

REPUBLIQUE DE COTE D'IVOIRE



Union - Discipline - Travail

MINISTRE DU PLAN ET DU DEVELOPPEMENT



**RECENSEMENT GENERAL DE LA POPULATION  
ET DE L'HABITAT DE 2019**

**RGPH - 2019**

**STRATEGIE DE COMMUNICATION  
ET DE SENSIBILISATION**

Septembre 2018

ATLANTIQUE

## SOMMAIRE

---

SIGLES, ABREVIATIONS ET ACRONYMES.....	2
AVANT PROPOS.....	3
RESUME EXECUTIF.....	4
INTRODUCTION .....	6
<b>CHAPITRE 1 : DIAGNOSTIC STRATEGIQUE DE LA COMMUNICATION</b>	
1- FORCES ET FAIBLESSES .....	8
2- RISQUES ET OPPORTUNITES .....	8
<b>CHAPITRE 2 : STRATEGIE DE COMMUNICATION DU RGPH 2019</b>	
1- OBJECTIFS .....	11
2- AXES STRATEGIQUES.....	11
3- CIBLES .....	13
4- MESSAGES CLES.....	15
<b>CHAPITRE 3 : MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DU RGPH 2019</b>	
1- ACTIVITES PREPARATOIRES.....	23
2- LANCEMENT OFFICIEL DU RGPH 2019 .....	23
3- PHASE DE LA CARTOGRAPHIE CENSITAIRE.....	24
4- PHASE DU RECENSEMENT PILOTE.....	27
5- PHASE DU DENOMBREMENT.....	29
6- PHASE DE L'ENQUETE POST-CENSITAIRE.....	32
7- PHASE DE LA DISSEMINATION DES RESULTATS.....	34
<b>CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>35</b>
<b>ANNEXE.....</b>	<b>36</b>

## SIGLES ET ABBREVIATIONS

---

<b>Sigle</b>	<b>Définition</b>
ARDCI	Association des Régions et Districts de Côte d'Ivoire
BNETD	Bureau National d'Etudes Techniques et de Développement
BTPR	Bureau Technique Permanent du Recensement
CESEC	Conseil Economique, Social, Environnemental et Culturel
CNR	Conseil National du Recensement
CNTIG	Centre National de Télédétection et d'Information Géographique
CNRCT	Chambre Nationale des Rois et Chefs Traditionnels
DGAT	Direction Générale de l'Administration du Territoire
DGATDRL	Direction Générale de l'Aménagement du Territoire et du Développement Régional et Local
DGDDL	Direction Générale de la Décentralisation et du Développement Local
DGPLP	Direction Générale du Plan et de la Lutte contre la Pauvreté
EPC	Enquête Post-Censitaire
FAQ	Foire à questions
INS	Institut National de la Statistique
ENSEA	Ecole Nationale Supérieure de Statistique et d'Economie Appliquée
ONI	Office National de l'Identification
ONP	Office National de la Population
PND	Plan National de Développement
PTF	Partenaires Techniques et Financiers
RGPH	Recensement Général de la Population et de l'Habitat
RNPP	Registre National des Personnes Physiques
RTI	Radiodiffusion Télévision Ivoirienne
SACORP	Service Autonome de la Communication et des Relations Publiques
SIG	Système d'Information Géographique
SMS	Short Message Sending
UNFPA	Fonds des Nations Unies pour la Population
UVICOCI	Union des Villes et Communes de Côte d'Ivoire
ZD	Zone de Dénombrement

## AVANT-PROPOS

---

- [1.] Le Gouvernement ivoirien a confirmé sa politique d'organisation régulière et décennale des recensements démographiques par la prise, du décret 2012-698- 1<sup>er</sup> Aout 2012 portant institution et organisation du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH) en Côte d'Ivoire. En effet, c'est en 1975 qu'a été réalisé le premier recensement général de la population, suivi du deuxième en 1988, du troisième en 1998 et le quatrième est intervenue en 2013.
- [2.] D'année en année, la méthodologie a été améliorée, les outils de collecte enrichis et les techniques d'analyse perfectionnées. Cette volonté du Gouvernement de disposer des données sociodémographiques et économiques actualisées et fiables pour leur prise en compte dans les plans, programmes et projets de développement s'est maintenue dans le temps, de sorte que l'année 2019 verra la réalisation d'un cinquième recensement général de la population et de l'habitat.
- [3.] Ce dernier répond aux besoins en informations chiffrées pour la planification du développement, aussi bien au niveau national que pour les entités décentralisées et pour mesurer les progrès réalisés dans la mise en œuvre des programmes et plans de développement. Le RGPH 2019 sera réalisé sur toute l'étendue du territoire à partir du mois de novembre 2018.
- [4.] Le présent document traite de la stratégie de communication en vue de sensibiliser et mobiliser toutes les populations sans exclusive. L'information, la mobilisation et la sensibilisation de la population et des pouvoirs publics autour de l'importance et de la nécessité d'une telle opération seront assurées à travers la mise en œuvre de cette stratégie de communication.

## RESUME EXECUTIF

---

- [5.] Le Recensement Général de la Population et de l'Habitat 2019 (RGPH-2019) de la Côte d'Ivoire est le cinquième du genre. Il vise à améliorer de la connaissance des caractéristiques démographiques et socio-économiques de la population et de sa dynamique, en vue d'une meilleure prise en compte des questions de population dans l'élaboration, le suivi et l'évaluation des politiques et programmes de développement économique et social.
- [6.] Au cours des recensements précédents, la communication et la sensibilisation n'ont pas été considérées comme une activité transversale de premier plan devant soutenir et accompagner l'ensemble du processus. En effet, cette importante activité a été généralement perçue sous son seul aspect de communication médiatique.
- [7.] Ainsi, face aux limites du RGPH-2014 en termes de communication, l'organisation du RGPH 2019 se doit de disposer d'une stratégie de communication et sensibilisation efficace qui permettra d'assurer une participation massive et inclusive de la population.
- [8.] Le présent document porte sur la stratégie de communication du 5<sup>ème</sup> RGPH. Ce document d'orientation servira de cadre de référence à l'effet d'accompagner les différentes phases du recensement et d'assurer une meilleure visibilité ainsi que l'adhésion de toutes les couches sociales à l'opération.
- [9.] Le document comprend trois (03) chapitres. Le premier chapitre fait un diagnostic stratégique de la communication en faisant ressortir les forces et faiblesses, risques et opportunités qui devraient être prises en compte afin d'asseoir une meilleure stratégie de communication et de sensibilisation.
- [10.] Le deuxième chapitre traite de trois (03) différents axes stratégiques que sont : (i) création de l'identité visuelle et supports (communication de masse) ; (ii) mobilisation des autorités et parties prenantes (communication institutionnelle) ; (iii) Sensibilisation (communication de proximité). En outre, ce chapitre fait ressortir les différentes cibles visées par le recensement et les catégorise en trois (03) types, (i) cible principale, (ii) cibles secondaires et (iii) cibles institutionnelles et propose des messages adaptés aux différentes cibles.

- [11.] Le troisième chapitre aborde la mise en œuvre de la stratégie de la communication et décline le déroulement des activités de communication à mener à chaque phase du recensement.
- [12.] Cette stratégie de communication est assortie d'un chronogramme d'exécution des différentes activités.

## INTRODUCTION

---

- [13.] Le Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH) est une opération démographique d'envergure nationale. Il permettra de connaître en 2019, l'effectif de la population de la Côte d'Ivoire avec certaines de ses caractéristiques sociodémographiques et économiques.
- [14.] Le RGPH 2019 va contribuer, à une meilleure prise en compte des questions de population dans l'élaboration, le suivi et l'évaluation des politiques et programmes de développement économique et social.
- [15.] Le cadre institutionnel du RGPH prévoit la création de trois (03) organes suivants : (i) le Conseil National du Recensement présidé par le Premier Ministre ; (ii) le Comité Technique du Recensement dont la Présidence est assurée par le Représentant du Ministre du Plan et du Développement et (iii) le Bureau Technique Permanent du Recensement dont la Direction Nationale est assurée par le Directeur Général de l'Institut National de la Statistique (INS).
- [16.] Le Bureau Technique Permanent du Recensement (BTPR), logé au sein de l'INS est l'organe d'exécution technique du RGPH. Il comprend plusieurs unités dont l'Unité Informations, Sensibilisation et Communication qui a pour rôle d'élaborer et de suivre la mise en œuvre de la stratégie de communication et de sensibilisation.
- [17.] Le succès du RGPH 2019 dépend essentiellement de la participation et de la coopération de la population. Cependant, malgré près d'un demi-siècle d'histoire statistique moderne, les populations ivoiriennes ne semblent pas suffisamment sensibilisées sur le bien-fondé du recensement.
- [18.] En milieu rural, les survivances des us et coutumes et des méthodes de collecte de l'impôt de capitation créent des préjugés défavorables à tout dénombrement de populations. De plus, l'ignorance des objectifs du recensement et des enquêtes diverses constituent des freins à la collecte des données statistiques.
- [19.] Même en milieu urbain, malgré le niveau d'instruction un peu plus élevé, les opérations de collecte ne se réalisent pas toujours sans difficultés. La confusion qui peut naître entre les opérations de dénombrement et les considérations socio-politiques du moment, font partie des éléments qui biaisent les résultats des données statistiques recueillies.
- [20.] Face à toutes ces difficultés, il est nécessaire de susciter une mobilisation des populations afin de contribuer au succès de l'opération. Cette implication des populations peut être obtenue par une action de communication efficace. D'où la nécessité de mettre en place une stratégie de communication et de sensibilisation.

**CHAPITRE I :**  
**DIAGNOSTIC STRATEGIQUE  
DE LA COMMUNICATION**

## **1. FORCES ET FAIBLESSES**

---

### **1.1. Forces**

- [21.] L'INS dispose d'une expertise avérée dans la réalisation du RGPH.
- [22.] L'existence d'un Service Autonome de Communication et de Relations Publiques (SACORP) au sein de l'INS qui a acquis de l'expérience dans la mise en œuvre des projets de collecte que l'INS conduit fréquemment.

### **1.2. Faiblesses**

- [23.] L'insuffisance du matériel de travail, des équipements et de logistique ;
- [24.] L'insuffisance de personnel et le manque de renforcement des capacités dudit personnel.

## **2. CONTRAINTES ET OPPORTUNITES**

---

### **2.1. Contraintes**

- [25.] Le retard dans la mise à disposition des fonds.
- [26.] La méconnaissance des enjeux du RGPH par la population.
- [27.] Rejet par certains partis politiques.
- [28.] Persistance des conflits (fonciers, communautaires, etc.).
- [29.] Réticence de certaines communautés à participer au recensement.
- [30.] Confusion de la population du fait du rapprochement entre la révision de la liste électorale et celui du RGPH.
- [31.] les supports de sensibilisation non adaptés aux différentes cibles ;
- [32.] Le manque de moyens des comités locaux du recensement.

### **2.2. Opportunités**

- [33.] L'environnement politique, social et économique de la Côte d'Ivoire est favorable à la réalisation du RGPH.
- [34.] L'engagement affirmé du gouvernement à réaliser le RGPH se traduit par la mise en place d'un cadre institutionnel et la mobilisation des ressources.
- [35.] L'intérêt marqué des partenaires au développement, notamment l'UNFPA est manifeste.

- [36.] L'existence de la Chambre Nationale des Rois et Chefs Traditionnels pourrait faciliter la mobilisation communautaire.
- [37.] Le paysage médiatique national est caractérisé par sa richesse et sa diversité. Le réseau radiophonique couvre l'ensemble des régions du pays avec la disponibilité de radios de proximité.
- [38.] Au plan audiovisuel, l'initiative privée nationale qui complète les moyens d'information d'Etat permet d'assurer une couverture presque entière du territoire. Les nouvelles technologies permettent aux téléspectateurs d'accéder à une large gamme de programmes radio et télévisés (chaînes nationales et étrangères).
- [39.] L'accès aux médias audio et audiovisuels est relativement facilité en raison d'une offre variée et dense. Les radios communautaires et privées assurent le relais des médias publics et urbains en langues officielles et en langues nationales. Les câblodistributeurs (CANAL+, STARTIMES, etc.) relaient les programmes des chaînes de télévision nationales et étrangères.
- [40.] Le dynamisme du secteur de la télécommunication à travers la démocratisation de la téléphonie mobile et la forte influence des réseaux sociaux sur la population est avéré.

**CHAPITRE II :**  
**STRATEGIE DE COMMUNICATION**  
**DU RGPH 2019**

## 1- OBJECTIFS

---

### 1.1. Objectif général

- [41.] La stratégie de communication vise à susciter l'adhésion de toutes les composantes de la population vivant en Côte d'Ivoire pour une participation massive et inclusive aux différentes phases du recensement.

### 1.2. Objectifs spécifiques

[42.] Il s'agit de :

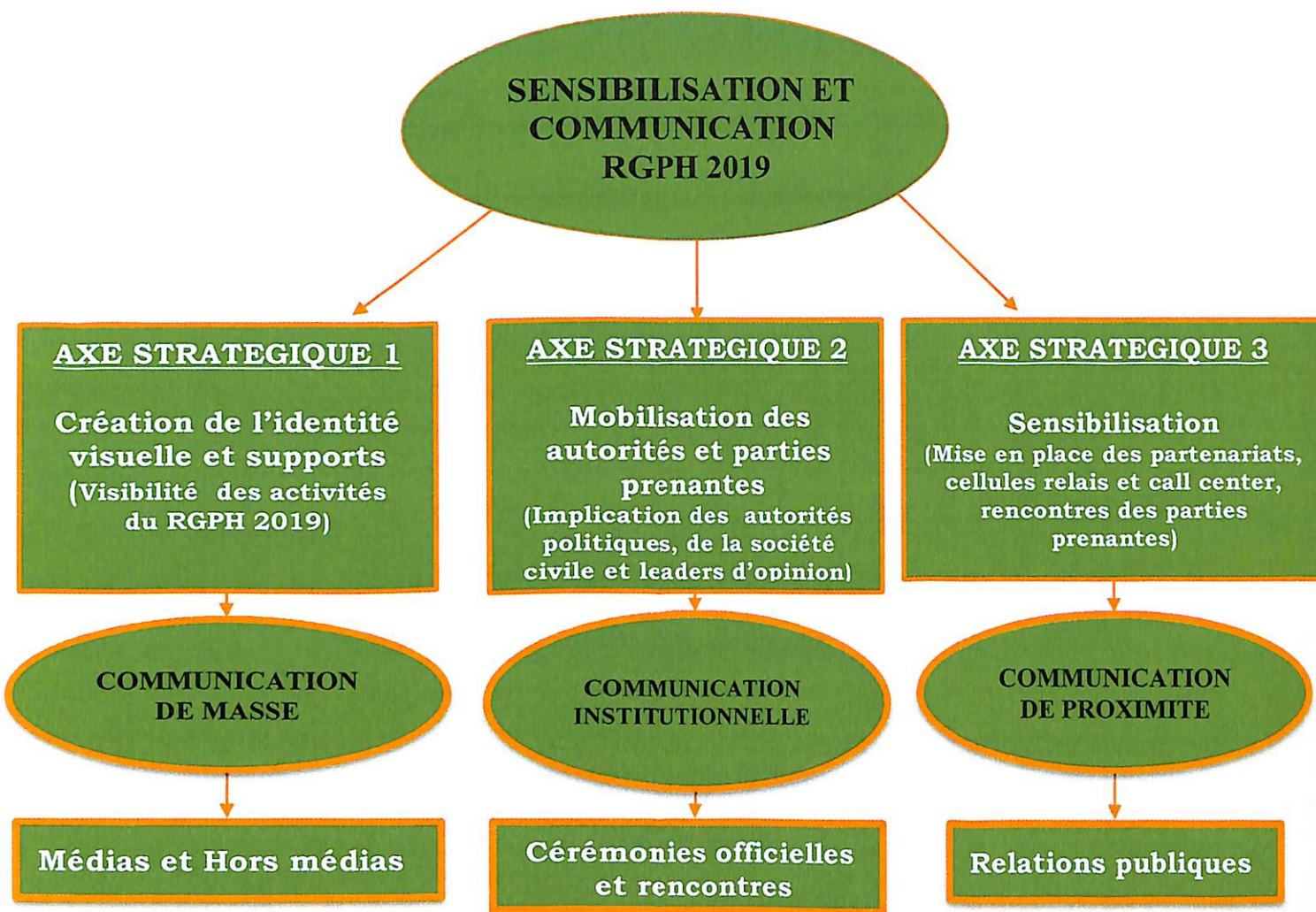
1. Impliquer toutes les autorités administratives et les différentes parties prenantes (chefs de communautés, leaders d'opinion, société civile, PTF, etc.) au processus.
2. Sensibiliser la population sur les enjeux du RGPH ;
3. Inciter tous les habitants de la Côte d'Ivoire (Ivoiriens et non- Ivoiriens), à se faire recenser ;
4. Assurer la visibilité du projet à travers différents canaux et supports de communication adaptés aux cibles ;
5. Obtenir l'engagement des chefs de communautés et leaders d'opinion à mobiliser leurs membres à participer au recensement ;
6. Inviter les chefs de ménages à mobiliser les membres de leur famille, leurs voisins, leurs alliés à être disponibles pour recevoir les agents recenseurs.

## 2- AXES STRATEGIQUES

---

- [43.] En vue de garantir une participation massive et inclusive de la population au RGPH 2019, la stratégie de communication devra prendre en compte :
- les types de communication à mener et leur hiérarchisation ;
  - le type de message à adresser aux différentes cibles ;
  - les différents supports, canaux et médias à utiliser ;
  - les activités à mener avant, pendant et après chaque phase du recensement.

[44.] Ces éléments sont regroupés en trois (3) axes stratégiques définis comme suit :



### 2.1. Axe stratégique 1 : Création de l'identité visuelle et supports

[45.] Il vise à faire reconnaître le projet par les populations et se caractérise par la création, la production et la dissémination d'outils de communication efficaces au profit des populations sur l'ensemble du territoire national.

[46.] Il s'agit de rendre visibles les objectifs et l'intérêt du projet de recensement de la population (affiches, plaquettes, foire à questions (faq) banderoles, kakémonos, etc.)

## **2.2. Axe stratégique 2 : Mobilisation des autorités et parties prenantes**

- [47.] Il vise à susciter l'intérêt et impliquer les autorités administratives, politiques, coutumières et religieuses, et les partenaires au développement au processus.
- [48.] Il est caractérisé par l'engagement des autorités, de la société civile et des leaders d'opinion à prendre part aux activités de mise en œuvre du RGPH 2019.

## **2.3. Axe stratégique 3 : Sensibilisation**

- [49.] Il vise à instituer un dialogue interactif entre d'une part, les responsables des structures centrales du recensement et les responsables des structures décentralisées et d'autre part, entre les agents de terrain et les populations.
- [50.] Il est caractérisé par la facilitation d'échanges d'informations et d'expériences entre les acteurs du processus au niveau local à travers des rencontres d'information et de sensibilisation. Au cours de ces rencontres, des objets publicitaires et/ou d'identification sont utilisés (tee-shirts, polos, autocollants, etc.), des accords de partenariat seront signés.

## **3- CIBLES**

---

- [51.] Le recensement de la population concerne tous les habitants vivant sur le territoire ivoirien. Il fait intervenir également plusieurs acteurs : agents de recensement, autorités administratives, politiques, coutumières et religieuses au niveau national et local ainsi que les partenaires techniques et financiers.
- [52.] Les cibles visées par le recensement sont de trois (03) types :
- Cibles principales
  - Cibles intermédiaires
  - Cibles secondaires

### **3.1. Cible principale**

- [53.] Il s'agit du cœur de cible c'est à dire l'ensemble des populations vivant sur le territoire ivoirien.

### **3.2. Cibles secondaires**

[54.] Elles sont constituées des personnalités en contact direct avec les populations. Ce sont entre autres :

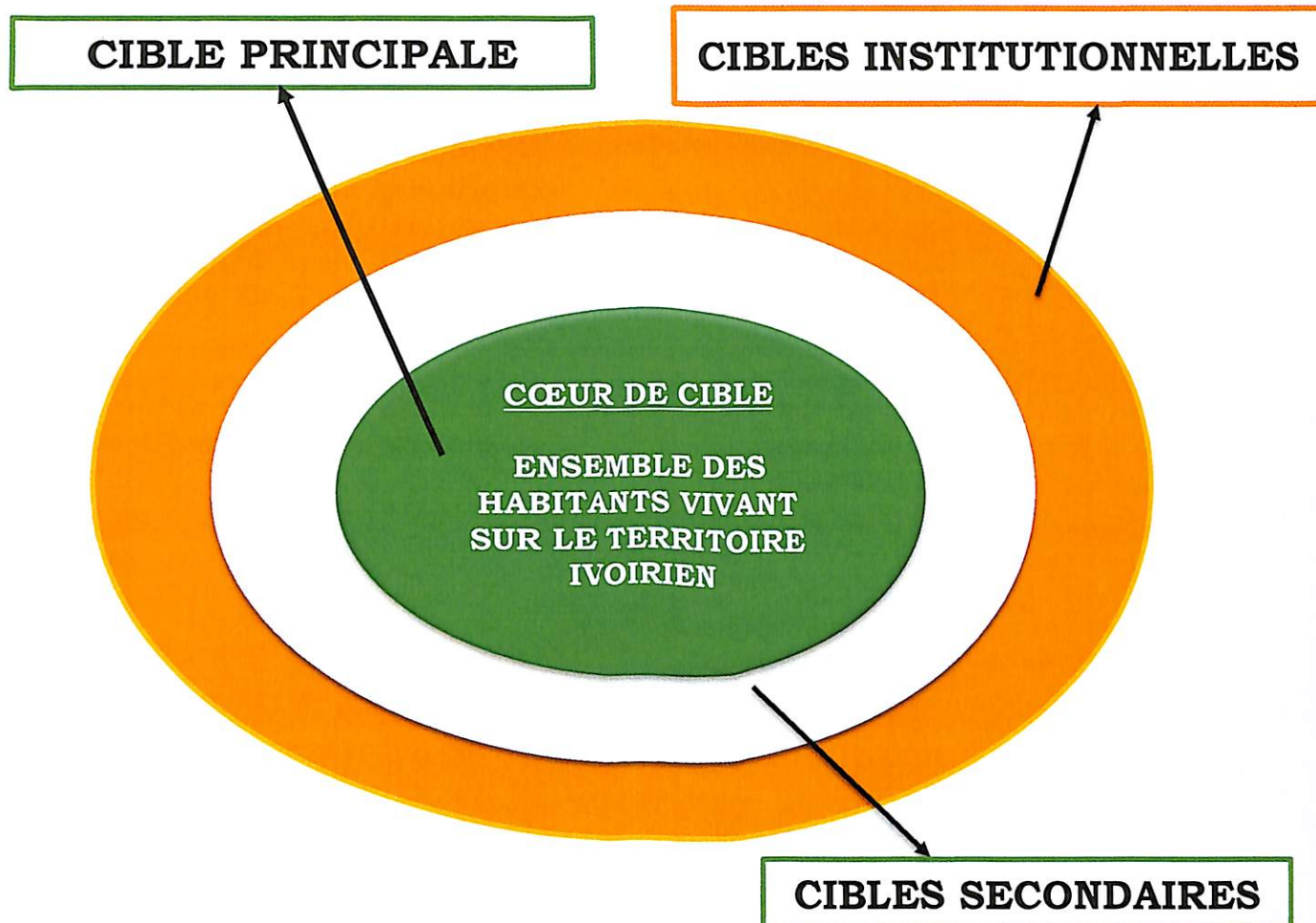
- Le Corps préfectoral ;
- Les Députés,
- Les Conseillers Régionaux ;
- Les Conseillers municipaux ;
- Les Chefs coutumiers et religieux ;
- Les Agents des eaux et forêts ;
- Les Leaders communautaires ;
- La Société civile et leaders d'opinion ;
- Les Organisations de consommateurs
- Les Associations de transporteurs ;
- La presse ;
- Les Organes de coordination du RGPH ;
- Les Coordonnateurs régionaux du RGPH 2019 ;
- Les Superviseurs ;
- Les Chefs d'équipes et les Agents recenseurs ;
- Etc.

### **3.3. Cibles institutionnelles**

[55.] Les cibles intermédiaires sont les relais institutionnels que sont :

- Présidents d'Institutions (Assemblée Nationale, Conseil Economique, Social, environnemental et culturel, Chambre Nationale des Rois et Chefs Traditionnels, Sénat) ;
- Membres du Gouvernement,
- Représentations Diplomatiques,
- Partenaires Techniques et Financiers (PTF)

## TYPOLOGIE DES CIBLES



## 4- MESSAGES CLES

---

### 4.1. Message général

- [56.] Le message général est le message central du recensement à partir duquel seront déclinés tous les messages adaptés aux différentes cibles. Ce message informe de la tenue du RGPH 2019 et de ses enjeux.
- [57.] Les propositions suivantes peuvent servir de message général :
- [58.] Se faire recenser est un devoir civique. Les résultats du RGPH 2019 permettront d'élaborer les projets et programmes futurs de développement. Participons tous au Recensement Général de la Population et de l'Habitat, le RGPH 2019 du ..... au ..... 2019.

[59.] Que vous viviez dans la capitale politique ou économique du pays, dans les villes de l'intérieur, dans les communes, les villages ou même dans les campements, vous êtes tous concernés par le recensement général de la population et de l'habitat du ..... au .....2019. Ce recensement permettra d'améliorer les réponses en matière de développement des villes, des villages, des communes et des quartiers Pour le renforcement des Ouvrages socio-éducatifs et sanitaires.

#### 4.2. Messages spécifiques

[60.] Les messages spécifiques sont des messages adaptés aux différentes cibles. Cf. Tableau ci-dessous.

<b>CIBLES</b>	<b>MESSAGES</b>
<p><b>Ensemble de la population vivant en Côte d'Ivoire (cible principale)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les agents passeront de maison en maison et de porte à porte, sur toute l'étendue du territoire national (ville, villages, campements et hameaux).</li> <li>• Les agents sur le terrain sont assermentés et reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Ce recensement est l'affaire de toutes les communautés sans exception. Veuillez permettre l'accès de vos domiciles aux agents recenseurs.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Ivoiriens, ivoiriennes et tous les résidents issus des pays de la CEDEAO, de l'union africaine, de l'Europe, de l'Amérique, de l'Asie et du reste du monde nous sommes tous concernés par le recensement général nous devons recevoir les agents de l'INS et accepter de nous faire recenser.</li> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> </ul>

<p><b>Corps préfectoral</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilisez vos populations et réservez un bon accueil aux agents recenseurs de l'INS.</li> <li>• Les agents passeront de maison en maison et de porte à porte, sur toute l'étendue du territoire national (ville, villages, campements et hameaux).</li> <li>• Les agents sur le terrain sont reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Le RGPH 2019 est également une opération de collecte de données sur les caractéristiques démographiques, sociales, économiques et culturelles de la population.</li> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> </ul>
<p><b>Députés</b></p> <p><b>Conseillers Régionaux</b></p> <p><b>Conseillers municipaux</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les agents passeront de maison en maison et de porte à porte, sur toute l'étendue du territoire national (ville, villages, campements et hameaux).</li> <li>• Les agents sur le terrain sont assermentés et reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Le RGPH 2019 est également une opération de collecte de données sur les caractéristiques démographiques, sociales, économiques et culturelles de la population.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> </ul>
<p><b>Chefs coutumiers</b></p> <p><b>Leaders communautaires</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les agents recenseurs sont en mission pour le compte de l'Etat. Mobilisons-nous pour le succès du recensement général. Réservez-leur un bon accueil et répondons bien à leurs questions.</li> <li>• Les agents passeront de maison en maison et de porte à porte, sur toute l'étendue du territoire national (ville, villages, campements et hameaux).</li> <li>• Les agents sur le terrain sont assermentés et reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Mobilisez vos populations et réservez un bon accueil aux agents recenseurs de l'INS.</li> <li>• Ce recensement est l'affaire de toutes les communautés sans exception. Veuillez permettre l'accès de vos domiciles aux agents recenseurs.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Ivoiriens, ivoiriennes et tous les résidents issus des pays de la CEDEAO, de l'union africaine, de l'Europe, de l'Amérique, de l'Asie et du reste du monde nous sommes tous concernés par le recensement général nous devons recevoir les agents de l'INS et accepter de nous faire recenser.</li> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> </ul>

<p><b>Chefs religieux</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les agents recenseurs sont en mission pour le compte de l'Etat. Mobilisons-nous pour le succès du recensement général. Réservez-leur un bon accueil et répondons bien à leurs questions</li> <li>• Les agents sur le terrain sont assermentés et reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Mobilisez vos fidèles et réservez un bon accueil aux agents recenseurs de l'INS.</li> <li>• Ce recensement est l'affaire de toutes les communautés sans exception. Veuillez permettre l'accès de vos domiciles aux agents recenseurs.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> </ul>
<p><b>Société civile et leaders d'opinion</b></p> <p><b>Organisations de consommateurs</b></p> <p><b>Associations de transporteurs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les agents sur le terrain sont assermentés et reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Ce recensement est l'affaire de toutes les communautés sans exception. Veuillez permettre l'accès de vos domiciles aux agents recenseurs.</li> <li>• Transporteurs, facilitez le déplacement des agents vers leur zone d'affectation pour assurer un bon déroulement de l'opération</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Le RGPH 2019 est également une opération de collecte de données sur les</li> </ul>

	<p>caractéristiques démographiques, sociales, économiques et culturelles de la population.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> </ul>
<p><b>La Presse</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les agents passeront de maison en maison et de porte à porte, sur toute l'étendue du territoire national (ville, villages, campements et hameaux).</li> <li>• Les agents sur le terrain sont assermentés et reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Ce recensement est l'affaire de toutes les communautés sans exception. Veuillez permettre l'accès de vos domiciles aux agents recenseurs.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Ivoiriens, ivoiriennes et tous les résidents issus des pays de la CEDEAO, de l'union africaine, de l'Europe, de l'Amérique, de l'Asie et du reste du monde nous sommes tous concernés par le recensement général nous devons recevoir les agents de l'INS et accepter de nous faire recenser.</li> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Le RGPH 2019 est également une opération de collecte de données sur les</li> </ul>

	caractéristiques démographiques, sociales, économiques et culturelles de la population.
<b>Agents des eaux et forêts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agents des eaux et forêts, facilitez l'accès des agents recenseurs dans les forêts classées habitées, et la traversée dans les zones lagunaires.</li> <li>• Les agents sur le terrain sont assermentés et reconnaissables par le port des chasubles/t-shirt à l'effigie du projet.</li> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> <li>• Les données recueillies sont confidentielles et ne pourront être utilisées à des fins de poursuites judiciaires, de contrôle fiscal ou de répression économique.</li> </ul>
<b>Organes de coordination du RGPH</b>  <b>Coordonnateurs régionaux du RGPH 2019</b>  <b>Superviseurs et contrôleurs</b>  <b>Chefs d'équipes et les Agents recenseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un numéro vert est disponible pour toute information supplémentaire ou préoccupation.</li> </ul>

[61.] Ces messages représentent la clé des informations essentielles à faire véhiculer à travers les différents supports qui seront conçus pour la sensibilisation. Ils doivent être adoptés et véhiculés par tous les Responsables du projet en respectant l'esprit et la forme. Ils ont pour but de guider les réalisateurs, les imprimeurs vers le respect de l'objectif stratégique du RGPH 2019. De la qualité de ces messages résultera l'adhésion des populations.

**CHAPITRE III :**

**MISE EN ŒUVRE DE LA  
STRATEGIE DE COMMUNICATION**

## **1- ACTIVITES PREPARATOIRES**

---

- [62.] Elles concerneront la création de l'identité visuelle du 5<sup>ème</sup> RGPH et la conception des différents supports de communication et de sensibilisation.

### **1.1 Création de l'identité visuelle du RGPH-2019**

- [63.] Elle permettra de doter le projet d'éléments qui participent à la reconnaissance du RGPH-2019. Il s'agit entre autres d'un logo, de la charte graphique, d'une musique générique, d'un slogan, etc. Ces éléments rendront le projet visible sur le terrain et seront utilisés sur l'ensemble des supports retenus.

### **1.2 Production des supports de communication et de sensibilisation**

- [64.] Il s'agira de concevoir et éditer des supports de communication à l'effigie du 5<sup>ème</sup> RGPH tels que, les panneaux publicitaires, les plaquettes de présentation, les dépliants, les prospectus, les chasubles, les autocollants, t-shirt ; casquettes ; polos et les gadgets, les bannières, des affiches, des brochures, et des articles dans les journaux et fiches d'information (Newsletter). etc.

### **1.3 Signature d'accord de partenariat avec les opérateurs de téléphonie mobile**

- [65.] Trois (03) opérateurs de téléphonie mobile (Orange, Mtn, Moov) seront sollicités à travers une convention avec l'INS pour diffuser des Shorts Messages Sending (SMS). Cela permettra d'assurer une large diffusion des informations envers les populations.

### **1.4 Couverture médiatique de la table ronde des bailleurs de fond**

- [66.] La table ronde vise à obtenir l'adhésion des différents partenaires au développement à travers leur financement effectif des activités du RGPH. Les organes de presse assureront la couverture médiatique.

## **2- LANCEMENT OFFICIEL DU RGPH 2019**

---

- [67.] Il marque le démarrage effectif des activités du recensement. C'est une activité d'envergure nationale qui permettra de réunir en un même lieu l'ensemble des parties prenantes du RGPH-2019 (les institutions de la République, les membres du gouvernement, les représentations diplomatiques, les partenaires au développement, les organisations de la société civile, les chefs coutumiers et religieux, la presse nationale et internationale).

- [68.] Au cours de ce lancement, les activités suivantes pourront être réalisées : (i) l'adresse à la nation, (ii) la cérémonie officielle, (iii) un point de presse, (iv) les caravanes qui sillonneront la ville et (v) les émissions-débats (radio/télé).

### **2.1. Adresse à la nation par une autorité**

- [69.] Ce message peut être prononcé par l'une des autorités suivantes : le Président de la République, le Premier Ministre, le Ministre du Plan et du Développement, le Ministre de l'intérieur et de la sécurité, etc. A travers, l'autorité exhortera la population à adhérer au processus du RGPH.

### **2.2. Cérémonie officielle**

- [70.] Cette cérémonie réunira l'ensemble des parties prenantes (les institutions de la République, les membres du gouvernement, les représentations diplomatiques, les partenaires au développement, les organisations de la société civile, les chefs coutumiers et religieux, la presse nationale et internationale) en vue d'obtenir leur engagement et leur implication effective à toutes les phases du recensement.

### **2.3. Point de presse**

- [71.] Cette rencontre permettra d'informer les organes de presse sur les enjeux du recensement.

### **2.4. Caravanes**

- [72.] Ces caravanes, destinées au grand public sillonneront la ville d'Abidjan avec les banderoles à l'effigie du RGPH-2019 en vue de les sensibiliser.

### **2.5. Emissions-débats (radio/télé)**

- [73.] Il s'agit des émissions pour échanger sur le RGPH-2019.

## **3- PHASE DE LA CARTOGRAPHIE CENSITAIRE**

- [74.] Cette phase est la première étape des activités techniques du 5<sup>ème</sup> RGPH. La cartographie censitaire, dont les activités sont basées sur le recensement des sites habités, l'estimation de la population, l'établissement et l'actualisation des cartes et plans de ces sites, vise toutes les autorités administratives, politiques ainsi que toutes les populations vivant sur l'étendue du territoire national.

- [75.] Les activités de communication se déclinent comme suit :

## ❖ **AVANT LA PHASE DE LA CARTOGRAPHIE CENSITAIRE**

### **3.1. Messages radios et un courrier du Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT)**

[76.] Ce sont des courriers ou messages radios (système de communication du corps préfectoral) qui seront adressés aux Préfets et Sous-Préfets par le Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT) du démarrage de la cartographie et de l'arrivée des agents sur le terrain.

### **3.2. Courriers de la Direction Générale de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL)**

[77.] Ce sont des courriers qui seront adressés aux Maires, aux Présidents de Conseils Régionaux et aux Gouverneurs des Districts Autonomes par le Directeur Général de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL) du démarrage de la cartographie et de l'arrivée des agents sur le terrain.

### **3.3. Réunions dans les Sous-Préfectures et les communes et mise en place des comités locaux de recensement (cellules relais)**

[78.] Elles auront pour rôle de relayer les messages de la Coordination Technique dans leurs différentes localités. Les Directeurs Régionaux de la statistique doivent être impliqués. Un ordre du jour sera préalablement déterminé et des supports de sensibilisation seront distribués aux participants.

### **3.4. Missions de sensibilisation**

[79.] Des missions de sensibilisation partiront d'Abidjan vers l'intérieur du pays pour apporter leur appui lors de l'installation des comités locaux. L'objet de ces missions est d'informer les populations sur la cartographie et sa portée.

### **3.5. Mise en place du call center ou numéro vert**

[80.] Le call center est un numéro mis à la disposition des populations pour prendre en compte leurs préoccupations. Il sert d'interface entre les équipes techniques du 5<sup>ème</sup> RGPH et les ménages. Son rôle est de recueillir, traiter et faire remonter l'information. Il est installé au siège du RGPH avec des cellules décentralisées en région et rattaché à l'unité informations, communication et sensibilisation.

### **3.6. Démarrage de la phase cartographie censitaire**

[81.] Cette phase fait suite au lancement officiel du RGPH 2019. Une annonce sera faite par une autorité pour informer les populations du démarrage effectif de l'opération de la cartographie censitaire.

### 3.7. Médiatisation de la phase cartographie censitaire

- [82.] Elle consistera à utiliser l'ensemble des canaux de communication en vue d'informer du démarrage de la cartographie, de véhiculer les messages souhaités pour préparer les populations à l'arrivée des agents de terrain. Des griots et crieurs publics interviendront à la veille de l'arrivée des équipes dans une localité donnée.
- [83.] Les activités à mener sont les suivantes :
- **Emission télé** : c'est une émission suscitée par l'INS et diffusée sur les antennes de la RTI pour montrer l'importance du RGPH, parler des différentes phases et donner les informations sur la cartographie censitaire, 1<sup>ère</sup> phase du projet. Exemple : **Dimanche magazine** : un passage télé d'un Responsable du projet pour annoncer le début de la phase cartographie et le déploiement des équipes sur le terrain.
  - **Spots télé/radio** : un spot contenant l'essentiel des informations sur la cartographie censitaire sera confectionné et diffusé à la radio et à la télé.
  - **Avant-papier presse** : ce sont des articles de presse suscités dans les différents organes pour annoncer le démarrage de la phase cartographie.
  - **Emission radio** : il s'agit d'une émission radio au cours de laquelle le responsable du projet sera interrogé sur le démarrage du projet. Exemple : **Evènement 06h45**.
  - **Reportage terrain** : des équipes de reportage accompagneront les missions de sensibilisation pour constituer la mémoire du projet, servir de support aux différentes activités.

#### ❖ PENDANT LA PHASE DE LA CARTOGRAPHIE CENSITAIRE

### 3.8. Rencontres avec les Autorités locales et coutumières

- [84.] La sensibilisation à cette étape permettra de s'assurer que les messages et les informations axées sur la phase cartographie censitaire sont bien relayés et que l'adhésion des populations est effective. Les Maires, les chefs de village, les notables, les chefs de quartier, les chefs de campement, les inspecteurs de l'Education Nationale et de la Formation de base, les directeurs d'hôpitaux, devront faciliter le remplissage du questionnaire localité.

### **3.9. Rencontres avec les comités locaux de recensement (cellules relais)**

- [85.] Des rencontres seront programmées, au fur à mesure de la progression des équipes sur le terrain avec les comités locaux (les Préfets, les Sous-Préfets, les élus, les responsables de partis, la société civile, les leaders d'opinion, les chefs de village, les notables, les directeurs régionaux et les inspecteurs de l'Education Nationale et de la Formation de base, les directeurs d'hôpitaux, les responsables de certains ministères). Ces rencontres permettront de faire le suivi des informations sur le terrain. Des dépliants, plaquettes et autres gadgets de communication seront distribués à chacune de ces rencontres.

### **3.10. Conférences-débats et interviews**

- [86.] Des conférences-débats et interviews seront organisées et transcrites dans les journaux, à la télévision et dans les radios nationales et de proximité. Elles permettront d'éclairer l'opinion publique et les autorités sur l'avancement des travaux cartographiques et d'annoncer les prochaines phases du recensement.

#### **❖ APRES LA PHASE DE LA CARTOGRAPHIE CENSITAIRE**

- [87.] Une émission bilan sera organisée pour faire le point de la phase de cartographie censitaire.
- [88.] Un rapport de fin d'activité et un dossier presse de la phase de cartographie censitaire seront produits.

## **4- PHASE DU RECENSEMENT PILOTE**

---

- [89.] Cette phase est la deuxième étape des activités techniques du 5<sup>ème</sup> RGPH. Les activités de communication se déclinent comme suit :

#### **❖ AVANT LA PHASE DU RECENSEMENT PILOTE**

- [90.] Cette phase de sensibilisation doit intervenir quinze jours précédant le recensement pilote.

#### **4.1. Messages radios et un courrier du Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT)**

- [91.] Ce sont des courriers ou messages radios (système de communication du corps préfectoral) qui seront adressés aux Préfets et Sous-Préfets par le Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT) du démarrage du recensement pilote et de l'arrivée des agents sur le terrain en leur indiquant les zones choisies.

#### **4.2. Courriers de la Direction Générale de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL)**

- [92.] Ce sont des courriers qui seront adressés aux Maires, aux Présidents de Conseils Régionaux et aux Gouverneurs des Districts Autonomes par le Directeur Général de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL) en leur précisant les zones sélectionnées.

#### **4.3. Rencontres avec les autorités administratives et politiques des zones concernées**

- [93.] C'est une rencontre avec les autorités politiques et administratives des zones concernées pour les informer des localités choisies pour le recensement pilote.

#### **4.4. Communiqués dans les radios, télés et réseaux sociaux**

- [94.] Des communiqués et des émissions en langues vernaculaires et des spots dans les radios nationales et de proximité interviendront 15 jours avant le recensement pilote et se poursuivront jusqu'à la fin de l'opération. Des émissions radios et télévisées seront réalisées et diffusées avec la Coordination Technique. Des griots et crieurs publics interviendront à partir de la veille du recensement pilote et deux fois par semaine au cours de l'opération de terrain.

### **❖ PENDANT LA PHASE DU RECENSEMENT PILOTE**

#### **4.5. Rencontres dans les zones de recensement pilote**

- [95.] Une réunion organisée avec les Directeurs Régionaux de la Statistique et le corps préfectoral directeurs est prévue dans la première quinzaine précédant le début du recensement pilote. Elle concerne les élus locaux, les agents des eaux et forêts, les responsables de partis, la société civile, les leaders d'opinion, les chefs de village, les notables, les représentants de communautés allogènes, les représentants de communautés d'étrangers, les responsables des organisations féminines, les responsables de jeunesse, les représentants des cultes religieux, les représentants des organisations agricoles des zones concernées.

#### **4.6. Communiqués dans les radios, télés et réseaux sociaux**

- [96.] Des communiqués et des émissions en langues vernaculaires et des spots dans les radios nationales et de proximité interviendront 15 jours avant le recensement pilote et se poursuivront jusqu'à la fin de l'opération. Des émissions radios et télévisées seront réalisées et diffusées avec la Coordination Technique. Des griots et crieurs publics interviendront à partir de la veille du recensement pilote et deux fois par semaine au cours de l'opération de terrain. Des griots et crieurs publics seront mobilisés et des encarts presse seront réalisés tout au long du processus.

#### **❖ APRES LA PHASE DU RECENSEMENT PILOTE**

- [97.] Une émission bilan sera organisée pour faire le point de la phase du recensement pilote.
- [98.] Un rapport de fin d'activité du recensement pilote ainsi qu'un dossier de presse seront produits.

### **5- PHASE DU DENOMBREMENT**

---

- [99.] C'est la phase principale de collecte des données du RGPH. Elle se déroule sur toute l'étendue du territoire. Les activités de communication se déclinent comme suit :

#### **❖ AVANT LA PHASE DU DENOMBREMENT**

##### **5.1. Message à la nation d'une autorité**

- [100.] Ce message peut être prononcé par l'une des autorités suivantes : le Président de la République, le Premier Ministre, le Ministre du Plan et du Développement, le Ministre de l'intérieur et de la sécurité, etc. A travers ce message, l'autorité exhortera la population à se faire recenser.

##### **5.2. Spots d'annonce sur l'opération de recensement**

- [101.] Les agents habillés à l'effigie du RGPH sillonneront toute l'étendue du territoire et passeront de porte à porte dans les ménages. Cette stratégie implique que l'information soit véhiculée aux populations en vue de les préparer à réserver un bon accueil aux agents recenseurs. Cette

information sera transmise à travers des communiqués, des spots, des Shorts Messages Sending (SMS) aux populations.

- [102.] Les communiqués et les spots seront diffusés à la télévision (bandes déroulantes) et à la radio (nationale, locale et confessionnelle). Ces communiqués, signés des Autorités administratives et politiques, seront transmis comme circulaires aux responsables des structures déconcentrées de l'Etat, aux autorités religieuses et coutumières avant diffusion.
- [103.] Des griots et crieurs publics seront mobilisés et des encarts presse seront réalisés tout au long du processus.

### **5.3. Rencontre avec le réseau de journalistes du 5<sup>ème</sup> RGPH**

- [104.] L'information officielle ainsi que les objectifs, enjeux et toutes les informations relatives à la phase du dénombrement seront portées à la connaissance de la presse locale et internationale.

### **5.4. Pose d'affiches et distribution de prospectus**

- [105.] Des affiches seront posées dans les établissements scolaires ainsi que dans les établissements sanitaires et tous lieux publics. Des prospectus d'informations sur le RGPH 2019 seront distribués. Les affiches publicitaires (12m<sup>2</sup>) et les autocollants seront apposés sur différents supports (abris bus, autobus, cars de transport, etc.).

### **5.5. Missions de sensibilisation**

- [106.] Sous la supervision des Préfets, les équipes de la Coordination Technique du 5<sup>ème</sup> RGPH sillonneront la Côte d'Ivoire à travers des tournées, des réunions d'information pour informer et sensibiliser la population sur les enjeux du recensement.

### **5.6. Rencontres officielles**

#### **1. Les autorités coutumières et religieuses**

- [107.] Il s'agit d'impliquer activement les Autorités religieuses et coutumières (Président de la Chambre Nationale des Rois et Chefs Traditionnels, Président de la Conférence Episcopale de Côte d'Ivoire, Président de la Fédération des Organisations Islamiques, Président de la Fédération des Eglises et Missions Evangéliques...). Les églises, les temples et les mosquées constituent des lieux stratégiques pour passer l'information du recensement aux fidèles.

\$

## **2. Les représentations diplomatiques**

- [108.] L'objectif de cette rencontre est d'associer l'ensemble des représentations diplomatiques et Chefs de coopération à l'opération de recensement. Elles serviront de relais à la mobilisation de leurs ressortissants.

## **3. Les députés/Sénateurs**

- [109.] Une rencontre sera organisée avec les Députés/Sénateurs afin de leur remettre la plaquette de présentation du recensement, support de référence pour mieux informer la population lors des tournées, meetings et réunions.

## **4. Les Conseillers Economiques, Sociaux, Environnementaux et Culturels (CESEC)**

- [110.] L'objectif de cette rencontre est d'associer l'ensemble des Conseillers Economiques, Sociaux, Environnementaux et Culturels à l'opération de recensement.
- [111.] A cet effet, une rencontre avec les CESEC pourra être organisée par le Coordination Technique pour les informer et obtenir leur appui.

## **5. Les Gouverneurs de Districts Autonomes, Maires et Présidents de Conseils régionaux**

- [112.] Des rencontres de sensibilisation seront organisées avec les différentes faitières (UVICOCI, ARDCI) en vue de les informer sur le 5<sup>ème</sup> RGPH et obtenir leur soutien pour la mobilisation de leurs administrés.

## **6. Les leaders de partis politiques**

- [113.] L'objectif de cette rencontre est d'associer l'ensemble des partis politiques à l'opération de recensement et obtenir leur soutien pour la mobilisation de leurs militants.

### **❖ PENDANT LA PHASE DU DENOMBREMENT**

#### **5.7. Médiatisation des séances de recensement des personnalités (Son Excellence le Président de la République en priorité)**

- [114.] Cette médiatisation va déclencher au sein de l'opinion publique l'importance que revêt l'opération de recensement.

### **5.8. Conférences de presse sur les activités du recensement**

- [115.] Ces conférences permettront de dresser le bilan du RGPH 2019 et enregistreront la présence de médias nationaux et internationaux.

### **5.9. Interview télé d'un représentant de la coordination technique**

- [116.] Cette interview pourrait se faire à travers une émission de grande audience pour échanger sur les aspects techniques, des difficultés rencontrées et des prochaines étapes du recensement.

### **5.10. Spots publicitaires et annonces**

- [117.] Les spots publicitaires et annonces (radio-télévision-journaux), les émissions en langues nationales (télévision, radios nationales, et locale) seront diffusées sur toute la durée de la phase de dénombrement.

### **❖ APRES LA PHASE DU DENOMBREMENT**

- [118.] Une émission bilan sera organisée pour faire le point de la phase du dénombrement.
- [119.] Un rapport de fin d'activité du dénombrement ainsi qu'un dossier de presse seront produits.

## **6- PHASE DE L'ENQUETE POST-CENSITAIRE**

- [120.] L'Enquête post-censitaire (EPC) est une enquête démographique par sondage exécutée à la suite du dénombrement principal. Son but est d'évaluer la couverture du dénombrement (exhaustivité territoriale) et la qualité des données collectées, relatives aux variables « âge » et « sexe » recueillies lors de cette opération.
- [121.] Les activités de communication au cours de cette enquête se déclinent comme suit :

### **❖ AVANT LA PHASE DE L'ENQUETE POST-CENSITAIRE**

#### **6.1. Messages radios et un courrier du Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT)**

- [122.] Ce sont des courriers ou messages radios (système de communication du corps préfectoral) qui seront adressés aux Préfets et Sous-Préfets par le

Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT) du démarrage de l'enquête post-censitaire et de l'arrivée des agents sur le terrain en

[123.] leur indiquant les zones choisies.

### **6.2. Courriers de la Direction Générale de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL)**

[124.] Ce sont des courriers qui seront adressés aux Maires, aux Présidents de Conseils Régionaux et aux Gouverneurs des Districts Autonomes par le Directeur Général de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL) en leur précisant les zones sélectionnées.

### **6.3. Rencontres avec les autorités administratives et politiques des zones concernées**

[125.] il s'agit de rencontrer les autorités politiques et administratives des zones concernées pour les informer des localités choisies pour le l'enquête post-censitaire.

### **6.4. Communiqués dans les radios, télévisions et réseaux sociaux**

[126.] Des communiqués en langues vernaculaires et des spots dans les radios de proximité interviendront 15 jours avant l'enquête post-censitaire et se poursuivront jusqu'à la fin de l'opération. Des griots et crieurs publics interviendront à partir de la veille de l'enquête post-censitaire.

## **❖ PENDANT LA PHASE DE L'ENQUETE POST-CENSITAIRE**

### **6.5. Rencontres dans les zones de l'enquête post-censitaire**

[127.] Une réunion est prévue pendant l'enquête post-censitaire. Elle concerne les élus locaux, les responsables de partis, les agents des eaux et forêts, la société civile, les leaders d'opinion, les chefs de village, les notables, les représentants de communautés allogènes, les représentants de communautés d'étrangers, les responsables des organisations féminines, les responsables de jeunesse, les représentants des cultes religieux, les représentants des organisations agricoles, etc. des zones concernées.

### **6.6. Communiqués dans les radios, télévisions et réseaux sociaux**

[128.] Des communiqués spécifiques selon les zones, en langues vernaculaires et des spots dans les radios de proximité seront intensifiés. Des griots et crieurs publics seront mobilisés tout au long du processus.

## **❖ APRES LA PHASE DE L'ENQUETE POST-CENSITAIRE**

- [129.] Une émission bilan sera organisée pour faire le point de la phase de l'enquête post-censitaire.
- [130.] Un rapport de fin d'activité de l'enquête post-censitaire ainsi qu'un dossier de presse seront produits.

## **7- PHASE DE DISSEMINATION DES RESULTATS**

---

- [131.] Cette phase est la dernière des activités techniques du RGPH 2019. Elle vise à mettre à la disposition d'un plus grand nombre d'utilisateurs, les produits issus de l'exécution du 5<sup>ème</sup> RGPH. C'est la phase de grande visibilité des résultats. Les activités de communication au cours de cette phase se déclinent comme suit :

### **❖ AVANT LA PHASE DE DISSEMINATION DES RESULTATS**

#### **7.1. Animation d'un point de presse**

- [132.] Un point de presse diffusé à la radio et télévision portera sur le bilan d'exécution du déroulement du 5<sup>ème</sup> RGPH suivi d'encart presse (transcrite dans la presse écrite et en ligne).

#### **7.2. Edition d'une plaquette de présentation**

- [133.] Une plaquette de présentation sera éditée et illustrée pour la publication des résultats définitifs du 5<sup>ème</sup> RGPH.

### **❖ PENDANT LA PHASE DE DISSEMINATION DES RESULTATS**

#### **7.3. Annonce et présentation des résultats provisoires**

- [134.] Trois mois après le dénombrement, les résultats provisoires seront annoncés par Madame le Ministre du Plan et du Développement, puis diffusés à la télé, radio et dans la presse écrite et en ligne tout en insistant sur le caractère provisoire des informations livrées ainsi que leur tendance.

#### **7.4. Tournées de présentation des résultats définitifs du 5<sup>ème</sup> RGPH**

- [135.] Ces tournées seront organisées à l'endroit des institutions, de la société civile, des leaders d'opinion et de la presse, etc.

#### **7.5. Séminaire national de présentation des résultats définitifs**

- [136.] Un séminaire national de présentation sera organisé pour la dissémination des résultats du 5<sup>ème</sup> RGPH.

## **7.6. Séminaires régionaux de présentation des résultats définitifs**

- [137.] Des séminaires auront lieu dans chaque région/district du pays pour la dissémination des résultats du 5<sup>ème</sup> RGPH.

## **7.7. Emission bilan de présentation des résultats définitifs du RGPH**

- [138.] Deux émissions bilan à la télévision nationale seront animées par le Ministre de tutelle et par les experts du recensement.

### **❖ APRES LA PHASE DE DISSEMINATION DES RESULTATS**

- [139.] Un rapport de fin d'activité et un dossier presse seront produits.

## **CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS**

- [140.] La stratégie de communication du 5<sup>ème</sup> RGPH est un cadre de référence qui permettra d'orienter les différentes activités de communication tout au long du RGPH en prenant compte des différentes cibles et les types de message adaptés afin de susciter d'adhésion de toutes les couches sociales à l'opération.
- [141.] Les approches de communication proposées dans cette stratégie permettront de réduire au maximum les risques de propagation de rumeurs susceptibles d'entraver le bon déroulement du 5<sup>ème</sup> RGPH. Néanmoins, un dispositif de suivi sera mis en place pour la gestion des fausses informations en impliquant les comités locaux, les leaders communautaires. A cet effet, le call center jouera un rôle majeur dans ce mécanisme de gestion.
- [142.] Ce document servira de guide pour toutes les activités de communication et de sensibilisation du RGPH 2019. A cet effet, il devra faire l'objet de validation par des experts en communication (agences de communication, presse, etc.) au cours d'un atelier.
- [143.] L'unité Information, Communication et Sensibilisation aura pour mission de coordonner la mise en œuvre de cette stratégie.
- [144.] Les zones à risque devraient être au préalable identifiées afin de mettre une stratégie de communication ciblée à l'endroit des populations de ces zones.



# ANNEXES



**ANNEXE 1 : CHRONOGRAMME INDICATIF DES ACTIVITES DE COMMUNICATION**

PHASE/ACTIVITES	PERIODE	
	DEBUT	FIN
<b>ACTIVITES PREPARATOIRES</b>	Oct-18	Oct-18
Couverture médiatique de la table ronde des bailleurs	Oct-18	Oct-18
Création de l'identité visuelle	Oct-18	Oct-18
Production des supports de communication et de sensibilisation	Oct-18	Oct-18
Signature d'accord de partenariat avec les opérateurs de téléphonie mobile	Oct-18	Oct-18
Lancement officiel du RGPH 2019	Oct-18	Oct-18
<b>PHASE DE LA CARTOGRAPHIE CENSITAIRE</b>	Oct-18	Juin-19
<b>AVANT</b>	Oct-18	Oct-18
Message radio DGAT/ DGDDL	Oct-18	Oct-18
Réunions dans les S/préfectures et les communes et mise en place des comités locaux	Oct-18	Oct-18
Missions de sensibilisation	Oct-18	Oct-18
Mise en place du call center	Oct-18	Oct-18
Démarrage de la cartographie censitaire	Oct-18	Oct-18
Médiatisation de la phase cartographie censitaire	Oct-18	Oct-18
<b>PENDANT</b>	Oct-18	Juin-19
Rencontre avec les autorités locales et coutumières	Oct-18	Juin-19
Rencontre avec les comités locaux de recensement	Oct-18	Juin-19
Conférences, débats et interviews	Oct-18	Juin-19
<b>APRES</b>		
Emission bilan	Juillet-19	Juillet-19
Elaboration du rapport de fin d'activité et dossier presse	Juillet-19	Juillet-19
<b>RECENSEMENT PILOTE</b>	Oct-18	Nov-18
<b>AVANT</b>	Oct-18	Nov-18
Message radio DGAT/ DGDDL	Oct-18	Nov-18
Rencontre avec les autorités administratives et politiques des zones concernées	Oct-18	Nov-18
Communiqués dans les radios et télévisions	Oct-18	Nov-18
<b>PENDANT</b>	Dec-18	Dec-18
<b>Rencontres dans les zones de recensement pilote</b>	Dec-18	Dec-18
<b>Communiqués dans les radios, télévisions et réseaux sociaux</b>	Dec-18	Dec-18
<b>APRES</b>	Jan-19	Jan-19
Emission bilan	Jan-19	Jan-19
Elaboration du rapport de fin d'activité et dossier presse	Jan-19	Jan-19
<b>DENOMBREMENT</b>	Juillet-19	Dec-19
<b>AVANT</b>	Juillet-19	Nov-19
Message à la nation d'une autorité	Juillet-19	Nov-19
Spot d'annonce sur l'opération de recensement	Juillet-19	Nov-19
Rencontre avec le réseau des journalistes du 5 <sup>ème</sup> RGPH	Juillet-19	Nov-19
Pose d'affiches et distribution de prospectus	Juillet-19	Nov-19
Missions de sensibilisation	Juillet-19	Nov-19

Rencontres officielles (autorités coutumière, religieuses, représentations diplomatiques, etc).	Juillet-19	Nov-19
<b>PENDANT</b>	Nov-19	Dec-19
Médiatisation des séances de recensement des personnalités	Nov-19	Dec-19
Conférences de presse sur les activités de recensement	Nov-19	Dec-19
Interview télé d'un représentant de la coordination technique RGPH 2019	Nov-19	Dec-19
Spots publicitaires et annonces	Nov-19	Dec-19
<b>APRES</b>	Jan-19	Jan-19
Emission bilan	Jan-19	Jan-19
Elaboration du rapport de fin d'activité et dossier presse	Jan-19	Jan-19
<b>ENQUETE POST-CENSITAIRE</b>	Fev-20	Fev-20
<b>AVANT</b>	Jan-20	Jan-20
Message radio DGAT/ DGDDL	Jan-20	Jan-20
Rencontre avec les autorités administratives et politiques des zones concernées	Jan-20	Jan-20
Communiqués dans les radios et télévisions	Jan-20	Jan-20
<b>PENDANT</b>	Fev-20	Fev-20
Rencontres dans les zones de l'enquête post-censitaire	Fev-20	Fev-20
Communiqués dans les radios et télévisions	Fev-20	Fev-20
<b>APRES</b>	Fev-20	Fev-20
Emission bilan	Fev-20	Fev-20
Elaboration du rapport de fin d'activité et dossier presse	Fev-20	Fev-20
<b>DISSEMINATION DES RESULTATS</b>	Jan-20	Fév-21
<b>AVANT</b>	Fev-20	Fev-20
Animation d'un point de presse	Fev-20	Fev-20
Edition d'une plaquette de présentation	Fev-20	Fev-20
<b>PENDANT</b>	Sep-20	Fev-21
Annnonce et présentation des résultats provisoires	Sep-20	Fev-21
Tournées de présentation des résultats définitifs du 5 <sup>ème</sup> RGPH (envers les institutions)	Sep-20	Fev-21
Séminaire national de présentation des résultats définitifs du 5 <sup>ème</sup> RGPH	Sep-20	Fev-21
Séminaires régionaux de présentation des résultats définitifs du 5 <sup>ème</sup> RGPH	Sep-20	Fev-21
Emission bilan de présentation des résultats définitifs	Sep-20	Fev-21
<b>APRES</b>	Fev-21	Fev-21
Elaboration du rapport de fin d'activité et dossier presse	Fev-21	Fev-21

## **ANNEXE 2 : DESCRIPTIF DES SUPPORTS DE COMMUNICATION DE MASSE**

Le détail de chaque support de communication de masse vise à préciser son contenu et ses formes d'expression.

### **▪ 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 A4 en 8 pages, avec une reliure en agrafes. Elle est tirée en 10.000 exemplaires.

### **▪ Dépliant à deux volets**

Il reprend le contenu de la plaquette sous une autre forme. Il est édité sous le format ouvert A3, sur papier glacé 170 g.

Il est tiré en 10 000 exemplaires.

### **▪ Affiche 12m<sup>2</sup>**

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 format 4 m x 3 m

Elle est imprimée sur support bâche au format des panneaux existants.

Elle est tirée en 150 exemplaires et posée sur les réseaux existants dans les villes capitales des 32 régions de la Côte d'Ivoire.

- l'affiche format 40 cm x 60 cm

Elle est plus souple et malléable.

Elle est imprimée sur papier glacé 170 g. Elle est tirée en 100 000 exemplaires et diffusée sur l'ensemble du territoire à raison de 20 affiches en moyenne par village.

Révéler la population ivoirienne et son habitat dans ses différentes composantes avec trois messages clés.

### **ANNEXE 3 : DESCRIPTIF DES SUPPORTS DE COMMUNICATION DE PROXIMITE**

#### **▪ Affiches**

La seconde campagne d'affichage tout comme la première comporte Deux types d'affiches :

- l'affiche format 4 m x 3 m

Elle est imprimée sur support papier dos-bleu au format des panneaux existants.

Elle est tirée en 150 exemplaires et posée sur les réseaux existants dans les villes capitales des 02 Districts Autonomes et 31 régions.

- l'affiche format 40 cm x 60 cm

Elle plus souple et malléable.

Elle est imprimée sur papier glacé 170 g. Elle est tirée en 100 000 exemplaires et diffusée sur l'ensemble du territoire à raison de 20 affiches en moyenne par village.

La particularité de cette seconde campagne est d'inciter les populations à apprêter leurs pièces d'Etat civil en vue de faciliter leur recensement. La thématique révèle, à la loupe, une séance de dénombrement dans une famille entre un agent recenseur et le chef de famille.

## **ANNEXE 4 : ORGANES D'EXECUTION DU RGPH 2019**

### **LE CONSEIL NATIONAL DU RECENSEMENT**

Le Conseil National du Recensement est composé comme suit :

- le Premier Ministre ; **Président**
- le Ministre du Plan et du Développement ; **1<sup>er</sup> Vice-Président**
- le Ministre chargé de l'Intérieur et de la Sécurité ; **2<sup>ème</sup> Vice-président**
- le Ministre chargé de l'Habitat ; **3<sup>ème</sup> Vice-Président**
- le Ministre chargé de l'Economie et des Finances ;
- le Ministre chargé de l'Education Nationale ;
- le Ministre chargé de la Santé ;
- le Ministre chargé de l'Agriculture ;
- le Ministre chargé de la Communication ;
- le Secrétaire d'Etat auprès du Premier Ministre, chargé du Budget et du Portefeuille de l'Etat ;
- le Ministre chargé de l'Emploi et de la Protection sociale ;
- le Ministre chargé de l'Economie Numérique ;
- un représentant de la Présidence de la République.

Le Secrétariat du Conseil National du Recensement est assuré par le Président du Comité Technique du Recensement.

Les membres du Conseil National du Recensement sont nommés par arrêté du Premier Ministre.

### **LE COMITE TECHNIQUE DU RECENSEMENT**

Le Comité Technique du Recensement est composé comme suit :

- le représentant du Président de la République;
- le représentant du Premier Ministre ;
- le représentant de l'Assemblée Nationale ;
- le représentant du Conseil Economique et Social ;
- deux (2) représentants de la Chambre Nationale des Rois et Chefs traditionnels de Côte d'Ivoire ;
- le représentant du Ministre chargé du Plan et du Développement ;
- le représentant du Ministre chargé de l'Intérieur et de la sécurité ;
- le représentant du Ministre chargé de l'Economie et des Finances ;
- le représentant du Ministre chargé de l'Agriculture ;
- le représentant du Ministre chargé de la Santé ;
- le représentant du Ministre chargé de l'Education Nationale ;
- le représentant du Ministre chargé de l'Economie Numérique ;
- le représentant du Ministre chargé de l'Habitat ;
- le représentant du Ministre chargé de la Communication ;
- le représentant du Ministre chargé de l'Hydraulique ;
- le Directeur Général de l'Administration du Territoire ;

- le Directeur Général de l'Office National de la Population (ONP);
- le Directeur Général de l'Institut National de la Statistique (INS) ;
- le Directeur Général de l'Office National d'Identification (ONI) ;
- le Directeur Général du Bureau National d'Etude Technique et de Développement (BNETD) ;
- le Directeur Général du Plan et de la Lutte contre la Pauvreté (DGPLP) ;
- le Directeur Général de l'Aménagement du Territoire et du Développement Régional et Local (DGATDRL) ;
- le Directeur Général du Centre National de Télédétection et d'Information Géographique (CNTIG) ;
- deux (2) représentants des Organisations Non Gouvernementales de Côte d'Ivoire, traitant des questions de population ;
- un représentant de l'UVICOCI (Union des Villes et Communes de Côte d'Ivoire) ;
- un représentant de l'ARDCI (Association des Régions et Districts de Côte d'Ivoire) ;
- deux (2) représentants des Communautés Religieuses ;
- deux (2) représentants des Partenaires Techniques et Financiers.

### **LE BUREAU TECHNIQUE PERMANENT DU RECENSEMENT (BTPR)**

Le Bureau Technique Permanent du Recensement (BTPR) est composé de huit (8) Unités que sont :

- Unité des Ressources Humaines et des Affaires Juridiques ;
- Unité Finances et Budget ;
- Unité Logistique ;
- Unité Cartographique Censitaire ;
- Unité collecte et Centralisation des données ;
- Unité Informatique ;
- Unité Informations, Sensibilisation et Communication ;
- Unité Analyse et Publication des données.

Chaque Unité est organisée en Cellules et placée sous l'autorité d'un chef d'Unité.

**ANNEXE 5 : CANEVAS POUR LA PLANIFICATION DES  
INTERVENTIONS EN MATIÈRE DE COMMUNICATION  
POUR LE RGPH 2019**

<b>FOCUS</b>	<b>Blocages possibles</b>	<b>Causes</b>	<b>Approches de communication</b>	<b>Cibles</b>
Pourquoi un RGPH en 2019 ?	Rejet par la population	Il y a eu un RGPH en 2014  Trop d'opérations de collecte	<u>Renforcer la communication de proximité</u>  - formation des leaders communautaires , Chefs traditionnels et religieux, ONG, presse, associations de jeunes et femmes  - diffusion de spots, de sms, de sketches en langues vernaculaires  - utilisation accentuée des réseaux sociaux pour diffuser les informations	Ensemble de la Population
	Rejet par certains partis politiques	Le gouvernement actuel a endossé les résultats du RGPH 2014	<u>Renforcer la communication institutionnelle</u>  - Organiser des rencontres avec les différents partis politiques afin de susciter leur adhésion et leur implication dans la mobilisation de leurs membres à participer au	Les partis politiques  La société civile et ONG

			recensement. - Organiser un atelier avec les organisations de la société civile pour obtenir leur adhésion et implication au processus.	
	Pas une priorité à l'heure actuelle	La mise en œuvre d'autres projets et programmes	<u>Communication institutionnelle</u> - Organiser des rencontres de haut niveau avec les membres du gouvernement pour leur montrer que les données du RGPH permettent de renseigner les indicateurs suivis et de planification des programmes nationaux de développement.  - Organiser des réunions de plaidoyer auprès des différents partenaires et décideurs pour leur montrer le lien entre les données du RGPH et les objectifs de développement.	Les décideurs  Les partenaires au développement
	Aucune amélioration dans la condition de	Aucune perception de la valeur ajoutée d'un RGPH	<u>Communication de masse</u> (émissions,	Ensemble de la Population

	vie de la population		spots, blogs, réseaux sociaux)  - Expliquer que les données du RGPH permettront de faire une bonne planification, une meilleure prise en compte des besoins de chaque localité afin d'améliorer leur bien-être. - Organiser des rencontres avec les acteurs de la société civile afin de leur expliquer l'importance des données du RGPH qui faciliteront le plaidoyer dans le cadre de leurs activités.	Les décideurs  La société civile (ONG)
Financement/ mobilisation des ressources	Projet couteux	Peu de connaissances sur les composantes du projet	- Organiser des activités de plaidoyer auprès des partenaires au développement	Ensemble de la Population  Les décideurs  La société civile
	Budget de l'état insuffisant	Existence d'autres priorités de l'état	- Organiser des rencontres de haut niveau pour montrer que les données du RGPH permettent de renseigner les indicateurs de suivi et de planification des programmes	Les décideurs

			nationaux de développement.	
	Réticences des autres bailleurs et partenaires	Existence d'autres priorités  Exigences par rapport à une transparence dans la gestion	- Montrer que les données du RGPH permettent de faire le suivi des projets nationaux actuels financés par les partenaires au développement (RNPP, filets sociaux, PND, etc.).	Les bailleurs des fonds  Les décideurs  Les partenaires au développement
	Faible participation du secteur privé	Peu de connaissances sur le rôle du secteur privé et sur les modalités de sa participation	- Organiser un forum avec les acteurs du secteur privé : pour montrer que les données du RGPH permettront aux entreprises de disposer des statistiques actualisées sur leur secteur d'activité (électricité, eau, etc.)	Les entreprises du secteur privé  La société civile
	Mise à disponibilité des fonds	Non-respect des délais dans le déblocage des fonds	- Organiser des rencontres de plaidoyer pour solliciter la mobilisation des ressources	Les bailleurs des fonds  Les décideurs  Les partenaires au développement
Cartographie	Absences des textes législatifs	Pas assez de connaissances sur les limites administratives	- Plaidoyer au plus haut niveau la mise à disposition des limites administratives	Les décideurs  Les autorités administratives

			officielles des localités et des quartiers	
	Persistance des conflits fonciers	Confusion entre les travaux de la cartographie et les missions de résolution des litiges foncières	- Identifier les communautés en conflits et leur expliquer la différence les travaux de cartographie censitaire et les problèmes fonciers en présence des autorités préfectorales, leaders communautaires, chefs coutumiers, etc.	Les décideurs Les autorités administratives Les leaders traditionnels
	Faible participation de la population et des leaders communautaires	Peu de connaissance du rôle des Zones de Dénombrement (ZDs) lors du dénombrement	- Former les leaders communautaires sur le RGPH	Ensemble de la population Les leaders traditionnels et communautaires
	Existences de plusieurs opérations de cartographie	Absence de synergies et de cohérence entre les opérations	- Informer les partenaires du cadastre et de la cartographie, les décideurs, les autorités administratives sur d'autres opérations de cartographie organisées par l'INS	Les partenaires du cadastre et de la cartographie Les décideurs Les autorités administratives
Recensement pilote	Faible connaissances des différentes opérations du RGPH	Confusion entre le pilote et le dénombrement Faible connaissance du	- Organiser le lancement officiel du RGPH pour expliquer les différentes phases du projet	La population dans les zones ciblées Les décideurs

		choix des zones pour le pré-test	et le choix des zones.	Les autorités administratives Ensemble de la population
	Faible appui financier et logistique	Retards dans la mise à disposition des fonds et dans l'achat du matériel	- Organiser des rencontres de plaidoyer pour solliciter la mobilisation des ressources	Les bailleurs des fonds Les décideurs Les entreprises du secteur privé
	Peu de connaissance des objectifs de recensement pilote	Attentes des retombées des résultats du RGPH pilote	- Messages radios et un courrier du Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT) - Courriers de la Direction Générale de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL) - Rencontres avec les autorités administratives et politiques des zones concernées	La population dans les zones ciblées Les autorités administratives Ensemble de la population
Recrutement du personnel de terrain	Méconnaissance des critères de sélection du personnel de terrain	Non-respect des critères	- Communiquer sur les procédures et le processus de recrutement des agents	Les décideurs Les autorités administratives Ensemble de la population
	Manque de transparence dans le	Favoritisme	- Communiquer sur les procédures et le processus de	Les autorités administratives

	processus de recrutement	Publicité insuffisante du processus	recrutement des agents	Ensemble de la population Les candidats potentiels
	Pénurie de personnel qualifié dans certaines régions	Faibles niveaux de scolarisation et d'aptitudes professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Communiquer sur les procédures et le processus de recrutement des agents</li> <li>- Expliquer le choix des agents recrutés et déployés dans les différentes zones</li> </ul>	Les autorités administratives Ensemble de la population Les candidats potentiels
	Rejet du personnel non autochtone	Népotisme Chômage Pauvreté	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Communiquer sur les procédures et le processus de recrutement des agents</li> </ul>	Les autorités administratives Ensemble de la population Les leaders traditionnels et communautaires
	Nombre limité des centres de formation	Problèmes d'accès et d'hébergement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibiliser les autorités (Maires, Conseils régionaux, Autorités religieuses, Responsables d'établissements) à mettre en place des mécanismes d'hébergement</li> </ul>	Les autorités administratives Les candidats potentiels
Dénombrement	Faible adhésion de la population	Appels à boycott du dénombrement  Manque d'intérêt par la population	<p><u>Renforcer la communication</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organiser des rencontres avec les différents partis politiques afin de susciter</li> </ul>	Les leaders des partis politiques Ensemble de la population

		<p>Problèmes d'accessibilité</p> <p>Hostilité envers les agents</p>	<p>leur adhésion et leur implication dans la mobilisation de leurs membres à participer au recensement.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer la communication envers les cibles spécifiques de la population (jeunes, femmes, etc.) en utilisant les réseaux sociaux, rencontres des associations et syndicats.</li> <li>- Véhiculer les messages aux populations afin d'obtenir leur adhésion à participer au recensement.</li> </ul>	<p>Les autorités administratives</p>
	<p>Faible maîtrise des outils et processus de la collecte</p>	<p>Incertitudes par rapport à la confidentialité et la sécurité des informations</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Véhiculer des messages envers la population pour les rassurer du caractère confidentiel de l'opération</li> </ul>	<p>Ensemble de la population</p> <p>Les autorités administratives</p>
	<p>La sécurité des outils de collecte</p>	<p>Vols ou destruction des outils</p> <p>Délais de remplacement des outils</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontres avec les autorités administratives et forces de l'ordre au sujet de la sécurisation du matériel et outils de collecte</li> </ul>	<p>Les autorités administratives</p> <p>Les forces de l'ordre et responsables de la sécurité</p> <p>Les organes de la coordination</p>

	La sécurité des données	Incertitudes par rapport a la connexion et a la fiabilité des réseaux	- Rassurer l'ensemble de la population et les autorités administratives sur les dispositions prises pour le transfert des données.	Ensemble de la population  Les autorités administratives
	Problèmes de la coordination et du suivi	Rôle précis des organes de coordination  Peu de suivi quotidien des agents	- Mise en place des cellules relais et superviseurs	Les autorités administratives  Les organes de la coordination
	Couverture médiatique insuffisante	Faible partenariat avec les organes de presse  Access insuffisant des médias a la bonne information  Défauts de contact entre le media et les organes et le personnel de terrain	- Atelier de validation de la stratégie de communication avec les experts nationaux en communication.  - Mise en place d'un réseau de journalistes	Forum des médias  Principaux organes de presse  Autorités administratives  Organes de coordination du RGPH
	Retards dans la rémunération du personnel de terrain	Méconnaissance des conditions et des modalités de paiement du personnel de terrain  Indisponibilité des fonds a temps  Tentatives de fraude	- Expliquer aux autorités et agents le mode de paiement	Les décideurs  Le personnel de terrain  Les entreprises de transfert des fonds  Les bailleurs des fonds

EPC	Faible connaissance des objectifs de l'EPC	Perception de l'EPC comme une opération de trop  Réponses erronées	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Messages radios et un courrier du Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT)</li> <li>- Courriers de la Direction Générale de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL)</li> <li>- Messages pour expliquer les objectifs spécifiques de l'EPC</li> </ul>	Ensemble de la population  Les autorités administratives
	Méconnaissance des approches pour la sélection des ZDs pour l'EPC	Absence d'une communication ciblée	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Messages radios et un courrier du Directeur Général de l'Administration du Territoire (DGAT).</li> <li>- Courriers de la Direction Générale de la Décentralisation et du Développement Local (DGDDL)</li> <li>- Rencontres avec les autorités administratives et politiques des zones concernées</li> <li>- Rencontres avec le réseau de la presse</li> </ul>	Les organes de presse  Ensemble de la population  Les autorités administratives

Résultats	Méconnaissance des délais pour la disponibilité des résultats	<p>Mauvaise appréciation de l'écart entre les résultats provisoires et définitifs</p> <p>Soupçons en cas de disparités entre les résultats provisoires et définitifs</p> <p>Méconnaissance des procédures de traitement des données</p>	- Communiquer sur le chronogramme du RGPH depuis le lancement officiel	<p>Ensemble de la population</p> <p>Les autorités administratives</p> <p>Les organes de presse</p> <p>Les partenaires du développement</p> <p>La société civile</p>
	Disparités entre les résultats et les autres sources des données	<p>Existence d'une multiplicité de sources de données</p> <p>Faible appréciation de la qualité des données selon les sources</p>	- Communiquer sur la méthodologie du RGPH qui peut être différente des opérations d'enquête	<p>Ensemble de la population</p> <p>Les décideurs</p> <p>Les autorités administratives</p> <p>Les organes de presse</p> <p>Les partenaires du développement</p>
	Rejet des résultats pour diverses raisons	<p>Disparités dans l'appréciation de la couverture du RGPH</p> <p><i>Colorations politiques dans l'interprétation des résultats</i></p>	- Organisation des séminaires régionaux de dissémination des résultats	<p>Ensemble de la population</p> <p>Les décideurs</p> <p><i>Les autorités administratives</i></p> <p>Les partis politiques</p> <p>La société civile</p>
Analyses Thématiques et utilisation des résultats	Peu d'intérêt pour les résultats du RGPH au-delà	Faible connaissance des produits du RGPH	- Expliquer qu'à partir des données obtenues du RGPH, des	<p>Les décideurs</p> <p>Les autorités administratives</p>

	des chiffres globaux	Faible aptitude pour les analyses	analyses plus approfondies peuvent être réalisées. - Organiser des réunions de plaidoyer auprès des différents partenaires et décideurs pour leur montrer le lien entre les données du RGPH et les objectifs de développement.	Les partenaires du développement
	Accès limité aux données du RGPH	Contraintes d'accès à la base des données  Respect du secret statistique/Confidentialité  Faible aptitude pour l'utilisation des outils d'analyses	- Rendre disponible les données aux utilisateurs	Les décideurs  Les autorités administratives  Les institutions académiques et de recherche  Les partenaires du développement

	<p>Méconnaissance du potentiel des données des RGPH</p>	<p>Faible connaissance des liens entre le RGPH et les autres opérations des collectes</p> <p>Faible connaissance de l'importance des données de RGPH pour la planification</p> <p>Faibles aptitudes pour l'utilisation effective des résultats pour la planification</p>	<p>Organiser des rencontres de haut niveau pour montrer que les données du RGPH permettent de renseigner les indicateurs de suivi et de planification des programmes nationaux de développement.</p>	<p>Ensemble de la population</p> <p>Les décideurs</p> <p>Les autorités administratives</p> <p>Les institutions académiques et de recherche</p> <p>Les partenaires du développement</p>
--	---	--	--	--

