

**MINISTERE DE LECONOMIE  
ET DES FINANCES**

-----  
**DIRECTION DE LA STATISTIQUE ET DE LA  
COMPTABILITE NATIONALE**  
-----

**REPUBLIQUE DU CAMEROUN  
Paix-Travail-Patrie**  
-----

**DEUXIEME ENQUETE CAMEROUNAISE AUPRES DES MENAGES  
ECAM2**

**PLAN DE SENSIBILISATION**

Mars 2001

## **1. Introduction**

La sensibilisation vise à s'assurer la bonne coopération des populations lors de la phase de collecte sur le terrain des données de l'enquête. Le plan de sensibilisation de l'ECAM2, pour être efficace, doit pouvoir énoncer clairement les objectifs de l'opération, cibler les populations concernées par cette opération, dresser une liste des principaux intervenants dans cette phase, décrire les actions à mener par chacun d'eux, établir un calendrier de leur déroulement et proposer un budget de cette activité. Volontairement, le budget de cette activité ne sera pas abordé ici, car il l'a été déjà dans le document du budget.

## **2. Objectif principal de l'opération**

Le principal objectif assigné à l'ECAM 2 est de :

- Fournir au Gouvernement des indicateurs lui permettant de saisir l'ampleur du phénomène de pauvreté au sein des populations afin qu'il puisse mieux en élaborer une stratégie de lutte ; et
- Fournir des données de référence pour le suivi et l'évaluation de la politique de réduction de la pauvreté.

## **3. Population cible**

Les populations concernées par cette campagne de sensibilisation sont celles contenues dans l'échantillon des ménages sélectionnés pour l'ECAM2. Elles seront atteintes à travers un certain nombre d'intervenants.

## **4. Intervenants**

Les principaux intervenants dans cette phase sont constitués par les :

- Autorités administratives,
- Autorités traditionnelles,
- Auxiliaires d'administration,
- Autorités religieuses
- Responsables des associations et des ONG, et
- Médias

A ces différents acteurs, il faudrait ajouter le personnel de la Direction de la Statistique et de la Comptabilité Nationale (DSCN) et le personnel de terrain.

## **5. Actions à mener**

### ***5.1 Direction de la Statistique et de la Comptabilité Nationale (DSCN)***

Au niveau de la DSCN, il s'agira en plus de la rédaction des différences correspondances et des communiqués de presse, de confectionner des affiches publicitaires. Ces affiches devront être de format moyen, par exemple format 60x40. Une fois élaborées, elles devront être acheminées aux différents responsables provinciaux pour être apposées dans leurs zones de compétence. Ces affiches devront être apposées le long des artères ou dans les lieux de grande fréquentation comme les stades, les marchés, les gares routières, les entrées des chefferies et des lamida ou des résidences des chefs de quartier ; les façades des salles de cinéma, édifices religieux, les babillards des services publics (Banques, Mairies, Sous-préfectures, Préfectures, Provinces, etc....). D'autres affiches devront être remises aux chefs des différentes équipes de collecte pour d'éventuels affichages.

Les affiches devront explicitement relever les objectifs visés par l'opération, sa période du déroulement et les attentes du Gouvernement, chargée de la réaliser.

Les papiers de couleur vive seront privilégiés en tant que supports, car ils captent mieux l'attention. S'agissant des caractères de l'imprimerie à utiliser, leur police devra être de taille suffisante pour permettre une lecture aisée des messages. Quelques illustrations expressives pourraient être également faites sur les affiches. D'une manière générale, celles-ci devraient être simples et de compréhension facile.

Outre la conception des supports publicitaires, les différents formateurs devraient insister sur la mission des enquêteurs qui est aussi celle d'agents de sensibilisation. Lors de la formation, les formateurs doivent leur faire comprendre que leur intervention dans cette activité n'est nullement ponctuelle et que leur qualité d'agent sensibilisateur s'étale tout au long de l'activité de terrain.

## **5.2 Les Autorités administratives**

Les autorités administratives impliquées dans l'activité de sensibilisation sont essentiellement constituées par les Gouverneurs, les Préfets, les Sous-préfets et les chefs de District. Leurs interventions varient selon leur degré d'implication effective.

### **5.2.1 Les Gouverneurs**

Compte tenu de l'emploi de temps assez chargé de cette catégorie d'intervenants, il conviendrait de préparer auparavant, à partir de la structure de coordination, des maquettes de lettre de sensibilisation destinées aux Sous-préfets qui seront seulement soumises à leur signature.

Les entêtes des lettres doivent être conçues de manière à permettre de porter aisément les noms des provinces et autres localités au stylo.

Il faudrait souligner que cette démarche suppose que tous les Gouverneurs aient reçu auparavant une lettre signée du MINEFI, qui sollicite leur appui pour la réussite de l'opération. Leur degré d'implication dans cette activité sera également fonction des explications qui leur seront fournies par les missionnaires ou les responsables provinciaux.

### **5.2.2 Les Préfets**

Bien que l'intervention des Préfets des départements ne soit pas très marquée sur le terrain, il faudrait néanmoins s'assurer qu'ils ont reçu une ampliation des correspondances relatives à la sensibilisation qui ont été adressées aux Sous-préfets par les Gouverneurs. Ils devront être les premiers à être contactés dans les départements lors de toute mission de sensibilisation car c'est d'eux que partent généralement les instructions vers les Sous-préfets.

### **5.2.3 Les Sous-préfets**

Il convient également de préparer, à partir de la structure de coordination, pour les Sous-préfets, des maquettes de lettres destinées aux chefs de quartier et aux chefs de bloc. Ces correspondances s'appuieront sur les listes des zones de dénombrement qui ont été tirées dans chaque localité. Une fois les correspondances signées, elles devront être acheminées chez le chef de quartier ou de bloc par les soins des responsables provinciaux de la statistique ou par les cadres des services centraux impliqués dans le projet. Des photocopies de ces différentes correspondances devront être faites et distribuées aux équipes de manière à appuyer leurs actions sur le terrain.

Pour une meilleure sensibilisation, le Sous-préfet pourrait organiser en collaboration avec le responsable provincial de la statistique et/ou les cadres des services centraux. une réunion explicative sur les objectifs de l'enquête avec les Chefs de village, les Lamido, les Djaoro, les Chefs de canton, les Chefs de quartier et les Chefs de Bloc). Des interprètes pourraient être, en cas de besoin, sollicités pour faciliter les échanges. Il appartient également aux Sous-préfets de provoquer une rencontre avec les responsables des différentes associations ou des responsables des ONG. Au cours de ces assises seront expliqués les objectifs de l'enquête et les attentes du Gouvernement.

#### 5.2.4 Chefs de District

Le Chef de District devra être saisi par le Sous-préfet pour solliciter son appui pour la bonne réalisation de l'opération si son territoire de compétence est concerné par l'opération. A son niveau, avec le concours du personnel de la coordination du projet, il devra à son tour expliquer à sa population le bien-fondé de l'opération.

#### 5.3 Les Autorités traditionnelles et Auxiliaires de l'Administration

Les autorités traditionnelles et auxiliaires de l'Administration concernées ici sont les Chefs de village, les Lamido, les Djaoro, les Chefs de canton, les Chefs de quartier et les Chefs de Bloc). Une fois saisie de l'exécution de l'enquête, ces différents auxiliaires de l'Administration devront sensibiliser leurs différentes populations. Compte tenu du faible degré d'alphabetisation de nos populations surtout en zones rurales, il serait indiqué de faire appel à des interprètes.

#### 5.4 Autorités religieuses

Les lieux d'office religieux offrent de canaux précieux pour véhiculer les messages publicitaires de l'ECAM2. Les responsables provinciaux de la statistique et/ou les cadres des services centraux qui seront mobilisés à cet effet devront rencontrer les différents chefs religieux (Curés, Aumôniers, Pasteurs, Catéchistes, Imams et autres) pour solliciter leurs concours afin qu'ils soient ampliateurs de la lettre de sensibilisation provenant du Gouverneur. Une copie devra leur être remise le cas échéant. A ces différents intervenants, il leur sera expliqué, par les responsables provinciaux de la statistique et/ou par les cadres des services centraux, les objectifs du projet de manière à ce qu'ils puissent le répercuter le plus fidèlement possible à leurs fidèles. La latitude leur est laissée pour qu'ils puissent choisir quel est le moment favorable pour faire passer le message.

#### 5.5 Associations et ONG

Les associations et les ONG peuvent constituer également de bons vecteurs des messages publicitaires. Pour cela, ils devront être approchés par les responsables provinciaux de la statistique et/ou par les cadres des services centraux via les Sous-préfets. A cette catégorie d'acteurs seront expliqués les objectifs visés par l'enquête lesquels se chargeront à leur tour de répercuter l'information à leurs militants. Quant aux associations, la liste des plus dynamiques peut être obtenue auprès des services des Gouverneurs des provinces.

### **5.6 Media**

Les médias concernés par les actions de sensibilisation sont essentiellement la CRTV et ses antennes provinciales, les radios rurales, les radios privées et la SOPECAM. Au niveau de la CRTV, des communiqués rédigés en anglais et en français seront diffusés par les différentes stations de radio (poste national, stations provinciales et FM) et par la télévision.

Ces messages devront également figurer dans les colonnes du quotidien national Cameroun Tribune. Ces différents communiqués seront conçus par la DSCN et seront signés par le MINEFI. Les messages radio et télévisé seront émis aux heures de grandes écoutes notamment au journal de 20 h 30 en ce qui concerne le journal télévisé et au journal parlé de 20 heures en ce qui concerne le poste national. Ces messages seront éventuellement relayés dans les différentes langues locales. L'assistance des médias sera également nécessaire lors des différentes réunions explicatives initiées par les Sous-préfets, les différents chefs de village ou des Lamido ou les responsables des ONG en direction des populations.

### **5.7 Guides locaux**

Les guides locaux constitueront sur le terrain une véritable courroie de transmission entre les ménages et les enquêteurs. Il est par conséquent important qu'ils soient imprégnés des objectifs de l'enquête. Ils devront être identifiés avec le concours des chefs de quartier ou de bloc des zones de dénombrement. Une formation vraiment sommaire doit leur être donnée avant leur intervention sur le terrain. Celle-ci peut être assurée par les chefs d'équipes ou le cas échéant par les responsables provinciaux. Ils doivent avoir une bonne connaissance de leur localité et parler la langue locale.

## **6. Calendrier d'exécution**

Le calendrier de sensibilisation est à juxtaposer avec celui de l'exécution des grandes activités de terrain : cartographie, enquête pilote et collecte principale.

## Annexe 1. Liste des médias

N°	Province	Localité d'implantation	Nom de la radio	Type de média	Aire de couverture	Presse écrite	Fréquence de parution	Observations
1	CENTRE	YAOUNDE	Poste national	Radio	Cameroun			
			Radio centre	Radio	Centre			
			FM 94	FM	Yaoundé			
			RTS	FM	Yaoundé			
			Radio lumière	FM	Yaoundé			
			Radio reine	FM	Yaoundé			
			Radio bonne nouvelle	FM	Yaoundé			
			Radio venus	FM	Yaoundé			
		Radio Colombe	FM	Yaoundé				
		RFI	Radio	Yaoundé				
		MBALMAYO	Radio Mbalmayo	Radio rurale	Mbalmayo			
2	LITTORAL	DOUALA	CRTV du Littoral	Radio	Littoral			
			TV MAX	Télé				
			FM 105	FM				
			RFI	Radio				
3	Ouest	BAFOUSSAM	CRTV de l'Ouest	Radio	Ouest			
			FM 93,5					
		BANGANGTE	Radio Medumba	Radio rurale				
		MBOUDA	Radio Batcham	Radio rurale				
			Radio Fotouni	Radio rurale				
4	SUD-OUEST	BUEA	CRTV Sud-Ouest	Radio	Sud-Ouest			
			FM					
			Radio Mont Cameroun	FM				

N°	Province	Localité d'implantation	Nom de la radio	Type de média	Aire de couverture	Presse écrite	Fréquence de parution	Observations
5	NORD-OUEST	BAMENDA	CRTV Nord-Ouest	Radio	Nord-Ouest			
			Afrique nouvelle	FM				
			Radio OKU	BUI				
6	EST	BERTOUA	CRTV de l'Est	Radio	Est			
7	SUD	Ebolowa	CRTV Sud	Radio	Sud			
		Lolodorf	Radio LOLO	Radio rurale				
8	NORD	Garoua	CRTV du Nord	Radio	Nord			
9	EXTREME-NORD	Maroua	CRTV Extrême-Nord	Radio	Extrême-Nord			
			Radio DANAï	Radio rurale				
10	ADAMAOUA	NGAOUNDERE	CRTV Adamaoua	Radio	Adamaoua			