

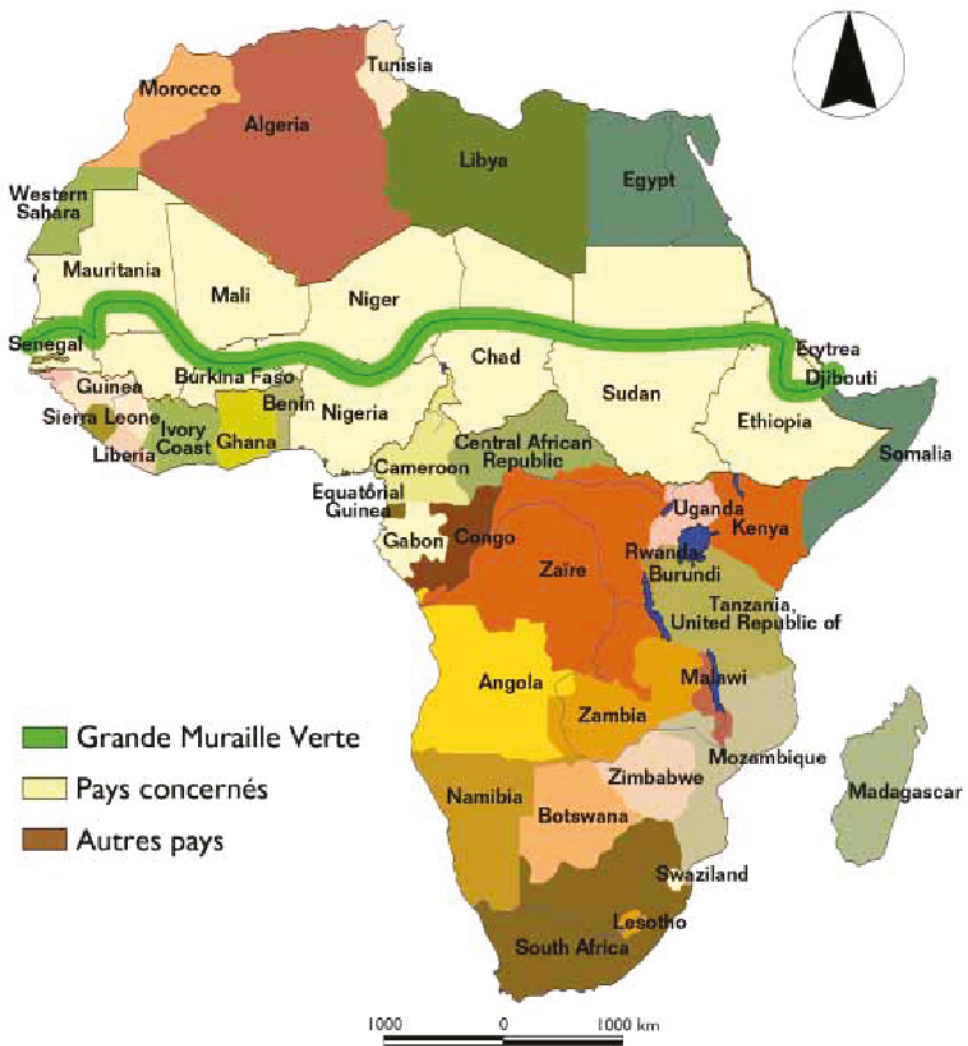


AGENCE PANAFRICAINE DE LA GRANDE MURAILLE VERTE
PAN AFRICAN AGENCY OF THE GREAT GREEN WALL
الوكالة الإفريقية للسور الأخضر الكبير

Initiative de la Grande Muraille Verte



PLAN STRATÉGIQUE DE COMMUNICATION 2018-2023



Réalisation : Bureau Aménagement et Cartographie de la Direction des Eaux et Forêts

TABLE DES MATIERES

LISTE DES TABLEAUX..... 5

ABREVIATIONS ET ACRONYMES..... 6

PARTIE I APERÇU SYNOPTIQUE SUR L’INITIATIVE GRANDE MURAILLE VERTE 7

1. CONTEXTE D’EMERGENCE DE L’INITIATIVE GRANDE MURAILLE VERTE 8

2. APPROCHE STRATEGIQUE DE L’IGMV 10

3. SCHEMA DE GOUVERNANCE POLITIQUE ET OPERATIONNELLE 11

4. AGENCE PANAFRICAINNE DE LA GRANDE MURAILLE VERTE 12

 4.1. Organe de Coordination, Suivi et Mobilisation de Ressources..... 12

 4.2. Déclaration de Mission..... 14

PARTIE II PLAN STRATEGIQUE DE COMMUNICATION (PSCOM) 17

1. CONTEXTE D’ELABORATION DU PLAN STRATEGIQUE DE COMMUNICATION (PSCOM) 18

2. ANALYSE DE SITUATION 20

3. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS DU PSCOM..... 21

 3.1. Objectifs..... 21

 3.2. Résultats Attendus 23

4. OPERATIONNALISATION DU PSCOM 23

 4.1. Aperçu sur les Programmes Prioritaires (PP) 2018-2023 du PsCom 24

 4.3. Actions Phares de Communication, Marketing et Plaidoyer..... 31

 4.4. Groupes cibles 32

 4.5. Messages clés de communication de l’Agence..... 35

 4.6. Outils et canaux de communication..... 37

 4.7. Actions média et de relations publiques 38

4.8. Marketing direct et plaidoyer des Ambassadeurs et Champions GMV	38
4.9. Suivi et évaluation du PsCom.....	39
4.10. Planification des actions et vecteurs de communication	39
5. FINANCEMENT	40
5.1. Estimation et mobilisation des ressources financières nécessaires	40
5.2. Planification stratégique et Cadre logique de Cohérence	41
6. CONCLUSION	53
ANNEXES : DOCUMENTS SUPPORTS.....	54
ANNEXE 1 : CHARTE D’ETHIQUE ET DE GOUVERNANCE	55
ANNEXE 2 : CONCEPT D’AMBASSADEURS ET DE CHAMPIONS PORTEURS DE PROJETS PHARES GMV	65
ANNEXE 3 : CONCEPT ET MODALITES DE MISE EN ŒUVRE DE LA CARAVANE VERTE	69
ANNEXE 4 : NOTE CONCEPTUELLE SUR LES ALLIANCES NATIONALES GRANDE MURAILLE VERTE (ALN)	75
QUELQUES DATES REPERES DE COMMEMORATION DU CALENDRIER INTERNATIONAL.....	82

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Information et sensibilisation.....	25
Tableau 2: Communication, Marketing et Plaidoyer.....	28
Tableau 3: Diffusion de l'Information.....	29
Tableau 4: Caractérisation des cibles de la communication....	33
Tableau 5: Messages clés de communication.....	36
Tableau 6: Répartition des besoins en financement du PsCom.	41
Tableau 7: Planification stratégique et Cadre logique de cohérence des Programmes Prioritaires (PP) du PsCom 2018-2023.....	42
Tableau 8: Planification stratégique et Cadre logique de cohérence 2018-2023 du Programmes Prioritaires (PP2) : Communication, marketing et plaidoyer.....	46
Tableau 9: Planification stratégique et cadre logique de cohérence 2018-2023 du Programmes Prioritaires (PP3) : Diffusion de l'information.....	49
Tableau 10: Récapitulatif de la planification stratégique des divers porte-feuilles.....	52

ABREVIATIONS ET ACRONYMES

ALGMV	Alliance Nationale Grande Muraille Verte
ANGMV	Agence Nationale de la Grande Muraille Verte
APGMV	Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte
AP	Activités Phares
CADT	Centre d'Appui au Développement des Terroirs
CoP	Conférence des Parties
CPDN	Contributions Prévues Déterminées au Niveau National
DOIC	Dispositif Opérationnel d'Information et de Communication
FACI	Fermes Agricoles Communautaires Intégrées
GMV	Grande Muraille Verte
IGMV	Initiative de la Grande Muraille Verte
IOV	Indicateur Objectivement Vérifiable
ODD	Objectifs de Développement Durable
OLD	Opportunités Locales de Développement
PIB	Produit Intérieur Brut
PP	Programmes Prioritaires
PRPDD	Pôles Ruraux de Production et de Développement Durable
PsCom	Plan stratégique de Communication
PTF	Partenaires Techniques et Financiers
SGH	Stratégie Globale Harmonisée
UCIDD	Unité Communautaire Intégrée de Développement Durable

PARTIE I

APERÇU SYNOPTIQUE SUR L'INITIATIVE GRANDE MURAILLE VERTE



Coopération APGMV-Turquie, activité de reboisement

1. CONTEXTE D'EMERGENCE DE L'INITIATIVE GRANDE MURAILLE VERTE

Les cycles de sécheresse et de désertification récurrents dans la Bande saharo-sahélienne ont depuis installé les prémisses de dégradation des ressources naturelles, des systèmes de production et des potentialités de développement avec leurs corollaires en termes de pauvreté, d'insécurité alimentaire, de rétrécissement des zones de pâturage et de l'éclatement du tissu familial. Face à cette situation alarmante, les Etats saharo-sahéliens ont mis en œuvre dès les années 1970 divers Programmes et Plans d'action nationaux de lutte contre la sécheresse et plus tard des Plans d'Action de mise en œuvre des Conventions des Nations Unies de Rio.

A l'évaluation de ces diverses initiatives, l'on constate que quarante ans après, les résultats sont encore très mitigés. En effet, non seulement les défis et impacts sont toujours là et plus pressants mais ont émergé des conséquences inattendues telles que l'insécurité et les flux migratoires centripètes au continent Africain.

Dans ce contexte, les terroirs sahéliens sont ainsi devenus des terres de pauvreté, d'insécurité alimentaire, de malnutrition et de migrations forcées. La vulnérabilité des Etats de la bande sahélienne aux aléas du changement climatique et aux impacts de la désertification corrélée à la croissance démographique constitue sans aucun doute l'une des plus importantes menaces du 21^{ème} siècle dans l'espace sahélien. A cet effet, les Etats sahélo-sahariens devaient impérativement, pour la survie de leurs économies et la cohésion sociale de leurs populations respectives, mettre en œuvre à l'échelle des zones les plus fragiles que sont les terroirs un modèle opérationnel

de développement économique pour bâtir une résilience durable et assurer le développement économique et la sécurisation des terroirs sahéliens. Ce modèle devait nécessairement intégrer le double défi climatique et environnemental. Face à cette situation et à l'impossibilité pour les Etats pris individuellement d'y faire face, les Chefs d'Etat et de Gouvernement ont initié une réponse concrète en créant **l'INITIATIVE DE LA GRANDE MURAILLE VERTE (IGMV)**.

L'Initiative est une réponse Africaine assise sur les réalités multiformes, l'expertise scientifique et les savoirs locaux des terroirs pour faire face au changement climatique, à la dégradation des terres et à la désertification. Elle est l'expression d'un Leadership sous-tendu par un engagement politique fort des Etats membres pour apporter une réponse appropriée et intégrée aux problématiques de désertification, dégradation des terres et de changement climatique et à la transition économique verte. Elle accompagne et renforce les politiques nationales de lutte contre la désertification, la dégradation des terres et les impacts du changement climatique ainsi que celles de développement économique local des Etats Sahélo-sahariens sur la trajectoire 2030 des Objectifs de développement durable (ODD) et l'Agenda 2063 de l'Union Africaine.

Elle traduit une Vision et des Objectifs visant la transformation des zones arides et semi arides du Sahel en Pôles ruraux de Production et Développement Durable en 2025. Elle est fondée sur une approche intégrée de développement et de sécurisation des Communautés et des Populations des terroirs de la bande saharo-sahélienne.

2. APPROCHE STRATEGIQUE DE L'IGMV

L'Initiative GMV est autocentrée sur les terroirs sahéliens dans les zones arides et semi arides. L'approche GMV est participative, multisectorielle, holistique, éco systémique et inclusive. Elle s'appuie sur un Schéma de Développement et Gouvernance locale (SDGL) partagé par les Etats, un hub d'informations techniques et de bonnes pratiques, un dispositif d'Alerte Précoce/Réponse et de Plateformes Multifonctionnelles dotées de périmètres d'expérimentation et d'incubateurs de projets de valorisation des produits labellisés "GMV". Elle associe à l'amont et à l'aval les populations des terroirs d'où le slogan : "*Pour les Populations et Par les Populations*".

La mise en œuvre de l'Initiative sur la base d'une planification quinquennale est graduelle et comprend la période de conceptualisation, la phase pilote restreinte à 15 km de large le long d'un tracé national, la phase d'opérationnalisation avec une extension des activités sur la zone d'emprise pouvant atteindre 200 à 300 km de large et la phase de consolidation et de pérennisation vers les objectifs attendus en 2030.

L'approche du *concept "Grande Muraille Verte"* GMV est fondée sur des critères scientifiques clés bien identifiés, qui sont un **tracé** allant de Dakar à Djibouti sur une longueur d'environ 8000 km, contenu principalement entre les isohyètes limites de 100 et 400 mm ainsi que **l'adaptabilité**, **l'acceptabilité** et la **valeur économique des espèces végétales**.

- *contrainte " minimum 100 mm " de moyennes annuelles pluviométriques :*

Les paramètres agro-écologiques déterminants dans ces zones arides restent la pluviométrie, la fertilité des sols et la variabilité climatique. La prise en compte de la

contrainte "minimum 100 mm de pluie" est fondamentale dans la délimitation du tracé contenu dans les moyennes annuelles pluviométriques entre 100 et 400 millimètres. Cet espace éco-géographique, très souvent marginalisé dans les politiques d'aménagement des territoires, est une zone névralgique dans la gouvernance de ressources naturelles et stratégique pour le développement et la sécurisation d'un pays.

- adaptabilité, acceptabilité et valeur économique des espèces végétales :

Les espèces sont essentiellement autochtones, à fonctions et usages multiples. Elles sont sélectionnées pour leur résistance au stress hydrique, leur valeur économique et écologique et leur acceptabilité sur la base de réalités ethnobotaniques par les populations locales. Le développement de ces unités par le renforcement et la diversification des espèces à maturation rapide et l'optimisation des chaînes de valeur s'appuieront sur les choix pertinents des espèces végétales, les spéculations et les systèmes de production adaptés au contexte d'où, la nécessité de tenir compte de l'adaptabilité et l'acceptabilité des espèces par les acteurs et bénéficiaires à la base.

3. SCHEMA DE GOUVERNANCE POLITIQUE ET OPERATIONNELLE

Le Concept "Grande Muraille Verte" a été lancé le 01 juin 2005 à Ouagadougou au Burkina Faso lors de la 7^{ème} Session ordinaire de la Conférence des Chefs d'Etat et de Gouvernement de la Communauté des Etats Sahélo-sahariens (CEN-SAD), conceptualisée entre 2006 et 2007 et ensuite endossée en 2007 en Initiative de la Grande Muraille Verte (IGMV) par l'Union Africaine lors de la 8^{ème}

Session ordinaire de la Conférence des Chefs d'Etat et de Gouvernement en 2007 à Addis-Abeba (Ethiopie).

L'IGMV dispose d'une gouvernance politique à travers l'Union Africaine, la CEN-SAD et les Etats membres définissant les grandes orientations et les Feuilles de route et d'une gouvernance opérationnelle chargée de la planification, de la coordination et du suivi de la mise en œuvre, déclinée à différentes échelles :

au niveau régional, par l'Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte (APGMV) ,

au niveau national, l'APGMV est relayée au niveau de chaque Etat membre par une structure nationale GMV,

et au niveau local (terroir du pays membre) par des Comités Ruraux de Développement Durable(CRDD), représentant les Unités Communautaires et Intégrées de Développement Durable (UCIDD), entités à la base du terroir.

4. AGENCE PANAFRICAINNE DE LA GRANDE MURAILLE VERTE

4.1. Organe de Coordination, Suivi et Mobilisation de Ressources

Créé sous l'égide de l'Union Africaine et de la CENSAD par Convention internationale le 17 juin 2010 à N'Djamena, au Tchad par les Chefs d'Etat et de Gouvernement des onze (11) Etats membres au Sud du Sahara, Burkina Faso, Djibouti, Erythrée, Ethiopie, Mali, Mauritanie, Niger, Nigeria, Sénégal, Soudan et Tchad.

Convention internationale portant création de l'Agence signée et déjà ratifiée par la quasi totalité des Etats membres et enregistrée auprès de l'Assemblée Générale

des Nations Unies. Elle reste ouverte à l'adhésion des autres Etats saharo-sahéliens,

Relayée au niveau de chacun de ses onze (11) Etats membres par une structure nationale dédiée à la Grande Muraille Verte (GMV),

Organisation Intergouvernementale (OIG) à statut juridique international ayant comme objet, la réalisation de la Grande Muraille Verte et pour missions principales la coordination, le suivi et la mobilisation des ressources nécessaires,

OIG accréditée à la fois auprès de la Conférence des Parties à la Convention Cadre des Nations Unies sur les Changement climatique (UNCCC) et celle à la Convention des Nations Unies de Lutte contre la Désertification (UNCCD) en qualité d'observateur,

Organes statutaires, (i) la Conférence des Chefs d'Etat de Gouvernement (CCEG), (ii) le Conseil des Ministres (CM), (iii) et le Secrétariat Exécutif (SE) appuyé par le Comité Technique des Experts (CTE),

Manuel des procédures administratives, comptables et financières et actualisées par rapport aux normes et procédures internationales et du plan comptable SYSCOHADA,

Normes internationales de gestion comptable et financière, Commissariat aux Comptes,

Charte d'éthique et de gouvernance avec obligation de respect strict des principes au sein de l'Agence et ses partenaires.

4.2. Déclaration de Mission

Ce PsCom, outre le document cadre fait également référence à un ensemble de documents supports parmi lesquels la Charte d'éthique et de gouvernance,

La mission de l'Agence doit être connue et portée par l'ensemble du personnel sur la base des documents statutaires constitutifs, des instruments de gestion et de planification et des accords de partenariat.

Les fondamentaux et principes majeurs de l'Agence et de l'Initiative Grande Muraille Verte sont :

(i) **La Vision de l'Initiative** consiste à la transformation des vastes étendues arides du Sahel en véritables Pôles Ruraux de Production et de Développement Durable (PRPDD), en luttant contre la désertification, la dégradation des terres et les effets climatiques par des actions de restauration, conservation et valorisation des potentialités et de lutte contre la pauvreté par l'accélération du processus de Développement Economique Local des Terroirs.

(ii) **La mission principale** de l'Agence est de promouvoir, en relation avec les Etats membres, les partenaires et bénéficiaires de l'Initiative Grande Muraille Verte et d'en faciliter sa mise en œuvre à travers une planification opérationnelle efficace et une Stratégie de mobilisation des ressources requises tout en sauvegardant la Vision première et les Objectifs fondateurs de l'Initiative.

(iii) **L'exercice des missions de l'Agence**, tels que défini dans les Statuts du personnel et autres instruments juridiques et fondé sur les principes directeurs suivants :

- (i) protège les droits fondamentaux de l'homme ;*
- (ii) respecte les droits de l'homme et des peuples dans l'espace GMV, la diversité et la tolérance, la justice, l'égalité et l'équité, l'intégrité, la solidarité et les engagements pris ;*
- (iii) promeut un système de gouvernance conformément aux valeurs fondamentales des Etats parties et aux principes fondateurs de l'Agence ;*
- (iv) assure l'équilibre entre les hommes et les femmes au sein du Secrétariat Exécutif, la transparence et l'obligation de rendre compte ;*
- (v) condamne et réprovoque tous actes de corruption, infractions et impunité qui y sont liées ;*
- (vi) s'engage dans la promotion du genre et l'autonomisation des femmes, tels que définis dans le Statut de son personnel et dans d'autres instruments juridiques ;*

(iv) L'approche opérationnelle de l'Initiative Grande Muraille Verte prend en compte les principaux objectifs des Conventions des Nations Unies sur la lutte contre la Désertification, le Changement Climatique et la Diversité Biologique.

(v) **L'objectif global de l'Initiative GMV** est de lutter contre la désertification, la dégradation des terres et les effets néfastes du changement climatique afin d'assurer l'Adaptation et la Résilience des Communautés et Populations Locales à ces effets et de promouvoir à l'échelle locale, une gouvernance et un modèle de développement autocentrés sur les avantages comparatifs des terroirs.

PARTIE II

PLAN STRATEGIQUE DE COMMUNICATION (PsCOM)



Dispositif Opérationnel d'Information et de communication

1. CONTEXTE D'ELABORATION DU PLAN STRATEGIQUE DE COMMUNICATION (PSCOM)

Dans les terroirs sahéliens, les politiques et stratégies de développement local s'appuient principalement sur la gestion durable des ressources naturelles fortement affectées par la désertification, la dégradation des terres ainsi que les impacts négatifs du changement climatique. Les nouvelles stratégies de développement mises en œuvre dans ces terroirs avec la politique de la décentralisation opérée dans la plupart des pays de la bande du Sahel et consécutivement, le transfert de compétences sur ces ressources naturelles en vue d'une plus grande responsabilisation des Communautés et populations locales connaissent aussi des limites.

A l'analyse, ces limites sont liées principalement à l'absence d'une bonne cartographie et d'un audit diagnostique fiable des Opportunités Locales de Développement (OLD) existantes et de la viabilité économique des espaces géographiques dans lesquels vivent ces communautés.

Dans le cas spécifique des pays de la GMV au Sud du Sahara, il faut bâtir la nouvelle approche sur les avantages comparatifs axés sur une connaissance et une gestion plus pertinentes des ressources ainsi qu'une diversification verticale et horizontale des productions pour capter plus de valeurs ajoutées dans la chaîne de valeur et un impact positif plus net en termes de développement économique et de création d'emplois verts. L'atteinte de tels objectifs passe par l'appropriation de ces politiques par la frange active de la population locale que constituent les jeunes et les femmes représentant généralement plus de 80% des populations des terroirs sahéliens.

Cette problématique des jeunes et des femmes, notamment leur intégration dans le tissu économique et le marché de l'emploi est actuellement au cœur des stratégies de développement. L'approche d'une telle problématique requiert entre autre une inversion de la trajectoire migratoire par le retour au terroir et une bonne stratégie de valorisation du dividende démographique rural créé à travers une bonne politique de communication, d'information et de sensibilisation. Celle-ci doit pouvoir booster l'engagement et faire éclore les initiatives d'entrepreneuriat rural des jeunes et des femmes.

Le nouveau paradigme doit être de bâtir une jeunesse consciente de son rôle, de ses devoirs et capable de se projeter vers les décennies à venir tout en se voyant comme l'adulte qui doit participer à l'installation durable et efficiente d'un terreau fertile à la stabilité, la sécurisation et au développement socio-économique propice à la cohésion sociale et l'épanouissement de ses propres enfants.

Face à ce constat, le Projet de la Grande Muraille Verte initié par les Chefs d'Etat et de Gouvernement de onze (11) Etats saharo-sahéliens au Sud du Sahara est une nouvelle approche opérationnelle de développement rural dont la vision est de pouvoir :

- à l'horizon 2020-2025, freiner l'avancée de la désertification, restaurer et valoriser les potentialités des zones arides et semi arides et installer les conditions d'un développement durable et ;

- à terme, réaliser la transformation des vastes étendues arides du Sahel en véritables Pôles Ruraux de Production et de Développement Durable (PRPDD), puissants vecteurs d'incitation pour le retour aux terroirs des forces vives. C'est dans cet objectif général que

l'APGMV, dans son approche stratégique, implique fortement les jeunes et les femmes et assure la promotion de l'écocitoyenneté, de la paix et de la solidarité dans l'espace de la Grande Muraille Verte.

Par ailleurs, la Communication, le Plaidoyer et le Marketing constituent une composante importante dans la mise en œuvre de la GMV. A cet effet, l'APGMV s'est dotée d'un Dispositif Opérationnel d'Information et de Communication (DOIC) pour renforcer la visibilité, la crédibilité, la notoriété et l'appropriation de la Vision, des Objectifs et des Programmes de la GMV et également l'engagement des décideurs étatiques, des acteurs, bénéficiaires et partenaires scientifiques, techniques et financiers.

Le DOIC contenu dans le Document cadre et le Plan d'Actions de la Stratégie 2016-2020 est un dispositif opérationnel de communication inclusive et de plaidoyer pour le positionnement et la promotion des Activités et Programmes de l'Agence ainsi que leurs impacts attendus à travers la GMV. Il est bâti sur divers mécanismes dont un Plan Stratégique de Communication (PsCom) au cœur de la Stratégie de mobilisation des ressources humaines et financières. Le PsCom vise à renforcer la vulgarisation de l'Initiative de la Grande Muraille Verte et constituer un puissant levier dans la communication et le plaidoyer indispensables au processus de mobilisation des ressources. Il est constitué d'un Document cadre et de divers documents supports en Annexes.

2. ANALYSE DE SITUATION

La stratégie opérationnelle de mise en œuvre de la GMV est une approche holistique, multisectorielle et inclusive. L'absence de Plan de Communication et de Plaidoyer n'a

pas permis d'atteindre le niveau souhaité d'appropriation par la majorité des cibles bénéficiaires, décideurs et partenaires techniques et financiers. Certes, des jalons d'un important plaidoyer sont d'ores et déjà posés à travers une participation active à différents fora internationaux et des actions de sensibilisation menées à la base.

Ces activités ont permis une bonne visibilité, une appropriation du concept, de la vision, des enjeux de la GMV ainsi que l'établissement d'un partenariat multiforme et un engagement de plus en plus affirmé des Etats membres. Toutefois ces acquis doivent être amplifiés, consolidés par la mise en œuvre d'une communication et d'un plaidoyer mieux structurés et planifiés à partir d'un Plan stratégique de Communication (PsCOM) adapté aux contraintes actuelles et aux audiences cibles.

Ainsi le PsCom est élaboré sur la base d'indicateurs pertinents et s'appuie sur des audiences cibles, des vecteurs et/ou canaux de communication bien identifiés et des actions concrètes inclusives susceptibles d'accompagner l'atteinte des Objectifs Stratégiques et la vision de l'Initiative GMV de la Stratégie de mobilisation des ressources nécessaires.

3. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS DU PSCOM

3.1. Objectifs

L'objectif global du PsCom est de contribuer à la visibilité et à la notoriété de l'Agence, à travers notamment l'information, la sensibilisation et la responsabilisation des acteurs, Communautés et Populations cibles sur leurs

rôles, devoirs et attentes dans la mise en œuvre de la Grande Muraille Verte.

Le PsCom contribue par ailleurs à la mise en place d'une stratégie de positionnement dans les initiatives locales de développement socio-économique, de partenariat et de mobilisation des ressources.

(i) Les objectifs spécifiques sont essentiellement :

(i) informer et sensibiliser les acteurs, les Communautés et Populations bénéficiaires ainsi que les PTF sur l'Initiative de la Grande Muraille Verte, son état d'avancement et ses impacts ;

(ii) vulgariser et faciliter le plaidoyer et le marketing des Stratégies opérationnelles quinquennales, notamment 2016-2020 et 2020-2025 pour accompagner le déroulement des actions de mobilisation des ressources et de renforcement des partenariats ;

(iii) faciliter un dialogue inclusif entre l'APGMV et les structures étatiques et décentralisées, le secteur privé, les PTF et la société civile ;

(iv) mettre en place un système de communication permanente et d'échange d'informations entre l'APGMV et les Structures nationales GMV;

(v) élaborer des messages pertinents et des outils et supports de communication appropriés de diffusion selon les groupes cibles et les langues;

(vi) identifier les activités phares (AP) ainsi que leur planification pour l'opérationnalisation de la Stratégie 2016-2020 et 2020-2025.

3.2. Résultats attendus

La mise en œuvre du PsCom, document support à la sensibilisation, au plaidoyer et à la mobilisation des ressources vise les résultats suivants :

1 les acteurs, Communautés et Populations sont suffisamment informés sur l'Initiative GMV et se l'approprient;

2 les capacités en communication des acteurs sont renforcées à travers le partage régulier d'information et de bonnes pratiques ;

3. un système permanent de plaidoyer et d'information destiné aux PTF est mis en place ;

4. les vecteurs de communication sont bien identifiés et mis en œuvre et les actions de communication sont planifiées et exécutées;

5. les divers supports d'information, de communication et de marketing sont produits et diffusés auprès des audiences cibles.

4. OPERATIONNALISATION DU PSCOM

L'opérationnalisation du PsCom dans la période 2018-2023 s'appuie sur trois (3) Programmes Prioritaires (PP) avec globalement six (6) Objectifs Stratégiques (OS) et mis en œuvre à travers treize (13) Activités Phares (AP).

4.1. Aperçu sur les Programmes Prioritaires (PP) 2018-2023 du PsCom

La mise en œuvre du PsCom s'appuie principalement sur trois (3) Programmes Prioritaires (PP) et leurs dispositifs de suivi/évaluation ainsi que les indicateurs en conformité avec ceux des Activités Phares des Programmes des Plans d'Actions quinquennaux de la Stratégie globale Harmonisée (SHG). Les Programmes Prioritaires (PP) 2018-2023 du Ps Com sont les suivants :

PP1. Information et sensibilisation sur la vision et les objectifs de la GMV,

PP2. Communication, Marketing et Plaidoyer,

PP3. Diffusion de l'Information.

Le tableau ci-après décrit chacun des Programmes Prioritaires de communication en déterminant :

- Les objectifs stratégiques (OS) ;
- Les Activités Phares (AP) ;
- Les audiences cibles ;
- Les vecteurs et canaux de communication à utiliser ;
- Les résultats attendus ;
- Les indicateurs de vérification.

Tableau 1: PP1. Information et sensibilisation

PP1. Information et sensibilisation sur la vision et les objectifs de la GMV					
Objectifs stratégiques (OS)	Activités Phares (AP)	Audiences cibles	Vecteurs/canaux de communication	Résultats attendus	IOV
OS01: Informer et sensibiliser pour une bonne appropriation de l'Initiative GMV	AP01. Organisation de sessions d'information, d'échanges sur l'IGMV : une (1) pour décideurs, secteurs privés, PTF locaux et une (1) pour acteurs, bénéficiaires et Société civile. AP02. Séminaires d'informations et d'échanges avec les groupes de presses élargis aux médias communautaires (télévisions, radios rurales)	<ul style="list-style-type: none"> - Décideurs, - Partenaires - Bénéficiaires (Communautés et Populations locales) - Société civile, - Secteurs public et privé 	Spots, insertions publicitaires, films, reportages, sketches, émissions et débats radiophoniques, plaquettes et brochures etc.	80 % des cibles sont informés et se sont appropriés les divers aspects et programmes de l'IGMV	Nombre de supports de communication produits et leur diffusion effective auprès des cibles concernées

<p>OS02: Promouvoir la paix, la solidarité, la cohésion et la concorde sociales dans l'espace GMV</p>	<p>AP03. Développement de partenariat avec les médias communautaires de la GMV</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Groupements associatifs, clubs sportifs, - Elèves et étudiants avec prise en compte de la dimension genre 	<ul style="list-style-type: none"> - Activités in-situ (dialogues, exposés, investissement humain, Activités GDT avec édification de <i>''Parcelle GMV de la Paix et de l'Amitié des Peuples''</i> - Incubation de start-ups 	<p>Existence de documents de partenariat pour la production et la diffusion d'émissions radiophoniques</p>	<p>Au moins deux radio partenaires dans chaque Etat membre de la GMV</p>
<p>OS03: Créer une synergie entre les différents secteurs nationaux</p>	<p>AP04. Organisation chaque année dans un ou deux pays membres de <i>''Caravanes vertes''</i> (regroupement des jeunes d'horizons divers)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Groupements associatifs, clubs sportifs, - Elèves et étudiants avec prise en compte de la dimension genre 	<ul style="list-style-type: none"> - Activités in-situ (dialogues, exposés, investissement humain, Activités GDT avec édification de <i>''Parcelle GMV de la Paix et de l'Amitié des Peuples''</i> - Incubation de start-ups 	<p>Chacun des Etats Membres GMV a reçu la Caravane verte et abrite une (1) <i>Parcelle GMV de la Paix et de l'Amitié des Peuples''</i> et une Activité Génératrice de richesse pérennisée</p>	<p>Le nombre de sessions <i>''caravanes vertes''</i> effectivement conduits dans les Etats membres</p>
<p>OS05: Créer une synergie entre les différents secteurs nationaux</p>	<p>AP05. Appui aux Etats membres à la création et au fonctionnement d'Alliances Nationales GMV pour des synergies nationales</p>	<p>Institutions publiques et privées, ONG, chercheurs</p>	<p>Réunions et séminaires d'informations</p>	<p>11 (onze) Alliances nationales créées et fonctionnelles dans les Etats membres.</p>	<p>Les Alliances nationales sont effectivement mises en place et fonctionnelles à travers les constats faits</p>

concernés par la GMV	<p>OS04 : Sensibiliser et informer la Communauté internationale</p>	<p>AP06. Organisation de séminaires de formation des journalistes sur les thématiques de l'APGMV</p> <p>AP07. Diffusion et vulgarisation d'articles et de publiereportages sur les thématiques concernées</p>	<p>Journalistes, institutions médiatiques, réseaux de journalistes en environnement</p>		<p>Conférences de presse, sessions de formation, visite de terrain</p>	<p>Synergie développées dans chaque Etat membre</p>	<p>La Communauté internationale est régulièrement informée des activités de l'APGMV, adhère et appuie l'Initiative</p>	<p>par les textes, rapports et autres documents des rencontres relatives à l'Alliance</p>	<p>Nombre de conférences de presses, sessions de formation et visites de terrain effectuées ainsi que la diffusion d'articles y relatifs</p>
----------------------	---	---	---	--	--	---	--	---	--

Tableau 2: PP2. Communication, Marketing et Plaidoyer

PP2. Communication, Marketing et Plaidoyer					
Objectifs stratégiques (OS)	Activités Phares (AP)	Audiences cibles	Vecteurs/canaux de communication	Résultats attendus	IOV
<p>OS05: Favoriser un meilleur positionnement international et une forte adhésion des partenaires à l'Initiative GMV</p>	<p>AP08. Elaboration et vulgarisation de la Charte graphique de l'APGMV</p> <p>AP09. Identification et création d'un réseau d'Ambassadeurs et de Champions porteurs de programmes GMV</p> <p>AP10. Conception et production de matériels et supports promotionnels GMV</p>	<p>Décideurs nationaux, partenaires techniques et financiers, leaders d'opinions ou d'affaires</p>	<p>Diffusion de la Charte et saisine des personnes cibles</p>	<p>- La charte graphique élaborée et appliquée</p> <p>- Un réseau d'Ambassadeurs et de Champions GMV est mis en place et opérationnel</p> <p>- Le matériel produit est diffusé lors d'évènements publics ou de campagnes</p>	<p>Nombre d'Ambassadeurs nommés et de Champions GMV retenus</p>

Tableau 3: PP3. Diffusion de l'Information

PP3. Diffusion de l'Information					
Objectifs stratégiques (OS)	Activités Phares (AP)	Audiences cibles	Vecteurs/canaux de communication	Résultats attendus	IOV
OS06: Promouvoir la visibilité et la notoriété de l'Initiative GMV	AP11. Elaboration et diffusion de supports de communications (films, affiches, dépliants, brochures et posters, etc. aux formats appropriés), AP12. Publication périodique du magazine d'information "Les Echos de la GMV", AP13. Création et publication en ligne d'une revue semestrielle indexée 'Territoire Désertification et Développement Durable'.	Décideurs nationaux, PTF, Communautés et populations locales, équipes des Agences nationales, journalistes, médias et organisations médiatiques, tout public...	Emissions radio, télé et web, impression papier, utilisation des réseaux sociaux	Les différents supports d'information, de communication et de marketing sont produits et diffusés auprès des groupes cibles concernés	Nombres de parutions et l'évaluation de l'impact des parutions

4.2. Finalité et Indicateurs des Programmes Prioritaires

Les Programmes Prioritaires visent à :

(i) éduquer et sensibiliser les Communautés locales et les autres acteurs des Etats membres ;

(ii) sensibiliser et informer la Communauté internationale de l'approche GMV de Développement Economique Local des Terroirs s'appuyant essentiellement sur l'exploitation des OLD pour assurer la transformation des terroirs en PRPDD et une contribution à la croissance du PIB national, à l'atteinte des CPDN et des ODD dans la trajectoire de 2030 dans chaque Etat membre de la Grande Muraille Verte;

(iii) promouvoir l'Initiative GMV, notamment la vision, les objectifs de la GMV en termes de Développement Economique, Gouvernance locale, Restauration du Capital naturel et Neutralité en Termes de Gestion durable des Terres, de renforcement des capacités d'Adaptation et de Résilience des populations et Communautés au changement climatique ainsi que de transition vers l'Economie Verte;

(iv) assurer une forte adhésion à l'initiative GMV à travers des Programmes de soutien à la lutte contre la pauvreté et le sous-emploi par le développement d'activités génératrices de revenus, la promotion de l'entreprenariat rural sur les OLD et d'incitations pour le retour au terroir;

(v) promouvoir la paix, la solidarité, la sécurité et le développement par la mobilisation régionale de la

jeunesse dans des activités de groupe, unissant périodiquement et sur le terrain des jeunes venant d'horizons, de milieux et de cultures différents, notamment l'organisation de "Caravane verte" et l'édification de Parcelles de reboisement dénommées "Parcelle GMV de la Paix et de l'Amitié des peuples" pour appuyer dans la solidarité et la cohésion d'autres jeunes dans la réalisation de la GMV. Au-delà du symbolisme, de telles actions dans la Grande Muraille Verte constituent un modèle d'engagement de la jeunesse sahélienne aux idéaux de paix, de justice et de développement durable,

(vi) accompagner la mise en œuvre des mécanismes innovants de mobilisation des ressources humaines et financières nécessaires.

4.3. Actions phares de Communication, Marketing et Plaidoyer

Le PsCom sera mis en œuvre à travers l'utilisation combinée de plusieurs moyens/outils de communication qui se complètent et se renforcent mutuellement. Il s'agit de déterminer au préalable les groupes cibles et les messages appropriés, les outils et canaux de communication les plus pertinents, les moyens à mettre en œuvre, le chronogramme d'exécution, le budget ainsi que les indicateurs de vérification.

Le Plan stratégique de Communication propose également des activités de communication à même d'illustrer au mieux les actions et réalisations menées sur le terrain et touchant directement la vie des Communautés et populations concernées.

Ces actions ciblent principalement : les Unités Communautaires Intégrées de Développement Durable (UCIDD),

- *les Comités Locaux de Développement Durable (CLDD),*
- *le Centre d'Appui au Développement des Terroirs (CADT),*
- *les Alliances nationales GMV (ANGMV) qui fédèrent des structures publiques et privées ayant en partage la vision de la GMV.*

4.4. Groupes cibles

La mise en œuvre de l'Initiative GMV exige la mobilisation de tous les acteurs, bénéficiaires, organisations de la société civile et du secteur privé, aussi bien au niveau national et local, des Etats membres mais aussi au niveau des PTF ainsi que du secteur privé international.

Tableau 4 : Caractérisation des cibles de la communication

Audiences cibles	Canaux appropriés de communication
Chefs d'Etat et de Gouvernement des Etats Membres de l'APGMV	Sommets et Conseils, documents de Stratégie 2016-2020 (français et anglais), magazine d'information "Les Echos de la GMV", Ambassadeurs et Champions GMV, distribution de matériels promotionnels, insertion d'articles dans les médias, communiqués de presse, notes d'informations aux Ministres, site http://www.grandemurailleverte.org et page Facebook https://www.facebook.com/PAGGW
Gouvernements, leaders d'opinion, décideurs nationaux, personnalités influentes	"Les Echos de la GMV", fiches techniques sur chaque domaine prioritaire, affiches et banderoles, distribution de matériels promotionnels, articles et communiqués de presse, notes d'informations aux Ministres, salons, foires, expositions, mises à jour site internet de l'APGMV, page Facebook
Top management, Chefs de service, Directeurs/Points focaux nationaux de l'APGMV,	Réunions hebdomadaires top management et de coordination mensuelles, échanges d'e-mails, de notes de service et de documents, site web et page Facebook de l'APGMV. Echanges d'e-mails, de rapports, publications et autres documents,

personnels et Association du personnel de l'APGMV	site web de l'APGMV, production et diffusion d'articles de presse, magazine d'information "Les Echos de la GMV", site web et page Facebook de l'APGMV
Organisations non gouvernementales	Concertations publiques, cadres de dialogue, forums de discussion, réunions périodiques, site web et Facebook de l'APGMV
Bénéficiaires	Communication interpersonnelle, mobilisation sociale et plaidoyer, IEC, films et émissions radiophoniques, rencontres communautaires, matériel imprimé, événements socio-culturels, personnalités influentes, magazine "Les Echos de la GMV", site web et Facebook de l'APGMV
Media et réseaux sociaux	Cérémonies de lancement, ateliers de formation, publications et autres matériels imprimés, communiqués de presse, interviews et débats, visites de terrain, message d'utilité publique, site web et page Facebook APGMV, photos
Partenaires techniques et financiers, Communauté internationale et secteur privé	Publications d'études, de rapports et de documents sur l'APGMV, magazine d'information "Les Echos de la GMV", fiches techniques sur chaque domaine prioritaire, distribution de matériels promotionnels, insertion d'articles dans les médias, communiqués de presse, réunion de sensibilisation et de partage d'information, manifestations

	publiques, foires, salons, foires expositions, site web et page Facebook de l'APGMV
Universités et organismes de recherche	Site web et page Facebook de l'APGMV, Ambassadeurs GMV, ateliers de formation, magazine "Les Echos de la GMV" et "Territoire/Désertification et recherche multidisciplinaire", rapports et autres publications
Tout public	Tous les médias (radio, télé, presse, internet...), manifestations populaires, événements culturels et sportifs, Ambassadeurs et Champions GMV, site web et page Facebook

4.5. Messages clés de communication de l'Agence

Les messages ci-après sont déterminés sur la base d'un seul message clé, court et simple par activité de communication en support à la mise en œuvre de l'activité opérationnelle déployée sur le terrain.

Les **huit (8) messages clés** de l'Initiative GMV à véhiculer : sont ainsi élaborés (Tableau 5) :

Tableau 5 : Messages clés de communication

<u>MESSAGES CLES DE COMMUNICATION</u>	
1	<i>L'Initiative de la Grande Muraille Verte est en phase avec l'Agenda 2063 de l'Union Africaine et les Objectifs de développement durable</i>
2	<i>La Grande Muraille Verte, Par et pour les populations à la base</i>
3	<i>La GMV, une Initiative porteuse de vie,</i>
4	<i>L'Initiative de la Grande Muraille Verte : transformer les zones arides du Sahel en Pôles Ruraux de Production et de Développement Durable à l'horizon 2025</i>
5	<i>La mobilisation de la jeunesse sahélienne autour de la Grande Muraille Verte pour le développement et la sécurisation des terroirs</i>
6	<i>La Grande Muraille Verte est l'expression achevée d'une coopération régionale et un trait d'union des peuples d'un Sahel pacifié et verdoyant</i>
7	<i>L'IGMV, instrument de promotion de la paix et de la solidarité, par la Caravane verte et l'édification de Parcelles GMV de la Paix et de l'Amitié des peuples</i>
8	<i>L'IGMV, réponse africaine face aux changements climatiques, à la dégradation des terres , la désertification et la perte de biodiversité</i>

Dans la mise en œuvre du Plan stratégique de Communication, conformément à l'exigence de la Charte graphique un texte générique qui souligne la spécificité, la valeur ajoutée et l'identité visuelle de l'Agence est à reproduire sur toutes les publications. Il s'inspire de la Charte graphique de l'Agence et est libellé en ces termes :

TEXTE GÉNÉRIQUE DE COMMUNICATION

L'Initiative GMV concernant les Etats du circum-Sahara est la réponse de l'Afrique face aux défis environnementaux et climatiques. Lutter contre la désertification, la dégradation des terres, assurer le développement socio-économique des Communautés rurales, l'éradication de la pauvreté et de l'insécurité alimentaire, le renforcement des capacités d'adaptation et de résilience des Communautés aux effets néfastes du changement climatique, tels sont les défis de l'Initiative dans la trajectoire 2030.

4.6. Outils et canaux de communication

Ils déterminent les moyens les plus pertinents à utiliser pour la communication de l'APGMV et incluent le magazine d'information, les articles d'information résultant de la couverture médiatique des activités de l'Agence, les vidéos produites, le site web, la page Facebook de l'Agence, les insertions-presse et autres parutions dans différents journaux, la radio et la télévision. Une diversité d'outils de communication sera utilisée pour illustrer les résultats acquis sur le terrain et portant notamment sur la mise en œuvre des programmes et projets régionaux, tels que Fermes Agricoles Communautaires Intégrées (FACI) et les Centres d'Appui au Développement des Terroirs (CADT).

4.7. Actions médias et de relations publiques

Elles seront documentées lors de la participation de l'APGMV aux sessions des Conférences des Parties (CoP) aux Conventions des Nations Unies, salons professionnels, l'organisation de visites de presse sur les sites des FACI et CADT, mais également les journées portes ouvertes, commémorations internationales, ateliers de formations, foires, expositions, avec en marge, la distribution de matériels promotionnels disponibles comme T-shirts, pins, flash-disk...à l'effigie de l'Agence.

4.8. Marketing direct et plaidoyer des Ambassadeurs et Champions GMV

Le programme de marketing direct et plaidoyer par un réseau d'Ambassadeurs et de Champions porteurs de programmes GMV est une des composantes du Plan de communication utilisée comme moyen de communication. Il privilégie les relations interpersonnelles entre les dirigeants des Etats membres, le leadership de l'Agence et les principaux partenaires de la Plateforme de Coopération et de Partenariat Scientifique, Technique et Financier (PCPSTF) de l'Agence et les autres à prospector. Son objectif est d'informer, de persuader et d'inciter à l'action et au changement de comportement et de paradigme sur la gestion des problématiques, des défis environnementaux et climatiques ainsi que l'urgence d'une écocitoyenneté.

4.9. Suivi et évaluation du PsCom

La mise en œuvre de ce PsCom passe par une bonne compréhension par l'ensemble des acteurs et parties prenantes. Son exécution sera faite à travers un Groupe de communication et de suivi dont le mode de fonctionnement sera défini en relation avec les partenaires.

L'évaluation du PsCom se fera sur la base d'enquêtes d'audience, de perception et de notoriété auprès de différents groupes cibles et acteurs. Elle fera ressortir l'impact du Plan en termes de retour d'information des publics d'audiences, les changements de comportement et de paradigme observés et la documentation des activités. La couverture médiatique, le nombre d'articles publiés sur l'Agence et ses programmes/projets ainsi que leur pertinence aux cibles seront également évalués.

4.10. Planification des actions et vecteurs de communication

Les activités phares et leurs vecteurs de communication sont planifiés sur le court terme en vue de faciliter la mise en œuvre et amplifier l'apport du PsCom dans les activités prochaines de mobilisation des ressources.

Les activités phares sont ainsi planifiées :

démarrage rapide de la mise en œuvre des actions contenues dans le PsCom ;

mises en place d'un Comité de suivi et de coordination du Plan dont le mode de fonctionnement sera déterminé ;

exploitation du potentiel des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) et des banques d'images ;

sensibilisation des jeunes et des réseaux de femmes dans le domaine de la communication sur la GMV ;

institutionnalisation d'une composante ou d'un volet "Communication" dans toutes les Agences nationales GMV ;

conception et mise en application systématique de la Charte graphique de l'APGMV ;

implication des médias dans la couverture de toutes les activités de l'APGMV et des Agences Nationales, des projets et programmes régionaux ainsi que les postages de contenus et photos sur les réseaux sociaux.

5. FINANCEMENT

5.1. Estimation et mobilisation des ressources financières nécessaires

La mise en œuvre du Plan stratégique de Communication et la réalisation des activités phares des différents programmes prioritaires (PP) dans la période 2018-2023 sont estimées à un montant d'un million sept cent quatre-vingt-dix-sept mille (1.797.000 USD), soit 970 380 000 FCFA.

Les ressources financières nécessaires sont ainsi réparties :

Tableau 6 : Répartition des besoins en financement du PsCom

PROGRAMMES PRIORITAIRES	MONTANTS (USD)
PP1 : Information et sensibilisation sur la vision et les objectifs de la GMV	1.347.000
PP2 : Communication, marketing et plaidoyer	140.000
PP3 : Diffusion de l'information	310.000
TOTAL	1.797.000

Ces ressources proviendraient principalement du sponsoring, de contributions des Etats membres, de l'APGMV, des PTF, des dons et legs, etc.

5.2. Planification stratégique et Cadre logique de Cohérence

Les tableaux ci-après présentent la planification stratégique et le cadre logique de cohérence de chacun des Programmes Prioritaires (PP) du PsCom ainsi que sa planification financière durant les cinq (5) années de mise en œuvre (2018-2023).

Tableau 7 : Planification stratégique et Cadre logique de cohérence des Programmes Prioritaires (PP1) : du PsCom 2018-2023
Information et sensibilisation

PP1 : Information et sensibilisation sur la vision et les objectifs de la GMV									
OBJECTIFS STRATEGIQUES (OS)	Activités Phares (AP)	Résultats attendus	Indicateurs de performance	Planification financière (US\$ X1000), 1US\$= 540 FCFA)					
				An 1	An 2	An 3	An 4	An 5	TOTAL
OS01: INFORMER ET SENSIBILISER POUR UNE BONNE APPROPRIATION DE L'INITIATIVE GMV	AP01. Organisation de sessions d'information, d'échanges sur l'IGMV : une (1) pour décideurs, Secteurs privés, PTF locaux et (une (1) pour acteurs, bénéficiaires et Société civile.	La sensibilisation et la perception des divers aspects et Programmes de l'IGMV par les cibles et leur engagement renforcés dans la mise en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> Au moins 80 % des cibles sont sensibilisées et appuient la mise en œuvre de la GMV, Les supports et produits de communication 	40	40	60	-	-	140

<p>OS02: PROMOUVOIR LA PAIX, LA SOLIDARITE, LA COHESION ET LA CONCORDE SOCIALES DANS L'ESPACE GMV</p>	<p>AP04. Organisation de "Caravanes vertes" (regroupement des jeunes d'horizons divers) dans chaque Etat membre</p>	<p>La Caravane verte est organisée avec impacts positifs aux plans écono- mique, social et mise en œuvre de la GMV.</p>	<p>Le nombre de pays et de jeunes mobilisés Les impacts positifs dans l'espace du corridor GMV</p>	<p>100</p>	<p>140</p>	<p>100</p>	<p>80</p>	<p>420</p>
<p>OS03 : CRIER UNE SYNERGIE ENTRE LES DIFFERENTS SECTEURS NATIONAUX CONCERNES PAR LA GMV</p>	<p>AP05. Appui aux Etats membres à la création et au fonction- nement d'Alliances Nationales GMV pour des synergies nationales dans la GMV</p>	<p>Les onze (11) Alliances nationales (ALN) créées et fonctionnelles et des synergies renforcées entre les départements, secteurs publics et société civile</p>	<p>Les Alliances nationales sont mises en place et opération- nelles à travers les textes, rapports et autres documents relatifs à l'Alliance Nationale</p>	<p>11</p>	<p>130</p>	<p>141</p>	<p>141</p>	<p>141</p>

OS04. : SENSIBILISER ET INFORMER LA COMMUNAUTÉ INTERNATIONALE	AP06. Organisation de séminaires de formation aux thématiques de l'APGMV des journalistes	La Communauté internationale est régulièrement informée à travers les médias des activités de l'APGMV,	Nombre de sessions organisées, rapports et livrables et actions de médiatisation	40	40	50	-	130
				11	30	50	70	100
	AP07. Diffusion et vulgarisation d'articles et de portages sur les thématiques concernées	adhère et appuie l'Initiative	Nombre d'articles de presse et de portages produits et diffusés					
Total (IS)				65	427	330	220	1.347

Tableau 8: Planification stratégique et cadre logique de cohérence 2018-2023
du Programmes Prioritaires (PP2) : Communication, marketing et plaidoyer

PP2. Communication, Marketing et Plaidoyer									
OBJECTIFS STRATEGIQUES (OS)	Activités Phares (AP)	Résultats attendus	Indicateurs de performance	Planification financière (US\$ X1000), 1US\$= 540 FCFA)					
				An 1	An 2	An 3	An 4	An 5	TOTAL
OS05 : FAVORISER UN MEILLEUR POSITIONNEMENT INTERNATIONAL ET UNE FORTE ADHESION DES PARTENAIRES A L'INITIATIVE GMV	AP08. Elaboration et vulgarisation de la Charte graphique de l'APGMV	La Charte graphique est élaborée et traduite dans les langues de travail de l'APGMV	Prise en compte de la Charte dans la conception et la diffusion de tous les supports d'information et de communication	15	10	-	-	-	25

	<p>AP09. Identification et création d'un réseau d'Ambassadeurs et Champions porteurs de programmes GMV</p>	<p>Le réseau d'Ambassadeurs GMV et Champions porteurs de projets Régionaux Structurants GMV est mis en place et est fonctionnel</p>	<p>Cinq (5) Ambassadeurs et au moins trois (03) Champions porteurs de projets GMV nommés</p>	<p>5</p>	<p>15</p>	<p>15</p>		<p>35</p>
--	--	---	--	----------	-----------	-----------	--	-----------

AP10. Conception et production de matériels et supports promotionnels GMV	Le matériel promotionnel divers est vulgarisé	10	25	20	305	220	1.347
	Distribution du matériel lors d'événements publics ou de campagnes	25	25	330	427	65	
Total (CMP)							

Tableau 9: Planification stratégique et Cadre logique de cohérence 2018-2023
 du Programmes Prioritaires (PP3) : Diffusion de l'information

PP3. Diffusion de l'Information									
OBJECTIFS STRATEGIQUES (OS)	Activités Phares (AP)	Résultats attendus	Indicateurs de performance	Planification financière (US\$ X1000), 1US\$= 540 FCFA)					
				An 1	An 2	An 3	An 4	An 5	TOTAL
OS06 : PROMOUVOIR LA VISIBILITE ET LA NOTORIEETE DE LA GMV	AP11. Elaboration et diffusion régulières de supports de communication (films, affiches, dépliants et brochures, posters, flyers etc. aux formats appropriés)	La visibilité de l'APGMV auprès des audiences cibles est assurée	Nombre de supports de communication produits et diffusés à travers les canaux appropriés	10	35	30	30	20	125

	<p>AP13. Création et publication en ligne d'une revue semestrielle indexée 'Territoire Désertification et Richesse'.</p>	<p>Parution d'articles de haut niveau pour la promotion des chercheurs</p>	<p>Parution d'au moins deux numéros</p>				
<p>Total (DI)</p>				<p>30</p>	<p>30</p>	<p>30</p>	<p>120</p>
<p>TOTAL GENERAL</p>			<p>110</p>	<p>557</p>	<p>440</p>	<p>380</p>	<p>1.797</p>
			<p>15</p>	<p>80</p>	<p>75</p>	<p>65</p>	<p>310</p>

Le récapitulatif de la planification financière pour la mise en œuvre des divers programmes prioritaires (Tableau 10) indique un montant global de

Tableau 10 : Récapitulatif de la planification stratégique des divers portefeuilles

Programmes Prioritaires	Planification financière (US\$ X1000)
PP1. Information et sensibilisation	1.347
PP2. Communication, Marketing et Plaidoyer	140
PP3. Diffusion de l'Information	310
Total	1.797 USD

6. CONCLUSION

Le champ de la communication est large et se développe continuellement, exigeant toujours des moyens humains et financiers conséquents. La mise en œuvre effective du PsCom est en outre liée à la contribution régulière des Etats Membres ainsi qu'aux apports de différents partenaires stratégiques de l'APGMV. Une forte coalition de la Communauté Internationale autour de la Vision et des Objectifs de l'Initiative s'avère également nécessaire.

ANNEXES :

Documents supports

ANNEXE 1 :
CHARTRE D'ETHIQUE ET DE
GOUVERNANCE

Préambule

VU la Convention portant création de l'Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte, signée le 17 juin 2010 à N'Djamena, République du Tchad par la Conférence des Chefs d'Etat et de Gouvernement des Etats membres ;
CONSIDERANT le Traité constitutif du 04 février 1998 créant la Communauté des Etats Saharo-Sahéliens ;

CONSIDERANT l'Acte constitutif de l'Union africaine, adopté à Lomé le 12 juillet 2000 et la vision nouvelle suscitée par le Nouveau Partenariat pour le Développement de l'Afrique (NEPAD) pour un développement durable de l'Afrique ;

AYANT A L'ESPRIT les objectifs assignés à la Communauté des Etats Saharo-Sahéliens par le Traité constitutif du 04 février 1998 ;

INSPIRES PAR les objectifs et principes énoncés dans l'Acte constitutif de l'Union Africaine, en particulier, en ses articles 3 et 4 qui soulignent l'importance de la bonne gouvernance, de la participation populaire, de l'Etat de droit et des droits de l'homme ;

REAFFIRMANT D'ABORD notre volonté collective d'œuvrer sans relâche pour l'éradication de la désertification, de la dégradation des terres, de la famine, de l'insécurité alimentaire et de l'arrêt de la migration forcée des forces vives des zones rurales vers les grandes villes et même au-delà des frontières à la recherche de terres d'accueil plus favorables à leur épanouissement ;

REAFFIRMANT ENSUITE la particularité du contexte actuel particulièrement marqué par l'Accord universel sur le climat issu de la Conférence des Parties (COP21) de Paris (France), dominé par les problématiques d'adaptation et de résilience, de stratégie de réduction des émissions de gaz à effet de serre, la Gestion Durable

des Terres vers la neutralité en terme de dégradation, l'Economie verte et le Développement climato-intelligent, ainsi que la transition vers les Objectifs de Développement Durable (ODD) ;

SOUCIEUX DE mettre un terme, ou du moins, restreindre la désertification, atténuer ses conséquences et trouver une solution alternative durable pouvant amoindrir les souffrances de nos populations ;

PREOCCUPES par la gestion des défis environnementaux et climatiques ainsi que par la nécessaire opérationnalisation de la Grande Muraille Verte ;

GUIDES par notre mission commune de lutter efficacement contre la désertification, les fluctuations climatiques, l'instabilité politique et/ou l'insécurité dans l'espace GMV ;

RESOLUS à promouvoir et à renforcer la bonne gouvernance par l'institutionnalisation de la transparence, de l'obligation de rendre compte et de la démocratie participative ;

DESIREUX de renforcer les principales déclarations et décisions de l'OUA/UA, notamment la Déclaration des chefs d'Etat et de gouvernement de l'OUA de 1990 sur la situation politique et socio-économique en Afrique et les changements fondamentaux intervenus dans le monde, l'Agenda du Caire de 1995 pour la relance économique et le développement social en Afrique et l'Agenda 2063 de l'Afrique ;

RESOLUS à mettre en œuvre l'approche intégrant de façon transversale les paramètres et contraintes du changement climatique, de la dégradation des ressources en terres et forêts, mais aussi la contrainte démographique qui est un enjeu de développement et de cohésion sociale ;

DETERMINE à assurer annuellement l'augmentation du taux de reforestation et la réduction du taux de dégradation des forêts, des terres et des écosystèmes des pays traversés par la GMV afin de restaurer, renforcer, protéger le capital naturel et atteindre la neutralité en termes de dégradation des terres ;

DETERMINE à réaliser l'émergence d'une économie verte à faible empreinte carbone tout en renforçant les capacités de résilience des populations et des Communautés aux effets du changement climatique, le développement et la valorisation des Opportunités locales de développement (OLD) ainsi que la gestion efficiente et durable des écosystèmes ;

DETERMINE à installer le modèle efficient de gouvernance locale apte à assurer le développement inclusif dans les terroirs de l'espace GMV ;

DETERMINE à promouvoir et à respecter les principes d'égalité et d'équité entre hommes et femmes au sein de l'espace GMV ;

RESOLUS à promouvoir les valeurs universelles et les principes de la démocratie, la bonne gouvernance, les droits de l'homme et le droit au développement ;

CONSIDERANT l'accélération du processus de mondialisation caractérisée, entre autres, par une mobilité croissante des capitaux à la recherche de rentabilité et de sécurité et appelant de la part des Etats, la mise en œuvre de politiques et procédures financières crédibles ;

SOUCIEUX de poursuivre les efforts d'assainissement et d'harmonisation des finances publiques, d'en garantir la gestion transparente et la reddition des comptes ;

SOMMES CONVENUS DE CE QUI SUIT

I. De l'objet et du champ d'application

Article premier

La présente Charte a pour objectifs de :

- (i) Promouvoir la prévention et la lutte contre la corruption conformément aux stipulations de la Convention de l'Union africaine sur la prévention et la lutte contre la corruption adoptée à Maputo, Mozambique, en juillet 2003 ;
- (ii) Promouvoir les valeurs et règles de conduite en matière d'intégrité morale, d'éthique et de bonne gouvernance au sein de l'Agence ;
- (iii) Promouvoir le développement durable des Etats parties notamment au niveau local ;
- (iv) Promouvoir la création des conditions nécessaires pour faciliter la transparence, l'accès à l'information et l'obligation de rendre compte de la gestion de l'Agence ;
- (v) Promouvoir l'équilibre entre homme et femme ainsi que l'égalité dans les processus de gouvernance et de développement ;
- (vi) Favoriser la bonne cohérence dans la gouvernance globale de l'Initiative de la Grande Muraille Verte par la mise en place d'un Dispositif d'Orientations, de Pilotage et de Gestion (DOPILG) décliné de l'échelle régionale à l'échelle locale du terroir en différentes instances ;
- (vii) Renforcer la coopération entre les organes statutaires visés dans la Convention portant création de l'Agence Panafricaine de la Grande

Muraille Verte (APGMV), les institutions de tutelle de l'APGMV, notamment l'Union Africaine et la CENSAD et les organes de gouvernance locale ;

- (viii) Faciliter la mise en place d'un Haut Conseil d'Orientation (HCO)¹, le Haut Comité de Pilotage (HCOFIL)² et les Structures de gestion³ ;
- (ix) Promouvoir, protéger et stimuler la gouvernance locale et le développement local en Afrique ;
- (x) Promouvoir la mobilisation des ressources et le développement économique local pour éradiquer la pauvreté dans l'espace GMV.

Article 2

La présente Charte s'applique à l'Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte, en abrégé APGMV, ainsi qu'à l'ensemble de son personnel et qui s'engagent à respecter les principes définis dans cette dernière.

¹HCO : AG de l'UA, du CEN-SAD et de la Conférence des Chefs d'Etat et de Gouvernement des Etats membres de l'APGMV

²HCOFIL : Commission de l'Union Africaine, Secrétariat Général de la CENSAD, Conseil des Ministres des Etats membres, Commissions Economiques Régionales (CEDEAO, CEEAC, UMA et IGAD),

³Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte, Structures Nationales GMV et Comités Ruraux de Développement Durable

II. Des Principes

Article 3

L'Agence s'engage à mettre en œuvre la présente Charte conformément aux principes énoncés ci-après :

- (i) Le respect des droits de l'homme et des peuples dans l'espace GMV ;
- (ii) La diversité et la tolérance ;
- (iii) La justice, l'égalité et l'équité ;
- (iv) L'intégrité ;
- (v) La solidarité ;
- (vi) La promotion d'un système de gouvernance conformément aux valeurs fondamentales des Etats parties ;
- (vii) La promotion de l'équilibre entre les hommes et les femmes au sein du secrétariat exécutif ;
- (viii) La transparence et l'obligation de rendre compte ;
- (ix) La condamnation et la répression des actes de corruption, des infractions et de l'impunité qui y sont liées.

III. Du respect des conventions et des engagements

Article 4

L'Agence exerce ses activités dans le strict respect des Traités, Conventions, Lois, Règlements et Statuts en vigueur.

Article 5

L'Agence s'engage à :

- respecter les obligations contractuelles avec ses partenaires qui sont notamment les travailleurs, les Structures Nationales GMV, les Comités Ruraux de Développement Durable, les fournisseurs, créanciers, les communautés locales les Etats et les bailleurs ;
- privilégier la confiance mutuelle dans la négociation des contrats et engagements conformément à la législation et au manuel des procédures en vigueur en la matière ;
- rendre public tous les paiements effectués au profit des entités territoriales au titre des différents appuis : FACI, etc.

IV. Du respect des droits fondamentaux des personnes

Article 6

L'Agence ne pratique aucune discrimination à l'égard des salariés que ce soit en raison notamment, de leur âge, de leur race, de leur origine ethnique, de leur sexe, de leurs orientations sexuelles, de leur situation familiale, de leurs croyances religieuses, de leur nationalité ou de leur handicap et s'engagent à les traiter avec dignité tout en respectant pleinement leur vie privée.

Article 7

L'Agence encourage et respecte, dans leurs sphères d'influence, la protection des droits de l'homme proclamés dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme des Nations Unies ainsi que les conventions

fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail et tout particulièrement en ce qui concerne l'élimination de toute forme de travail forcé et de travail des enfants comme définis par l'OIT.

V. De la lutte contre la corruption

Article 8

Dans ses relations avec ses partenaires, notamment les Structures Nationales GMV, les Comités Ruraux de Développement Durable, les fournisseurs, les créanciers, les communautés locales, les Etats et les bailleurs. L'Agence s'interdit toute pratique frauduleuse et tout acte pouvant être assimilé à la corruption.

VI. De la responsabilité sociétale

Article 9

L'Agence soutient le renforcement du dialogue, de la cohésion sociale et de la paix dans les terroirs de la GMV ainsi que la protection de l'environnement, l'amélioration de la santé, la promotion de l'éducation et du bien-être des populations locales.

Dans sa sphère d'influence, elle prend toutes initiatives pour promouvoir une attitude responsable dans ces domaines et encourager l'ambivalence de croissance économique et développement à faible empreinte dans un contexte national de défis multiples de la demande sociale et de l'atteinte des Objectifs de développement durable pour l'éradication de la pauvreté.

VII. Des relations avec les employés

Article 10

L'Agence doit s'intéresser activement au bien-être de ses employés et s'assurer de leur sécurité et hygiène ainsi que de leur santé au travail.

Elle s'engage à définir une politique de gestion des ressources humaines basée sur l'équité, la mérite, les compétences et l'égalité des chances ainsi que de traitement.

VIII. Entrée en vigueur

Article 11

La présente Charte adoptée en Conseil des Ministres lors de sa 6ème Session ordinaire tenue le 30 juin 2018 à Nouakchott, en République Islamique de Mauritanie et entre en vigueur à sa date d'adoption.

ANNEXE 2 :

**CONCEPT D'AMBASSADEURS ET DE
CHAMPIONS PORTEURS DE PROJETS
PHARES GMV**

1. Contexte de la désignation

La maîtrise de la question climatique et de ses impacts environnementaux est depuis plus de deux décennies au cœur des négociations internationales menées sous les hospices des Nations Unies à travers notamment les Conventions sur la lutte contre la Désertification, le Changement climatique et la Diversité biologique, auxquelles se sont récemment ajoutés les Objectifs de développement durable (ODD), nouvel agenda du développement international. Ces instruments qui ont valeur d'accord universel impliquent tous les Etats et sont mis en œuvre par les Gouvernements avec l'appui des organismes internationaux et/ou régionaux. Parmi les ODD portés par la Grande Muraille Verte figurent les Objectifs 2, 6, 7, 8, 13 et 15, étroitement en lien avec l'environnement.

Dans le cadre de l'exécution de la Stratégie 2016-2020 de l'Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte (APGMV), et plus particulièrement du Plan de communication découlant du Dispositif Opérationnel d'Information et de Communication (DOIC), des Ambassadeurs seront, dans chaque Etat membre de la GMV et au plan international identifiés, désignés et associés aux activités de plaidoyer et de marketing, conformément au portefeuille de programme et projet prioritaire "Communication, marketing et plaidoyer".

La nomination de ces personnalités nationales et internationales (hommes ou femmes) contribue à renforcer la visibilité des activités de la GMV et des Agences nationales des onze (11) Etats membres à travers des actions de plaidoyer et de mobilisation sociale sur la protection du capital naturel, le développement communautaire et la lutte contre le réchauffement climatique.

Un Ambassadeur ou un Champion GMV devrait être disposé à donner librement une partie de son temps pour aider l'APGMV dans sa mission d'améliorer les conditions de vie des Communautés et populations de l'espace Sahélo-saharien. Le présent document constitue un cadre normatif de désignation.

2. Objectifs

Ces personnalités reconnues pour leur notoriété internationale, savoir-faire et leur engagement pour un leadership africain devront :

- sensibiliser les décideurs nationaux et internationaux, leaders d'opinion, PTF et le public sur les questions de l'heure et leur impact sur le développement socio-économique, la vision et l'approche de l'Initiative GMV et ses implications dans le contexte des Etats sahélo-sahariens ;
- encourager les Communautés et les populations des Etats Sahélo-sahariens à s'approprier et s'associer à la mise en œuvre de la Stratégie Globale Harmonisée de l'Initiative GMV et des politiques nationales et locales de développement de leurs terroirs ;
- contribuer à la promotion, auprès des jeunes et des femmes, des différentes Conventions des Nations Unies en lien avec l'environnement et pour bâtir une écocitoyenneté.

3. Resultats attendus

A travers la mise en place et le fonctionnement du futur réseau d'Ambassadeurs de la GMV, il est attendu une mobilisation accrue et un positionnement de l'Initiative GMV dans l'échiquier international et national afin de

faciliter la mobilisation des ressources humaines et financières nécessaires à sa mise en œuvre.

4. Profil recherché

Dans la mesure où il s'agit d'une responsabilité bénévole, les Ambassadeurs ou Champions de la GMV sont de hautes personnalités et leaders d'opinion pouvant provenir du monde politique, scientifique, religieux, des affaires et du spectacle et doivent être entre autres :

- soucieux de la gestion de l'environnement, comprendre et s'approprier la vision, les objectifs et les résultats attendus de l'Initiative de la Grande Muraille Verte ;
- avoir auprès de la Communauté internationale ou nationale et locale la reconnaissance d'une expertise avérée dans les domaines pertinents dans la mise en œuvre de l'Initiative ;
- être capables d'assurer un bon plaidoyer auprès des populations, acteurs, partenaires techniques et financiers dans le cadre de la mobilisation populaire et des ressources humaines et financières ;
- accepter d'accompagner l'Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte dans les processus de réalisation de l'Initiative dans le respect des dispositions de la Charte d'éthique et de gouvernance de l'Agence et des valeurs universelles.

5. Designation

Leur nomination et installation se feront lors d'un événement statutaire de l'APGMV comme le Sommet des Chefs d'Etat et de Gouvernement.

ANNEXE 3 :

**CONCEPT ET MODALITES DE MISE EN
ŒUVRE DE LA CARAVANE VERTE**

1. Contexte

En Afrique la population est passée de 221 millions en 1950 à 1.072 milliards en 2010 de la Population Mondiale et serait à 2 milliards en 2050 dont 63 % de jeunes de moins de 25 ans et un flux annuel de 17,5 millions de population active venant grossir la masse de demandeurs d'emploi.

La jeunesse en Afrique constitue une frange très exposée. Elle peut être un atout puissant de développement, mais pourrait également être source d'une destruction du tissu économique et de la cohésion sociale, en particulier dans nos pays saharo-sahéliens fortement affectés par la pauvreté, l'insécurité alimentaire et le chômage endémique.

Cette problématique des jeunes et surtout de leur emploi est actuellement au cœur des stratégies de développement et dans ce cadre beaucoup de modèles et théorie ont été élaborés. Au moment où chaque pays aspire à l'émergence économique, il nous semble urgent et impératif de bâtir une politique apte à faire de la jeunesse, une jeunesse citoyenne, responsable et fière de son pays et de continent.

Dans le cas spécifique des pays au Sud du Sahara, il faut bâtir la nouvelle approche sur les avantages comparatifs axés sur une gestion plus pertinente et une diversification verticale et horizontale des productions pour capter plus de valeurs ajoutées dans la chaîne de valeur, verts et viser un impact plus net sur le développement économique et les niches d'emplois verts.

De nombreuses études ont démontré que la jeunesse est capable de faire la différence dans la recherche de solutions face aux défis environnementaux et climatiques auxquels sont confrontées nos sociétés. Les jeunes sont ainsi de véritables vecteurs pour le changement, bien que

très souvent leurs initiatives et projets de développement ne soient pas assez vulgarisés et encouragés, ce qui les rend parfois peu dynamiques. Le nouveau paradigme est de bâtir une jeunesse consciente de son rôle, de ses devoirs et droits et capable de se projeter vers les décennies à venir et se voir comme l'adulte qui doit participer à l'installation durable et efficiente d'un terreau fertile à la stabilité, la sécurisation et au développement socio-économique propice à la cohésion sociale et l'épanouissement de ses propres enfants.

L'approche Grande Muraille Verte basant son opérationnalisation sur une participation active des populations, est totalement en phase avec cet objectif. En effet dans sa vision, il s'agit à terme de réaliser la transformation des vastes étendues arides du Sahel en véritables PRPDD et créer ainsi de puissants vecteurs d'incitation pour le retour aux terroirs des forces vives. La Grande Muraille Verte doit être l'expression achevée d'une coopération régionale et un trait d'union des peuples d'un Sahel pacifié et verdoyant.

C'est dans cet objectif général que l'APGMV dans son approche stratégique implique fortement la jeunesse des Etats membres dans sa lutte contre la désertification, le changement climatique et la promotion de l'écocitoyenneté. A cette fin l'Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte, assure la promotion de la paix et de la solidarité dans l'espace de la Grande Muraille Verte, par la **Caravane Verte**, l'édification de Parcelles dénommées **Parcelle GMV de la Paix et de l'Amitié des peuples** unissant périodiquement et sur le terrain des jeunes venant des Etats membres pour appuyer dans la solidarité et la cohésion chaque année d'autres jeunes dans la réalisation de la GMV à travers l'édification de Parcelles **Parcelle GMV de la Paix et de l'Amitié des peuples**.

Au-delà du symbolisme, une telle action à travers la Grande Muraille Verte serait également un modèle d'engagement de la jeunesse africaine aux idéaux de paix, de justice et de développement durable.

2. Objectifs de la Caravane verte

L'objectif global de la Caravane Verte est de créer des conditions de conscientisation, de sensibilisation des jeunes des différents pays de la GMV sur une vision d'un destin commun et sur la nécessité de bâtir une solidarité et une cohésion forte dans la prise en charge des défis auxquels font face leurs pays respectifs, notamment la désertification, la dégradation des terres, le changement climatique, la pauvreté, l'insécurité alimentaire, l'émergence de la xénophobie et de l'ostracisme.

De manière spécifique il s'agira de :

- Conscientiser la jeunesse dans les concepts de planète commune, de devoir citoyen et de responsabilité historique dans la gestion des biens des générations futures ;
- Mobiliser la jeunesse sahéenne des onze (11) pays membres de l'APGMV autour de la Grande Muraille Verte par leur participation aux activités opérationnelles de terrain ;
- Montrer aux jeunes les contrastes environnementaux existants dans les pays, les réalités locales et quotidiennes des habitants de la région visitée et connaître leurs conditions de vie, les difficultés et les potentialités de chaque zone écologique afin qu'ils en prennent conscience ;
- Sensibiliser la jeunesse et susciter une prise de conscience et un intérêt à prendre part à la mise en œuvre de la Grande Muraille Verte par l'apprentissage

et l'émulsion des comportements en matière de lutte contre la désertification et le changement climatique.

3. Methodologie de mise en œuvre de la Caravane verte

A l'exemple des vacances citoyennes développées dans le cadre de la mise en œuvre de la GMV au Sénégal et fondamentalement, l'idée à la base de la Caravane Verte consiste à regrouper dix (10) jeunes venant de chacun des onze (11) Etats membres de la GMV. Il s'agirait de capitaliser les expériences des uns et des autres et mener plusieurs activités de reboisement mais aussi de familiarisation avec les populations des zones visitées par des conseils et d'appui dans divers domaines de santé, d'éducation, etc.

Cette Caravane Verte régionale sera organisée d'abord en expérience pilote dans un pays, ensuite pérennisée et élargie chaque année à deux pays limitrophes et à un nombre plus important de jeunes au fil des années. Elle consiste dans la phase pilote à réunir dix (10) jeunes de chaque pays membre de la GMV dans un des Etats membres pour une durée de deux (2) semaines pendant l'hivernage pour participer à la campagne annuelle de reboisement.

4. Agenda indicatif de faisabilité

Période	Activités	Résultats attendus
Février Mars	- A1 : Organiser une réunion d'information préalable avec les directeurs des Agences nationales GMV pour une implication des autorités nationales de chaque pays	- R1 : Les Points Focaux sont informés et impliqués dans le processus de préparation de la Caravane Verte
Avril	- A2 : Tenir des rencontres préparatoires de sensibilisation des autorités (Ministère en charge de la jeunesse, environnement...) dans chaque pays	- R2 : Une Alliance nationale est créée autour du projet Caravane Verte
Mai	- A3 : Production des supports et des TDR des modalités de participations;	- R3 : TDR du projet de Caravane élaborés
	- A4 : Tenir des réunions avec les Ministères en charge de la jeunesse des pays membres, pour étudier la faisabilité du projet, du choix du pays hôte et les modalités de participation	- R4 : Modalités et faisabilité du Projet déterminées et pays hôte choisi
	- A5 : Evaluer et rechercher les fonds pour la Caravane	- R5 : Budget établi
Juin	- A6 : Lancer l'appel au niveau des onze (11) pays de la GMV	- R6 : Dix jeunes sont sélectionnés dans chaque pays
Juillet Sept.	- A7 : Réaliser le projet	- R7 : Caravane Verte réalisée

ANNEXE 4 :

**NOTE CONCEPTUELLE SUR LES
ALLIANCES NATIONALES
GRANDE MURAILLE VERTE (ALN)**

1. Introduction et Justification

La mise en œuvre de la Grande Muraille Verte (GMV) fait l'objet de plusieurs interventions souvent disparates sans un cadre général de cohérence approprié. Il est souvent constaté une dispersion des efforts. Le Projet majeur africain de la Grande Muraille Verte est un projet intégré utilisant une approche holistique, éco systémique, multisectorielle et inclusive adaptée aux réalités sociologiques et anthropologiques locales des terroirs sahéliens. Il concerne dans ce sens le secteur public, le secteur privé, les ONG nationales et internationales. Au niveau du secteur public, sont singulièrement concernés les départements en charge des Finances, la Planification, l'Agriculture, l'Elevage, les Forêts, la Pêche, l'Education, la Santé, la Décentralisation, l'Aménagement du territoire, l'Action sociale et la Femme...

Il est dans ce sens important de former une coalition autour de la GMV. Cette coalition dénommée ALLIANCE NATIONALE GMV est un cadre de concertation consultatif au niveau national de collaboration et de partage d'information des structures et acteurs concernés par la mise en œuvre de la composante nationale. C'est un outil pertinent qui permet d'assurer une bonne articulation du processus de mise en œuvre du projet de la GMV afin d'obtenir les avantages comparatifs souhaités notamment, la mutualisation des moyens nécessaires à l'accélération de ce processus et déboucher sur un engagement des divers Secteurs et Acteurs.

De plus l'Alliance nationale préconisée doit s'appuyer sur un mécanisme devant permettre d'obtenir plus de clarté et mettre en confiance les acteurs concernés par la prise en compte par un décret d'un Contrat de performance à l'exemple du Sénégal entre l'Etat et l'Agence nationale en charge de la GMV.

2. Objectifs

L'objectif global de l'Alliance nationale GMV consiste à sensibiliser les acteurs nationaux et au-delà internationaux pour une compréhension commune de la vision, de l'approche et des objectifs de la GMV.

De manière spécifique, il s'agira d'impliquer l'ensemble des acteurs potentiels dans le but de fédérer les moyens et accélérer la mise en œuvre de la GMV par le partage à l'échelle nationale des informations, la mise en place d'un mécanisme permettant le développement du partenariat et la mutualisation des moyens pour une meilleure accélération du processus.

3. Resultats Attendus

Les avantages comparatifs de la mise en place d'une Alliance nationale GMV sont :

- la création d'un cadre de cohérence et de concertation avec les politiques et stratégies nationales.
- l'information et la sensibilisation de tous les acteurs autour de la GMV ;
- la mobilisation des ressources humaines, matérielles et financières émanant des divers secteurs concernés.

4. Processus de Mise en Place

La mise en place de l'Alliance nationale est une des expressions de l'engagement des plus hautes autorités nationales dans la mise en œuvre de la GMV sur la base d'un cadre de cohérence avec les Politiques et Stratégies nationales et d'harmonisation et de mutualisation des moyens domestiques de l'Etat membre. Elle doit partir d'une directive émanant du Chef de l'Etat ou du Chef du gouvernement, mise en œuvre par le Ministère en charge de la Grande Muraille Verte afin de construire une vaste coalition nationale autour de la réalisation de la composante nationale GMV

4.1 Procédure

La mise en place de l'Alliance nationale GMV utilise une démarche participative et inclusive valorisant l'expertise de tous les acteurs potentiels. La démarche pour sa mise en place suit le triptyque Informations, Concertations et Engagements des Secteurs et des Acteurs. Ceci se fera à travers des concertations permanentes. Une task-force doit être mise en place au départ du processus et élargie progressivement en fonction des apports novateurs des secteurs et acteurs concernés. La procédure de mise en place dépendra de la méthode utilisée par chaque pays. Ceci peut se faire à travers l'appropriation par le Ministère en charge de la GMV de l'importance de la mise en place de l'Alliance nationale GMV.

A toutes les étapes du processus, il y a le niveau politique décisionnel et le niveau expert de construction d'un document cadre à valider par le niveau décisionnel. L'instruction pour la mise en place de l'Alliance doit venir des plus hautes autorités. Les étapes fondamentales peuvent être les suivantes :

1. une lettre motivée du Ministre en charge de la GMV adressée au Premier Ministre, sollicitant la mise en place de cette structure consultative ;
2. le Premier Ministre convoque les différents départements concernés et instruit la préparation du cadre de l'Alliance nationale GMV ;
3. des réunions préparatoires seront organisées sous la conduite du Ministre en charge de la GMV. Ces rencontres seront élargies aux Partenaires Techniques et Financiers, aux Organisations de la Société Civile et déboucheront sur des orientations claires adressées aux experts des diverses institutions concernées. Cette étape concerne la sensibilisation et le partage d'informations. Des rencontres d'informations générales seront organisées avec l'appui de l'APGMV par le Ministère en charge de la GMV à travers les Agences Nationales GMV en direction des cibles (secteur public, privé, ONG, PTF...) sur l'importance de ce mécanisme et du rôle de chaque structure pour l'atteinte des objectifs.
4. le document cadre élaboré par les experts représentant des institutions sera validé par le niveau politique et transmis au Premier Ministre. Des consultations se feront sur le contenu et les attentes du secteur concerné pour définir les objectifs communs d'intervention. A l'issue de ces consultations, une rencontre élargie à l'ensemble des secteurs et acteurs sera organisée pour la validation dudit document cadre.
5. Installation de l'Alliance : sous le patronage du Chef du Gouvernement, le document cadre sera présenté et l'ensemble des parties prenantes s'engage à l'occasion par la signature dudit document cadre.

4.2 Gouvernance de l'Alliance Nationale GMV

L'Alliance Nationale GMV est managée par l'institution gouvernementale chargée de la mise en œuvre de la GMV au niveau national. L'Alliance Nationale n'est pas une institution mais un cadre de concertation consultatif permanent labélisé "GMV" impliquant toutes les structures publiques et privées locales les organisations non gouvernementales ainsi que les groupements et associations socio-culturels du champ, d'où naîtront, des 'Ambassadeurs' de la mise en œuvre de la GMV.

La Gouvernance est souple et se fait à la fois au niveau politique et au niveau opérationnel.

(i) **Niveau politique** : Le niveau politique est un Cadre d'orientations et de coordination stratégiques (COCOS). Il est placé sous l'autorité du Président de la République ou du Chef du Gouvernement. Le maître d'œuvre est le Ministre en charge de la GMV. Il réunit tous les Ministres des Départements sectoriels, dont ceux des finances, du plan et de la coopération stratégique pour la mobilisation des ressources.

- Le COCOS se réunit une (1) fois par an sous la présidence du Président de la République ou du Chef du Gouvernement sur proposition du Ministre en charge de la GMV qui présente une communication générale introductive sur les questions pertinentes dans la mise en œuvre de la grande Muraille Verte. Cette rencontre annuelle est élargie aux Hauts responsables d'institutions partenaires et de l'Agence Panafricaine de la Grande Muraille Verte.

- Une rencontre interministérielle sous la présidence du Ministre en charge de la GMV peut se tenir une fois par an ou en cas de besoin pour évaluer l'état d'avancement des engagements financiers et de mise en

œuvre des programmes et projets GMV. La liste des participants est dressée par ministre président de la rencontre après concertation avec le (les) ministre(s) en charge des finances et de la coopération.

- Des communications en Conseil des Ministres pourront être faites en cas de besoin.

(ii) **Niveau opérationnel** : Ce niveau expert, est chargé de la mise en œuvre des orientations générales. Il est dirigé par le Responsable de la Structure nationale dédiée à la GMV. Il concerne les experts des secteurs publics, privé et des institutions partenaires, ainsi que les ONGs. Il est chargé de l'animation, de la mise en œuvre et du suivi des activités de l'Alliance Nationale. Elle organise à ce titre les différentes rencontres d'experts dans le cadre des orientations données par le niveau politique. Des rapports mensuels sur l'état de mise en œuvre sont élaborés et soumis pour une appréciation au ministre coordonnateur. Une rencontre annuelle d'évaluation est organisée, assortie d'un rapport annuel et recommandations soumis pour considération au niveau ministériel. Celle-ci sera programmée deux mois avant les discussions budgétaires.

QUELQUES DATES REPERES DE COMMEMORATION DU CALENDRIER INTERNATIONAL

3 mars	Journée Africaine de l'Environnement
8 mars	Journée internationale de la femme
21 mars	Journée internationale des forêts
22 mars	Journée mondiale de l'eau
22 avril	Journée mondiale de la terre
22 mai	Journée internationale de la biodiversité biologique
25 mai	Journée de l'Afrique
5 juin	Journée mondiale de l'environnement
17 juin	Journée mondiale de lutte contre la désertification et la sécheresse
15 octobre	Journée internationale de la femme rurale
16 octobre	Journée mondiale de l'alimentation
17 octobre	Journée internationale de lutte contre la pauvreté
18 novembre	Journée internationale des Systèmes d'Information Géographique
5 décembre	Journée mondiale des sols
8 décembre	Journée mondiale du climat
18 décembre	Journée internationale des migrants



**AGENCE PANAFRICAINNE DE LA GRANDE MURAILLE VERTE
PAN AFRICAN AGENCY OF THE GREAT GREEN WALL
الوكالة الإفريقية للسور الأخضر الكبير**



BP : 5059 Nouakchott Mauritanie
Tél : +222 45 25 56 88
Site web : <http://www.grandemurailleverte.org>
Page facebook : <https://www.facebook.com/PAGGW/>