. Placée sous la présidence du ministre en charge de l'économie, elle regroupe les responsables des institutions diplomatiques, les bailleurs de fonds, les partenaires techniques, les gouverneurs, les responsables des structures centrales et régionales chargées du recensement.

La médiatisation de la présentation des résultats du 5^{ème} RGPH est essentielle, pour en assurer une bonne visibilité ou lisibilité auprès des utilisateurs et des citoyens. La radiodiffusion, la télévision, les journaux et la presse en ligne sont des médias à solliciter. Ainsi, les organes de grande audience nationale ou régionale sont sélectionnés et y sont toujours associés. Pour faciliter l'action des journalistes et s'assurer que le discours est cohérent pour l'ensemble de la presse, un dossier de presse est élaboré et mis à la disposition des journalistes-reporters.

◆ **Action 2. Préparation et tenue des ateliers nationaux et régionaux**

A l'occasion de la parution des résultats du 5^{ème} RGPH, deux ateliers nationaux et treize régionaux de dissémination sont organisés pour diffuser les informations statistiques. Des responsables institutionnels (DGESS des ministères, conseils régionaux, communes, etc.), des universitaires, des chercheurs, qui sont les utilisateurs, y sont invités.

◆ **Action 3. Médiatisation des ateliers nationaux et régionaux**

Les ateliers sont conçus comme des cadres privilégiés de diffusion des informations statistiques. Mais, ce mode de diffusion touche un public limité et doit forcément, être associé à un mode de diffusion qui touche un large public. C'est pourquoi la médiatisation est nécessaire. La radiodiffusion, la télévision, les journaux et la presse en ligne sont des médias à solliciter.

Ainsi, les organes de grande audience nationale ou régionale sont sélectionnés et sont toujours associés. Pour faciliter l'action des journalistes et s'assurer que le discours est cohérent pour l'ensemble de la presse, un dossier de presse est élaboré et mis à la disposition des journalistes-reporters.

◆ **Action 4. Envoi de courriers officiels**

Il s'agit de transmettre les résultats du 5^{ème} RGPH (les publications au format papier et/ou CD rom) par courriers officiels aux utilisateurs institutionnels. Elle a besoin de la liste de destinataires prioritaires. L'INSD retient comme destinataires institutionnels prioritaires : le cabinet du Ministère de l'économie, des finances et du développement, les structures membres du SSN, les bibliothèques centrales des universités, les partenaires techniques et financiers, les représentations diplomatiques, les structures abonnées aux publications de l'INSD. Les courriers sont signés par le DG de l'INSD et adressés aux chefs des institutions destinataires.

Action 5. Diffusion de communiqués de presse

Pour attirer l'attention des médias afin d'obtenir des utilisateurs mieux informés, l'INSD doit les tenir bien informés des résultats du recensement. Lorsque les résultats du 5^{ème} RGPH sont disponibles, l'INSD doit envoyer un communiqué de presse aux médias pour diffusion. Le communiqué de presse annonce que de nouvelles données statistiques sont disponibles. Il contient quelques résultats parmi les plus importants et leur signification.

◆ **Action 6. Envoi de mailings alertes**

Avec l'utilisation de l'Internet qui ne cesse de croître au Burkina, le mailing peut être un canal intéressant de diffusion statistique. A cet effet, il est utilisé, soit pour envoyer directement les résultats, du 5^{ème} RGPH aux utilisateurs, soit pour annoncer la mise à disposition des résultats en indiquant les liens Internet ou les conditions de son accessibilité. Dans ce second cas, il s'agit de mailings alertes. L'INSD utilise déjà cette forme de diffusion pour mettre à disposition certaines des publications périodiques.

Des listes de diffusion (mailing list) existent regroupant les adresses électroniques de tous les utilisateurs, institutions et particuliers, susceptibles d'être intéressés par les résultats du 5^{ème} RGPH. Toute mise en ligne de résultats sur le site de l'INSD donne lieu à l'envoi d'une alerte.

◆ **Action 8. Animation de la Page Facebook**

L'utilisation des technologies de l'information et de la communication peut faciliter la diffusion des résultats du 5^{ème} RGPH, à moindre coût. Ces dernières années, Facebook est devenu un réseau social qui façonne très vite, les opinions des Burkinabè. Il peut à la fois faciliter le partage des informations, la consultation de données, ainsi que des forums d'expression pour susciter l'intérêt des Flowers sur les résultats. La page spécifique au 5^{ème} RGPH doit y contribuer, en mobilisant ses Flowers, en vue de dynamiser les flux d'informations sur les résultats du RGPH.

Au final, la combinaison des actions de communication suppose que chaque action, dans un type donné (communication de masse, communication de proximité, actions de relations publiques ou de lobbying) soit complémentaire des actions d'autres types.

II. PLAN D' ACTIONS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

II.1. Matrice du cadre logique

Axe 1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt					
Objectif spécifique 1 : annoncer l'opération en donnant les informations sur le processus du 5 ^e RGPH					
Objectifs opérationnels	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de résultats	Sources de vérification	Hypothèses
1. Réaliser des supports ou des outils de communication pertinents	1. Création d'une identité visuelle	1 logo et slogan sont créés	1 logo et 1 slogan disponibles	Visuel et slogan	Elaboration de TDR
	2. Réalisation d'une plaquette d'information	1 plaquette est réalisée	1 000 plaquettes sont livrées	Bordereau de livraison Bon de commande	Création graphique validée et BAT
	3. Réalisation de spots radios	5 spots radios sont réalisés	5 spots sont disponibles	Eléments audiovisuels	Scénario validé
	4. Réalisation de spots télévisuels	5 spots TV sont réalisés	5 spots TV sont disponibles	Eléments audiovisuels	Scénario validé
	5. Réalisation de dépliants d'information	1 dépliant est conçu et réalisé	5 000 dépliants sont disponibles	Bordereau de livraison Bon de commande	Création graphique validée et BAT
	6. Réalisation d'affiches d'information	1 affiche est conçue et réalisée	150 affiches 12m ² disponibles 25 000 affiches 40X60 cm	Bordereau de livraison Bon de commande	Création graphique validée et BAT
	7. Conception d'annonces-presse	1 visuel est conçu et adapté aux formats des supports	1 visuel aux formats adaptés est disponible	Visuel disponible Bordereau de livraison	Création graphique validée et BAT
2. Diffuser ou disséminer les informations via les canaux adaptés	8. Vulgarisation de l'identité visuelle	Logo et slogan présents sur les supports du 5 ^e RGPH	100% des documents comporte l'identité visuelle	Documents diffusés ou distribués	Respect de la charte graphique INSD
	9. Diffusion des plaquettes d'information	1000 plaquettes diffusées auprès des décideurs	100% de plaquettes diffusées auprès des destinataires	Liste des destinataires	Ressources disponibles
	10. Diffusion de spots radios	5 spots radios diffusés	250 diffusions effectuées	Attestation de diffusion	Ressources disponibles
	11. Diffusion de spots télévisuels	5 spots TV diffusés	150 diffusions effectuées	Attestation de diffusion	Ressources disponibles
	12. Diffusion de dépliants d'information	5 000 dépliants diffusés auprès des destinataires	100% de dépliants diffusés auprès des destinataires	Liste des destinataires	Ressources disponibles
	13. Diffusion d'affiches d'information	150 affiches 12M2 posées 25 000 affiches 40x60 posées dans les bâtiments	100% des affiches diffusées sur les réseaux et les lieux publics	Liste des destinataires Réseaux d'affichages	Ressources disponibles
	14. Diffusion d'annonces-presse	20 annonces diffusées	100% des annonces diffusées	Pressbook	Ressources disponibles
3. Animer le site Web de l'INSD et les réseaux sociaux	15. Animation du site Web INSD	1 site Web redynamisé	100 visites effectuées par jour	Clics effectués	Webmestre disponible
	16. Animation d'1 profil Facebook	1 profil dynamique	200 éléments partagés/jour	Contacts des followers	Webmaster disponible
4. Médiatiser les rencontres d'information nationales et locales	17. Organisation de réunions d'information	2 rencontres nationales et 13 régionales organisées	100% de présence effective des invités	Invitations adressées Liste des participants	Disponibilité des ressources
	18. Couverture médiatique des rencontres	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les rencontres	100% des organes présents livrent des retombées médiatiques des rencontres	Liste des organes présents Pressbook Eléments audiovisuels	Ressources disponibles

Axe 2. Acceptation des populations de se faire recenser librement au Burkina Faso					
Objectif spécifique 2 : inciter les populations à se faire recenser librement par les agents habilités					
Objectifs opérationnels	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de résultats	Sources de vérification	Hypothèses
1. Réaliser des supports ou outils de sensibilisation et de mobilisation	1. Réalisation de sketches radios	1 sketch est conçu/réalisé	1 sketch radio en 3 langues	Scénario, commande	Comédiens trilingues
	2. Réalisation sketches TV	1 sketch est conçu/réalisé	1 sketch TV en 3 langues	Scénario, commande	Comédiens trilingues
	3. Réalisation d'affiches	1 affiche est conçue et réalisée	150 affiches 12m ² livrées 25 000 affiches 40x60 livrées	Visuel et BAT	Création graphique BAT validé
	4. Conception de visuels presse	1 visuel est conçu et adapté aux formats des supports	1 visuel aux formats adaptés est disponible	Visuel disponible	Création graphique validée et BAT
	5. Réalisation d'1 hymne RGPH	1 hymne est conçu	1 hymne est français livré	Bordereau de livraison	Contenu validé
	6. Confection de banderoles	15 banderoles conçues	50 banderoles disponibles	Bordereau de livraison	Création graphique
	7. Mise en place d'un point d'appel (Numéro vert)	1 numéro de téléphone vert est fonctionnel	Nombre d'appels effectués Nombre de plaintes reçues	Liste des contacts établis Protocole d'accord	Accord des opérateurs de téléphonie
2. Diffuser ou disséminer les supports ou outils de sensibilisation	8. Diffusion de sketches radio	3 sketches radio diffusés	250 diffusions effectuées	Attestation de diffusion	Ressources disponibles
	9. Diffusion de sketches TV	3 sketches TV diffusés	150 diffusions effectuées	Attestation de diffusion	Ressources disponibles
	10. Pose d'affiches	150 affiches 12M2 posées 25 000 affiches 40x60 cm posées dans les bâtiments	100% des affiches diffusées sur les réseaux et les lieux publics choisis	Liste des destinataires Réseaux d'affichage	Ressources disponibles
	11. Annonces presse	20 annonces diffusées	100% des annonces diffusées	Pressbook	Ressources disponibles
	12. Vulgarisation hymne RGPH	1 hymne RGPH est vulgarisé	Hymne chanté lors des cérémonies du RGPH	Support audio Attestation de diffusion	Sonorisation fonctionnelle
	13. Pose de banderoles	15 banderoles posées	50 banderoles posées	Plan de pose et pige	Facilitation des comités
	14. Broadcasting SMS	Des messages sont broadcastés	Nombre de messages broadcastés	Protocole d'accord Liste des contacts	Accord des opérateurs de téléphonie
3. Organiser des rencontres de sensibilisation ou de mobilisation	15. Ateliers de formation	4 ateliers de formation à la com. sont organisés	100% des agents participant aux sessions de formation	Liste des participants Modules de formation	Disponibilité de ressources
	16. Réunions de sensibilisation	15 réunions organisées	80% des invités participent	Liste des participants Compte rendu de réunions	Disponibilité de ressources
4. Confectionner des supports d'identification des agents du 5e RGPH	17. Confection de badges	20 000 badges confectionnés	20 000 badges portés par les agents de terrain	Liste des bénéficiaires Bordereau de livraison	Ressources disponibles
	18. Confection de Jackets	20 000 jakets confectionnés	20 000 jakets portés	Liste des destinataires	Ressources disponibles
	19. Confection d'autocollants	500 autocollants géants et 20 000 petits confectionnés	500 autocollants et 20 000 sur Matériel et véhicules	Liste des véhicules et matériels du RGPH	Ressources disponibles
5. Organiser des criées au mégaphone dans les yaars et villages du Burkina Faso	20. Communiqués officiels	5 communiqués rédigés	350 communiqués officiels	Communiqués signés	Ressources disponibles
	21. Diffusion des communiqués dans les lieux publics	80 000 communiqués sont diffusés dans les lieux-dits	100% des communiqués sont diffusés dans les lieux-dits	Communiqués signés Plan de diffusion	Ressources disponibles Mégaphone

Axe 3. Facilitation du bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les partenaires techniques et financiers

Objectif spécifique 3 : faciliter le bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les PTF

Objectifs opérationnels	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de résultats	Sources de vérification	Hypothèses
1. Organiser une cérémonie de lancement officiel de l'opération RGPH	1. Préparation du lancement	Lancement officiel effectué	90% des invités présents	Liste des participants	Volonté politique
	2. Médiatisation du lancement	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent l'événement	100% des organes présents livre des retombées médiatiques de la cérémonie	Liste des organes présents Pressbook	Ressources disponibles
2. Gérer des relations presse (conférence, point, interview, etc.)	3. Organisation d'1 conférence de presse au démarrage	1 conférence de presse organisée	75% des organes invités diffusent l'information sur la portée et l'intérêt du 5 ^e RGPH	Liste de présence des organes Contenu des médias	Préparation de la prise de parole
	4. Organisation d'émissions télévisuelles et radiophoniques	1 interview TV du DG INSD 1 interview radio du DG	Interviews diffusées à la RTB et dans les radios FM	Éléments audiovisuels Plannig de diffusion	Préparation de la prise de parole
	5. Organisation d'un point de presse après dénombrement	1 point de presse organisé	75% des organes invités diffusent l'information	Liste de présence des organes invités	Préparation de la prise de parole
3. Organiser des rencontres avec les autorités coutumières et religieuses	6. Visites circulaires d'information	9 personnalités rencontrées	100% d'audiences obtenues	Liste des personnalités rencontrées	Disponibilité des personnalités
	7. Médiatisation des visites circulaires des personnalités	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les audiences	100% des organes présents livrent des retombées médiatiques des audiences	Liste des organes présents Pressbook Éléments audiovisuels	Ressources disponibles
4. Médiatiser les séances de recensement des personnalités du Burkina Faso	8. Séances de recensement des personnalités à domicile	10 personnalités sont recensées par le BCR	100% des séances de recensement exécutées	Liste des personnalités rencontrées	Disponibilité des personnalités
	9. Médiatisation des séances de recensement à domicile	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les audiences	100% des organes présents livrent des retombées médiatiques des séances	Liste des organes présents Pressbook Éléments audiovisuels	Ressources disponibles
5. Organiser des rencontres des partenaires techniques et financiers	10. Réunion d'information des PTF	1 rencontre des PTF organisée à Ouaga	100% de présence effective des invités	Invitations adressées Liste des participants	Disponibilité des partenaires invités
	11. Médiatisation de la rencontre des PTF	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les audiences	100% des organes présents livrent des retombées médiatiques des séances	Liste des organes présents Pressbook Éléments audiovisuels	Ressources disponibles

Axe 4. Promotion efficace des résultats de l'opération 5^e RGP

Objectif spécifique 4 : assurer une promotion efficace des résultats de l'opération du 5^e RGP

Objectifs opérationnels	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de résultats	Sources de vérification	Hypothèses	
1. Organiser une cérémonie de présentation officielle des résultats	1. Préparation de la présentation officielle des résultats	Tenue effective de la présentation des résultats	80% des invités présents	Liste de présence des participants	Volonté politique	
	2. Médiatisation de la présentation officielle	3 quotidiens, 3 TV, 5 radios, 3 journaux en ligne	100% des organes présents ont traité du sujet	Liste de présence Pressbook	Disponibilité des ressources	
2. Organiser des ateliers de dissémination des résultats du 5^{ème} RGP	3. Préparation et tenue des ateliers nationaux et régionaux	2 ateliers nationaux et 13 ateliers régionaux organisés	75% des invités participent aux ateliers	Liste de présence des participants	Disponibilité des ressources	
	4. Médiatisation des ateliers nationaux et régionaux	3 quotidiens, 3 TV, 5 radios, 3 journaux en ligne	100% des organes présents ont traité du sujet	Liste de présence Pressbook	Disponibilité des ressources	
3. Promouvoir les résultats de l'opération, à travers les médias choisis	5. Envois de courriers officiels	100 courriers expédiés	100 publications transmises	Liste des destinataires	Sélection de destinataire	
	6. Diffusion de communiqués de presse	3 communiqués sont envoyés aux médias	80% des organes diffusent les communiqués de presse	Communiqués Listes des organes choisis	Bonnes relations avec les médias	
	7. Réalisation de spots radios	5 spots radios sont réalisés	5/5 spots sont réalisés	Bordereau de livraison	Langues officielles	
	8. Diffusion de spots radios	5 spots radios sont diffusés	5/5 spots sont diffusés	planning de diffusion	Plan médias disponible	
	9. Réalisation de spots TV	5 spots TV sont réalisés	5/5 spots TV sont réalisés	Bordereau de livraison	Langues officielles	
	10. Diffusion des spots télévisuels	5 spots TV sont diffusés	5/5 spots TV sont diffusés	planning de diffusion	Plan médias disponible	
	11. Emissions télévisuelles	7 émissions TV réalisées	7/7 émissions diffusées	Bordereau de livraison	Choix de supports télé	
	12. Emissions radiophoniques	25 émissions radio réalisées	25 émissions diffusées	Bordereau de livraison	Choix de supports radio	
	13. Rédactionnels de presse	10 rédactionnels	10 articles diffusés	Journaux et articles	Choix de support presse	
	14. Gestion de la salle de lecture	Publications disponibles et accessibles dans la salle	Nombre d'utilisateurs par jour Nombre de publications	Liste des utilisateurs Liste des publications	Documentaliste disponible	
	15. Animation du service info	Service fonctionnel	Nombre de renseignements	Liste des renseignements	Agent compétent	
	4. Diffuser les données statistiques actualisées via les TIC	16. Envois de mailing alertes	Mailing fonctionnel	Nombre de mail envoyés	Liste de contacts	Bonne connexion
		17. Animation du site web INSD	Site fonctionnel et actualisé	Nombre de visites du site	Comptage des visites	Bonne connexion
		18. Animation du profil Facebook	Profil créé et fonctionnel	Nombre de followers	Liste de contacts	Bonne connexion
5. Elaborer et imprimer les publications	19. Préparation des contenus	Plaquettes, rapports, CD	Nombre de produits réalisés	Liste des produits	Validation des produits	
	20. Impression des produits	Produits disponibles	Nombre de produits publiés	Liste des destinataires	Imprimerie fonctionnelle	

II.2. Plan d'actions synthétique

Axe 1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt				
Objectif spécifique 1 : annoncer l'opération en donnant les informations sur le processus du 5 ^e RGPH				
Actions	Activités	Indicateurs vérifiables	Échéance	Responsables
Objectif opérationnel 1 : réaliser des supports ou des outils de communication pertinents				
1. Création d'une identité	Concevoir le logo, proposer un slogan, valider les propositions	1 logo et un slogan existent	A Dénombrement	DIMIS
2. Réalisation d'une plaquette	Concevoir et valider la maquette, imprimer les paquettes	1 000 plaquettes sont disponibles	A Dénombrement	DIMIS
3. Réalisation de spots radio	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots radio	5 spots radiophoniques disponibles	A Dénombrement	DIMIS
4. Réalisation de spots TV	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots TV	5 spots télévisuels disponibles	A Dénombrement	DIMIS
5. Réalisation de dépliants	Concevoir et valider le dépliant, imprimer les dépliants	5 000 dépliants sont disponibles	A Dénombrement	DIMIS
6. Réalisation d'affiches	Concevoir et valider l'affiche, imprimer les affiches aux formats 4x3m et 40x60cm	150 affiches 12m ² disponibles 25 000 affiches 40X60 cm	A Dénombrement	DIMIS
7. Conception d'annonces	Concevoir et valider les visuels, adapter les visuels aux formats des jour aux sélectionnés	1 visuel aux formats adaptés est disponible pour diffusion	A Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 2 : diffuser ou disséminer les informations via les canaux adaptés				
8. Vulgarisation de l'identité	Définir les supports et canaux de diffusion, susciter la diffusion de l'identité sur les supports et canaux sélectionnés	100% des supports publicitaires comportent le logo du RGPH	Toutes étapes	DIMIS
9. Diffusion des plaquettes	Etablir la liste des destinataires, distribuer les plaquettes	1 000 plaquettes sont distribuées	A Dénombrement	DIMIS
10. Diffusion de spots radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, faire les piges	250 diffusions sont effectuées	A Dénombrement	DIMIS
11. Diffusion de spots télévisuels	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, faire les piges	250 diffusions sont effectuées	A Dénombrement	DIMIS
12. Diffusion de dépliants	Etablir la liste des destinataires, distribuer les dépliants	5 000 dépliants sont distribués	A Dénombrement	DIMIS
13. Diffusion d'affiches	Sélectionner les réseaux et sites d'affichage, poser les affiches	150 affiches 12m ² posées 25 000 affiches 40X60 cm posées	A Dénombrement	DIMIS
14. Diffusion d'annonces presse	Elaborer les plans médias, suivre les parutions, faire les piges	45 annonces sont diffusées	A Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 3 : animer le site Web de l'INSd et les réseaux sociaux				
15. Animation du site Web INSd	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes	100 visites effectuées par jour	Toutes étapes	DIMIS
16. Animation d'un profil Facebook	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes	200 éléments ou commentaires partagés/jour	Toutes étapes	DIMIS
Objectif opérationnel 4 : médiatiser les rencontres d'informations nationales et locales				
17. Organisation de réunions d'information	Inviter les concernés, préparer les contenus des réunions, tenir les réunions, faire les comptes rendus et les diffuser aux participants	2 rencontres nationales et 13 régionales organisées	Avant denombrement	DG
18. Couverture médiatique des rencontres	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les rencontres	Avant denombrement	DIMIS

Axe 2. Acceptation des populations de se faire recenser librement au Burkina Faso

Objectif spécifique 2 : inciter les populations à se faire recenser librement par les agents habilités

Actions	Activités	Indicateurs vérifiables	Échéance	Responsables
Objectif opérationnel 1 : réaliser des supports ou outils de sensibilisation et de mobilisation				
1. Réalisation de sketches audio	Concevoir les scénarios et produire et valider les sketches radio	3 sketches radio sont disponibles	Dénombrement	DIMIS
2. Réalisation sketches TV	Concevoir les scénarios et produire et valider les sketches TV	3 sketches TV sont disponibles	Dénombrement	DIMIS
3. Réalisation d'affiches	Concevoir et valider l'affiche, imprimer les affiches aux formats 4x3m et 40x60cm	150 affiches 12m ² disponibles 25 000 affiches 40X60 cm	Dénombrement	DIMIS DIMIS
4. Conception de visuels presse	Concevoir et valider les visuels, adapter les visuels aux formats des jour aux sélectionnés	1 visuel aux formats adaptés est disponible pour diffusion	Dénombrement	DIMIS
5. Réalisation d'1 hymne RGPH	Concevoir et valider le texte, enregistrer et mixer le texte	1 hymne du RGPH est disponible	Dénombrement	DIMIS
6. Confection de banderoles	Concevoir le valider les maquettes, imprimer les banderoles	50 banderoles sont disponibles	Dénombrement	DIMIS
7. Mise en place d'un N° vert	Négocier avec les opérateurs, vulgariser le numéro, gérer les appels	Nombre de plaintes et d'appels	Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 2 : diffuser ou disséminer les supports ou outils de sensibilisation				
8. Diffusion de sketches radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, faire les piges	250 diffusions sont effectuées	Dénombrement	DIMIS
9. Diffusion de sketches TV	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, faire les piges	250 diffusions sont effectuées	Dénombrement	DIMIS
10. Pose d'affiches	Sélectionner les réseaux et sites d'affichage, poser les affiches	150 affiches 12m ² posées 25 000 affiches 40X60 cm posées	Dénombrement	DIMIS
11. Annonces presse	Elaborer les plans médias, suivre les parutions, faire les piges	45 annonces sont diffusées	Dénombrement	DIMIS
12. Vulgarisation hymne RGPH	Définir les supports et canaux de diffusion, susciter la diffusion de l'hymne sur les supports et canaux sélectionnés	1 hymne du RGPH existe	Dénombrement	DIMIS
13. Pose de banderoles	Définir les sites des poses, poser et déposer les banderoles	50 banderoles posées	Dénombrement	DIMIS
14. Broadcasting SMS	Négocier avec les opérateurs, envoyer les SMS aux concernés	Nombre de messages broadcastés	Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 3 : organiser des rencontres de sensibilisation ou de mobilisation				
15. Ateliers de formation	Préparer les ateliers, inviter les concernés, faire les comptes rendus	4 ateliers sont organisés	Dénombrement	DG
16. Réunions de sensibilisation	Inviter les concernés, préparer les contenus des réunions, tenir les réunions, faire les comptes rendus et les diffuser aux participants	2 rencontres nationales et 13 régionales organisées	Dénombrement	DG
Objectif opérationnel 4 : confectionner des supports d'identification des agents du 5^e RGPH				
17. Confection de badges	Concevoir et valider la maquette, imprimer et distribuer les badges	20 000 badges portés par les agents	Dénombrement	DIMIS
18. Confection de jackets	Aquérir et personnaliser les jackets, distribuer les jackets	20 000 jackets portés	Dénombrement	DIMIS
19. Confection d'autocollants	Concevoir et valider la maquette, imprimer et distribuer les outils	500 autocollants et 20 000 petits	Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 5 : organiser des criées au magaphone dans les yaars et villages du Burkina Faso				
20. Communiqués officiels	Rédiger et signer les communiqués, envoyer les communiqués	Nombre de communiqués signés	Dénombrement	BCR
21. Diffusion des communiqués dans les lieux publics	Choisir les canaux appropriés, diffuser et suivre les communiqués	Nombre de communiqués diffusés	Dénombrement	BCR

Axe 3. Facilitation du bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les partenaires techniques et financiers

Objectif spécifique 3 : faciliter le bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les PTF

Actions	Activités	Indicateurs vérifiables	Échéance	Responsables
Objectif opérationnel 1 : organiser une cérémonie de lancement officiel de l'opération du RGPH				
1. Préparation du lancement	Inviter les concernés, préparer les contenus, faire le lancement	1 lancement officiel est effectué	A. Dénombrement	BCR
2. Médiatisation du lancement	Inviter les organes, préparer les dossiers de presse, faire les book	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les rencontres	A. Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 2 : gérer des relations presse (conférence, point, interviews, etc.)				
3. Organisation d'une conférence de presse au démarrage	Inviter les journalistes, préparer la déclaration liminaire, animer la conférence, faire les pressbook	1 conférence de presse de démarrage est organisée	Avant Dénombrement	DG
4. Organisation d'émissions télévisuelles et radio-phoniques	Préparer la prise de parole, choisir les invités, animer les émissions au plateau ou en studio	1 interview TV du DG INSD 1 interview radio du DG	Avant Dénombrement	DG
5. Organisation d'un point de presse après dénombrement	Inviter les journalistes, préparer la déclaration liminaire, animer la conférence, faire les pressbook	1 point de presse après dénombrement est animé	Après Dénombrement	DG
Objectif opérationnel 3 : organiser des rencontres avec les autorités coutumières et religieuses				
6. Visites circulaires d'information	Demander les audiences aux personnalités, préparer les contenus, conduire les visites à domiciles, envoyer des remerciements	9 personnalités visitées à domiciles	Dénombrement	DG
7. Médiatisation des visites circulaires des personnalités	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les visites	Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 4 : médiatiser les séances de recensement des personnalités du Burkina Faso				
8. Séances de recensement des personnalités à domicile	Préparer les séances de recensement, recenser les personnalités à leurs domiciles	10 personnalités déjà désignées sont recensées par les DG, DGA et le DD	Dénombrement	DG
9. Médiatisation des séances de recensement à domicile	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent les séances de recensement	Dénombrement	DIMIS
Objectif opérationnel 5 : organiser des rencontres des partenaires techniques et financiers				
10. Réunion d'information des PTF	Préparer la réunion et les contenus à discuter, inviter les concernés, animer la réunion, faire le compte rendu	1 rencontre des PTF organisée à Ouagadougou	Avant Dénombrement	DG
11. Médiatisation de la rencontre des PTF	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent la rencontre	Avant Dénombrement	DIMIS

Axe 4. Promotion efficace des résultats de l'opération 5^e RGPH

Objectif spécifique 4 : assurer une promotion efficace des résultats de l'opération du 5^e RGPH

Actions	Activités	Indicateurs vérifiables	Échéance	Responsables
Objectif opérationnel 1 : organiser une cérémonie de présentation officielle des résultats				
1. Préparation de la présentation officielle des résultats	Inviter les concernés, préparer les contenus, animer la présentation, faire un compte rendu de la cérémonie	1 cérémonie de présentation est effectuée	Diffusion résultats	DG
2. Médiatisation de la présentation officielle	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne couvrent la présentation	Diffusion résultats	DIMIS
Objectif opérationnel 2 : organiser des ateliers de dissémination des résultats du 5^e RGPH				
3. Préparation et tenue des ateliers nationaux et régionaux	Inviter les concernés, préparer les contenus, animer les ateliers, faire les comptes rendus	2 ateliers nationaux et 13 régionaux sont organisés	Diffusion résultats	DG
4. Médiatisation des ateliers nationaux et régionaux	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook	5 quotidiens, 4 périodiques, 3 TV, 5 radios, 3jx en ligne présents	Diffusion résultats	DIMIS
Objectif opérationnel 3 : promouvoir les résultats de l'opération à travers les médias choisis				
5. Envoi de courriers officiels	Rédiger les courriers et envoyer les courriers aux concernés	100 courriers sont expédiés	Diffusion résultats	DG
6. Diffusion de communiqués	Rédiger et diffuser les communiqués de presse, faire les reporting	3 communiqués sont envoyés	Diffusion résultats	DG
7. Réalisation de spots radio	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots radio	5 spots radios sont réalisés	Diffusion résultats	DIMIS
8. Diffusion de spots radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, faire les piges	5 spots radios sont diffusés	Diffusion résultats	DIMIS
9. Réalisation de spots TV	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots télévisuels	5 spots TV sont réalisés	Diffusion résultats	DIMIS
10. Diffusion des spots TV	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, faire les piges	5 spots TV sont diffusés	Diffusion résultats	DIMIS
11. Emissions télévisuelles	Préparer la prise de parole, animer l'émission au plateau	7 émissions TV réalisées	Diffusion résultats	BCR
12. Emissions radiophoniques	Préparer la prise de parole, animer l'émission en studio	25 émissions radio réalisées	Diffusion résultats	BCR
13. Rédactionnels de presse	Rédiger les articles planifier les diffusions, suivre les parutions	10 rédactionnels diffusés	Diffusion résultats	DIMIS
14. Gestion de la salle de lecture	Aménager la salle, s'attacher les services compétents, accueillir	1 salle disponible et accessible	Diffusion résultats	DG
15. Animation du service info	Mettre en place le service, s'attacher les compétences	1 service fonctionnel	Diffusion résultats	DG
Objectif opérationnel 4 : diffuser les données statistiques actualisées via les TIC				
16. Envoi de mailings alertes	Préparer les contenus, envoyer aux utilisateurs	Nombre de mail envoyés	Diffusion résultats	DIMIS
17. Animation du site web INSD	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes	100 visites effectuées par jour	Diffusion résultats	DIMIS
18. Animation du profil Facebook	S'attacher les services d'un webmaster, partager les commentaires répondre aux followers	200 éléments ou commentaires partagés/jour	Diffusion résultats	DIMIS
Objectif opérationnel 5 : élaborer et imprimer les publications				
19. Elaboration des publications	Préparer les contenus à diffuser selon les canaux habituels	Nombre de produits à diffuser	Diffusion résultats	DG
20. Impression des publications	Imprimer les produits (plaquettes, dépliants, rapports, Cdroms, etc.)	Nombre d'exemplaires à livrer	Diffusion résultats	DG

II.3. Chronogramme

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt					
Objectif spécifique 1 : annoncer l'opération en donnant les informations sur le processus du 5^e RGPH					
Objectif opérationnel 1 : réaliser des supports ou des outils de communication pertinents					
1. Création d'une identité	Concevoir le logo, proposer un slogan, valider les propositions				
2. Réalisation d'une plaquette	Concevoir et valider la maquette, imprimer les plaquettes				
3. Réalisation de spots radio	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots				
4. Réalisation de spots	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots				
5. Réalisation de dépliants	Concevoir et valider le dépliant, imprimer les dépliants				
6. Réalisation d'affiches	Concevoir et valider l'affiche, imprimer les affiches aux formats 4x3m et 40x60cm				
7. Conception d'annonces	Concevoir et valider les visuels, adapter les visuels aux formats des jour aux sélectionnés				
Objectif opérationnel 2 : diffuser ou disséminer les informations via les canaux adaptés					
8. Vulgarisation de l'identité	Définir les supports et canaux de diffusion, susciter la diffusion de l'identité sur les supports et canaux sélectionnés				
9. Diffusion des plaquettes	Etablir la liste des destinataires, distribuer les plaquettes				
10. Diffusion de spots radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges				
11. Diffusion de spots TV	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges				
12. Diffusion de dépliants	Etablir la liste des destinataires, distribuer les dépliants				
13. Diffusion d'affiches	Sélectionner les réseaux et sites, poser les affiches				
14. Diffusion d'annonces presse	Elaborer les plans médias, suivre les parutions, les piges				
Objectif opérationnel 3 : animer le site Web de l'INSD et les réseaux sociaux					
15. Animation du site Web INSD	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes				
16. Animation d'un profil Facebook	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes				
Objectif opérationnel 4 : médiatiser les rencontres d'informations nationales et locales					
17. Organisation de réunions d'information	Inviter les concernés, préparer les contenus des réunions, tenir les réunions, faire les comptes rendus et les diffuser				
18. Couverture médiatique des rencontres	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 2. Acceptation des populations de se faire recenser librement au Burkina Faso					
Objectif spécifique 2 : inciter les populations à se faire recenser librement par les agents habilités					
Objectif opérationnel 1 : réaliser des supports ou outils de sensibilisation et de mobilisation					
1. Réalisation de sketches	Concevoir les scénarios, produire et valider les sketches				
2. Réalisation sketches TV	Concevoir les scénarios, produire et valider les sketches				
3. Réalisation d'affiches	Concevoir et valider l'affiche, imprimer les affiches aux formats 4x3m et 40x60cm				
4. Conception de visuels presse	Concevoir et valider les visuels, adapter les visuels aux formats des jouraux sélectionnés				
5. Réalisation d'1 hymne RGPH	Concevoir et valider le texte, l'enregistrer et le mixer				
6. Confection de banderoles	Concevoir le valider les maquettes, imprimer les banderoles				
7. Mise en place d'un N° vert	Négocier avec les opérateurs, gérer les appels				
Objectif opérationnel 2 : diffuser ou disséminer les supports ou outils de sensibilisation					
8. Diffusion de sketches radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges				
9. Diffusion de sketches TV	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges				
10. Pose d'affiches	Sélectionner les réseaux et sites, poser les affiches				
11. Annonces presse	Elaborer les plans médias, suivre les parutions, les piges				
12. Vulgarisation hymne RGPH	Définir les supports et canaux de diffusion, susciter la diffusion de l'hymne sur les supports et canaux sélectionnés				
13. Pose de banderoles	Définir les sites des poses, poser et déposer les banderoles				
14. Broadcasting SMS	Négocier avec les opérateurs, envoyer les SMS				
Objectif opérationnel 3 : organiser des rencontres de sensibilisation ou de mobilisation					
15. Ateliers de formation	Préparer les ateliers, inviter les concernés, faire les CR				
16. Réunions de sensibilisation	Inviter, préparer les contenus des réunions, les réunions				
Objectif opérationnel 4 : confectionner des supports d'identification des agents du 5° RGPH					
17. Confection de badges	Concevoir et valider la maquette, imprimer et distribuer				
18. Confection de jackets	Aquérir et personnaliser les jackets, distribuer les jackets				
19. Confection autocollants	Concevoir et valider la maquette, imprimer et distribuer les autocollants				
Objectif opérationnel 5 : organiser des criées au magaphone dans les yaars et villages du Burkina Faso					
20. Communiqués officiels	Rédiger et signer les communiqués, envoyer les communiqués				
21. Diffusion des communiqués dans les lieux publics	Choisir les canaux appropriés, diffuser et suivre les communiqués				

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 3. Facilitation du bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les partenaires techniques et financiers					
Objectif spécifique 3 : faciliter le bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les PTF					
Objectif opérationnel 1 : organiser une cérémonie de lancement officiel de l'opération RGPH					
1. Préparation du lancement	Inviter les concernés, préparer les contenus, faire le lancement				
2. Médiatisation du lancement	Inviter les organes, préparer les dossiers de presse, faire les book				
Objectif opérationnel 2 : gérer des relations presse (conférence, point, interviews, etc.)					
3. Organisation d'une conférence de presse au démarrage	Inviter les journalistes, préparer la déclaration liminaire, animer la conférence, faire les pressbook				
4. Organisation d'émissions télévisuelles et radiophoniques	Préparer la prise de parole, choisir les invités, animer les émissions au plateau ou en studio				
5. Organisation d'un point de presse après dénombrement	Inviter les journalistes, préparer la déclaration liminaire, animer la conférence, faire les pressbook				
Objectif opérationnel 3 : organiser des rencontres avec les autorités coutumières et religieuses					
6. Visites circulaires d'information	Demander les audiences aux personnalités, préparer les contenus, conduire les visites à domiciles, envoyer des remerciements				
7. Médiatisation des visites circulaires des personnalités	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				
Objectif opérationnel 4 : médiatiser les séances de recensement des personnalités du Burkina Faso					
8. Séances de recensement des personnalités à domicile	Préparer les séances de recensement, recenser les personnalités à leurs domiciles				
9. Médiatisation des séances de recensement à domicile	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				
Objectif opérationnel 5 : organiser des rencontres des partenaires techniques et financiers					
10. Réunion d'information des PTF	Préparer la réunion et les contenus à discuter, invités les concernés, animer la réunion, faire le compte rendu				
11. Médiatisation de la rencontre des PTF	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 4. Promotion efficace des résultats de l'opération 5^e RGPH					
Objectif spécifique 4 : assurer une promotion efficace des résultats de l'opération du 5^e RGPH					
Objectif opérationnel 1 : organiser une cérémonie de présentation officielle des résultats					
1. Préparation de la présentation officielle des résultats	Inviter les concernés, préparer les contenus, animer la présentation, faire un compte rendu de la cérémonie				
2. Médiatisation de la présentation officielle	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				
Objectif opérationnel 2 : organiser des ateliers de dissémination des résultats du 5^e RGPH					
3. Préparation et tenue des ateliers nationaux et régionaux	Inviter les concernés, préparer les contenus, animer les ateliers, faire les comptes rendus				
4. Médiatisation des ateliers nationaux et régionaux	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				
Objectif opérationnel 3 : promouvoir les résultats de l'opération à travers les médias choisis					
5. Envoi de courriers officiels	Rédiger les courriers et envoyer les courriers				
6. Diffusion de communiqués	Rédiger et diffuser les communiqués de presse, faire les reporting				
7. Réalisation de spots radio	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots				
8. Diffusion de spots radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions les piges				
9. Réalisation de spots TV	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots TV				
10. Diffusion des spots TV	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges				
11. Emissions télévisuelles	Préparer la prise de parole, animer l'émission au plateau				
12. Emissions radiophoniques	Préparer la prise de parole, animer l'émission en studio				
13. Rédactionnels de presse	Rédiger les articlesplanifier les diffusions, suivre				
14. Gestion de la salle de lecture	Aménager la salle, s'attacher les services compétents				
15. Animation du service info	Mettre en place le service, s'attacher les compétences				
Objectif opérationnel 4 : diffuser les données statistiques actualisées via les TIC					
16. Envois de mailing s alertes	Préparer les contenus, envoyer aux utilisateurs				
17. Animation du site web INSD	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes				
18. Animation du profil Facebook	S'attacher les services d'un webmaster, partager les commentaires répondre aux followers				
Objectif opérationnel 5 : élaborer et imprimer les publications					
19. Elaboration des publications	19. Elaborer les contenus (produits, rapports, CD...				
20. Impression des publications	20. Imprimer les publications				

II.4. Budget de la communication

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt					
Objectif spécifique 1 : annoncer l'opération en donnant les informations sur le processus du 5^e RGPH					
Objectif opérationnel 1 : réaliser des supports ou des outils de communication pertinents					
1. Création d'une identité	Concevoir le logo, proposer un slogan, valider les propositions	1 000 000			
2. Réalisation d'une plaquette	Concevoir et valider la maquette, imprimer les plaquettes		850 000		
3. Réalisation de spots radio	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots		350 000		
4. Réalisation de spots	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots TV		2 250 000		
5. Réalisation de dépliants	Concevoir et valider le dépliant, imprimer les dépliants		1 250 000		
6. Réalisation d'affiches	Concevoir et valider l'affiche, imprimer les affiches aux formats 4x3m et 40x60cm		7 500 000 18 750 000		
7. Conception d'annonces	Concevoir et valider les visuels, adapter les visuels aux formats des jour aux sélectionnés		500 000		
Objectif opérationnel 2 : diffuser ou disséminer les informations via les canaux adaptés					
8. Vulgarisation de l'identité	Définir les supports et canaux de diffusion, susciter la diffusion de l'identité sur les supports et canaux		PM		
9. Diffusion des plaquettes	Etablir la liste des destinataires, distribuer les plaquettes		PM		
10. Diffusion de spots radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges		3 500 000		
11. Diffusion de spots télévisuels	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges		21 750 000		
12. Diffusion de dépliants	Etablir la liste des destinataires, distribuer les dépliants		PM		
13. Diffusion d'affiches	Sélectionner les réseaux et sites, poser les affiches		9 750 000		
14. Diffusion d'annonces presse	Elaborer les plans médias, suivre les parutions, les piges		6 750 000		
Objectif opérationnel 3 : animer le site Web de l'INSD et les réseaux sociaux					
15. Animation du site Web INSD	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes		PM		
16. Animation d'un profil Facebook	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes		PM		
Objectif opérationnel 4 : médiatiser les rencontres d'informations nationales et locales					
17. Organisation de réunions d'information	Inviter les concernés, préparer les contenus des réunions, tenir les réunions, faire les comptes rendus et les diffuser		15 500 000		
18. Couverture médiatique des rencontres	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook		14 250 000		
TOTAL		1 000 000	102 950 000	0	0

PM= pour mémoire, activité prise en compte dans le fonctionnement

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 2. Acceptation des populations de se faire recenser librement au Burkina Faso					
Objectif spécifique 2 : inciter les populations à se faire recenser librement par les agents habilités					
Objectif opérationnel 1 : réaliser des supports ou outils de sensibilisation et de mobilisation					
1. Réalisation de sketches audio	Concevoir les scénarios et produire et valider les sketches		500 000		
2. Réalisation sketches TV	Concevoir les scénarios et produire et valider les sketches		3 750 000		
3. Réalisation d'affiches	Concevoir et valider l'affiche, imprimer les affiches aux formats 4x3m et 40x60cm		7 500 000 18 750 000		
4. Conception de visuels presse	Concevoir et valider les visuels, adapter les visuels aux formats des jour aux sélectionnés		500 000		
5. Réalisation d'1 hymne RGPH	Concevoir et valider le texte, enregistrer et mixer le texte		2 500 000		
6. Confection de banderoles	Concevoir et valider les maquettes, imprimer banderoles		2 000 000		
7. Mise en place d'un N° vert	Négocier avec les opérateurs, gérer les appels		3 000 000	3 000 000	
Objectif opérationnel 2 : diffuser ou disséminer les supports ou outils de sensibilisation					
8. Diffusion de sketches radio	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges		4 250 000		
9. Diffusion de sketches TV	Elaborer les plans médias, suivre les diffusions, les piges		24 500 000		
10. Pose d'affiches	Sélectionner les réseaux et sites, poser les affiches		9 750 000		
11. Annonces presse	Elaborer les plans médias, suivre les parutions, les piges		6 750 000		
12. Vulgarisation hymne RGPH	Définir les supports et canaux de diffusion, susciter la diffusion de l'hymne sur les supports et canaux		PM		
13. Pose de banderoles	Définir les sites, poser et déposer les banderoles		450 000		
14. Broadcasting SMS	Négocier avec les opérateurs, envoyer les SMS		3 750 000		
Objectif opérationnel 3 : organiser des rencontres de sensibilisation ou de mobilisation					
15. Ateliers de formation	Préparer les ateliers, inviter les concernés, faire les CR		4 500 000		
16. Réunions de sensibilisation	Inviter, préparer les contenus des réunions, les réunions,	5 000 000	15 500 000		
Objectif opérationnel 4 : confectionner des supports d'identification des agents du 5^e RGPH					
17. Confection de badges	Concevoir et valider la maquette, imprimer et distribuer les badges		20 000 000		
18. Confection de jackets	Aquérir et personnaliser les jackets, distribuer les jackets		25 000 000		
19. Confection d'autocollants	Concevoir et valider la maquette, imprimer et distribuer les autocollants		3 500 000		
Objectif opérationnel 5 : organiser des criées au magaphone dans les yaars et villages du Burkina Faso					
20. Communiqués officiels	Rédiger et signer les communiqués, envoyer les communiqués		PM		
21. Diffusion des communiqués dans les lieux publics (crieurs)	Choisir les canaux appropriés, diffuser et suivre les communiqués	3 750 000	12 500 000	3 750 000	
TOTAL		8 750 000	168 950 000	6 750 000	0

PM= pour mémoire, activité prise en compte dans le fonctionnement

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 3. Facilitation du bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les partenaires techniques et financiers					
Objectif spécifique 3 : faciliter le bon déroulement du 5^e RGPH par les autorités et les PTF					
Objectif opérationnel 1 : organiser une cérémonie de lancement officiel de l'opération RGPH					
1. Préparation du lancement	Inviter préparer les contenus, faire le lancement		3 500 000		
2. Médiatisation du lancement	Inviter les organes, préparer les dossiers de presse, faire les book		1 650 000		
Objectif opérationnel 2 : gérer des relations presse (conférence, point, interviews, etc.)					
3. Organisation d'une conférence de presse au démarrage	Inviter les journalistes, préparer la déclaration liminaire, animer la conférence, faire les pressbook		2 250 000		
4. Organisation d'émissions télévisuelles et radiophoniques	Préparer la prise de parole, choisir les invités, animer les émissions au plateau ou en studio		2 750 000		
5. Organisation d'un point de presse après dénombrement	Inviter les journalistes, préparer la déclaration liminaire, animer la conférence, faire les pressbook		2 250 000		
Objectif opérationnel 3 : organiser des rencontres avec les autorités coutumières et religieuses					
6. Visites circulaires d'information	Demander les audiences aux personnalités, préparer les contenus, conduire les visites à domiciles, envoyer des remerciements		PM		
7. Médiatisation des visites circulaires des personnalités	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook		3 300 000		
Objectif opérationnel 4 : médiatiser les séances de recensement des personnalités du Burkina Faso					
8. Séances de recensement des personnalités à domicile	Préparer les séances de recensement, recenser les personnalités à leurs domiciles		PM		
9. Médiatisation des séances de recensement à domicile	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook		6 500 000		
Objectif opérationnel 5 : organiser des rencontres des partenaires techniques et financiers					
10. Réunion d'information des PTF	Préparer la réunion et les contenus à discuter, invités les concernés, animer la réunion, faire le compte rendu		500 000		
11. Médiatisation de la rencontre des PTF	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook		1 650 000		
TOTAL		0	24 350 000	0	0

PM= pour mémoire, activité prise en compte dans le fonctionnement

Actions	Activités	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats
Axe 4. Promotion efficace des résultats de l'opération 5^e RGPH					
Objectif spécifique 4 : assurer une promotion efficace des résultats de l'opération du 5^e RGPH					
Objectif opérationnel 1 : organiser une cérémonie de présentation officielle des résultats					
1. Préparation de la présentation officielle des résultats	Inviter les concernés, préparer les contenus, animer la présentation, faire un compte rendu de la cérémonie				3 500 000
2. Médiatisation de la présentation officielle	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				1 650 000
Objectif opérationnel 2 : organiser des ateliers de dissémination des résultats du 5^e RGPH					
3. Préparation et tenue des ateliers nationaux et régionaux	Inviter les concernés, préparer les contenus, animer les ateliers, faire les comptes rendus				25 500 000
4. Médiatisation des ateliers nationaux et régionaux	Inviter les organes de presse, préparer les dossiers, recevoir les journalistes, faire les pressbook				14 250 000
Objectif opérationnel 3 : promouvoir les résultats de l'opération à travers les médias choisis					
5. Envoi de courriers officiels	Rédiger les courriers et envoyer les courriers				PM
6. Diffusion de communiqués de presse	Rédiger et diffuser les communiqués de presse, faire les reporting				1 750 000
7. Réalisation de spots radio	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots				350 000
8. Diffusion de spots radio	Elaborer les plans médias, suivre, faire les piges				2 500 000
9. Réalisation de spots TV	Concevoir les scénarios et produire et valider les spots				750 000
10. Diffusion des spots TV	Elaborer les plans médias, suivre, faire les piges				18 500 000
11. Emissions télévisuelles	Préparer la prise de parole, animer l'émission				2 750 000
12. Emissions radiophoniques	Préparer la prise de parole, animer l'émission en studio				850 000
13. Rédactionnels de presse	Rédiger les articles, planifier, suivre les parutions				2 750 000
14. Gestion de la salle de lecture	Aménager la salle, s'attacher les compétents, accueillir				PM
15. Animation du service info	Mettre en place le service, s'attacher les compétences				PM
Objectif opérationnel 4 : diffuser les données statistiques actualisées via les TIC					
16. Envoi de mailings alertes	Préparer les contenus, envoyer aux utilisateurs				PM
17. Animation du site web INSD	S'attacher les services d'un webmaster, mettre en ligne les informations, répondre aux internautes				PM
18. Animation d'un profil Facebook	S'attacher les services d'un webmaster, partager les commentaires répondre aux followers				PM
Objectif opérationnel 5 : élaborer et imprimer les publications					
19. Elaboration des publications	Préparer les publications (produits à diffuser)				PM
20. Impression des publications	S'attacher les services de l'imprimerie				PM
TOTAL		0	0	0	75 100 000

PM= pour mémoire, activité prise en compte dans le fonctionnement

II.5. Etat récapitulatif du budget du plan de communication

Axes de communication	R. Pilote	Dénombrement	E.P censitaire	D. Résultats	Total
1. Diffusion d'informations sur le RGPH, ses objectifs et son intérêt	1 000 000	102 950 000	0	0	103 950 000
2. Acceptation des populations de se faire recenser librement au Burkina Faso	8 750 000	168 950 000	6 750 000	0	184 450 000
3. Facilitation du bon déroulement du 5 ^e RGPH par les autorités et les partenaires techniques et financiers	0	24 350 000	0	0	24 350 000
4. Promotion efficace des résultats de l'opération 5 ^e RGPH	0	0	0	75 100 000	75 100 000
5. Achat de tee-shirts et polos personnalisés à distribuer lors des rencontres axes 1-2-3	5 000 000	25 000 000	5 000 000	0	35 000 000
TOTAL	14 750 000	321 250 000	11 750 000	75 100 000	422 850 000

Arrêté le budget du plan de communication à la somme de quatre cent vingt deux millions huit cent cinquante mille (422 850 000) francs CFA Hors TVA.

CONCLUSION

Le diagnostic communicationnel, duquel la stratégie de communication a résulté, a permis de mieux connaître les problèmes et les besoins en matière de communication, de dégager les orientations nécessaires à la communication du 5^e RGPH.

S'agissant de la stratégie de communication, elle a fixé les objectifs à atteindre. Elle a indiqué la démarche stratégique à suivre. Elle a défini les cibles et les messages. Elle a déterminé les grandes lignes des actions à engager. Elle a précisé les modalités et les conditions de succès de sa mise en œuvre.

Le plan de communication du 5^e RGPH est donc, le résultat de la stratégie adoptée. Il a d'abord, recommandé des actions à mener, sur une période précise, selon le chronogramme de réalisation de l'opération (recensement- pilote, dénombrement total, enquête post-censitaire et diffusion des résultats), selon les axes définis dans la stratégie de communication. Puis, il a détaillé le contenu de chacune des actions ayant abouti à l'élaboration de la matrice du cadre logique, du tableau synthétique, du chronogramme et du budget de mise en œuvre.

L'opérationnalisation de la communication du 5^e RGPH, au regard de la forte adhésion populaire qu'elle espère, de la mutualisation des efforts qu'elle exige entre les responsables des différents organes (CNR, BCR, comités régionaux, provinciaux, communaux et villageois), de l'importance des ressources financières et des capacités techniques des acteurs chargés du dénombrement, pourrait être entravée, voire compromise, si certaines conditions, déjà définies dans la stratégie, ne sont pas remplies.

C'est pourquoi le BCR, en général et la direction générale de l'INSD, en particulier, doivent s'y investir, en motivant leurs équipes opérationnelles et en mutualisant leurs efforts pour susciter l'adhésion, la participation et l'acceptation des populations pour garantir le succès et la fiabilité de l'opération.

**5^e RGPH,
recenser pour mieux planifier
le développement.**

BIBLIOGRAPHIE

□ **Ouvrages**

- La boîte à outils communication. Le Fouler ; Editions du Puits-Fleuri, Paris 2007
- Pentacom, communication corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b, Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, avec la collaboration de Christophe Bénaroya, 2^{ème} édition, Pearson, 637 pages.
- Communication des entreprises, stratégies et pratiques, L. Demont, A. Kempf, M. Rapidel, C. Scibetta, Nathan, 384 pages.
- Communication d'entreprise et publicité, A. Kempf, J.M Utard, collection dirigée par Claude Lobry, Techniplus 1992, 208 pages.
- Information, communication, organisation, N.Aldosa, M. Le Bihan, M. Monin, 2^è édition, Bréal, Dupli-Print2006, 222 pages.

□ **Rapports et autres documents**

- Décret portant institution du cinquième recensement général de la population et de l'habitation du Burkina Faso en 2016.
- Pourquoi investir dans le recensement général de la population et de l'habitation de 2016 (rgph-2016) DOCUMENT DE PLAIDOYER, INSD 2015
- Stratégie de communication de l'INSD, INSD décembre 2013
- Politique de diffusion de l'INSD, novembre 2013

□ **Webographie**

- www.gouvernement.gov.bf
- www.insd.bf