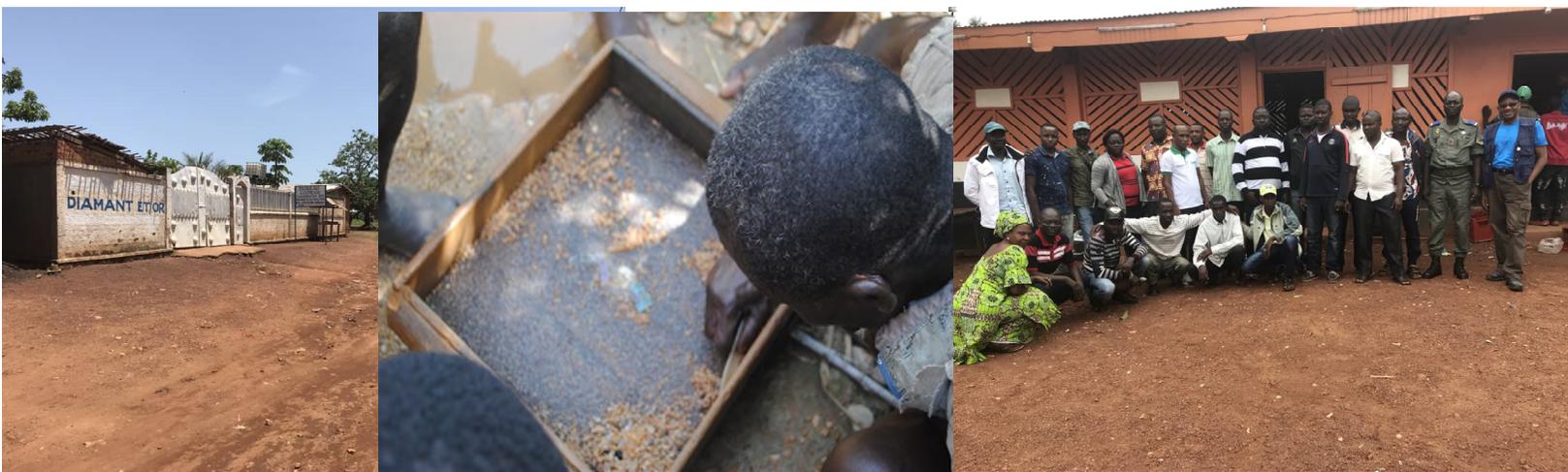




# DROITS DE PROPRIÉTÉ ET ARTISANAT MINIER (USAID AMPR)

## Stratégie de Communication



**MAI 2019**

Cette publication est soumise pour revue par l'Agence des Etats Unis pour le Développement International - USAID  
Préparé par Tetra Tech.

Cette publication a été préparée par Tétra Tech pour revue de l'Agence Américaine pour le Développement International (USAID), à travers le contrat USAID No. 7200AA18D00003 / 7200AA18C00087, sous le Contrat Indefinite Delivery Indefinite Quantity (IDIQ), Strengthening Tenure and Resource Rights (STARR) II.

Ce document a été préparé par Souleymane Ouattara, Consultant en Communication pour:  
Tetra Tech  
159 Bank Street, Suite 300  
Burlington, Vermont 05401 USA  
Telephone: (802) 495-0282  
Fax: (802) 658-4247  
E-Mail: [international.development@tetrattech.com](mailto:international.development@tetrattech.com)

Tetra Tech Contacts:  
Mark Freudenberger, Project Manager  
Email: [Mark.Freudenberger@tetrattech.com](mailto:Mark.Freudenberger@tetrattech.com)

Creighton Camera, Deputy Project Manager  
Email: [Creighton.Camera@tetrattech.com](mailto:Creighton.Camera@tetrattech.com)

Cover Photos : Siège d'une Coopérative à Boda, Lavage d'un gravier dans un chantier à Boda, Photo de famille avec l'association des Artisans Miniers à Boda. Photo : Prospert Yaka-Maïdé, Tetra Tech.

# DROITS DE PROPRIÉTÉ ET ARTISANAT MINIER

(USAID AMPR)

STRATEGIE DE COMMUNICATION

MAI 2019

## **AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ**

Les opinions de l'auteur exprimées dans cette publication ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'Agence américaine pour le Développement International ou ceux du Gouvernement des États-Unis.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>TABLE DES MATIÈRES</b> .....	<b>i</b>
<b>ACRONYMES ET ABBRÉVIATIONS</b> .....	<b>iii</b>
<b>1.0 RESUME EXECUTIF</b> .....	<b>1</b>
<b>2.0 EXECUTIVE SUMMARY</b> .....	<b>4</b>
<b>2.0 INTRODUCTION</b> .....	<b>7</b>
<b>3.0 MÉTHODOLOGIE</b> .....	<b>9</b>
3.1 Immersion dans le projet.....	9
3.2 Connaissance du Processus de Kimberley.....	9
3.3 Partenariat avec les médias et les Organisations de la Société Civile.....	9
3.4 Pratiques des mobilisateurs communautaires.....	9
3.5 Revue, l'analyse et la hiérarchisation des facteurs favorisant la fraude et la contrebande	10
3.6 Revue des bonnes pratiques sur la cohésion sociale.....	10
3.7 Pratiques de communication.....	10
<b>4.0 STRATEGIE DE COMMUNICATION</b> .....	<b>12</b>
4.1 Etat des lieux des facteurs favorisant la fraude et la contrebande.....	12
4.1.1 Trop fortes contributions sociales des opérateurs du diamant mettent à mal le respect de la légalité.....	12
4.2 Sociétés minières échappant à tout contrôle fortement soupçonnées de fraude .....	12
4.2.1 Centres secondaires d'achat en nombre limité tirent les prix vers le bas et poussent à rechercher illégalement des prix plus rémunérateurs.....	13
4.2.2 USAF sans moyens laisse le champ libre à l'illégalité.....	13
4.2.3 Ompunité fait le lit de la fraude et de la contrebande.....	14
4.2.4 Financements insuffisants déstructurent le circuit légal.....	14
4.2.5 Processus de Kimberley : quand la solution devient le problème.....	15
4.2.6 Cohésion sociale en Centrafrique, gage de développement socioéconomique	15
4.3 Etat des lieux des pratiques de communication des publics cibles prioritaires .....	17
4.3.1 Pratiques de communication des artisans miniers .....	17
4.3.2 Pratiques de communication des collecteurs.....	18
<b>5.0 APPROCHES ET OBJECTIFS DE COMMUNICATION</b> .....	<b>22</b>
5.1 Canaux par approche.....	22
5.2 Messages.....	22
5.3 Codes par approche.....	22
5.4 Objectifs de communication .....	23
5.4.1 Objectif général de communication.....	23
5.4.2 Objectifs spécifiques.....	23

<b>6.0</b>	<b>ROLES DES PARTIES PRENANTES .....</b>	<b>25</b>
6.1	Rôles de l'équipe du projet DPAM.....	25
6.2	Rôles et attributions des partenaires dans la mise en œuvre des actions de communication.....	25
<b>7.0</b>	<b>ACTEURS, MESSAGES ET CANAUX DE COMMUNICATION .....</b>	<b>29</b>
<b>8.0</b>	<b>MONITORING ET SUIVI ÉVALUATION .....</b>	<b>34</b>
<b>9.0</b>	<b>Plans d'action opérationnels.....</b>	<b>40</b>
9.1	Plan de communication.....	40
9.2	Feuille de route 2019-2023 .....	48

# ACRONYMES ET ABBRÉVIATIONS

ALS	Antenne Locale de Suivi (du KP)
BM	Banque Mondiale
CLPR	Comité Local de Paix et Réconciliation
CLS	Comité Local de Suivi (du KP)
COP	Chief of Party
DPDDA I	Droits de Propriété et Développement du Diamant Artisanal
GACP	Groupe d'Appui en Communication et Plaidoyer
KAP	Knowledge, Attitudes, and Practices
ONG	Organisation Non Gouvernementale
OSC	Organisation de la Société Civile
MC	Mobilisateurs Communautaires
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
RCA	République Centrafricaine
UE	Union Européenne
UNCMCA	Union Nationale des Coopératives Minières de Centrafrique
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
USAF	Unité Spéciale Anti-Fraude
USAID DPAM	Droits de Propriété et Artisanat Minier
USAID	<i>United States Agency for International Development</i>
ZEA	Zone d'Exploitation Artisanale

## I.0 RESUME EXECUTIF

Le projet USAID Droits de Propriété Artisanal Minier (USAID DPAM) (nommé en anglais Artisanal Mining and Property Rights – AMPR) est censé préparer une stratégie de communication dans son premier plan de travail annuel. Cette stratégie assortie d'un plan de communication à la base devra servir à accroître la connaissance et l'application des procédures du PK par tous les acteurs du secteur de la chaîne d'approvisionnement.

L'élaboration de la stratégie s'est basée sur la revue de littérature de DPDDA 1 et 2, les résultats de l'enquête CAP 2019 de DPAM et des entretiens et échanges avec plusieurs acteurs (158 personnes) à Bangui et Boda en avril et mai 2019. A l'analyse des résultats de l'enquête CAP, le non contrôle du circuit de la traçabilité par l'administration minière favorise les sorties illégales des minerais. Comme par exemple, selon les données de l'enquête, 2 % (n=341) des répondants déclarent connaître quelqu'un qui s'est déplacé au Cameroun pour vendre sa production en 2019 tandis que 3 % (n=341) déclarent connaître quelqu'un qui a vendu sa pierre à quelqu'un venu de Cameroun en 2019.

Il existe également de nombreuses pratiques de taxation informelle qui sont parmi les causes de la fraude et de la contrebande. Trois quarts des enquêtés affirment gratifier le chef de village après les trouvailles, tandis qu'une moitié des répondants le font à une autorité de l'Etat à savoir, par ordre de priorité, la Mairie, suivi de USAF et l'Administration minière. Cependant, lors des échanges à Bangui et Boda, 24% des répondants considèrent qu'il est plus facile de trouver des solutions satisfaisantes aux causes locales (notamment les ponctions opérées sur les revenus des artisans miniers et des collecteurs) que nationales et encore moins internationales. La même proportion se dit optimiste pour l'application par l'Etat des textes légaux régissant les sociétés minières, afin de mettre fin à l'opacité qui les caractérise et surtout aux tensions sociales que celle-ci génère.

Ce classement, fait sur la base de trois critères : la faisabilité, le réalisme et la durée du projet USAID DPAM, permet de tirer les enseignements suivants :

- Sur les sept facteurs favorisant la fraude et la contrebande, un seul, à savoir les ponctions sur les revenus des opérateurs du diamant, relève directement (et encore) des acteurs locaux. Tous les autres sont liés à l'environnement juridique et institutionnel.
- Les causes locales peuvent être prises en charge localement et avec le plus de chances de succès.
- Les causes les plus difficiles à résoudre sont celles dont les centres de décision se situent au niveau national et davantage au niveau international.
- Il existe une réelle volonté des personnes enquêtées d'améliorer la légalité dans le secteur du diamant, à condition de bénéficier l'appui du projet, du gouvernement et de ses partenaires.
- Parallèlement à l'amélioration du cadre législatif, le projet USAID DPAM devrait davantage orienter ses interventions sur les facteurs locaux favorisant la fraude et la contrebande pour espérer une réelle mobilisation des acteurs clefs du secteur du diamant.
- Les résultats d'interventions bien conçues, participatives et solidement documentées à l'échelle locale peuvent alimenter le plaidoyer et l'interpellation aux niveaux national et international et favoriser de profonds changements institutionnels.

La revue et l'analyse des pratiques de communication proposées par des principaux acteurs du secteur du diamant mettent en évidence le suivant :

- L'importance de l'information sur le métier, la cohésion sociale, la vie de famille, la diversification économique, la recherche de partenariats, les loisirs.
- La prédominance du Sango comme langue de communication aussi bien entre artisans miniers et collecteurs qu'avec l'administration ; le français et d'autres langues locales venant en deuxième position.

- Une communication en circuit fermé des artisans miniers : ils s'informent entre eux, partagent les mêmes valeurs, s'influencent dans les mauvaises pratiques (comment dissimuler le diamant, voler le patron, faire la fête, afficher sa richesse) que dans le respect de la loi, et l'utilisation de ses gains pour des investissements productifs.
- L'existence d'une diversité de canaux de communication (par exemple, affiches, théâtre, mégaphone, téléphone, palabres aux marchés), avec une préférence pour les cartes mémoires exprimée par les artisans miniers. Suivent les causeries débats (même si celles-ci peuvent biaiser les messages) et les mégaphones.
- Les artisans miniers et collecteurs communiquent le plus entre eux pour des raisons professionnelles évidentes (visites de chantier, avances pour l'achat d'équipements et de rations alimentaires, de carburant, gestion des conflits d'intérêt, etc.). Ils ont aussi d'autres interlocuteurs : les agents des services techniques des mines et ceux de l'USAF et, en période électorale, les politiciens.
- L'inconstance de la connexion internet et l'inaccessibilité de la radio nationale voire des radios locales. Cela pourrait de facto considérablement limiter le recours du projet DPAM aux mass médias et aux réseaux sociaux au niveau local.
- Le principal défi communicationnel du projet DPAM ne sera pas tant d'informer ou de sensibiliser les acteurs sur les dispositions réglementaires régissant leur secteur (ils les connaissent généralement) que de réduire la défiance qu'ils ont les uns envers les autres, en créant ou en redynamisant des espaces de concertation.
- Le partenariat est surtout le plaidoyer qui doivent être mis en œuvre avec des structures gouvernementales, des ONG et associations de développement ainsi que le groupe d'appui en communication et en plaidoyer (GACP), afin d'intensifier les actions de dénonciation et d'interpellation.

**Les besoins d'information** portent sur une meilleure connaissance du contenu des conventions signées entre l'État et les sociétés minières, pour prévenir les conflits. Les besoins d'information concernent aussi les avantages du PK et du cadre opérationnel, l'information institutionnelle sur le projet DPAM lui-même ou sur d'autres projets de même nature (Banque Mondiale, Union Européenne), une meilleure connaissance des rôles et attributions du comité local de suivi du PK, l'accès aux produits et services du DPAM.

En matière **d'aptitudes et de perception**, on note :

- Une défiance des autres agents de l'administration locale vis-à-vis des agents des Services des Mines considérés comme défenseurs des collecteurs et des employés des bureaux d'achat en vue de bénéficier seuls de leurs largesses.
- La conviction que le PK serait au service d'un complot international visant la République Centrafricaine.
- Des interrogations sur les réelles motivations des États Unis, au regard des financements qu'ils octroient au secteur du diamant artisanal.

Sur le plan des **concertations**, nombre de crises, parfois violentes, observées dans le secteur des mines ont pour origines :

- L'absence d'espaces de débats collectifs sur le secteur du diamant.
- L'absence de dialogue entre populations et sociétés minières d'une part et sociétés minières et autorités locales d'autre part.
- Le manque de compétences des OSC et du comité local de suivi du PK pour traiter des obligations du cadre opérationnel.

- Une concertation insuffisante entre les acteurs, notamment entre l'administration et les bureaux d'achat pour que chacun puisse faire valoir ses arguments (comme par exemple, lourdeur et lenteur du processus de KP et les dispositions sur le rapatriement de fonds).
- Le sentiment de marginalisation des exploitants dans les prises de décision des pouvoirs publics les concernant.
- L'absence de mémoire institutionnelle : Comme par exemple, il suffit d'affecter un agent de l'État pour paralyser un comité de suivi du PK.

Le but et les objectifs du projet USAID DPAM découlent de ce qui précède entre la durée du projet d'octobre 2019 – septembre 2023.

## **But**

Contribuer à la levée totale de la suspension de l'exportation du diamant brut de la RCA, représenté par les restrictions du Cadre Opérationnel afin que le pays retrouve son rang d'avant la crise.

## **Objectif général de communication**

Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut.

## **Objectifs spécifiques**

- Augmenter la perception chez les acteurs de la filière des risques qu'ils courent et des pertes subies par le pays en raison de la persistance de la fraude et de la contrebande.
- Accroître la demande de produits et services du projet DPAM par les communautés en vue d'améliorer leurs conditions d'existence.
- Encourager les décideurs politiques au respect de leurs obligations vis-à-vis du Cadre opérationnel du PK.
- Promouvoir la culture de la non-violence et de la cohésion sociale au sein des communautés et à l'échelle nationale.
- Impliquer les communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande.
- Favoriser la concertation entre tous les acteurs en charge de la législation, de l'exploitation et de la commercialisation du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale.

## 2.0 EXECUTIVE SUMMARY

The USAID Mining Artisan Property Rights project (USAID AMPR) (known in French as Droits de Propriété Artisanal Minier – DPAM) is mandated by its Year I Work Plan to prepare a communication and outreach strategy. This strategy is largely based on a situational assessment and analysis of factors contributing to diamond fraud and smuggling that was carried out by the project in Bangui and Boda in April and May 2019.

The preparation of the communication strategy was based on a literature review of PRADD II and II, the results of the Knowledge, Attitudes, and Practices (KAP) 2019 survey of AMPR and interviews and exchanges with various stakeholders (158 people) in Bangui and Boda in April and May 2019. In analyzing the results of the KAP survey, the lack of control of the chain of custody by the government mining authorities appears to favor the illegal export of minerals. For example, according to the survey data, 2% (n = 341) of respondents say they know someone who has traveled to Cameroon to sell their production in 2019 while 3% (n = 341) say they know someone who sold a stone to someone from Cameroon in 2019.

Many informal taxation practices contribute to fraud and smuggling. Three quarters of the respondents of the KAP survey say they pay off village chiefs after diamonds are extracted, while half of the respondents do so with a state authority namely, by order of priority, the municipal council (communes), followed by USAF and the mining administration. However, during the exchanges in Bangui and Boda, 24% of respondents consider that it is easier to find satisfactory solutions to illegal taxation (in particular theft of diamonds which reduces the incomes of artisanal miners and collectors) than at the national and even less so in the international sphere. The same proportion say they look forward to enforcement by the State of the legal texts governing mining companies, in order to put an end to the opacity which characterizes these commercial relations and especially since social tensions are caused by this illegal taxation.

Based on the following three criteria - feasibility, realism and duration of the USAID AMPR project - this study presents the following observations:

- Of the seven factors favoring fraud and smuggling, only one, that is, the exactions levied on the income of diamond operators is possible to resolve by local actors. All others are related to the statutory and institutional environment.
- Local causes of fraud and smuggling can be dealt with locally and with the most chances of success.
- Most difficult cases to resolve are those where decision-making centers are at the national level and mostly at the international level.
- On the part of those surveyed, there is a real willingness to strengthen the chain of custody of the diamond sector, if it is supported by the USAID AMPR project, the government and its partners.
- In parallel with measures to improve the enforcement of the statutory framework, the USAID AMPR project should focus more on local factors contributing to fraud and smuggling in order to attract the support of key players in the diamond sector.
- Results of well-designed and participatory interventions at the local level can inform advocacy and inquiry at the national and international levels and foster profound institutional change.

The review and analysis of communication practices proposed by key players in the diamond sector highlight the following:

- Importance of knowing about the employment patterns, dynamics of social cohesion, livelihoods, economic diversification, types of collaborative partnerships, and recreational practices in diamond mining communities.
- Predominance of Sango as the language of communication between mining artisans and collectors as well as the administration. French and other local languages come second as the language of communication.
- Closed-loop communication structures exist among artisanal miners. They inform each other, share the same values, influence questionable practices (how to cheat around diamond sales, steal from bosses, display conspicuous consumption, display wealth) rather than respect the law and the use of diamond revenues for productive investments.
- Communication channels of various types are of interest to artisanal miners (for example, posters, theater, megaphone, telephone, palaver at the markets), but with a preference for using printed cartoon-like messaging.
- Diamond miners and collectors communicate frequently around mutual interests (e.g.: site visits, advances for the purchase of equipment and food rations, fuel, management of conflicts of interest). They also have other interlocutors: the agents of the technical services of the Ministry of Mines and Geology and those of the USAF and, during an electoral period, the politicians.
- Lack of strong internet connections and the inaccessibility of national radio or even some local radios present major limitations to effective mass communications. These limitations could significantly limit AMPR's use of mass media and social networks at the local level.
- Main communication challenges faced by the AMPR project are not around the need to inform or sensitize actors about the regulatory provisions governing their mining sector (they usually know them) but rather to reduce the distrust between actors in the diamond value chain through creating or reinvigorating various consultative spaces.
- Partnerships must be constructed between government structures, NGOs and development organizations to promote denunciations and arrests around smuggling and fraud.

The information needs of the artisanal mining community pertain primarily to generating a better knowledge of the content of the agreements signed between the State and the mining companies in order to reduce conflicts between these actors. The information needs also concern the advantages of participating in the Kimberley Process and the Operational Framework, information about the AMPR project itself or other similar projects (World Bank, European Union), a better knowledge of the roles and attributions of the local Kimberley Process Monitoring Committee, and access to AMPR products and services.

In terms of skills and perception, we note:

- Distrust of local government officials vis-à-vis the personnel of the Ministry of Mines and Geology who are considered defenders of collectors and employees of Buying Houses and who benefit from their largesse.
- Beliefs that the Kimberley Process is at the service of an international conspiracy against the Central African Republic.
- Questions about the real motivations of the United States, with respect to the financing they give to the artisanal diamond sector.

In terms of consultations, many of the crises, sometimes violent, observed in the mining sector originate from:

- Lack of space for collective debate on the issues facing the diamond sector.

- Lack of dialogue between rural populations involved in diamond mining and mining companies on the one hand and mining companies and local authorities on the other.
- Lack of skills of civil society and the Kimberley Process Local Monitoring Committee to address the obligations of the Operational Framework.
- Insufficient consultation between the actors, particularly between the administration and the Buying Houses (for example, the cumbersome and slow KP procedures and the provisions on the repatriation of profits made through mining occurring in the Central African Republic but to external financiers).
- Feelings of marginalization by the diamond operators with regards to decisions made for them by the public authorities.
- Absence of institutional memory, as for example, when a government official fails to show up for a meeting or is seconded to another office, this creates paralysis within the Kimberley Process Monitoring Committee.

The purpose and objectives of the USAID AMPR project from October 2019 to September 2013 at the closure of the project stem from the above observations and shape the communication strategy.

### **Goal**

Contribute to the total lifting of the suspension of CAR's rough diamond exports, represented by the restrictions of the Operational Framework so that the country regains its pre-crisis rank.

### **General purpose of communication**

Promote peace and economic resilience of communities in support of the reestablishment of the legal rough diamond chain.

### **Specific objectives**

- Increase the perception of the actors of the sector of the risks they run, and the losses suffered by the country due to the persistence of fraud and smuggling.
- Increase the demand for AMPR products and services by communities to improve their livelihoods.
- Encourage policymakers to meet their obligations to the KP Operational Framework.
- Promote a culture of non-violence and social cohesion within communities and at the national level.
- Involve local communities in monitoring the chain of custody in order to fight fraud and smuggling.
- Promote cooperation between all stakeholders in the legislation, operation and marketing of rough diamonds at the local, regional and national levels.

## 2.0 INTRODUCTION

Le projet « Droits de Propriété et Artisanat Minier » (DPAM), financé par l'Agence américaine de développement international (USAID), apporte une assistance au Gouvernement de la République Centrafricaine (RCA) dans le secteur minier artisanal. Il vise le renforcement des droits de propriété dans les communautés minières et de la gouvernance des ressources naturelles, en mettant un accent particulier sur la réduction des disparités entre les hommes et les femmes dans l'accès, le contrôle et les bénéfices provenant de ces ressources dans les zones d'exploitation minière en RCA. Le projet DPAM est mise en œuvre par le bureau d'études Tetra Tech pour une durée initiale de 2018 à 2021.

Le projet DPAM est organisé en quatre objectifs spécifiques :

1. Renforcer le gouvernement centrafricain dans la gestion du secteur en conformité avec les normes et bonnes pratiques internationales, notamment le Processus de Kimberley ;
2. Renforcer la résilience des communautés, la cohésion sociale et la capacité de résolution des conflits ;
3. Connaître et comprendre les opportunités et défis de la mise en place d'une chaîne d'approvisionnement en or responsable ;
4. Faciliter une meilleure compréhension des liens entre l'ASM et les principaux problèmes de développement.

Les projets DPDA I et II, devanciers de DPAM, ont mené un large éventail d'activités de communication et de sensibilisation aux effets variables en matière de changement de comportement. Une évaluation de base et une évaluation finale réalisées dans le cadre du PRADD II Côte d'Ivoire, indiquent que les messages relatifs au Système de certification du Processus de Kimberley avaient été largement adoptés. Malheureusement, pour des raisons de sécurité et faute de financement, il n'a pas été possible de mettre en place un plan d'action de base et un plan d'action final similaires en République Centrafricaine, malgré des activités de sensibilisation apparemment populaires (l'émission Radio « Nagbata Magazine » et sensibilisation par le biais du Comité local du PK, les points focaux du SPPK et de l'équipe de DPDDA II).

Dans le cadre de la mise en œuvre du projet DPAM, il convient de l'adosser à une stratégie de communication assortie d'un plan de communication et de sensibilisation, qui permettra de mesurer l'impact de cet investissement sur l'évolution des perceptions du grand public et des mineurs artisanaux eux-mêmes concernant le système de certification du Processus de Kimberley.

La stratégie de communication, en réponse à ce mandat, vise à promouvoir le changement de comportement tant aux niveaux individuel que social pour contribuer à la levée totale de la suspension de l'exportation du diamant brut de la RCA, afin que le pays retrouve son rang d'avant la crise.

Le document de stratégie comporte sept parties, auxquelles il faut ajouter le résumé exécutif, l'introduction et les annexes :

- La méthodologie
- La stratégie de communication comprenant une revue des pratiques communicationnelles des acteurs du secteur d'exploitation artisanale minière, les objectifs de communication, les publics cibles.
- Les approches de communication.
- Le rôle des parties prenantes.
- Les plans de communication avec des messages et des canaux de communication.

- Le suivi des actions de communication et l'évaluation des résultats de communication.
- Le plan d'action opérationnel.

## 3.0 MÉTHODOLOGIE

La démarche de collecte de données et d'animation des focus groups et des ateliers s'est voulue participative et pragmatique. Des outils permettant aux participants aux focus groups et aux ateliers de bien assimiler les notions complexes ont été utilisés pour gagner du temps : méthodologie de détermination des priorités, schéma du processus de communication, critères de loi de proximité. Sept points ont été ainsi traités.

### 3.1 IMMERSION DANS LE PROJET

Elle a consisté à mieux connaître le projet DPAM à travers la littérature mais aussi lors d'entretiens avec l'équipe du projet. Cette connaissance du projet constituait aussi un préalable pour bien cerner la demande du projet.

Une téléconférence depuis le Burkina, mi-avril, des échanges de mails, des entretiens et un focus group avec des cadres du projet et une entrevue avec le chef du projet ont définitivement permis de bien assimiler la demande.

A l'issue de ces échanges, un visuel a été produit, puis validé sur le projet. Ce visuel a permis d'introduire de façon simple et compréhensible le projet DPAM lors des ateliers et focus groups.

### 3.2 CONNAISSANCE DU PROCESSUS DE KIMBERLEY

La connaissance du Processus de Kimberley s'est faite à travers l'exploitation documentaire et lors d'un focus group avec l'équipe du projet et le comité local de suivi du PK de Boda et lors d'un entretien avec le secrétaire permanent du PK.

### 3.3 PARTENARIAT AVEC LES MEDIAS ET LES ORGANISATIONS DE LA SOCIETE CIVILE

Initialement, l'atelier de partage avec les OSC et les médias visait un objectif : discuter du partenariat et fixer un cadre contractuel pour les collaborations futures.

L'atelier s'est déroulé en trois grands temps :

- La cartographie des acteurs pour savoir qui est qui et qui fait quoi.
- Les expériences des uns et des autres dans le secteur du diamant, de l'or, du pastoralisme, de la foresterie, etc.
- La conférence de rédaction pour déterminer les sujets à traiter et les attributions et rôles des différents acteurs.

A l'issue de l'atelier, il a été décidé de mettre en place un groupe formel et de créer un réseau WhatsApp pour maintenir le contact.

### 3.4 PRATIQUES DES MOBILISATEURS COMMUNAUTAIRES

Le projet DPAM a recruté six mobilisateurs communautaires, qui constituent l'interface entre lui et les communautés. C'est dire l'importance de ces hommes et femmes, expérimentés et titulaires pour la plupart d'un master en géologie ou en sociologie.

La demande initiale du projet DPAM consistait en une formation pour les mobilisateurs communautaires. Les engagements de ceux-ci n'ont pas permis d'assurer cette formation. Par contre, ils ont pris part à une rencontre d'une demie journée, articulée comme suit :

- Présentation individuelle : parcours professionnel, avec un accent sur l'animation rurale
- Revue des premières activités menées avec le projet et retour d'expériences
- Besoins de renforcement de capacités

Au regard de son expérience, l'équipe semble solide. Elle dispose des bases, voire plus pour son mandat. Certains sortent du lot, principalement les géologues qui ont eu une brève expérience avec les projets DPDDA 1 et 2.

### **3.5 REVUE, L'ANALYSE ET LA HIERARCHISATION DES FACTEURS FAVORISANT LA FRAUDE ET LA CONTREBANDE**

La revue et l'analyse des facteurs favorisant la fraude et la contrebande renseigne sur les causes profondes de la situation de l'exploitation et de l'exportation du diamant en Centrafrique. Les échanges ont eu lieu à Bangui avec l'équipe du projet, mais les plus déterminants l'ont été avec les artisans miniers et les collecteurs sur le terrain, à Boda.

La hiérarchisation s'est faite en six étapes :

- Revue des facteurs favorisant la fraude et la contrebande
- Regroupement des facteurs similaires
- Détermination du critère de classement
- Remplissage de la grille de priorité
- Commentaire succinct
- Validation des résultats

### **3.6 REVUE DES BONNES PRATIQUES SUR LA COHESION SOCIALE**

La ville de Boda est citée en exemple pour avoir réussi à ramener la paix, la réconciliation et la cohésion sociale sur les ruines de la haine et des tueries. Il était donc important de documenter cette initiative, à travers les associations et autres ONG de développement local.

La démarche utilisée a consisté en :

- La présentation de chaque groupement ou association
- L'historique des tensions
- Le rôle du comité des sages
- Les messages
- Les canaux de communication
- Les approches utilisées
- Le rôle des partenaires
- Les résultats obtenus
- Les contraintes
- Le dispositif de veille

### **3.7 PRATIQUES DE COMMUNICATION**

Comment les acteurs de la chaîne du diamant et de l'or ainsi que ceux en charge de la cohésion sociale communiquent-ils ?

Cette question a été traitée avec l'outil sur le processus de communication. Cet outil traite des points suivants:

- L'émetteur
- Le message
- Le code
- Les canaux
- Le feedback

## 4.0 STRATEGIE DE COMMUNICATION

La stratégie de communication comprend l'état des lieux, l'objectif général de programme, les objectifs spécifiques de changement de comportement et les publics cibles.

### 4.1 ETAT DES LIEUX DES FACTEURS FAVORISANT LA FRAUDE ET LA CONTREBANDE

#### 4.1.1 TROP FORTES CONTRIBUTIONS SOCIALES DES OPERATEURS DU DIAMANT METTENT A MAL LE RESPECT DE LA LEGALITE

Les artisans miniers et les collecteurs occupent une position sociale privilégiée conférée par leurs revenus réels ou supposés. Par le passé, ceux-ci se sont montrés généreux avec les autorités ou ont même contribué à la réalisation d'infrastructures communautaires. Ils offraient des véhicules aux préfets et à d'autres services administratifs et techniques. Ces bienfaiteurs de l'Etat ne ressentent pas le poids de ces dons, car le secteur du diamant était florissant. Aujourd'hui, les artisans miniers et les collecteurs ont de plus en plus de mal à faire face aux multiples sollicitations dont ils sont l'objet de la part des autorités, des leaders coutumiers et religieux, des populations. Célébration de la fête du Travail, déplacements du préfet, carburant pour les missions des forces de l'ordre, alimentation du groupe électrogène, mise à disposition de véhicule pour sécuriser une zone attaquée par une bande armée, etc., la liste des demandes ou des services consentis par les opérateurs du diamant est longue. « Avec la crise, ils sont tombés et aujourd'hui ils sont à moto au lieu d'être en véhicule », constate un connaisseur du secteur.

Au fil du temps et des demandes, la facture s'alourdit, il fallait trouver un moyen de rester à flot financièrement tout en faisant face à ses obligations sociales. En l'absence de bureaux d'achat, avec des prix concurrentiels et donc rémunérateurs, la fraude et la contrebande vont s'imposer. Ainsi, les collecteurs font entrer une partie de leur diamant dans la chaîne légale pour justifier leur activité à l'administration, et le reste est écoulé sous le manteau. Les acheteurs au noir n'ayant pas de charge, proposent de meilleurs prix. Ces montants permettent de faire face aux frais cachés dont il faut officiellement s'acquitter pour exercer sereinement sa profession.

### 4.2 SOCIETES MINIERES ECHAPPANT A TOUT CONTROLE FORTEMENT SOUPÇONNEES DE FRAUDE

Les pratiques de certaines sociétés minières fondent les populations à les soupçonner de fraude et de contrebande : personnel presque exclusivement étranger dans les ravines et pour la surveillance, absence de contrôle des agents des services des mines ou de l'USAF, opacité de la production.

Vu le caractère alluvionnaire du diamant centrafricain et le nombre limité de ces sociétés, ce soupçon de fraude peut paraître insignifiant. Par contre, il prend de l'importance non seulement à cause des entorses à la réglementation mais aussi et surtout en raison du nombre élevé de conflits, parfois violents, constatés dans de nombreuses zones où exercent ces sociétés. Cela s'est traduit par des incendies de véhicules avec morts d'hommes. A Soso, la brigade de gendarmerie où s'étaient réfugiés quatre Chinois, a été incendiée et les quatre Chinois tués. A Bagandou, les populations ont détruit le matériel d'une coopérative qui travaillait avec des partenaires chinois. Ici et là, les soulèvements se suivent et ébranlent la cohésion sociale : à Yalogé, Gagayagé et Bossoum parmi d'autres. Ce dernier a même été médiatisé, suscitant une réaction du Premier Ministre.

Ces nombreuses flambées de violence s'expliqueraient par le silence de l'Etat à l'appel des communautés et sur les nombreuses questions auxquelles ils n'ont pas de réponse. Quelle est la nature des permis liant l'Etat à ces sociétés? Pourquoi la brigade minière ou le service des mines ne peuvent-ils pas procéder à des contrôles sur ces sites? Pourquoi n'y-a-t-il pas de techniciens

nationaux comme l'exigent les textes ? Comment s'assurer que les quantités déclarées concordent avec la production réelle ?

Ces questions témoignent d'un réel besoin d'information, mais au-delà, il s'agit de luttes de positionnement, de défense d'intérêts corporatistes suscitée par les artisans miniers. Pour autant, l'importance de la transparence dans la construction de la paix sociale est réelle. Elle nécessite que les OSC soient informées de la nature de la convention entre l'Etat et ces sociétés pour informer les populations, au lieu de laisser la rumeur et la violence occuper le terrain. Comment outiller les OSC pour bien faire un travail d'information du public et d'interpellation des autorités ? Comment ce travail peut-il contribuer à la paix sociale ? Comment nouer le dialogue avec ces sociétés dans leur intérêt ?

#### **4.2.1 CENTRES SECONDAIRES D'ACHAT EN NOMBRE LIMITE TIRENT LES PRIX VERS LE BAS ET POUSSENT A RECHERCHER ILLEGALEMENT DES PRIX PLUS REMUNERATEURS**

La disparition des centres secondaires d'achat, qui étaient des représentations sur le terrain des bureaux d'achat d'envergure nationale, date de 2013, après le coup d'Etat et la sanction temporaire d'exportation des diamants bruts par le PK. La fermeture des centres secondaires d'achat a accru la position monopolistique des rares bureaux d'achat sur le terrain. Ce qui s'est traduit par une baisse de la production. Un rapport de la direction des données du ministère des mines indique : « Il convient de signaler qu'en traitant les « messages portés » envoyés par l'USAF à la direction des données, un nombre important des diamants de plus de 5 carats ont été découverts avec la mention « non vendu au bureau d'achat », en raison de la fermeture des centres secondaires dans l'arrière-pays.

A titre d'illustration, avant la crise, en 2012, à Boda, la production de diamant atteignait 30 000 carats contre moins de 5000 en 2018. La fraude et la contrebande étaient réduits à leur plus simple expression.

La concurrence régnait et les 5 à 6 bureaux présents développaient chacun des stratégies pour se faire livrer le plus de diamants et amortir leurs investissements. Les artisans miniers et les collecteurs vendaient au plus offrant. Cette concurrence explique les prix rémunérateurs de l'époque et la faiblesse de la fraude et de la contrebande, qui ne se justifiaient pas.

Aujourd'hui, Boda par exemple, ne compte qu'un seul bureau d'achat, qui impose ses prix. Cette situation encourage les artisans et collecteurs à chercher de meilleurs acheteurs et donc à contourner le circuit officiel légal. Ces acheteurs, qui sont généralement des commerçants non immatriculés, ne disposent pas de patente et ne paient aucune taxe. Ils pré financent les activités et se font livrer le diamant clandestinement.

Malgré les multiples rappels à l'ordre du Ministre en charge des mines auprès des partenaires du secteur, plus particulièrement les bureaux d'achat au sujet du ralentissement de leurs exportations, rien ne semble indiquer que ceux-ci soient prêts à ouvrir d'autres bureaux sur le terrain.

#### **4.2.2 USAF SANS MOYENS LAISSE LE CHAMP LIBRE A L'ILLEGALITE**

L'USAF ne dispose pas de ressources suffisantes pour se rendre périodiquement sur les sites miniers afin d'assurer ses missions de sensibilisation et de contrôle. Les moyens roulants, humains, logistiques, de communication, ainsi que l'armement font défaut ou sont en quantité très limitée par rapport aux besoins de l'unité.

Les agents procèdent néanmoins à des interventions mais ne perçoivent les primes dues, soit 20% de la valeur du colis appréhendé. Un agent de l'USAF témoigne : « avant la crise, j'avais saisi 630 g d'or. On m'a versé 600 000 CFA. Et cela m'a encouragé. Entre-temps, j'ai pris 300 g d'or et le propriétaire m'a proposé 3 millions de dessous de table. J'ai refusé, car l'argent du quartier est toujours empoisonné. Celui de l'Etat, vous le prenez sans inquiétude. Après la crise, on a saisi 12 millions, une

grosse pierre et du matériel. On les a envoyé à Bangui et on attend toujours ». Cette trop longue attente serait due à la lenteur de la commission de saisie.

Parfois, sous pression, l'USAF ne saisit pas les diamants de la fraude mais oblige le contrevenant à payer sa patente et ainsi ramener la personne dans la chaîne légale tout en lui prodiguant des conseils.

Les primes d'incitation versées aux indicateurs ont, elles-aussi subi le même sort. Ces auxiliaires de l'USAF sont généralement des ouvriers ou des artisans miniers. On les recrute aussi parmi les conducteurs de taxi motos, les vendeurs de boisson, les aubergistes, les filles de joie. Ne voyant aucun intérêt à la dénonciation, et au regard des risques encourus, ils s'abstiennent désormais. « Parfois ces indicateurs viennent dénoncer leur père, leur frère et, parfois par jalousie, celui a gagné une grosse pierre. En le dénonçant auprès de l'Etat, l'indicateur espère empocher une partie du gain, mais il est vite déçu, car il ne reçoit rien », dit un agent des mines.

#### 4.2.3 OMPUNITE FAIT LE LIT DE LA FRAUDE ET DE LA CONTREBANDE

L'impunité est consécutive au système de dons consentis librement ou sous la contrainte par les artisans et les collecteurs. Elle devient la cause de la contrebande à partir du moment où elle permet de s'affranchir de la rigueur de la loi, à cause des protections dont on se prévaut. Cela s'observe aussi bien au niveau local où les collecteurs, qui sont constamment sollicités par les autorités, bénéficient d'interventions de la part de celles-ci en cas de problème. Le même type d'intervention s'observe pour les sociétés qui foulent la réglementation aux pieds. Ces sociétés réservent parfois des participations dans leur capital à des gens bien placés qui deviennent leurs protecteurs. D'autres cas d'impunité s'observent quand des maires ou autres agents publics censés appliquer la loi sur l'interdiction pour cette catégorie de personnes de faire de l'exploitation minière, possèdent eux-mêmes des chantiers.

Cette situation encourage l'irruption de « contrebandiers » : politiciens, fonctionnaires, touristes, qui peuvent mettre les chantiers sous le nom de tiers et créer ainsi de la concurrence déloyale en toute illégalité et en toute impunité.

Quand un collecteur fautif se fait arrêter, c'est souvent une autorité administrative qui se déplace pour venir défendre sa cause. Il admet que l'agent a raison et qu'il ne fait qu'appliquer la loi. Mais il lui demande « l'indulgence pour notre ami ». Très souvent, l'agent obtempère, car faire preuve de rigueur, c'est se créer des difficultés aussi bien avec les collecteurs et les artisans qu'avec les autres agents de l'administration. Un collecteur confirme : « Ici, c'est la corruption. Si tu veux faire du bien, tu perds ton temps. Tout le monde gâte de la base au sommet ».

#### 4.2.4 FINANCEMENTS INSUFFISANTS DESTRUCTURENT LE CIRCUIT LEGAL

De nombreux artisans miniers et collecteurs nostalgiques parlent de « période d'abondance » pour qualifier l'époque des grands bureaux d'achat, tels que Badika, Sodiam, ADR, Primo... Ces bureaux, véritables puissances économiques, avaient des centres secondaires. Sur place, dans chaque zone de production, chaque bureau avait un homme de confiance, un collecteur, à qui il pouvait remettre jusqu'à 200 millions F CFA pour acheter le diamant, avec obligation de lui faire une livraison mensuelle. Ce dernier à son tour, recrutait trois à quatre personnes à qui il payait la patente de collecteurs. Puis il leur versait à chacun 10 à 15 millions F CFA pour financer des chantiers et l'approvisionnement. Le collecteur à son tour pré finançait l'artisan minier pour faire le décapage, sortir le gravier, le laver, etc. L'argent servait aussi à l'achat de la nourriture, à payer les ouvriers, le carburant pour ceux qui utilisaient une motopompe et les outils de travail qu'il fallait régulièrement renouveler.

Après la vente, le représentant du bureau procédait aux compensations financières avec les collecteurs et ceux-ci avec les artisans.

Puis ce fut la période des sanctions avec le blocage des colis de tous ces grands bureaux, dont certains comme SODIAM avaient près de 80 000 carats. Dans l'impossibilité de vendre et face aux charges qui s'accumulaient, les bureaux mettent la clef sous la porte. Tout le système de pré financement s'écroule.

Les nouveaux bureaux manquent de financements et ne peuvent même plus acheter séance tenante un lot d'à peine 8 millions. Un agent des mines se désole : « A l'époque, je connaissais des collecteurs, même si tu viens avec un lot de 100 millions, il rentre à la maison et il te donne les 100 millions. Maintenant, ceux qui sont ici n'ont pas d'argent, ils achètent à crédit ».

Pour ne rien arranger, sous l'effet de la crise, les collecteurs voient leurs biens détruits. Beaucoup s'exilent. Avec la fin de la crise, ils sont de retour mais les poches vides. D'autres restés à l'étranger, financent des collecteurs à distance et se font livrer frauduleusement une partie de leur production. Parfois, pour honorer ses engagements vis-à-vis de son « financer », le collecteur met la pression sur les artisans. Il leur propose d'acheter leur colis sans bordereau au meilleur prix et lui faire traverser la frontière, généralement vers le Cameroun.

#### 4.2.5 PROCESSUS DE KIMBERLEY : QUAND LA SOLUTION DEVIENT LE PROBLEME

Les obligations du cadre opérationnel seraient le facteur favorisant n° 1 à la fraude et à la contrebande. Peu de personnes enquêtées (seulement 5%) se disent optimistes quant à la capacité du pays à respecter ces obligations. Dans un monde du diamant caractérisé par l'informel, la recherche rapide de gains et une culture de passe droits, de telles procédures sont mal perçues. Elles ralentiraient le business. Avant le diamant partait immédiatement. Les nouvelles procédures ralentissent les activités, avec une moyenne d'une exportation par mois au lieu de quatre. Conséquence : un manque de liquidités qui ouvrent la voie à la fraude. Las d'attendre, les artisans et les collecteurs bradent une partie de leur production.

Faute d'information sur le cadre opérationnel, l'image du PK est écornée. Les collecteurs et les artisans miniers ne perçoivent le PK que comme un catalogue d'interdictions. Ils estiment que le cadre opérationnel les empêche de vivre. « Avec la crise de 2013 - 2015 sur laquelle s'est greffée une crise alimentaire, nous sommes tout simplement assimilés à des criminels », dit le secrétaire permanent du PK.

#### 4.2.6 COHESION SOCIALE EN CENTRAFRIQUE, GAGE DE DEVELOPPEMENT SOCIOECONOMIQUE

La résolution de la crise socio politique et économique qui a secoué la Centrafrique de 2013 à 2017, n'était pas l'affaire des seuls gouvernants. Une dizaine de structures non étatiques, notamment des associations, ont vu le jour durant cette période, pour apporter leur contribution à la reconquête de la paix sociale. On peut citer entre autres :

- L'Association des femmes couturières
- La Mutuelle des femmes
- L'OFCA
- La plateforme multiconfessionnelle
- Le PIJCA
- L'association Femmes de paix
- L'Association des commerçants
- Le Conseil sous-préfectoral jeunesse
- La GAD

- L'UFF

Chacune de ces associations, à travers des approches spécifiques ciblées vers le jeune public, va mener des actions de communication, en faveur de la tolérance interreligieuse et de la cohésion sociale.

Le Comité des sages, composé des principaux représentants religieux du pays, ainsi que de la société civile, va aussi apporter sa contribution. Son rôle : mener des actions en faveur de la réconciliation nationale en vue de rétablir la paix sociale.

Les langues les plus parlées du pays (le Sango, le gbaya, le fulata, le mbororo, le bofi) seront utilisées pour véhiculer des messages positifs de paix et de réconciliation, en vue de conscientiser les communautés et anéantir le germe de la haine. Il s'agissait de faire comprendre que :

- Tout passe par le dialogue
- Il faut enterrer le passé pour mieux envisager le futur
- La non-violence est la meilleure réponse à la violence
- La guerre n'a que des inconvénients, elle n'a pas d'avantages
- Il faut oublier, pardonner, libérer son cœur et son esprit
- Il faut qu'un musulman évite de faire du mal à un chrétien et inversement

Plusieurs canaux de communication permettront de diffuser ces messages à grande échelle afin d'aboutir à des changements positifs : les caravanes de sensibilisation, les causeries débats, les lieux de culte (églises, mosquées, temples), les autres lieux de rassemblement comme les marchés, les écoles, mais aussi le bouche à oreille comme l'explique ce témoignage : « Partout où tu trouves ton ami, à l'église, les lieux de distraction, au marché, tu partages l'information ».

Cette synergie d'actions ciblées a permis d'opérer des changements de perceptions et d'attitudes au sein de la population et de semer dans les cœurs le réflexe du pardon. Résultats : une plus grande tolérance interreligieuse, un fort attachement aux valeurs de paix et de cohésion sociale, la prise de conscience collective que la paix est le fondement de tout développement.

Tout compte fait, plusieurs facteurs ont permis de garantir de meilleurs résultats aux actions de communication menées :

- Une bonne disposition d'esprit à pardonner et aller vers la paix
- Une synergie d'action entre les acteurs (l'Etat et ses démembrements, les ONG et associations, les autorités coutumières et religieuses, les communautés à travers l'ensemble de ses strates) pour un seul idéal, la paix
- Des actions de communication fortes et diversifiées, orientées davantage vers la sensibilisation du jeune public
- L'implication des communautés dans les actions de sensibilisation et d'éducation
- Le poids de la religion et de la coutume (parenté à plaisanterie) et une bonne réceptivité, au sein des communautés, des valeurs qu'elles véhiculent, telles que le pardon, l'amour du prochain et la paix

## 4.3 ETAT DES LIEUX DES PRATIQUES DE COMMUNICATION DES PUBLICS CIBLES PRIORITAIRES

### 4.3.1 PRATIQUES DE COMMUNICATION DES ARTISANS MINIERES

Sur leur chantier, les artisans miniers interagissent en permanence, à travers des discussions collectives centrées sur leur profession, les possibilités d'en tirer meilleur profit et leurs relations avec l'autorité. Les artisans miniers citent principalement quatre sujets de discussion, qu'ils mènent en Sango, la langue locale :

- Les rêves et les ambitions : les artisans miniers discutent de leurs projets de vie personnelle, familiale, sociale, qu'ils souhaitent réaliser dans un futur proche ou lointain. « Si je trouve quelque chose, je vais acheter une moto, épouser une femme et construire une maison », fait comprendre l'un d'eux.
- Les stratégies pour maximiser le profit : A cœur ouvert et sans tabou, les artisans miniers se donnent des idées, aussi illégales soient-elles, dans le but de maximiser leur profit. Comment voler le diamant, comment réussir à le dissimuler ? Ce sont entre autres les questions qu'ils se posent et y trouvent réponse.
- Les relations avec les collecteurs, qu'ils accusent d'exploitation, car ne les rémunérant pas à la hauteur du travail fourni. « On se plaint des collecteurs roublards qui paient mal ou nous exploitent », grogne un autre.
- Les relations tendues avec l'autorité, qui exerce son pouvoir de répression lorsque les papiers liés à l'exercice de la profession ne sont pas en règle.

Sur le chantier, les artisans miniers sont aussi en contact avec d'autres acteurs aux intérêts divergents, parfois opposés :

- Les collecteurs qui se rendent fréquemment sur les sites d'exploitation pour s'enquérir de l'état d'avancement des travaux pour lesquels ils ont opéré des investissements. « Le collecteur vient, car il finance et il va suivre ses investissements pour savoir si tout se passe bien depuis le creusage au lavage en passant par les autres étapes », explique un artisan.
- Les gestionnaires de conflits, qui interviennent en cas de litige sur les sites. « Les agents de mines vont quand il y a un problème. Par exemple un conflit lié à la délimitation d'un chantier, ou un diamant volé », poursuit-il.
- Les politiciens qui, en quête d'opinions favorables et d'électeurs, se rendent sur les chantiers afin de mener leurs campagnes.

Au sein du village, l'artisan minier interagit avec une diversité d'acteurs. En dehors des personnes qui lui sont très proches (famille, voisins, amis), il interagit avec d'autres acteurs, avec qui il entretient des rapports de natures différentes. Il s'agit entre autres des autorités locales à savoir les maires et les chefs coutumiers, de l'administration (USAF, mines, agriculture), mais aussi de l'ensemble des autres membres de la communauté, à travers ses différentes composantes (musulmans, chrétiens, hommes, femmes, jeunes, vieux, etc.). Trois principaux sujets animent les discussions au sein du village et de la commune : la vie de famille, avec son lot d'inquiétudes quotidiennes, le métier d'artisan et ses ingratitude et exigences, et enfin la cohésion sociale, étant le socle de tout développement socioéconomique. Tout comme sur le chantier, le code de communication le plus utilisé dans le village est le Sango.

Les pratiques de communication des artisans minier à l'échelle nationale s'apparentent à leurs pratiques à l'échelle de leurs localités d'origine (village, commune, etc.), les acteurs avec lesquels ils interagissent demeurant en priorité la famille, les amis et les connaissances. Quant aux discussions, elles portent principalement sur la vie sociale et l'exercice de leur métier. Le code de communication à l'échelle nationale est le français et le Sango.

#### 4.3.2 PRATIQUES DE COMMUNICATION DES COLLECTEURS

Les collecteurs interagissent avec cinq catégories d'acteurs : les artisans miniers, qu'ils retrouvent sur les sites d'exploitation pour s'enquérir de l'état d'avancement des travaux pour lesquels ils ont opéré des investissements ; les agents des mines auprès de qui ils se plaignent des comportements des artisans ; les autorités religieuses ; les autorités administratives pour discuter des difficultés qu'ils rencontrent au quotidien ; et enfin les autorités minières dont les dispositions ne cadrent pas toujours avec les réalités du terrain. Le code de communication demeure le Sango, la langue la plus parlée dans ce milieu.

**Tableau I: Analyse des forces et faiblesses des canaux de communication**

Canaux	Forces	Faiblesses	Conditions de réussite
Le téléphone (La carte mémoire)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilité d'écouter et visionner des enregistrements (audio et vidéos) en boucle grâce à des cartes mémoires intégrées</li> <li>• Possibilité de pouvoir se connecter à Internet</li> <li>• Possibilité de bénéficier de services offlines (SMS provenant des téléphones mobiles)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix possiblement élevé des cartes mémoires</li> <li>• Nécessité de posséder des téléphones adaptés : il faut que les téléphones qu'ils utilisent puissent prendre des cartes mémoires</li> <li>• Capacité réduite des cartes mémoires</li> </ul>	Produire des contenus légers (format) et variés (émissions, témoignages, pièces théâtrales...)
Le bouche à oreille	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Médium le plus ancien du monde</li> <li>• Confiance spontanée aux bouches à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déformation de l'information</li> <li>• Rumeurs</li> </ul>	
La causerie éducative	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Echange direct, donc interaction permanente entre émetteurs et récepteurs (possibilité de poser des questions pour mieux comprendre)</li> <li>• Elle rassemble un grand nombre de personnes et permet de mieux toucher la cible, car elle traite de sujets intéressants les populations et dans leurs langues</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les informations peuvent être biaisées lors des causeries</li> <li>• Pas évident que les artisans miniers aient le temps de prendre part aux discussions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place des relais locaux formés pour disséminer l'information afin que « le langage passe mieux »</li> <li>• S'assurer de la qualification de l'équipe de sensibilisation</li> </ul>
La radio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Média de masse</li> <li>• Possibilité de produire des émissions interactives et ciblées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Signal faible de la radio dans les villages</li> <li>• La radio est un média qui est de moins en moins écouté</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser des émissions interactives</li> <li>• Mettre en place des radios locales</li> </ul>
La télévision	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Média de masse</li> <li>• Possibilité de produire des émissions interactives et ciblées</li> <li>• Elle favorise une meilleure compréhension des messages véhiculés en alliant son et image</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un nombre limité de téléviseurs dans les villages comparativement à la radio</li> <li>• Le code utilisé pour transmettre l'information n'est pas toujours</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'assurer que les messages soient en conformité avec les codes de communication des localités couvertes</li> </ul>

Canaux	Forces	Faiblesses	Conditions de réussite
		compris par les communautés rurales	
Les mégaphones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Messages facilement compréhensibles</li> <li>• On peut se déplacer facilement avec le mégaphone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déformation possible du message</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nécessité de former le messager</li> <li>• Besoin de seconder le messager par un technicien pour apporter les bonnes réponses aux questions du public</li> </ul>
L'Internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilité d'avoir une mine d'informations sur les réseaux sociaux</li> <li>• Les réseaux sociaux fournissent de l'information en temps réel et en permanence</li> <li>• Les contenus des réseaux sociaux (photos, audio, vidéos) peuvent être facilement partagés entre utilisateurs sur de longues distances, réduisant les contraintes spatiales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certaines communautés en milieu rural n'ont pas accès aux NTIC telles que les smartphones pouvant leur permettre d'avoir accès à Internet et surtout aux réseaux sociaux comme Facebook ou WhatsApp</li> <li>• La faiblesse du réseau téléphonique dans certaines localités ne favorise pas la navigation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privilégier des messages imagés</li> <li>• Privilégier les langues nationales comme étant les codes de transmission des messages</li> <li>• Améliorer la connexion Internet</li> </ul>
Les affiches	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les affiches peuvent toucher un grand nombre de personnes ou un petit groupe. Elles peuvent être reproduites en conséquence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal scriptovisuel par excellence mais inapproprié pour une communication de masse tous publics de par son caractère « élitiste » : seules les populations alphabétisées peuvent comprendre les messages véhiculés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre l'accent sur les images plus que sur le texte afin de permettre aux communautés rurales non alphabétisées de bien comprendre les contenus proposés</li> </ul>
Le théâtre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le théâtre est approprié pour faire passer des messages de sensibilisation surtout en direction des populations rurales non alphabétisées</li> <li>• Le théâtre suscite beaucoup d'intérêt à cause de son caractère ludique (mise en scène par le jeu de situations liées à la vie sociale)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrairement aux autres canaux comme la télévision ou la radio qui peuvent diffuser des messages uniques en boucle, le théâtre-forum nécessite un travail perpétuel de reconstruction et d'adaptation selon les publics cibles ce qui nécessite un important effort aussi bien physique, intellectuel que financier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Associer les communautés à la conception et à la réalisation des pièces de théâtre</li> </ul>

Canaux	Forces	Faiblesses	Conditions de réussite
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le théâtre joue sur la sensibilité des populations et sur l'adoption de comportements désirés</li> <li>Avec le théâtre, le message est vite compris par les populations rurales d'autant plus que les acteurs s'expriment en langue locale</li> <li>Le théâtre rassemble toutes les couches sociales : enfants, jeunes, vieux, etc.</li> <li>Le caractère interactif du théâtre permet aux populations de bien comprendre les messages véhiculés à travers les séances de questions-réponses</li> </ul>		
Les lieux de culte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Possibilité de rassembler un nombre important de personnes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exclusion d'une frange de la population qui ne « croit » pas aux religions révélées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Associer les leaders religieux aux actions de communication</li> </ul>
Les brochures éducatives	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les brochures peuvent toucher un grand nombre de personnes ou un petit groupe. Elles peuvent être reproduites en conséquence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La brochure est inappropriée pour une communication de masse tous publics de par son caractère « élitiste » : seules les populations alphabétisées peuvent comprendre les messages véhiculés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre l'accent sur les images plus que sur le texte afin de permettre aux communautés rurales non alphabétisées de bien comprendre les contenus proposés</li> </ul>
Les SMS payants	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des messages ciblés en fonction du profil des utilisateurs et de leurs besoins en informations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contrainte liée au caractère payant du message</li> <li>Le code utilisé n'est pas forcément compréhensible par tous</li> </ul>	

## 5.0 APPROCHES ET OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Dans le cadre de l'opérationnalisation de cette stratégie de communication, les approches suivantes seront utilisées : l'information, la communication interpersonnelle, la sensibilisation, le renforcement de capacités, le plaidoyer et le partenariat.

### 5.1 CANAUX PAR APPROCHE

La sensibilisation est l'approche centrale de cette stratégie de communication, à travers l'utilisation aussi bien des canaux de communication solennels comme les tables rondes et les conférences, que des activités d'envergure plus « communautaire » comme les théâtres et des projections suivies de débats.

La communication interpersonnelle se fera à travers des échanges directs entre divers acteurs, plus spécifiquement des Assemblées villageoises soutenues par des actions de production médias.

Les activités de renforcement de capacités multi acteurs seront matérialisées par des réunions périodiques, des ateliers de formation, etc.

Les activités entrant dans le cadre du plaidoyer et du partenariat seront essentiellement constituées de réunions et d'ateliers, auxquelles seront jumelées des productions de contenus médias.

L'approche informationnelle est pour sa part une approche transversale. Elle sera principalement matérialisée par la production de supports et de contenus scripto-audio visuels ciblant une diversité d'acteurs.

### 5.2 MESSAGES

Les messages ont été formulés sur la base de six thématiques retenues :

- La fourniture des produits et services DPAM.
- La promotion de la culture de la non-violence et de la cohésion sociale.
- L'implication des communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande.
- La concertation entre tous les acteurs du secteur du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale.
- Le respect des obligations cadre opérationnel par les décideurs.
- La perception des risques pour soi et des pertes pour le pays.

### 5.3 CODES PAR APPROCHE

Les codes utilisés pour l'ensemble des approches de communication sont : le français, le Sango et les autres langues en fonction des zones.

## 5.4 OBJECTIFS DE COMMUNICATION

### 5.4.1 OBJECTIF GENERAL DE COMMUNICATION

Cette stratégie de communication vise globalement à « Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023 ».

### 5.4.2 OBJECTIFS SPECIFIQUES

De manière spécifique, il s'agira de poursuivre les objectifs suivants :

- **Objectif spécifique 1** : augmenter la perception chez les acteurs de la filière des risques qu'ils courent et des pertes subies par le pays en raison de la persistance de la fraude et de la contrebande d'octobre 2019 à octobre 2023.

L'atteinte de cet objectif passe par l'opérationnalisation de deux approches principales qui sont l'information et la sensibilisation des acteurs des filières afin de modifier leurs perceptions sur les risques qu'ils courent et les pertes subies par le pays en raison de la persistance de la fraude et de la contrebande.

- **Objectif spécifique 2** : Accroître la demande de produits et services du projet DPAM par les communautés en vue d'améliorer leurs conditions d'existence d'octobre 2019 à octobre 2023.

Il s'agit de mener des activités d'information et de communication sur les produits et services du projet DPAM.

- **Objectif spécifique 3** : Encourager les décideurs politiques au respect de leurs obligations vis-à-vis du cadre opérationnel d'octobre 2019 à octobre 2023.

Cela passe essentiellement par les activités d'information et de plaidoyer à savoir les audiences, les réunions, et les ateliers.

- **Objectif spécifique 4** : Promouvoir la culture de la non-violence et de la cohésion sociale au sein des communautés et à l'échelle nationale d'octobre 2019 à octobre 2023

L'atteinte de cet objectif passe par la mise en œuvre des activités d'information (affiches, brochures, vidéos éducatives), de sensibilisation (théâtres, projections) et de communication interpersonnelle (Assemblées villageoises, causeries éducatives).

- **Objectif spécifique 5** : Impliquer les communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande d'octobre 2019 à octobre 2023.

Les activités d'information et de renforcement de capacités à travers les formations seront les plus utilisées dans le cadre de l'atteinte de cet objectif.

- **Objectif spécifique 6** : Favoriser la concertation entre tous les acteurs en charge de la législation, de l'exploitation et de la commercialisation du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale d'octobre 2019 à octobre 2023.

Cela va concerner les activités en lien avec l'information (brochures), la sensibilisation (séries éducatives, affiches), le renforcement de capacités (formations, ateliers, brochures, réseaux sociaux), le plaidoyer (audiences, ateliers) et le partenariat (dépliants, conventions, ateliers).

#### Les acteurs

Plusieurs acteurs sont concernés par ces actions de communication, depuis le chantier jusqu'à l'échelle nationale. On peut citer en exemple les acteurs en fonction de la localisation. :

- **Niveau national** : le Ministère des Mines et de la géologie, le Comité national de suivi du PK.

- **Niveau préfectoral** : les Directions des mines, les Points Focaux SPP, les collecteurs, les points focaux SPP.
- **Niveau sous-préfectoral** : les CS mines, les collecteurs, le Comité local de suivi du Processus de Kimberley.
- **Niveau village** : les antennes locales de suivi du PK, les collecteurs, les populations, les chefs de groupe, les chefs de village.
- **Niveau chantier** : les artisans miniers, le creuseur.

## 6.0 ROLES DES PARTIES PRENANTES

Cette partie décrit les rôles, attributions et responsabilités de l'équipe du projet DPAM et de ses partenaires dans la mise en œuvre de la stratégie de communication.

### 6.1 ROLES DE L'EQUIPE DU PROJET DPAM

Le projet DPAM du fait de l'importance qu'il accorde au partenariat et au transfert de compétences ne peut réussir qu'en mobilisant aussi bien des acteurs gouvernementaux que de la société civile sans oublier les prestataires.

Le dispositif formel de partenariat comporte trois piliers : l'équipe du projet, les ministères en charges des mines d'une part et de la cohésion sociale d'autre part et le groupe d'appui en communication et plaidoyer (GACP).

Ce groupe a été mis en place lors de l'atelier regroupant les médias, les OSC et les acteurs culturels. Sa formalisation est en cours.

L'équipe du projet entreprendra diverses actions, au nombre desquels la négociation et la formalisation des partenariats et l'organisation des activités de suivi-évaluation des actions de communication.

### 6.2 ROLES ET ATTRIBUTIONS DES PARTENAIRES DANS LA MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

La conception, la mise en œuvre et le suivi des actions de communication sur le terrain mobilisera différents acteurs :

- Des OSC pour leur connaissance du milieu et leur capacité à dénouer les situations de crise ou à les anticiper et pour interpeller.
- Des acteurs culturels pour la production de modules d'information et de sensibilisation adaptés aux publics cibles et dans les langues du milieu.
- Des représentants de médias traditionnels pour produire des enquêtes sur des sujets brûlants et toucher le public des décideurs.
- Des plateformes de diffusion internet (bloggeurs), réseaux sociaux pour élargir l'audience aux jeunes et amplifier la diffusion des enquêtes et reportages.

Les tableaux ci-dessous récapitulent pour chaque axe les acteurs à mobiliser.

#### Axe I : Fourniture produits et services auprès du projet USAID DPAM

Activités	Acteurs
	Personnel du projet
1. Conception des canaux	Personnel du projet, OSC intervenant dans la zone pour sa connaissance du milieu + MC + autres membres du GACP
2. Production et pré test des canaux	MC + groupements + prestataires + autres membres du GACP
3. Validation des canaux	Personnel du projet, TT, USAID
4. Multiplication des canaux	Personnel du projet GACP

Activités	Acteurs
5. Déploiement des canaux	MC, Personnel du projet, prestataires
6. Documentation résultats de terrain	MC Appui OSC locales (GACP)
7. Adaptation	GACP Personnel du projet
8. Diffusion	GACP Personnel du projet

## Axe 2 : Respect des obligations du cadre opérationnel par les décideurs

Activités	Acteurs
1. Atelier multi acteurs de collecte d'évidences et de planification du plaidoyer	Personnel du projet, SPPK, DGM, DR et CS mines + OSC + autres membres du GACP
2. Production et pré test des canaux	Personnel du projet + membres du GACP
3. Validation des canaux	Personnel du projet, TT, USAID
4. Multiplication des canaux	Personnel du projet, GACP
5. Visites de plaidoyer	SPPK, staff projet
6. Documentation des résultats	Personnel du projet Appui GACP
7. Diffusion	Personnel du projet Appui GACP
8. Capitalisation	SPPK Personnel du projet Décideurs

## Axe 3 : Promotion de la culture de la non-violence et de la cohésion sociale

Activités	Acteurs
1. Étude de l'état lieux et repérage acteurs clefs	Personnel du projet, MC, OSC intervenant sur zone, CLPR
2. Visites de courtoisie	MC + OSC
3. Assemblées villageoises	MC + OSC
4. Production audio et vidéo sur assemblées villageoises	Personnel du projet GACP
5. Validation	Personnel du projet, USAID
6. Déploiement canaux et documentation des résultats	MC Appui OSC locales (GACP)
7. Adaptation	GACP Personnel du projet
8. Diffusion	GACP Personnel du projet

## Axe 4 : Implication des communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande

Activités	Acteurs
1. Production note cadrage implication communautés	Personnel du projet, MC + autres membres du GACP
2. Visites courtoisie auprès des poches de résistance	MC auprès chefs groupe, chefs village, groupe auto défense, etc.
3. Atelier de mise en place structure de veille	MC auprès chefs groupe, chefs village, groupe auto défense, artisans miniers, etc.

Activités	Acteurs
4. Production série éducative et capsules vidéo USAF	MC + participants atelier étape 3 + Personnel du projet + GACP
5. Multiplication des canaux	MC, Personnel du projet, prestataires
6. Déploiement des canaux	MC Appui OSC locales (GACP)
7. Documentation et adaptation des résultats de terrain	GACP Personnel du projet
8. Diffusion	GACP Personnel du projet

### Axe 5 : Concertation entre tous les acteurs du secteur du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale

Activités	Acteurs
1. Ateliers dialogue multi acteurs	Personnel du projet + MC + services mines, artisans miniers, collecteurs, USAF, autorités, communautés, etc.
2. Production tables rondes audio et vidéo	Personnel du projet + MC + services mines, artisans miniers, collecteurs, USAF, autorités, communautés, etc.
3. Validation des canaux	Personnel du projet, TT, USAID
5. Déploiement des canaux	MC, personnel du projet, prestataires
6. Documentation des résultats	MC Appui OSC locales (GACP)
7. Adaptation	GACP Personnel du projet
8. Diffusion	GACP Personnel du projet

### Axe 6 : Perception des risques pour soi et des pertes pour le pays

Activités	Acteurs
1. Conférences publiques	Personnel du projet, magistrats, + MC + autres membres du GACP
2. Production vidéo et audio conférences publiques	MC + magistrats + participants ateliers multi acteurs + autres membres du GACP
3. Production brochures simplifiées et illustrées	Personnel du projet GACP
4. Validation vidéo et audio + brochures simplifiées	Personnel du projet, TT, USAID
5. Déploiement des canaux	MC, personnel du projet, prestataires
6. Documentation des résultats de terrain	MC Appui OSC locales (GACP)
7. Adaptation	GACP Personnel du projet
8. Diffusion	GACP Personnel du projet

## Axe 7 : Perception des risques pour soi et des pertes pour le pays

Activités	Acteurs
1. Conférences publiques	Personnel du projet, magistrats, + MC + autres membres du GACP
2. Production vidéo et audio conférences publiques	MC + magistrats + participants ateliers multi acteurs + autres membres du GACP
3. Production brochures simplifiées et illustrées	Personnel du projet GACP
4. Validation vidéo et audio + brochures simplifiées	Personnel du projet, TT, USAID
5. Déploiement des canaux	MC, personnel du projet, prestataires
6. Documentation des résultats de terrain	MC Appui OSC locales (GACP)
7. Adaptation	GACP Personnel du projet
8. Diffusion	GACP Personnel du projet

## 7.0 ACTEURS, MESSAGES ET CANAUX DE COMMUNICATION

Une bonne communication nécessite une bonne connaissance des acteurs, des canaux appropriés pour leur transmettre le message ainsi que les messages clés à véhiculer. Cette partie traite des acteurs, des messages qui leur sont destinés et des canaux les plus appropriés pour véhiculer ces messages. Les messages ont été formulés sur la base de six thématiques retenues :

- Fourniture, produits et services DPAM
- Promotion de la culture de la non-violence et de la cohésion sociale
- Implication des communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande
- Concertation entre tous les acteurs du secteur du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale
- Respect obligations cadre opérationnel par les décideurs
- Perception des risques pour soi et des pertes pour le pays

Les tableaux suivants comportent des sujets en lien avec chacune des thématiques. Pour chacun d'eux, des idées de messages clés sont proposées.

**Tableau 2: Acteurs, canaux de communication et messages clés**

<b>Fourniture des produits et services DPAM</b>				
<b>Acteurs</b>	<b>Approches</b>	<b>Canaux de communication</b>	<b>Codes</b>	<b>Messages clés</b>
Artisans miniers Collecteurs Populations Agents services techniques Autorités locales Autorités nationales	Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Série éducative</li> <li>• Affiches</li> </ul>	Français, Sango et autres langues en fonction des zones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projet DPAM</li> <li>• Obligations du demandeur</li> <li>• Mobilisation maris</li> <li>• Autonomie financière</li> <li>• Esprit d'assistance</li> </ul>
	Partenariat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dépliants</li> <li>• Conventions de partenariat</li> <li>• Ateliers de formation en pisciculture, environnement, productions diverses en agriculture couplées avec la production de vidéos éducatives et de fiches techniques</li> </ul>	Français, Sango et autres langues en fonction des zones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche de débouchés commerciaux pour le poisson et les autres produits</li> <li>• Préservation et restauration environnement</li> <li>• Avantages du bassin piscicole moins aléatoire</li> <li>• Comment transformer un chantier épuisé en bassin piscicole</li> </ul>
<b>Promotion de la culture de la non-violence et de la cohésion sociale</b>				
Artisans miniers Collecteurs Populations Agents services techniques Autorités locales Autorités nationales	Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuel mise en place CLPR en version vulgarisable</li> <li>• Assemblées villageoises</li> <li>• Affiches, Médias, Réseaux sociaux</li> <li>• Bulletin</li> </ul>	Français, Sango et autres langues en fonction des zones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vol bétail</li> <li>• Tracasseries policières et droits humains</li> <li>• Reconnaissance pygmée et Peul comme nationaux</li> <li>• Halte aux taxes indues</li> <li>• Conflits intra-communautaires</li> <li>• Inaccessibilité aux services de base</li> <li>• Transhumance apaisée</li> </ul>

Fourniture des produits et services DPAM				
Acteurs	Approches	Canaux de communication	Codes	Messages clés
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stigmatisation bons et mauvais</li> <li>• Enjeux au tour des transhumants</li> </ul>
	Renforcement de capacités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vidéo film</li> <li>• Capsules vidéos témoignages d'acteurs de la filière</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentation</li> <li>• Rackettage auprès des populations</li> </ul>
	Partenariat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ateliers multi-acteurs de partenariat</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pratiques innovantes gestion</li> <li>• Transhumance</li> </ul>
	Plaidoyer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Audiences ministérielles</li> <li>• Atelier avec les parlementaires</li> <li>• Capsules vidéo -histoires de vie</li> <li>• Films sur les camps de réfugiés : trois</li> <li>• Parcours de trois personnes : une femme, un enfant, un parent</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Décentralisation de l'installation des CLPR</li> </ul>
Implication des communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande				
Artisans miniers Collecteurs Populations Agents services techniques Autorités locales Autorités nationales	Information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dépliants</li> <li>• Médias</li> <li>• Bulletin</li> </ul>	Français, Sango et autres langues en fonction des zones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projet DPAM</li> </ul>
	Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Série éducative</li> <li>• Capsules vidéos sur les missions de l'USAF</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principes projet DPAM</li> <li>• Nouvelles culture collaboration USAF</li> <li>• Avantages et gains légalité exploitation diamant</li> <li>• Formalisation redevances</li> </ul>

Fourniture des produits et services DPAM				
Acteurs	Approches	Canaux de communication	Codes	Messages clés
	Renforcement de capacités	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formation à la mise en place du dispositif d'alerte, choix des chargés de veille</li> <li>Atelier sur la vie coopérative et ses principes</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Animation et gestion système alerte</li> <li>Principes vie associative</li> </ul>
<b>Concertation entre tous les acteurs du secteur du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale</b>				
Artisans miniers Collecteurs Populations Agents services techniques Autorités locales Autorités nationales	Information	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brochure projet DPAM</li> <li>Tables rondes audio et vidéo</li> <li>Réseaux sociaux</li> <li>Policy briefs, Mailing list, Bulletin</li> </ul>	Français, Sango et autres langues en fonction des zones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Projet DPAM</li> <li>Meilleure circulation textes de réglementation entre agents</li> </ul>
	Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brochures simplifiées sur le code minier et les autres textes de loi sur le foncier</li> <li>Rencontres de restitution auprès des mandants</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Code minier</li> <li>Cadre opérationnel</li> <li>Halte taxes abusives</li> <li>Mieux se connaître, mieux dialoguer</li> </ul>
	Renforcement de capacités	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ateliers de dialogue multi-acteurs</li> <li>Réunions périodiques de concertation</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Animation et gestion système alerte</li> <li>Principes vie associative</li> </ul>
<b>Respect obligations cadre opérationnel par les décideurs</b>				
Artisans miniers Collecteurs Populations Agents services techniques Autorités locales Autorités nationales	Information	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brochure CO</li> <li>Brochure projet DPAM</li> <li>Réseaux sociaux</li> <li>Kit textes lois mines et foncier</li> <li>Bulletin</li> </ul>	Français, Sango et autres langues en fonction des zones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Projet DPAM</li> </ul>
	Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéo film</li> <li>Capsules vidéos témoignages d'acteurs de la filière</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Le projet DPAM en appui à la gouvernance dans le secteur du diamant</li> <li>Le processus d'élaboration du cadre opérationnel</li> </ul>

Fourniture des produits et services DPAM				
Acteurs	Approches	Canaux de communication	Codes	Messages clés
	Renforcements capacités	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ateliers CO</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Approches participatives</li> <li>Délégation de pouvoir au niveau local</li> <li>Avantages respect CO</li> <li>Risques non-respect CO</li> </ul>
	Plaidoyer	<ul style="list-style-type: none"> <li>Audiences ministérielles</li> <li>Atelier avec les parlementaires</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Urgence d'un plan de travail</li> <li>Une volonté politique affirmée pour le CO</li> </ul>
Perception des risques pour soi et des pertes pour le pays				
Artisans miniers Collecteurs Populations Agents services techniques Autorités locales Autorités nationales	Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brochures simplifiées et illustrées sur le code des mines et la loi foncière</li> <li>Conférences publiques par des magistrats pour les collecteurs, USAF, artisans miniers, etc.</li> <li>Capsules vidéo sur les dispositions de la loi expliquées par un magistrat et dont les actions sont simulées par une troupe de théâtre</li> <li>Table rondes audio et vidéo</li> <li>Conférences publiques et ateliers multi-acteurs</li> <li>Affiches, Réseaux sociaux</li> <li>Bulletin</li> </ul>	Français, Sango et autres langues en fonction des zones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risque d'emprisonnant</li> <li>Risque d'expulsion</li> <li>Fraudeurs, des criminels en puissance</li> </ul>
	Renforcement des capacités	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ateliers multi acteurs sur la fraude et la contrebande aux échelles locale, régionale et nationale</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Visibilité de l'information sur les arrestations des fraudeurs et contrebandiers</li> </ul>

## 8.0 MONITORING ET SUIVI ÉVALUATION

Le suivi est un aspect essentiel de la réussite des programmes, surtout en communication, où les connaissances, les attitudes et les pratiques ne sont jamais acquises une fois pour toutes.

Le DPAM veillera à intégrer dans ses cadres de suivi et d'évaluation existants, des indicateurs pertinents, aussi bien de type quantitatif que d'impact de type qualitatif. Les cadres de résultats existants doivent donc faire l'objet d'un examen critique afin d'évaluer leur capacité à suivre les indicateurs de communication et à informer les programmes.

Cette stratégie de communication vise les résultats comportementaux individuels ainsi que le changement social en vue de contribuer à une meilleure réglementation de l'exploitation artisanale minière ainsi que l'amélioration des conditions de vie des artisans miniers tout en favorisant la fourniture de produits et services qui répondent aux besoins du secteur de l'exploitation artisanale minière.

Il est important de renseigner les résultats des programmes, à travers des données sur les activités réalisées (produits) sans pour autant négliger les résultats comportementaux souhaités aussi bien de la part des migrants potentiels, en transit et de retour, que des autres acteurs communautaires et des institutions d'appui (impact attendu).

**Tableau 3 : Objectifs de Communication et Sensibilisation**

Enjeux	Changement de référence souhaité			Réponse d'actions désirées en octobre 2023	Moyens de vérification	Hypothèses/ Risques
	Connaissances	Attitudes/Perceptions	Renforcement de capacités/Plaidoyer			
<b>Objectif Général : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023</b>						
<b>Niveau d'intervention I : Individuel</b>						
Pratiques de commerce plus sûres	La réalité et la gravité des risques et dangers à la fraude et la contrebande.	La perception d'un niveau élevé de risque concernant la fraude et la contrebande.	Renoncement à la fraude et la contrebande.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance accrue des risques/dangers liés à la fraude et la contrebande.</li> <li>• Perception accrue du risque fraude et la contrebande.</li> <li>• Renoncement à la fraude et la contrebande.</li> <li>• Adoption du commerce légal et sûr.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapport de sensibilisation trimestriels.</li> <li>• Rapport de sondage sur les pratiques du commerce légal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilité des moyens financiers.</li> <li>• Niveau d'implication des acteurs de mise en œuvre.</li> <li>• Faible soutien communautaire.</li> </ul>
	Les dispositions à prendre pour éviter d'être victime de la fraude et de la contrebande en pratiquant un commerce légal et sûr.	L'acceptation des limites de certaines perceptions : chance, courage, bénédictions parentales.	Adoption du commerce légal et sûr du diamant.			
Utilisation des services du DPAM	Les avantages du commerce légal du diamant.	Les produits et services offerts sont efficaces et utiles pour les artisans miniers et les collecteurs ainsi que pour les agents techniques de services et les autorités locales.	Rechercher des informations sur le commerce légal du diamant et sûr, les services d'assistance et d'accompagnement et les opportunités de développement local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance accrue des programmes d'assistance et d'accompagnement ainsi que des opportunités de développement local.</li> <li>• Recours significatif aux services conseils de légalisation des exploitations minières et aux représentations de DPAM et de ses partenaires.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapport d'évaluation sur la fourniture et l'utilisation des produits et service du DPAM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilité des moyens financiers.</li> <li>• La qualité du partenariat.</li> </ul>
	L'information sur les produits et services de DPAM et de ses partenaires pour les activités d'exploitation minière artisanale.		Les artisans miniers qui bénéficient d'appui réussissent mieux dans leur activité et servent d'exemple au reste de la communauté.			
	L'information sur les opportunités en matière d'assistance et d'accompagnement et d'opportunités de développement local.		Les autorités doivent aider et soutenir les artisans miniers désireux de se formaliser.			
Normes sociales	Risques liés à la perception de la fraude et de la contrebande comme norme sociale de réussite.	Discours contraire inaudible. Manque de soutien.	Les artisans miniers, les collecteurs, les agents techniques de services, les autorités locales, etc. de retour s'abstiennent de promouvoir la fraude et la	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relativisation de la fraude et la contrebande norme sociale positive.</li> <li>• Acceptation par les siens et par la communauté</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapport de sondage sur fraude et la contrebande.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilité des moyens financiers.</li> <li>• Engagement de la communauté.</li> </ul>

Enjeux	Changement de référence souhaité			Réponse d'actions désirées en octobre 2023	Moyens de vérification	Hypothèses/Risques
	Connaissances	Attitudes/Perceptions	Renforcement de capacités/Plaidoyer			
			contrebande comme norme sociale de réussite.	des règles de commerce légales.		
<b>Niveau d'intervention 2: Communauté</b>						
Pratiques de commerce légal plus sûres	La réalité et la gravité des risques et dangers à la fraude et la contrebande.	Appui par les structures étatiques, les OSC, l'administration et le DPAM des artisans miniers ou des collecteurs qui renoncent à la fraude et la contrebande et envisagent le développement local.	Fourniture d'informations aux artisans miniers et aux collecteurs de retour sur les services d'assistance et d'appui et sur les opportunités de développement local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacité des communautés à communiquer et soutenir l'adoption de la prévention et de la réduction de la fraude et la contrebande et de la promotion du commerce légal régulier.</li> <li>Formation et/ou conversations sur les normes sociales qui valorisent le commerce légal du diamant.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapport de sondage sur les pratiques de commerce plus sûres au sein de la communauté.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disponibilité des moyens financiers.</li> <li>Engagement de la communauté.</li> <li>Stabilité socio-politique.</li> </ul>
	L'influence de la stigmatisation sur les artisans miniers.		Fournir un environnement favorable au renoncement de fraude et la contrebande.			
	Les avantages du commerce légal régulier et sûr. L'influence des migrants de retour sur les migrants potentiels.					
	La valorisation des bonnes expériences acquises par les artisans miniers qui se formalisent.					
Utilisation des services du DPAM	Services d'assistance et d'accompagnement et opportunités de développement local.	Une communauté solidaire aide ses membres à éviter la fraude et la contrebande et à utiliser les produits et services pour prévenir et réduire la fraude et la contrebande.	Réduction de la stigmatisation associée aux artisans miniers Action communautaire pour faire respecter les « directives volontaires » en matière de fraude et la contrebande.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programme d'action communautaire sur le changement de comportement face à la fraude et la contrebande.</li> </ul>		
	Existence de points d'information et de services pour les artisans miniers, les collecteurs en transit.		Action communautaire pour soutenir l'utilisation des produits et services (assistance et accompagnement et opportunités de développement local).			

Enjeu	Changement de référence souhaité			Réponse d'actions désirées en octobre 2023	Moyens de vérification	Hypothèses/Risques
	Connaissances	Attitudes/Perceptions	Renforcement de capacités/Plaidoyer			
Normes sociales	Risques liés à la perception de la fraude et la contrebande comme norme sociale de réussite.	La conviction de la fraude et la contrebande comme norme sociale de réussite accroît le nombre de potentiels fraudeurs.	Élaborer et / ou appliquer des « directives volontaires » pour faire face aux pratiques nuisibles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction de la stigmatisation liée aux migrants de retour en situation d'« échec ».</li> <li>Soutien accru de la communauté aux migrants de retour en situation d'« échec ».</li> <li>Changement social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapport de sondage sur les normes sociales au sein de la communauté.</li> </ul>	
<b>Niveau d'intervention 3 : Fourniture de services DPAM</b>						
Pratiques de commerce plus sûres	Comment fournir des services conviviaux.	Empathie avec les artisans miniers.	Offre des produits et services conviviaux aux artisans miniers, aux collecteurs etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renforcement et diversification du système de référencement des artisans en transit.</li> </ul>		
	Droits et responsabilités des artisans miniers.	Importance de la qualité des produits et services répondant aux besoins des artisans miniers.	Accroissement de l'accès aux produits et services grâce à des approches communautaires.			
	Aptitudes en communication pour le développement.					
Utilisation des services du DPAM	Comment fournir des services conviviaux.	L'influence de l'attitude des prestataires.	Offre des produits et services conviviaux pour les artisans miniers.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amélioration de la qualité des produits et services.</li> <li>Élargissement de la couverture des produits et services.</li> <li>Prestation de services axés sur l'artisan minier, le collecteur et les agents techniques de service.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Disponibilité des moyens financiers.</li> </ul>
	Droits et responsabilités des artisans miniers.	L'utilisation des produits et services.	Accroître l'accès aux produits et services grâce à des approches communautaires.			
	Produits et services pour artisans miniers, collecteurs et agents techniques de services.	La qualité des interventions améliore la satisfaction des artisans miniers et leur motivation à utiliser les produits et services.				

Enjeux	Changement de référence souhaité			Réponse d'actions désirées en octobre 2023	Moyens de vérification	Hypothèses/Risques
	Connaissances	Attitudes/Perceptions	Renforcement de capacités/Plaidoyer			
Normes sociales	Rôles des structures d'appui dans la prévention de la fraude et la contrebande et l'adoption du commerce légal régulier et sûr.	Les structures d'appui peuvent aider les communautés à prévenir et réduire la fraude et la contrebande dues aux normes sociales.	Fournir des produits et services aux artisans miniers.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renforcement des liens avec la communauté.</li> <li>Réseaux efficaces et ciblés (parents, doyens de famille, autorités politiques et administratives, écoles, etc.).</li> <li>Intégration accrue des questions socioculturelles dans les programmes de communication sur le commerce légal régulier du diamant et les risques de la fraude et la contrebande.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapport d'activité.</li> </ul>	
	Compétences en matière de communication et de plaidoyer.		Intégration de l'examen et de la lutte contre les pratiques « nocives » dans les sessions d'éducation.			
<b>Niveau d'intervention 4: Politiques gouvernementales</b>						
Pratiques de commerces plus sûres	Besoins en matière d'accès aux produits et services de DPAM et de ses partenaires.	L'appui du gouvernement influence l'accès, l'utilisation des produits et services et la prévalence de la fraude et la contrebande en Centrafrique.	Augmentation de l'allocation de ressources pour les projets d'assistance et d'accompagnement et pour les opportunités de développement pour les artisans miniers.	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'élaboration et la mise en œuvre des politiques.</li> <li>L'élaboration de la politique et de lignes directrices.</li> <li>La mise en œuvre du projet DPAM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Document de politique en matière de pratiques de commerces réguliers et sûres et rapport de capitalisation de mise en œuvre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disponibilité des moyens financiers.</li> <li>Stabilité socio-politique.</li> </ul>
	Comment les politiques influencent l'utilisation des produits et services et la prévalence de la fraude et la contrebande.		Adaptation de la fourniture de produits et services à la situation des artisans miniers.			
Utilisation des services du DPAM	Comment le gouvernement peut réduire les écarts existants.	L'appui du gouvernement peut améliorer l'accès, l'utilisation des produits et services et réduire la prévalence de la fraude et la contrebande tout en	Augmentation des ressources allouées à la prévention et à la réduction de la fraude et la contrebande et à la promotion du commerce régulier et sûr	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'accroissement de l'allocation de ressources financières.</li> <li>L'amélioration de l'accès à des produits et</li> </ul>		

Enjeux	Changement de référence souhaité			Réponse d'actions désirées en octobre 2023	Moyens de vérification	Hypothèses/Risques
	Connaissances	Attitudes/Perceptions	Renforcement de capacités/Plaidoyer			
		favorisant le commerce régulier et sûr.		services plus adaptés aux artisans.		
	L'influence des politiques sur la prévalence de la fraude et la contrebande.		Élaboration et / ou application des lois pour la prévention et la réduction de la fraude et la contrebande et la promotion du commerce régulier et sûr.			
Normes sociale	Influence des normes sociales sur la prévalence de la fraude et la contrebande.	L'application des lois gouvernementales sur les pratiques en lien avec les normes sociales aide à prévenir et réduire la fraude et la contrebande et à promouvoir le commerce régulier et sûr.	Élaboration et/ou application des lois qui protègent les migrants potentiels et les migrants de retour ainsi que les migrants en transit des normes sociales favorables à la fraude et la contrebande.	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'amélioration de la transparence et de l'équité dans l'accès aux aides gouvernementales pour les artisans miniers.</li> </ul>		
	Rôles du gouvernement dans la prévention de la fraude et la contrebande dues aux normes sociales.	Les populations ont le droit d'être prémunis des normes sociales qui favorisent la fraude et la contrebande.				

## 9.0 PLANS D'ACTION OPÉRATIONNELS

### 9.1 PLAN DE COMMUNICATION

**But :** Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023

Activités	Publics ciblés	Localisation	Partenaires de mise en œuvre	Résultats attendus/Produits	Indicateurs	Sources de vérification
<b>Axe I : fourniture des produits et services DPAM</b>						
AI.1 : Concevoir des outils et canaux de communication	Artisans miniers Collecteurs Agents techniques Autorités locales Autorités nationales Populations	Bangui, village	Personnel du projet, OSC intervenant dans la zone pour sa connaissance du milieu + MC + autres membres du GACP	Affiches capsules vidéo	Nombre d'outils et de canaux de communication	Rapport
AI.2 : Produire et Pré tester les outils et canaux de communication	Idem	Bangui, village	MC Groupements Prestataires Autres membres du GACP	Affiches capsules vidéo	Nombre d'outils et de canaux de communications pré-testés	Rapport
AI.3 : Tenir une rencontre de validation des Canaux	Idem	Bangui, USA	Staff projet, TT, USAID	Outils et canaux de communications validés	Nombre d'outils et canaux de communications validés	Rapport
AI.4 : Multiplier les outils et canaux de communication	Idem	Bangui	Staff projet GACP	Outils et canaux de communications validés produits en grand nombre	Nombre d'outils et de canaux produits	Rapport
AI.5 : Déployer les outils et canaux de communication	Idem	Villages	MC, staff Projet, prestataires	Outils et canaux de communications validés diffusés sur les zones d'intervention du projet	Nombre d'outils et de canaux déployés	Rapport

**But :** Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023

Activités	Publics ciblés	Localisation	Partenaires de mise en œuvre	Résultats attendus/Produits	Indicateurs	Sources de vérification
A6 : Rapporter les résultats terrain	Idem	Villages	MC Appui OSC locales (GACP)	Rapport de mise en œuvre sur le terrain		Rapport
A1.7 : Adapter les outils et canaux de communication	Idem	Bangui	GACP Personnel du projet	Outils et canaux de communications adaptés	Nombre d'outils et de canaux adaptés	Rapport
A1.8 : Organiser la diffusion les outils et canaux de communication	Idem	Bangui, villages, USA	GACP Personnel du projet	Outils et canaux de communications diffusés dans toutes les zones d'intervention du projet	Nombre de diffusions réalisées	Rapport
<b>Axe 2 : Promotion de la culture de la non-violence et de la cohésion sociale</b>						
A2.1 : Réaliser une étude d'état des lieux et de repérage d'acteurs clefs	Artisans miniers Collecteurs Agents techniques Autorités locales Autorités nationales Populations	Bangui, villages	Personnel du projet, MC, OSC intervenant sur zone, CLPR	Rapport d'étude d'état des lieux et une cartographie des acteurs clefs	Rapport d'étude	Rapport
A2.2 : Organiser des visites de courtoisie auprès des acteurs	Idem	Villages	MC + OSC	Rencontres de courtoisie organisées avec les organisations des acteurs	Nombre de visite organisée	Rapport
A2.3 : Tenir des assemblées villageoises	Idem	Villages	MC + OSC	Des assemblées villageoises sont organisées	Nombre d'assemblées villageoises réalisées	Rapport
A2.4 : Produire des supports de communication (audio et vidéo) sur les assemblées villageoises	Idem	Bangui	Personnel du projet GACP	Des supports de communication (audio + vidéo) sont produits sur les assemblées villageoises	Nombre de support produits pour les assemblées villageoises	Rapport

**But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023**

Activités	Publics ciblés	Localisation	Partenaires de mise en œuvre	Résultats attendus/Produits	Indicateurs	Sources de vérification
A2.5 : Organiser une rencontre de validation des supports de communications	Idem	Bangui, USA	Personnel du projet, USAID	Les supports de communications validés	Nombre de supports validés	Rapport
A2.6 : Déployer les outils et canaux de communication et rapporter les résultats de terrain	Idem	Villages	MC Appui OSC locales (GACP)	Les outils et canaux de communications validés sont déployés sur le terrain et rapport de réalisation	Nombre d'outils et de canaux de communication déployés	Rapport
A7 : Adapter les outils et canaux de communication	Idem	Bangui	GACP Personnel du projet	Outils et canaux de communications adaptés	Nombre d'outils et canaux de communications adaptés	Rapport
A8 : Organiser la diffusion des outils et canaux de communication	Idem	Bangui, villages, USA	GACP Personnel du projet	Outils et canaux de communications diffusés sur les zones d'interventions du projet	Nombre d'outils et canaux de communications diffusés	Rapport de diffusion
<b>Axe 3 : Implication des communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande</b>						
A3.1 : Produire une note de cadrage d'implication des communautés	Artisans miniers Collecteurs Agents techniques Autorités locales Autorités nationales Populations	Bangui	Personnel du projet, MC + Autres membres du GACP	Note de cadrage d'implication des communautés rédigée	Note de cadrage	Rapport
A3.2 : Organiser des visites de courtoisie auprès des poches de résistance	Idem	Villages	MC auprès chefs groupe, chefs village, groupe auto défense, etc.	Des rencontres de courtoisie organisées dans les poches de résistance	Nombre de visite organisée	Note de cadrage
A3.3 : Organiser un atelier de mise en place, structure de veille	Idem	Villages	MC auprès chefs groupe, chefs village, groupe auto défense,	Structure de veille mise en place	Procès-verbal	Rapport

**But** : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023

Activités	Publics ciblés	Localisation	Partenaires de mise en œuvre	Résultats attendus/Produits	Indicateurs	Sources de vérification
			artisans miniers, etc.			
A3.4 : Produire une série éducative et capsules vidéo USAF	Idem	Villages, Bangui	MC + participants atelier étape 3 + Personnel du projet + GACP	Une série éducative et capsules vidéo USAF produite	Série éducative et capsules vidéo USAF	Rapport
A3.5 : Multiplier les outils et canaux de communication	Idem	Bangui	MC, Personnel du projet, prestataires	Outils et canaux de communication produit en grand nombre	Nombre d'outils et canaux de communication produits	Rapport
A3.6 : Déployer les outils et canaux de communication	Idem	Villages	MC Appui OSC locales (GACP)	Outils et canaux de communication déployés dans les zones d'interventions du projet	Nombre d'outils et canaux de communication déployés	Rapport
A3.7 : Rapporter les résultats de terrain et adapter les outils et canaux de communication	Idem	Bangui	GACP Personnel du projet	Rapport de réalisation, outils et canaux de communication adaptés	Nombre d'outils et canaux de communication adaptés	Rapport
A3.8 : Organiser la diffusion des outils et canaux de communication	Idem	Bangui, villages, USA	GACP Personnel du projet	Outils et canaux de communication diffusés	Nombre d'outils et canaux de communication diffusés	Rapport de diffusion
<b>Axe 4 : Concertation entre tous les acteurs du secteur du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale</b>						
A4.1 : Organiser des ateliers de dialogue multi-acteurs	Artisans miniers Collecteurs Agents techniques Autorités locales Autorités nationales Populations	Villages, chefs-lieux région, Bangui	Personnel du projet + MC + services mines, artisans miniers, collecteurs, USAF, autorités, communautés, etc.	Des ateliers de dialogue multi-acteurs tenus	Nombre d'ateliers organisés	Rapport

**But :** Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023

Activités	Publics ciblés	Localisation	Partenaires de mise en œuvre	Résultats attendus/Produits	Indicateurs	Sources de vérification
A4.2 : Produire des tables rondes audio et vidéo	Idem	Villages, chefs-lieux région, Bangui	Personnel du projet + MC + services mines, artisans miniers, collecteurs, USAF, autorités, communautés, etc	Audio et vidéos des tables rondes produites	Nombre d'audio et de vidéo de tables rondes	Rapport
A4.3 : Tenir une rencontre de validation canaux de communication	Idem	Bangui, USA	Staff projet, TT, USAID	Outils et canaux communications validés	Nombre d'outils et canaux communications validés	Rapport
A4.4 : Multiplication des canaux de communication	Idem	Bangui	Staff projet GACP	Canaux de communication produit en grand nombre	Nombre d'outils et canaux communications produits	Rapport
A4.5 : Déployer canaux de communication	Idem	Bangui	MC, staff,projet, prestataires	Canaux de communication déployé sur le terrain	Nombre d'outils et canaux communications déployés	Rapport
A4.6 : Rapporter les résultats de terrain	Idem	Bangui	MC Appui OSC locales (GACP)	Rapport de réalisation		Rapport
A4.7 : Adapter les canaux de communication	Idem	Bangui	GACP personnel du projet	Canaux de communication adaptés	Nombre d'outils et canaux communications adaptés	Rapport
A4.8 : Organiser la diffusion des canaux de communication	Idem	Bangui, villages, USA	GACP personnel du projet	Canaux de communication diffusés sur les zones d'intervention	Nombre d'outils et canaux communications adaptés diffusés	Rapport de diffusion
<b>Axe 5 : Respect obligations cadre opérationnel par les décideurs</b>						
A5.1 : Organiser un atelier multi-acteurs de collecte d'évidences et de planification	Artisans miniers Collecteurs Agents techniques Autorités locales	Bangui	Personnel du projet, SPPK, DGM, DR et CS mines + OSC +	Rapport des évidences Plan de plaidoyer élaborer	Rapport d'atelier	Rapport

**But** : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023

Activités	Publics ciblés	Localisation	Partenaires de mise en œuvre	Résultats attendus/Produits	Indicateurs	Sources de vérification
du plaidoyer	Autorités nationales Populations		autres membres du GACP			
A5.2 : Produire et pré tester des canaux de communication	Idem	Bangui	Personnel du projet + membres du GACP	Canaux de communication testés	Nombre de canaux de communication pré testés	Rapport
A5.3 : Tenir une rencontre de validation canaux	Idem	Bangui, USA	Personnel du projet, TT, USAID	Canaux de communication validés	Nombre de canaux de communication validés	Rapport
A5.4 : Multiplier les canaux	Idem	Bangui	Personnel du projet GACP	Canaux de communications produits en grand nombre	Nombre de canaux de communication produits	Rapport
A5.6 : Organiser des visites de plaidoyer	Idem	Bangui, chefs-lieux régions	SPPK, Personnel du projet	Des rencontres de plaidoyer organisées	Nombre de rencontre organisées	Rapport
A5.7 : Rapporter les résultats de terrain	Idem	Bangui	Personnel du projet Appui GACP	Rapport de réalisation		Rapport
A5.8 : Organiser la diffusion	Idem	Bangui	GACP Personnel du projet	Canaux de communication diffusés sur les zones d'intervention du projet	Nombre de canaux de communication diffusés	Rapport
A5.9 : Capitaliser les actions mise en œuvre	Idem	Bangui	SPPK Personnel du projet Décideurs	Rapport de capitalisation	Nombre d'actions capitalisées	Rapport
<b>Axe 6 : Perception des risques pour soi et des pertes pour le pays</b>						
A6.1 : Organiser des conférences publiques sur les pertes encourues par le pays	Artisans miniers Collecteurs Agents techniques Autorités locales	Bangui, village	Personnel du projet, magistrats, + MC +	Une série de conférence publique tenue	Nombre de conférences organisées	Rapport

**But** : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023

Activités	Publics ciblés	Localisation	Partenaires de mise en œuvre	Résultats attendus/Produits	Indicateurs	Sources de vérification
	Autorités nationales Populations		autres membres du GACP			
A6.2 : Produire vidéos et audio des conférences publiques	Idem	Bangui, village	MC + magistrats + participants ateliers multi acteurs + autres membres du GACP	Audio et vidéo des conférences publiques produites	Nombre d'audio et vidéo des conférences publiques produites	Rapport
A6.3 : Produire brochures simplifiées et illustrées	Idem	Bangui	Personnel du projet GACP	Brochures simplifiées et illustrées produites	Nombre de brochures simplifiées et illustrées produites	Rapport
A6.4 : Tenir une rencontre de validation de la vidéo, l'audio et les brochures simplifiées	Idem	Bangui, USA	Personnel du projet, TT, USAID	Vidéo, audio et brochures validées	Nombre de vidéos, audio et brochures validées	Rapport
A6.5 : Déployer les canaux sur le terrain	Idem	Villages, nation	MC, personnel du projet, prestataires	Canaux de communication déployés sur le terrain	Nombre de canaux de communication déployés sur le terrain	Rapport
A6.6 : Rappporter les résultats de terrain	Idem	Villages, nation	MC Appui OSC locales (GACP)	Rapport de réalisation		Rapport
A6.7 : Adapter les outils et canaux de communication	Idem	Bangui	GACP Personnel du projet	Outils et canaux de communication adaptés	Nombre d'outils et canaux de communication adaptés	Rapport
A6.8 : Organiser la diffusion des outils et	Idem	Bangui, villages, USA	GACP Personnel du projet	Outils et canaux de communication diffusés	Nombre d'outils et canaux de	Rapport de diffusion

**But :** Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023

<b>Activités</b>	<b>Publics ciblés</b>	<b>Localisation</b>	<b>Partenaires de mise en œuvre</b>	<b>Résultats attendus/Produits</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Sources de vérification</b>
canaux de communication					communication diffusés	

## 9.2 FEUILLE DE ROUTE 2019-2023

But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023																			
Activités	Responsables de mise en œuvre	Partenaires de mise en œuvre	Echéance de mise en œuvre																
			2019	2020				2021				2022				2023			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
<b>Axe I : fourniture produits et services DPAM</b>																			
AI.1 : Concevoir des outils et canaux de communication	Agence de communication	Personnel du projet, OSC intervenant dans la zone pour sa connaissance du milieu + MC + autres membres du GACP																	
AI.2 : Produire et pré tester les outils et canaux de communication	Agence de communication	MC Groupements Prestataires Autres membres du GACP																	
AI.3 : Tenir une rencontre de validation des canaux	Agence de communication	Personnel du projet, TT, USAID																	
AI.4 : Multiplier les outils et canaux de communication	Agence de communication	Personnel du projet GACP																	
AI.5 : Déployer les outils et canaux de communication	Agence de communication	MC, personnel du projet, prestataires																	
A6 : Rapporter les résultats de terrain	Agence de communication	MC Appui OSC locales (GACP)																	
AI.7 : Adapter les outils et canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	
AI.8 : Organiser la diffusion les	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	

**But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023**

Activités	Responsables de mise en œuvre	Partenaires de mise en œuvre	Echéance de mise en œuvre																
			2019	2020				2021				2022				2023			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
outils et canaux de communication																			
<b>Axe 2 : Promotion de la culture de la non-violence et de la cohésion sociale</b>																			
A2.1 : Réaliser une étude d'état des lieux et de repérage d'acteurs clés	Agence de communication	Personnel du projet, MC, OSC intervenant sur zone, CLPR																	
A2.2 : Organiser des visites de courtoisie auprès des acteurs	Agence de communication	MC + OSC																	
A2.3 : Tenir des assemblées villageoises	Agence de communication	MC + OSC																	
A2.4 : Produire des supports de communication (audio et vidéo) sur les assemblées villageoises	Agence de communication	Personnel du projet GACP																	
A2.5 : Organiser une rencontre de validation des supports de communications	Agence de communication	Personnel du projet, USAID																	
A2.6 : Déployer les outils et canaux de communication et rapporter les	Agence de communication	MC Appui OSC locales (GACP)																	

**But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023**

Activités	Responsables de mise en œuvre	Partenaires de mise en œuvre	Echéance de mise en œuvre																	
			2019		2020				2021				2022				2023			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
résultats de terrain																				
A2.7 : Adapter les outils et canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																		
A2.8 : Organiser la diffusion des outils et canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																		
<b>Axe 3 : Implication des communautés locales dans le suivi de la traçabilité pour lutter contre la fraude et la contrebande</b>																				
A3.1 : Produire une note de cadrage d'implication des communautés	Agence de communication	Personnel du projet, MC + Autres membres du GACP																		
A3.2 : Organiser des visites de courtoisie auprès des poches de résistance	Agence de communication	MC auprès chefs groupe, chefs village, groupe auto défense, etc.																		
A3.3 : Organiser un atelier de mise en place, structure de veille	Agence de communication	MC auprès chefs groupe, chefs village, groupe auto défense, artisans miniers, etc.																		
A3.4 : Produire une série éducative et capsules vidéo USAF	Agence de communication	MC + participants atelier étape 3 + Personnel du projet + GACP																		

**But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023**

Activités	Responsables de mise en œuvre	Partenaires de mise en œuvre	Echéance de mise en œuvre																
			2019	2020				2021				2022				2023			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
A3.5 : Multiplier les outils et canaux de communication	Agence de communication	MC, personnel du projet, prestataires																	
A3.6 : Déployer les outils et canaux de communication	Agence de communication	MC Appui OSC locales (GACP)																	
A3.7 : Rappporter les résultats de terrain et adapter les outils et canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	
A3.8 : Organiser la diffusion des outils et canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	
<b>Axe 4 : Concertation entre tous les acteurs du secteur du diamant brut aux échelles locale, régionale et nationale</b>																			
A4.1 : Organiser des ateliers de dialogue multi-acteurs	Agence de communication	Personnel du projet + MC + services mines, artisans miniers, collecteurs, USAF, autorités, communautés, etc.																	
A4.2 : Produire des tables rondes audio et vidéo	Agence de communication	Personnel du projet + MC + services mines, artisans miniers, collecteurs, USAF, autorités, communautés, etc.																	

**But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023**

Activités	Responsables de mise en œuvre	Partenaires de mise en œuvre	Echéance de mise en œuvre																
			2019	2020				2021				2022				2023			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
A4.3 : Tenir une rencontre de validation des canaux de communication	Agence de communication	Personnel du projet, TT, USAID																	
A4.4 : Multiplication des canaux de communication	Agence de communication	Personnel du projet GACP																	
A4.5 : Déployer les canaux de communication	Agence de communication	MC, Personnel du projet, prestataires																	
A4.6 : Rapporter les résultats de terrain	Agence de communication	MC Appui OSC locales (GACP)																	
A4.7 : Adapter les canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	
A4.8 : Organiser la diffusion des canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	
<b>Axe 5 : Respect obligations cadre opérationnel par les décideurs</b>																			
A5.1 : Organiser un atelier multi-acteurs de collecte d'évidences et de planification du plaidoyer	Agence de communication	Personnel du projet, SPPK, DGM, DR et CS mines + OSC + autres membres du GACP																	
A5.2 : Produire et pré tester des	Agence de communication	Personnel du projet + membres du GACP																	

**But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023**

Activités	Responsables de mise en œuvre	Partenaires de mise en œuvre	Echéance de mise en œuvre																
			2019	2020				2021				2022				2023			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
canaux de communication																			
A5.3 : Tenir une rencontre de validation de canaux	Agence de communication	Personnel du projet, TT, USAID																	
A5.4 : Multiplier les canaux	Agence de communication	Personnel du projet GACP																	
A5.6 : Organiser des visites de plaidoyer	Agence de communication	SPPK, personnel du projet																	
A5.7 : Rappporter les résultats terrain	Agence de communication	Personnel du projet Appui GACP																	
A5.8 : Organiser la diffusion	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	
A5.9 : Capitaliser les actions mise en œuvre	Agence de communication	SPPK Personnel du projet Décideurs																	
<b>Axe 6 : Perception des risques pour soi et des pertes pour le pays</b>																			
A6.1 : Organiser des conférences publiques sur les pertes encourues par le pays	Agence de communication	Personnel du projet, magistrats, + MC + autres membres du GACP																	
A6.2 : Produire vidéos et audio des conférences publiques	Agence de communication	MC + magistrats + participants ateliers multi acteurs + autres membres du GACP																	
A6.3 : Produire brochures	Agence de communication	Personnel du projet GACP																	

**But : Promouvoir la paix et la résilience économique des communautés en soutien au rétablissement de la chaîne légale du diamant brut d'octobre 2019 à octobre 2023**

Activités	Responsables de mise en œuvre	Partenaires de mise en œuvre	Echéance de mise en œuvre																
			2019	2020				2021				2022				2023			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
simplifiées et illustrées																			
A6.4 : Tenir une rencontre de validation de la vidéo, l'audio et les brochures simplifiées	Agence de communication	Personnel du projet, TT, USAID																	
A6.5 : Déployer les canaux sur le terrain	Agence de communication	MC, personnel du projet, prestataires																	
A6.6 : Rapporter les résultats de terrain	Agence de communication	MC Appui OSC locales (GACP)																	
A6.7 : Adapter les outils et canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	
A6.8 : Organiser la diffusion des outils et canaux de communication	Agence de communication	GACP Personnel du projet																	

**U.S. Agency for International Development**

1300 Pennsylvania Avenue, NW

Washington, DC 20523

Tel: (202) 712-0000

Fax: (202) 216-3524

[www.usaid.gov](http://www.usaid.gov)