

**- ANNEXE VI -**

**PLAN DE COMMUNICATION & VISIBILITÉ**



# Plan de Communication et Visibilité

*URBAYITI: Accès aux services de base d'eau et d'assainissement.*

*Accord de coopération déléguée entre l'UE et l'AECID.*

**Mai 2018**



## Généralités

L'AECID présente dans ce document les stratégies qui mettra en place pour faire visible les actions du projet de : **URBAYITI : Accès aux services de base d'eau et d'assainissement**, lequel tient l'objectif de contribuer au développement économique et social du pays et à la résilience des populations face aux risques à travers l'amélioration de la gestion et de la qualité de vie des villes. L'action vise à renforcer la résilience des villes et des populations urbaines à travers de l'Amélioration de l'accès à l'eau potable et à l'assainissement dans la troisième section communale de Port au Prince, Martissant.

Toutes les actions au niveau de visibilité, seront faites en tenant compte le manuel de communication et visibilité de l'Union Européenne et s'intégreront dans le plan global de visibilité d'Urbayiti (notamment la chartre graphique d'Urbayiti).

## A – Objectifs

### 1. Objectifs généraux en matière de communication

L'objectif est de donner une visibilité dans la langue d'origine des bénéficiaires (créole), aux différentes actions du projet, dans la zone d'intervention, et en dehors de la zone, ainsi qu'aux résultats et expériences que se tiennent tout au long de l'exécution du projet « URBAYITI : Accès aux services de base d'eau et d'assainissement. »), de faire connaître à la population le rôle de l'UE comme bailleur de fonds dans le cadre de ce projet.

### 2. Groupes cibles

- La population directement bénéficiaire de la zone urbaine de la troisième section communale de Port au Prince, Martissant, 139 982 hommes et 153 059 femmes.
- Les institutions étatiques et non étatiques qui sont des structures organisées avec lesquelles on va collaborer tout au long du projet.
- Les médias existants dans la commune, notamment les radios communautaires, qui seront informés par la direction du projet au long de l'exécution de toutes les activités mises en marche et qui transmettent ces informations aux auditeurs de la commune
- De façon indirecte, la population en général de la commune de Port au Prince, respectivement 465 840 hommes et 521 470 femmes.

### 3. Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs de l'action et les phases du cycle de projet

- a. Mettre en connaissance du public les objectifs du projet, les raisons de la formulation, les résultats atteints et l'impact recherché.
- b. Diffuser les avancées réalisées et les résultats obtenus pendant le parcours du projet
- c. Réaliser une communication efficace, transparente et compréhensible à toute la société, sur la thématique du projet.
- d. Donner une visibilité aux activités du projet et de faire connaître le rôle de l'Union européenne (UE)



REPUBLIQUE D'HAÏTI  
**DINEPA**  
Direction Nationale  
de l'ou Pòpòlè  
et de l'Assèssmanm



## Plan de Communication et Visibilité

### B - Activités de communication

4. Principales activités qui se tiendront pendant la période couverte par le plan de communication et de visibilité ;
5. Outils de communication choisis
6. Réalisation des objectifs de communication
7. Dispositions concernant le retour d'informations (le cas échéant)

#### 1 Socialisation du Projet:

Au début de l'intervention, on fera une **activité de lancement-et de présentation** avec les institutions qui y participeront et avec les bénéficiaires du projet, en mentionnant clairement les objectifs, les résultats qu'on veut atteindre et l'origine de l'appui, avec la contribution financière de l'UE au Gouvernement Haïtien. Les médias seront invités à cet événement.

Au cours de l'intervention, on fera la diffusion et socialisation du projet dans les différentes rencontres avec les autorités locales (AL) de Martissant et les représentants des organisations de la société civile (OSC). Aussi, il est prévu la création d'un compte Twitter pour partager les avancements du projet.

L'AECID fera la socialisation en dehors d'Haïti, à travers les espaces de diffusion d'information, page web et mémoire annuel. Des photos et des articles de l'intervention serviront pour cette socialisation.

A la fin du projet, il sera réalisé une **activité de clôture** avec les institutions qui y participeront et avec les bénéficiaires du projet. Les médias seront invités à cet événement.

Le lancement et la clôture du projet seront organisés en coordination avec la communication globale d'Urbayiti.

#### 2 Panneaux de visibilité:

Depuis le commencement on fera 2 panneaux de visibilité, avec les logos des différentes institutions, bailleur de fonds et responsables, et avec les informations clés du projet. On placera un de chaque panneau, dans des points stratégiques de façon à être très visible.

Les panneaux seront de matériaux durables et seront fixes à la terre, pour éviter le déplacement et/ou vol, des ceux-ci.

#### 3 Banners ou Impressions graphiques de promotion:

On fera des banderoles explicatives, banner, en tissu résistant, avec le titre du projet et les logos des différentes institutions et le bailleur de fonds. Les banderoles seront utilisées dans les différentes formations, réunions et/ou activités qui se réaliseront avec les différents acteurs.

En plus, on fera l'impression de maillots, autocollants. Les maillots seront porteurs de messages clairs et concis adressés à toute la population ou à des secteurs précis: femmes, , organisations de la société civile locale, etc. Le personnel du projet portera les maillots dans toutes les activités et visites de suivi.

Les autocollants porteront les logos et seront mis sur tous les équipements, ou matériaux durables, qui seront acquis avec le financement de l'UE.



## Plan de Communication et Visibilité

### 4 Documents de formation, Publications

Tous les documents de formation que seront utilisés, seront écrits en français et/ou créole, pour que la thématique soit bien comprise par les personnes qui participent. Tous les documents porteront les logos de l'UE en tant que bailleur de fonds. Ces manuels de formation, ainsi que toute la documentation du projet, seront systématisés et une copie sera remise aux différents acteurs ciblés, bénéficiaires, OCB, mairie, autorités locales, afin de que ces documents puissent être utilisés dans le cadre d'autres activités que ces personnes puissent réaliser au futur.

### 5 Spots et/ou espaces radiales pour la promotion de différentes actions du projet et la sensibilisation sur l'eau et l'assainissement.

Dans le cadre de la promotion de l'hygiène et l'assainissement, il a été prévu que cette activité soit gérée et planifiée en collaboration avec les autorités et OSC. Les thématiques priorisées seront celles thématiques présentées dans le projet : gestion durable des ressources hydriques, payer pour les services, contamination de la nappe phréatique par les latrines et les habitudes d'hygiène dans la maison. Aussi, ces espaces seront utilisés pour partager les avancements du projet. Il est prévu 20 réplifications des spots.

### 6 Systématisation audiovisuelle de leçons apprises du projet.

La systématisation audiovisuelle a l'objectif d'identifier les actions qui ont provoqué des transformations importantes avec la contribution du projet par exemple le changement des mentalités et aptitude vers la gestion de l'eau et l'assainissement. Le processus participatif de systématisation devra mettre l'accent sur les facteurs qui ont limité ou favorisé le projet, les bonnes pratiques et les leçons apprises au niveau personnel, communautaire et institutionnelle. Le documentaire qui aura une durée de 10 minutes sera enregistré en version digitale pour le diffuser dans le média des deux pays, organisations, institutions, écoles. Il sera présenté officiellement dans un événement public et il sera diffusé entre les chaînes de télévision pour sa diffusion.

### 7. Fêter la journée mondiale de l'eau, le 22 mars, et la journée mondiale de l'assainissement, le 19 de novembre.

La planification est de les fêter l'année 2019, 2020 et 2021. Est prévue que ces deux jours soient planifiés avec les AL et les OSC.

### 8. Activités générales de communication institutionnelle de l'AECID.

AECID travaille la sensibilisation de la population au niveau global à travers de différents outils, entre lesquelles nous pouvons nommer les suivants :

- Communication sur la web d'AECID <http://www.aecid.es/> Deux nouvelles seront publiées dans le web principal de l'AECID.
- Communication sur le web OTC-HAITI, <https://www.aecid.ht/fr>, au moins une fois tous les 3 mois une nouvelle sera publiée.
- Mémoire annuel de toutes les activités de l'AECID.

## C- Ressources

### **8. Ressources humaines**

La responsabilité des activités de communication et de visibilité sera de l'Assistante technique (AT) recrutée par l'AECID pour la coordination et suivi du projet. Sa mission sera de faire mettre en œuvre ce plan de



## Plan de Communication et Visibilité

visibilité par toutes les personnes de l'équipe, en tant que porteurs/euses de l'action appuyée par l'Union Européenne. L'AT sera appuyé par le personnel de communication de l'AECID en Haïti, et pour des moments concrets, par les personnes responsables de la communication à AECID en Madrid.

### **9. Ressources financières**

Le budget et chronogramme pour mettre en pratique ce Plan de communication sont les suivants:



REPUBLIQUE D'HAÏTI  
**DINEPA**  
Direction Nationale  
de l'Élevage  
et de l'Autisme



Cooperación  
española

### Plan de Communication et Visibilité

Action	Unité	Quantité	Coût T. EURO	Coût Tot. EURO	Période d'exécution
Spot radiophonique	N° fois	20	27	540	2019, 2020 et 2021
Panneaux	Und	2	270	540	2019
Baneroles	Und	6	70	420	2019, 2020 et 2021
T-Shirts	Und	50	5	250	2019
Polo - Shirts	Und	10	9	90	2019
Autocollants, le lot 100	Und	4	20	80	2019
Lancement projet (Alimentation, papeterie)	Journée	1	800	800	2019
Fermeture projet (Alimentation, papeterie)	Journée	1	800	800	2021
Vidéo	Und	1	8000	8000	2019, 2020 et 2021
Fêter la journée mondiale de l'eau, le 22 mars, et la journée mondiale de l'assainissement, le 19 de novembre	Und.	6	1400	8400	2019, 2020 et 2021
Publication de nouvelles sur le web OTC-HAÏTI	Nouvelles	12	-	-	2019, 2020 et 2021-
Publication de nouvelles sur le web AECID	Nouvelles	2	-	-	2019 et 20121
Publication sur Twitter	Tweet	-	-	-	2019, 2020 et 2021
				19.920 EURO	<b>TOTAL</b>