

COMITE PERMANENT INTERETATS DE LUTTE CONTRE  
LA SECHERESSE DANS LE SAHEL (CILSS)

---

PROGRAMME REGIONAL GAZ BUTANE

---

RAPPORT D'ACTIVITE

(Mission de consultation du 11 au 25 Juin 1990)

Monsieur Amadou Moustapha SENE  
Expert en Communication

CONSULTANT

COMITE PERMANENT INTERETATS DE LUTTE CONTRE  
LA SECHERESSE DANS LE SAHEL (CILSS)

---

PROGRAMME REGIONAL GAZ BUTANE

---

RAPPORT D'ACTIVITE

(Mission de consultation du 11 au 25 Juin 1990)

Monsieur Amadou Moustapha SENE  
Expert en Communication

CONSULTANT

## SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	2
ACTIVITES.....	3
STRATEGIE DE COMMUNICATION.....	3
Spots TV.....	8
Spots radio.....	13
Film de présentation.....	13
Prospectus.....	15
Affiches.....	16
T-Shirts.....	17
Autocollants.....	17
BUDGETS.....	18
TABLEAU DE BASE STRATEGIE.....	22
TABLEAU PLAN OPERATIONNEL.....	24
CONCLUSION.....	25
RECOMMANDATIONS.....	26
ANNEXES	
- scénario film de présentation	
- synopsis court métrage	
- lettre consultation cinéastes	
- liste personnes visitées	

### RESUME EXECUTIF

Ce rapport présente le travail que nous avons réalisé pendant notre mission de consultation au CILSS (Ouagadougou) pour le compte du Programme Régional Gaz.

Il relate la méthodologie à utiliser pour la production des outils de communication destinés à promouvoir l'utilisation du gaz comme combustible de substitution au charbon de bois et au bois de chauffe.

Il propose également une approche de la stratégie régionale de communication. Cette approche définit les objectifs et les actions d'animation et de sensibilisation pour chaque groupe-cible, les supports susceptibles d'être utilisés, le réajustement du budget.

Enfin, il définit les recommandations sur les orientations possibles de la campagne d'animation et de sensibilisation sur le plan national.

### I. INTRODUCTION

Notre mission avait pour objet d'assister la Cellule Régionale de Coordination du Programme Gaz du CILSS pour la production d'outils de communication de bonne qualité, et de faire des propositions pour leurs réalisations.

Elle s'insère dans les priorités du volet "animation et sensibilisation" du Programme Régional Gaz butane (PRG), à savoir, sensibiliser le milieu urbain afin de susciter sa détermination pour une utilisation du gaz butane dans la préparation de sa cuisine.

La nécessité de sensibiliser la population urbaine correspond aux besoins ressentis par les Etats membres du CILSS de freiner l'accroissement de la consommation du charbon de bois et du bois de chauffe.

La stratégie de communication que nous proposons dans ce rapport servira à créer les conditions d'harmonisation des programmes de communication sur le plan régional.

Au plan national, les actions spécifiques à chaque Etat feront l'objet d'une étude ultérieur.

A l'occasion, de notre consultation, nous avons identifié un obstacle majeur. La production d'outils de communication de bonne qualité technique, nécessite actuellement une technique de pointe en matière d'édition. Le Burkina ne disposant pas d'appareil adéquat pour faire de la sérigraphie de haute précision (impression de 3 à 4 couleurs superposées), il est souhaitable de confectionner les outils de communication à l'étranger (Europe, Dakar, Abidjan).

### III. ACTIVITES

Cette consultation s'est déroulée du 11 au 25 Juin 1990. Elle avait pour objet l'élaboration d'un plan d'animation et de sensibilisation sur le plan régional, et de faire des propositions concrètes pour la réalisation des outils de Communication du Programme Régional Gaz butane (PRG), initié par le CILSS avec l'appui technique et financier de la Commission des Communautés Européennes (CCE).

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec Monsieur Chérif Elvalide SEYE du service Documentation et Information du CILSS, Monsieur SANOU Marius, Coordinateur Régional du Programme Régional Gaz, et Madame KANE Oumou, Assistante du projet.

### III. STRATEGIE REGIONALE DE SENSIBILISATION

#### 1. Objectifs :

La campagne devrait favoriser la promotion de l'utilisation du gaz butane comme combustible de substitution au bois et charbon de bois dans les grandes villes des pays sahéliens, afin de soulager la pression des consommateurs urbains sur le capital forestier de chaque pays.

Ainsi, elle doit sensibiliser les populations sous-régionales sur les avantages sociaux et écologiques que procure la cuisine au gaz.

Par ailleurs, elle assistera chaque Etat membre du CILSS en lui fournissant des outils de communication destinés à son programme de promotion en faveur de l'utilisation du gaz.

Enfin, elle s'insérera de façon harmonieuse dans les actions prévues pour la journée du CILSS prévue le 12 septembre 1990 sur le thème Energies Nouvelles et Renouvelables.

Remarque : Au cours de cette cérémonie, le CILSS tient à mettre l'accent sur les deux projets régionaux :

- le Projet Régional Solaire (PRS)
- le Projet Régional Gaz Butane (PRG).

#### 2. Groupe-cible

Définir le gaz comme combustible de substitution au charbon de bois et au bois de chauffe, équivaudrait à parler d'un combustible destiné à la préparation des repas. Force est de constater qu'en Afrique, la cuisine est une affaire de femmes. Cependant, une analyse globale des relations économiques dans la vie des ménages des populations des pays du Sahel, montre que c'est l'homme qui le plus souvent, finance les dépenses quotidiennes en matière de combustible. Cette dernière remarque est très importante pour comprendre le choix porté sur les thèmes de la campagne de sensibilisation.

Par ailleurs, certains spécialistes seront sollicités durant la campagne comme prescripteurs aux actions de sensibilisation.

Nous retenons : 3 principales cibles

- 1) Les maîtresses de maison
  - 2) Les groupements féminins
  - 3) Les opérateurs économiques
- et un groupe de cible relais : les prescripteurs (Autorités administratives, Presse, Médecins).

### 3. Thème :

Il faut analyser un aspect de la désertification pour comprendre les raisons qui ont poussé l'être humain à couper les arbres.

Il a commencé à utiliser le bois mort pour cuire ses aliments. Ensuite, il observe les effets de ce bois à la combustion et découvre le charbon, combustible encore plus pratique (moins de fumée, facile à brûler, etc...).

Maintenant, la logique veut qu'il utilise un combustible possédant des propriétés qui conviennent parfaitement à ses désirs (propre, sans odeur, facilement réglable, etc...) et qui en plus contribue à préserver son patrimoine forestier.

L'aspect à montrer dans le thème est l'irréversibilité de l'Histoire des peuples qui marchent vers le progrès.

Nous proposons comme thème :  
GAZ, COMBUSTIBLE D'AVENIR .

### 4. Axe :

Nous reconnaissions que le gaz comparé au bois et au bois de charbon de bois est un combustible très pratique. L'accessibilité financière au produit, à son utilisation, est surtout une question de niveau de vie.

Nous avons vu que l'homme finance les achats de combustible de sa femme. Pour la réussite de cette campagne, il est nécessaire de lui faire comprendre sa responsabilité afin de développer chez lui une volonté et une fierté d'offrir à sa femme des conditions idéales de préparation des aliments, et à son pays, les moyens de préserver le patrimoine forestier. Par ailleurs, il nous faudrait exercer une action sur la cible (femmes), en suscitant chez elle une inquiétude, et même une peur des effets du carbone dioxide sur sa santé. Elle l'oblîgera à sensibiliser son mari en faveur de l'achat du gaz et des équipements.

La campagne gravitera donc autour de 3 axes :

- Gaz et protection des forêts
- Gaz et réduction de la pollution (santé contre les émissions de carbone dioxide occasionnées par le bois de bois de chauffe et le charbon de bois).
- Gaz et confort de la cuisine (combustible propre, pratique, sans odeur).

#### 5. Ton des messages

Le slogan de base que nous proposons est :

MON MARI EST PREVOYANT !

Ce slogan présente beaucoup d'avantages : il appartient au langage courant des populations ciblées. De ce fait, il est assez fédérateur pour être mémorisé dans tous les pays :

- Il est assez pertinent parce que c'est la cible qui l'affirme.
- Il s'adapte parfaitement aux axes de communication de la campagne, et pourrait être le titre d'une chanson, d'une pièce de théâtre ou d'un film pour la promotion de l'utilisation du gaz par les populations urbaines.

Recommandations : Traduit dans les langues nationales, ce slogan peut avoir une autre signification. Il faut veiller à ce que le traducteur donne au mot "prévoyant" son véritable sens.

#### 6. Actions :

Elles sont spécifiques à chaque cible (voir tableau de base de la stratégie en page 22 et 23).

##### 1. La maîtresse de maison

Il s'agit de lui faire comprendre que le charbon de bois et le bois de chauffe peuvent altérer sa santé. Elle doit découvrir à travers le message, les avantages liés à l'utilisation du gaz, en insistant sur le temps de cuisine écourté et la qualité des aliments (sels minéraux, fermentation, trempage) préservée.

Nous utiliserons les télévisions et les radios pour éveiller la conscience, les prescripteurs comme le médecin et le maître d'hôtel pour les convaincre.

##### 2. Les groupements féminins

Ils sont considérés comme des cibles relais. Il est préférable de les choisir parmi les plus dynamiques et les former aux actions de sensibilisation, à la connaissance du produit dans tous ses aspects. Il faudrait veiller à ce que les membres retenus disposent d'un réchaud à gaz pour faire la cuisine.

L'objectif est de développer auprès de cette cible des formes de messages ayant un ton de témoignage. Cette technique de communication donne de la crédibilité à la campagne, car ce n'est plus le Programme Régional Gaz qui affirme, c'est la cible qui se porte garant de la pertinence du message en relatant son expérience personnelle. Par exemple, liée à l'utilisation du gaz.

Le Programme Régional Gaz aura pour rôle :

- d'organiser des séminaires pour les sensibiliser sur l'objectif de son programme;
- d'identifier avec elles des programmes d'action d'animation et de sensibilisation;
- de leur fournir certains moyens matériels (films, diapos, T-Shirts, autocollants) comme outils de communication et stimulant aux action de promotion du gaz.

### 3. Les opérateurs économiques

Nous distinguons deux types d'opérateurs :

- . ceux qui ont des produits pouvant servir de support de communication au Programme Régional Gaz (pétroliers, Loterie nationale, distributeurs d'allumettes et de briquets, etc...)
- . ceux qui ont des actions compatibles avec la commercialisation des réchauds à gaz et de son produit (grands commerçants).

Pour les premiers, le Programme Régional Gaz fournira des slogans, le logo et les dessins qui illustreront les tickets de carburant, les billets de loterie, les boîtes d'allumettes, les briquets, les couvertures des cahiers d'écoliers, etc...

La deuxième catégorie permet de résoudre en partie, l'accessibilité géographique des équipements aux populations :

- . Les pétroliers fourniront les informations sur les conditions et modalités de distribution de leurs produits.
- . Ils remettront à la Cellule Régionale de Coordination du Programme Gaz, la liste des conseils liés à la sécurité dans la manipulation et la conservation des équipements.

NB : Des illustrations sur ces conseils et sur les avantages que procure le gaz feront l'objet d'une production d'affiches destinées à soutenir des jeux-concours dont la méthodologie sera définie lors des prochaines consultations.

#### 4. Les prescripteurs

Ils regroupent ceux qui, de par leur profession, exercent une influence directe ou indirecte sur le comportement des cibles. Ce sont : la Presse écrite et audiovisuelle, les médecins, les autorités administratives et scolaires.

Pour que ces personnes puissent jouer pleinement leur rôle de cible-relais, il est indispensable de les informer sur le Programme Régional Gaz butane.

Nous proposons :

- un film de présentation du Programme Régional Gaz
- un prospectus d'information
- une affiche d'information.

#### IV. PLAN D'OPERATION

Il s'agit d'identifier les outils de communication, de définir leur contenu, et de proposer au plan national leur diffusion.

Les outils de communication sont destinés à :

- sensibiliser la cible féminine en faveur de l'utilisation du gaz comme combustible de substitution au charbon de bois et de bois de chauffe;
- informer le public, les autorités administratives, les prescripteurs (Presse, Groupements féminins, Sociétés pétrolières) sur l'existence et la vie du Programme Régional Gaz butane (PRG);
- préparer la journée du CILSS prévue le 12 Septembre 1990.

#### V. OUTILS DESTINÉS À LA SENSIBILISATION

Comme l'indique l'objectif, ils sont destinés à créer au niveau des décideurs, notamment les chefs de famille et les maîtresses de maison une certaine prise de conscience sur le phénomène de la désertification et les effets néfastes de l'utilisation du bois de feu et de charbon de bois pour la cuisson des aliments.

Pour ce faire, il est prévu de produire :

- 3 séries de spots T.V
- 3 séries de spots radio
- 1 court métrage
- 9 000 T-Shirts
- 5 000 autocollants

## VI. OUTILS D'INFORMATION SUR LE PROGRAMME REGIONAL GAZ

Il est prévu :

- un film de présentation du Projet
- une production de diapositives commentées
- un prospectus d'information
- des affiches..

Ces outils d'information seront produits et diffusé pour préparer la journée du CILSS prévue le 12 sept. 1990

### 1) - SPOT T.V

Une série de spots courts de 20 secondes maximum diffusée avec une fréquence est à notre avis, diffusés de façon répétitive sont plus facilement mémorisés par la cible.

Nous proposons 3 séries de spots selon les thèmes :

- Gaz, combustible propre et sans odeur
- Gaz, combustible non toxique
- Gaz, combustible pratique

STORY BOARD

SPOT 1

<u>PLAN</u>	<u>IMAGE</u>	<u>SON</u>	<u>EFFECTS</u>
1	PLAN GENERAL Une vue de la forêt, un bois verdoyant. Fondu sur plusieurs fours de charbon de bois en fumée, au milieu de la brousse.		MUSIQUE
2	EFFET IMAGE : Vue d'un paysage désertique.	Le bois comme combustible, c'est la désertification.	MUSIQUE
3	GROS PLAN d'un feu de bois sous une marmite. Plan élargi au moment où la main d'une femme saisie un bout de bois du foyer ardent.		MUSIQUE
4	Elle met quelques braises dans un fourneau malgache, y ajoute beaucoup de charbon de bois.		MUSIQUE
	La fumée dégage de partout, elle transpi- re, ses yeux pleurent.	Vous détruisez votre santé.	
5	INSERT sur son visage plein de sueur qu'elle essaie avec un bout de son pagne.	Vous dépensez votre énergie.	MUSIQUE
6	IMAGE EN RIDEAU QUI CHASSE LA PRECEDENTE. PLAN : La même femme heureuse, avec son réchaud à gaz.	Le gaz un combustible pratique, sans odeur.	MUSIQUE
7	Allumé, à côté, son époux allongé sur une chaise longue, ils sont heureux.	SON MARI EST PRE- VOYANT.	MUSIQUE

## 8 DIVERS PLANS :

Des femmes avec leurs LE GAZ, COMBUSTIBLE MUSIQUE  
foyers à gaz, D'AVENIR.

- dans une cuisine  
moderne,  
- dans une cour, sous  
un arbre,  
- devant la case en  
paille.

9 FONDU sur la forêt avec POUR NOTRE SURVIE. MUSIQUE  
surimpression du logo  
PRG.

## SPOT 2

<u>PLAN</u>	<u>IMAGE</u>	<u>SON</u>	<u>EFFETS</u>
1	Une vue de forêt, un bois verdoyant. FONDU sur un tas de bois		MUSIQUE
	EFFET IMAGE : Vue d'un paysage désertique	Le bois comme combustible, c'est la désertification	
2	Une femme fait du feu avec du bois de chauffe. La fumée l'envahit.	Elle tousse.	
3	Un médecin à blouse blan- che.	He! Oui Madame. Ce sont les effets de la fumée dégagée par le bois de chauffe.	
4	Une femme avec à ses côtés un fourneau à gaz allumé.	MON MARI EST PREVOYANT	Musicue
5	FONDU sur la forêt	C'est pas étonnant. Il préserve le patrimoine forestier de son pays.	
	SUR IMPRESSION LOGO PRG	Le gaz combustible d'AVENIR !	

## SPOT 3

<u>PLAN</u>	<u>IMAGE</u>	<u>SON</u>	<u>EFFECTS</u>
1	Vue d'une scène de mariage. La mariée est entourée de sa et des garçons et filles d'honneur	Vous vous mariez pour bâtir votre avenir	
2	PLAN RAPPROCHE sur les enfants	l'avenir de vos enfants	
3	au domicile conjugal, le mari offre à sa femme un cadeau. GROS PLAN sur le gros paquet	Le plus beau cadeau qu'un mari prévoyant puisse offrir à sa femme est de lui assurer de meilleures conditions de cuisine	
4	la femme découvre un réchaud à gaz. Elle est heureuse.		
5	La femme cuisine avec son réchaud à gaz	Utiliser le gaz	
6	FONDU sur une forêt SURIMPRESSION LOGO	C'est préserver le patrimoine forestier de vos enfants.	

## 2) - SPOT RADIO

Pour personnaliser la campagne de sensibilisation, le Programme Régional Gaz peut produire un jingle. Le jingle est le repère musical à partir duquel la cible peut identifier le message. Il accompagne les spots TV et Radio produits pour les Etats membres du CILSS.

Le contenu des spots radio sera le même que celui de la TV.

## 3) - FILM DE PRÉSENTATION (T.V)

Il sera produit en français et durera 15 mn. Chaque pays membre recevra en plus de la version française, une cassette (UMATIC) sans commentaire. Il lui appartiendra de faire le mixage du son dans ses/sa langue(s) nationale(s).

a) Contenu : L'on distingue 3 grandes parties.

### \* Le sahel face à la désertification

L'objectif est de faire comprendre aux téléspectateurs que c'est l'homme qui est lui-même à l'origine de la déforestation.

. Présentation d'un homme qui a commencé à utiliser le bois mort pour la cuisson des repas (la forêt est en abondance). Ensuite, il observe les effets de combustion et découvre le charbon de bois (combustible encore plus pratique que le bois, moins de fumée, facilement transportable, donc possibilité de la commercialiser dans les centres urbains), ce qui l'amène à la coupe anarchique du bois.

C'est le début de la désertification. Le phénomène s'accélère avec la croissance démographique et l'urbanisation.

### \* Les solutions :

Les distances à parcourir deviennent de plus en plus longues. L'idée d'économie de ce bois s'impose.

- Il commence à utiliser les foyers améliorés. Cela ne résout pas le problème. Il est amené à réfléchir sur les énergies de substitution :

- Interview de quelques experts
- Présentation du PRG

### \* Les responsabilités individuelles face à l'avenir des générations futures

---

Le choix des énergies de substitution peut encore être à un certain niveau difficile. Mais rien faire, serait l'œuvre d'un irresponsable.

b) Distribution

Ce film sera distribué aux télévisions des Etats membres du CILSS. Il serait diffusé le jour de la journée du CILSS avec un débat sur le problème de la désertification et l'utilisation des énergies de substitution.

Il est suggéré à chaque Etat d'organiser un grand débat regroupant :

- Un responsable du CILSS
- Un responsable de protection des forêts
- Un responsable du Département du Commerce
- Une responsable des groupements féminins
- Des journalistes spécialisés en matière d'énergie et de déforestation.
- Un responsable de l'énergie
- Un candide, c'est-à-dire une maîtresse de maison.

4) - COURT METRAGE

Le synopsis a été envoyé aux cinéastes depuis le 29 Mai 1990. Il doivent proposer un scénario et une estimation financière (voir annexe : texte et lettre).

La clôture des offres est prévue le 15 Juillet 1990.

La seule observation que nous pouvons émettre sur le contenu du synopsis est qu'il risque d'orienter les travaux des réalisations autour du rapport qui existe entre la consommation du bois de chauffe et le gaz, alors que dans la plupart des villes des pays membres du CILSS, c'est le charbon qui est le plus souvent utilisé.

Dans tous les cas, le réalisateur du court métrage sera choisi en fonction de ses compétences techniques (références et expériences).

5. DIAPOSITIVES DE PRESENTATION PRG

Elles sont destinées à informer, chaque fois que le besoin se fait sentir, les personnes ou groupe de personnes impliquées dans le PRG. Une copie sera remise au département Documentation du CILSS et CONACILSS pour les Experts et Bailleurs de fonds qui souhaiteraient être informés sur le Programme Régional Gaz, et pour assurer la formation des groupements féminins. Elles feront l'objet d'une production maximum de 80 diapos (dessins, photos, graphisme) commentés avec top de synchronisation.

a) Contenu :

1<sup>er</sup> partie : Le Sahel face à la désertification.  
Il s'agit de présenter les causes de la désertification du fait de l'action de l'homme.

2 ème partie : Les différents supports utilisés dans chaque Etat membre pour économiser le combustible.

3 ème partie : Présentation du PRG (ses différents volets), sa justification, les avantages liés à l'utilisation du gaz conformément à la politique énergétique de chaque pays.

b) Distribution :

Elles seront reproduites en trois exemplaires : un (1) en français, un (1) en anglais et un (1) en portugais. Il appartiendrait aux Etats membres de traduire les commentaires dans les langues nationales pour la formation des groupements féminins.

NB : Chaque Etat membre devrait disposer d'un matériel de diffusion carroussel, magnétophone avec top de synchronisation, écran de projection.

6. LE PROSPECTUS

Il sera réalisé au niveau régional (CILSS) et diffusé dans les Etats membres.

a) Présentation technique

Il devra être "synthétique" et facile à lire. Pour le rendre attractif, nous proposons :

- une réalisation en quadrichromie avec quelques illustrations.
- un format de 10 x 21 cm avec 4 volets
- le papier en couche (environ 180 grammes)

Il sera tiré en 2 000 exemplaires.

b) Contenu

- . brève présentation du CILSS
- . la justification du Projet (le problème).

Il convient d'insister sur le fait que même avec une utilisation généralisée de foyers améliorés, le Sahel continuera à être dans une situation de déficit entre l'offre et la demande de bois.

. présentation sommaire du Projet. Pourquoi le choix du gaz et les ambitions du Programme Régional Gaz en matière de :

- baisse du prix du gaz et des équipements
- adoption des supports marmites à l'art culinaire sahélien.

. avantages du gaz : sécurité, confort et rapidité, réduction de la pollution.

. illustrer les règles de sécurité et les précautions à prendre.

c) Distribution : Le prospectus sera distribué par le PRG auprès :

- des groupements féminins
- des sociétés pétrolières
- des cellules nationales de coordination (CNG) et CONACILSS
- de la presse/Club des Amis du Sahel
- de l'administration
- de la Commission des Communautés Européennes

## 7. LES AFFICHES

Par souci d'économie, les affiches de présentation peuvent être celles de la journée du CILSS.

### a) Présentation

- Format 40 x 60 cm
- Papier couché
- Tirage 5 000 exemplaires dont 500 en anglais et 500 en arabe.

### b) Contenu

- \* Le logo du Programme Régional Gaz
- \* Les couleurs des Etats membres (référence faite aux différents drapeaux de chaque pays)
- \* Le slogan : PROTEGEONS NOS FORETS  
GAZ combustible d'AVENIR

### c) Distribution

Dans les Etats membres du CILSS

- Cellules nationales de Coordination PRG
- Sociétés pétrolières
- Groupements féminins
- Les administrations (Hôpitaux, écoles, services publics.)

## 8. LES T-SHIRTS

Ils ont pour objet de stimuler les initiatives des populations en faveur de la promotion du gaz butane.

### a) Présentation

- . en coton (100 %) résistible au lavage.

### b) Tirage

- . impression recto : le logo en trois couleurs  
verso : le slogan 1 couleur noir au blanc  
MON MARI EST PREVOYANT  
MA SANTE LE PROCCUPE  
MON CONFORT L'OCCUPE  
MON BONHEUR EST LE SIEN

il m'achète le gaz butane

GAZ, COMBUSTIBLE D'AVENIR

- . tirage en 9 000 exemplaires.

### c) Distribution

- Cellules nationales de coordination PRG
- Groupements féminins
- Revendeurs d'équipements et de gaz

## 9. AUTOCOLLANTS

Ils sont destinés à stimuler les populations à utiliser le gaz butane. Ils servent surtout à véhiculer l'image du logo du Programme Régional Gaz PRG.

### Présentation

- Format : 11 cm de diamètre
- Impression : 3 couleurs
- Tirage : 5 000 exemplaires

### Contenu

- Groupements féminins
- Cellules nationales de coordination du PRG
- Cible possédant un véhicule ou une moto
- Pétroliers pour leurs clients.

## VII.

## BUDGET ESTIMATIF

=====

1. SPOTS TV/RADIO

## A - TELEVISION

REALISATION

## EQUIPE TECHNIQUE

- Directeur Production	500 000
- Cameraman	500 000
- Assistant	250 000
- Réalisateur	600 000
- Commentateur	200 000

Matériel de tournage  
 75 000 FCFA x 10 j

750 000

## CASTING

Comédiens  
 10 x 40 000 FCFA

400 000

## FOURNITURES

6 cassettes Béta

36 000

POST-PRODUCTION

- Studio Pré-montage 5 jours	1 375 000
- Studio montage et effets spéciaux	900 000
- Studio Son (speaker) Mixage son et musique	250 000

Copie BVU PAL

200 000

Copie VHS

100 000

## TRANSPORT (P.M)

Dakar Paris Dakar  
 (Pour 3 personnes)

Séjour 10 jours

1 050 000

## B - RADIO

1 000 000

- Studio
- Commentaire
- Mixage

TOTAL

7 111 000

2. FILM PRESENTATION PRG

<u>REALISATION</u>	2 090 000
--------------------	-----------

## EQUIPE TECHNIQUE

- Chef opérateur	300 000
- Preneur de son	100 000
- Assistant	180 000
- Régisseur	140 000

## MATERIEL

- Caméra	500 000
- Accessoires	150 000
- Eclairage	150 000
- Nagra et Micros	120 000

## FOURNITURES

- Cassettes	450 000
-------------	---------

<u>POST-PRODUCTION</u>	705 000
------------------------	---------

## MONTAGE

- Location salle	80 000
- Monteur	240 000
- Banc de titrage	60 000
- Effets spéciaux	120 000

## SONORISATION

- Repiquage son	35 000
- Musique	250 000
- Studio	120 000

## MIXAGE FINAL

- Studio	120 000
- Ingénieur son	20 000
- Speaker	45 000

<u>PRODUCTION</u>	4 000 000
-------------------	-----------

- Directeur de production	1 250 000
- Réalisateur	1 000 000
- Séjour et défraiement 10 jours; 3 personnes	1 050 000
- Administration et assurances	700 000

<u>TRANSPORT - P.M.</u>	_____
-------------------------	-------

TOTAL	_____
-------	-------

6 850 000	_____
-----------	-------

3. DIAPOSITIVES

- Prises de vues	400 000
- Illustrations	200 000
- Commentaires	150 000
- Mixage son	125 000
- Top de synchronisation	25 000
- Montage	400 000
- 3 copies	150 000
<b>TOTAL</b>	<b><u>1 650 000</u></b>

4. PROSPECTUS

- Conception (maquette et illustrations, composition de textes)	350 000
- Photogravure	450 000
- Impression 2 000 exemplaires	3 000 000
<b>TOTAL</b>	<b><u>3 800 000</u></b>

5. AFFICHES

- Conception (maquette, composition)	120 000
- Photogravure (3 séries)	300 000
- Impression (3 séries) 5 000 exemplaires	4 000 000
<b>TOTAL</b>	<b><u>4 420 000</u></b>

6. T-SHIRTS

- 9 000 T- Shirts	9 000 000
- Impression	1 800 000
<b>TOTAL</b>	<b><u>10 800 000</u></b>

7. AUTOCOLLANTS

- Frais techniques	100 000
- Impression 5 000 exemplaires	1 500 000
<b>TOTAL</b>	<b><u>1 600 000</u></b>

## BUDGET RECAPITULATIF 1990

a) SPOT (3)	7 111 000
<b>TV</b>	
Réalisation de trois séries en français	
- RADIO	1 000 000
b) FILM DE PRESENTATION PRG (1)	6 850 000
Réalisation en vidéo	
c) DIAPOS COMMENTEES DU PRG (1)	1 650 000
d) PROSPECTUS DE PRESENTATION PRG (2 000)	3 800 000
e) AFFICHES (5 000)	4 420 000
f) T-SHIRTS (9 000)	10 800 000
h) COURT METRAGE	50 000 000
g) AUTOCOLLANTS ( 5 000)	1 600 000
<b>TOTAL</b>	<b><u>87 231 000</u></b>

ANALYSE DU BUDGET

Une étude du budget proposé ici, fait ressortir un dépassement de 12 731 000 FCFA par rapport au budget initial (84,5 millions). Cette situation est due en fait que le Programme Régional Gaz n'avait pas prévu certains supports comme les diapos, les autocollants, le film de présentation du PRG qui sont des outils essentiels pour assurer à son programme de communication une efficacité.

Par ailleurs, certains postes, comme le court métrage, ont été à notre avis surévalués. Les entretiens que nous avions eus avec certains réalisateurs, démontrent que le film peut être produit avec un budget maximum de 50 000 000 (cinquante millions) de F.CFA, sans pour autant altérer la qualité cherchée par le CILSS sur la production de ses outils de communication.

Nous proposons de rééquilibrer le budget en affectant le surplus du budget du court métrage (10 000 000 CFA) aux postes déficitaires, et de récupérer 2 731 000 sur les fonds d'appui aux initiatives nationales.

Le budget de 1991/1992 reste sans changement.

TABLEAU DE BASE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

GROUPE CIBLE	OBJECTIF	ACTIONS	SUPPORTS	CALENDRIER	EXPERT COMMUNICATION
Maitresse de maison	Développer des messages de communication  Les conseils, les avantages liés à l'utilisation du gaz.	- Messages publicitaires  - Confection petits médias  Organisation jeux-concours de sensibilisation. Emissions sur la cuisine.	TV - Radio T-Shirts Autocol-lants Affiches  TV-Radio T-Shirts	Juil. 1990 Mai 1991  Sept 1990 Janv. 1991	Production outils deux (2) consultations  Mise en place méthodologie sur le plan national trois (3) consultations
Groupe-méments féminins	S'appuyer sur elles pour vulgariser les plans d'action et les messages d'information sur le PRG.	Séminaires Conférences  Voy. d'étude Causeries	Diapos Film de présentation PRG  Prospectus (préparation journée CILSS)	Sept 1990 Sept 1991  Sept 1992	Identification des cibles Production des outils de communication trois (3) consultations

Opérateurs économiques (pétroliers et distributeurs)	Développer un programme de communication axé sur le rapport combustible alternatif/désertification	Séminaires Plantation d'arbres Sponsoring des associations féminines	Presse Radio T-V Salons et Journées du CILSS (Sept) Journée de l'environnement (Juin) Campagnes nationales de reboisement Sport féminin	1990 1991 1992	Analyse des supports de propositions d'un plan de participation aux différentes manifestations  trois (3) consultation
--	--	--	---	----------------------	--

REMARQUE : 1 consultation = deux semaines.

Les consultations auront lieu dans les Etats membres du CILSS.

## PLAN OPERATIONNEL DU PROGRAMME DE COMMUNICATION PRG

DESIGNATION	1990	1991	1992
PRODUCTION (petit médias)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 spots TV</li> <li>- 1 film de présentation</li> <li>- 3 spots Radio</li> <li>- 1 programme diapos présentation PRG</li> <li>- 2 000 prospectus</li> <li>- 3 000 T-Shirts</li> <li>- 5 000 autocollants</li> <li>- 1 court métrage</li> <li>- 5 000 affiches</li> </ul>	10 000 T-Shirts 10 000 affiches promotionnelles 5 000 affiches d'information 10 000 autocollants	-
DIFFUSION	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (petits médias)</li> <li>- Messages publicitaires</li> </ul>	Petits médias jeux concours messages publicitaires	Messages publicitaires
EVALUATION	Evaluation distribution des petits médias	Impact des messages et jeux concours	Evaluation globale du PRG
BUDGET PREVISIONNEL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production (84,5 millions)</li> <li>- Evaluation = PM</li> </ul>	Production (24,5 millions) Evaluation = PM	Evaluation = PM

Petits médias = T-Shirts, autocollants, affiches.

## CONCLUSION

Au terme de notre première consultation, il nous semble nécessaire de tirer les conclusions suivantes :

\* La consultation a été l'occasion pour le volet Sensibilisation du PRG de mesurer la capacité de la Télévision et Radio Burkina Faso, à s'investir dans les programmes de sensibilisation des population en faveur de l'utilisation des combustibles alternatifs. Selon son directeur Général, Mr Clément SAWADOGO, il suffit pour cela, que le PRG propose un plan d'action annuel de sensibilisation et d'animation nationale, et prenne en charges certains aspects financiers (fournitures de cassettes UOMATIC 3/4 pouces et bandes magnétiques, perdiem des techniciens). La même approche peut être proposée aux cellules nationales de coordination du PRG.

\* La journée du CILSS prévue le 12 Septembre 1990 est un temps fort de la campagne de sensibilisation du Programme Régional Gaz butane et du Programme Régional Solaire. Nous pouvions définir une stratégie commune à ces programmes. Malheureusement, les tâches qui nous étaient demandées se sont limitées au gaz butane.

\* La stratégie proposée dans ce rapport ne définit pas le média-planning, c'est-à-dire, le plan de diffusion des messages publicitaires. Il appartient aux cellules nationales du Programme Gaz butane de déterminer leur programmation (TV et Radio) par rapport au budget dont elles disposent, et selon les conditions d'achat d'espace fixé par la régie publicitaire de chaque Etat membre.

Toutefois, le PRG peut lancer sa campagne de communication lors de la journée du CILSS. Il suffit de proposer aux Etats membres de diffuser :

- le film de présentation après le discours du Secrétaire exécutif,
- les spots tv et radios programmés dans les quinze jours qui suivent la journée selon les horaires et tarifs en vigueur dans chaque pays,
- les affiches, une semaine avant la journée du CILSS,
- les T-Shirts et autocollants aux groupements et associations qui participeront à cette journée

RECOMMANDATIONS

Pour une plus grande efficacité du travail du volet sensibilisation, nous recommandons au PRG les actions suivantes :

1 - Création d'un comité régional de la promotion du gaz-butane chargé d'harmoniser les plans d'animation et de sensibilisation de chaque Etat membre avec les stratégies de communication, des projets nationaux de reboisement, des pétroliers. Celà aura pour avantage de permettre au PRG de mieux impliquer ces structures à ses activités.

Les journées de l'arbre, les campagnes nationales de reboisement, les journées mondiales de l'environnement, les journées du CILSS, les quinzaines de la femme, sont des célébrations, facteurs de mobilisation de masses qui permettent au PRG d'y distribuer des produits médiatiques. Toutefois, pour que ces célébrations puissent s'insérer harmonieusement dans le PRG, il est nécessaire qu'elles développent des thèmes et axes autour des objectifs identifiés par ce dernier. (exemple : les campagnes nationales de sensibilisation du PRG peuvent être lancées lors de la journée du CILSS qui a pour thème les énergies renouvelables).

\* Le comité sera composé de :

- coordinateur régional du PRG, chargé de présenter les objectifs et les réalisations en cours pour chaque Etat membre, d'approuver les propositions des plans d'action de communication spécifiques à chaque Etat,

- coordinatrice régionale des groupements féminins, chargée d'identifier les formes d'appui financier et technique que le PRG peut apporter aux associations et groupements féminins.

- responsable de la documentation et de l'information du CILSS chargé de favoriser les relations entre les structures nationales de radio/télévision/presse et les cellules nationales du PRG, d'assurer l'information des publics concernés par les décisions prises au sein du comité (autorités, groupements féminins,...),

\* Ces personnes travaillant ensemble au CILSS, ils pourront se réunir chaque fois que le besoin se présente.

Elles seront assistées d'un consultant en communication chargé de

- définir les stratégies nationales à partir des orientations de la politique du CILSS sur les énergies renouvelables,

- identifier les manifestations et célébrations dans lesquelles le PRG et le PRS peuvent s'impliquer et proposer un plan d'action,

- identifier les "personnes ressources" pour l'exécution et le suivi des campagnes d'animation et de sensibilisation de chaque Etat,

- étudier les propositions de parrainage ou de sponsoring des groupements et associations féminines et d'évaluer leur importance par rapport aux objectifs du PRG ou du PRS

## 2 - Evaluation des actions de sensibilisation

Il est recommandé de faire appel à un consultant sociologue qui a une expérience dans le domaine de l'évaluation de l'impact des actions de sensibilisation des populations. Pour cela, il faut se rapprocher de ceux qui ont réalisé des études sur la population féminine ciblée par le PRG.

## 3 - Priviléger la cible scolaire

La nécessité de sensibiliser les écoles correspond aux besoins ressentis par le CILSS d'adapter l'école du sahel à la réalité du milieu environnant.

En général, les rigidités de la formation scolaire dans les Etats membres du CILSS ne permettent pas de rapprocher l'école de la question fondamentale de la lutte contre la désertification et la promotion des énergies renouvelables. Ceci constitue un obstacle majeur qui contribue à séparer l'école de la vie extérieure. Aussi, nous recommandons au PRG de développer une stratégie de communication qui servira à créer les conditions d'appui des structures de l'éducation nationale de chaque Etat par :

- \* la production de supports didactiques ( cartons illustrés, des programmes diapos, des affiches, manuels, des films video...etc.),

- \* l'organisation de "portes ouvertes" sur les centres de recherches sur les énergies renouvelables,

- \* La formation des enseignants et éducateurs sociaux sur les thèmes des énergies de substitution au bois de chauffe et charbon de bois,

- \* L'évaluation, à travers un concours de dessins, de l'expérience de l'élève, la notion qu'elle a de l'utilisation des combustibles alternatifs pour protéger son patrimoine forestier,

- \* Des propositions de thèmes à adapter par le théâtre scolaire,

Toutes ces actions seront précisées pendant nos prochaines consultations.

#### 4 - Mettre en place un réseau permanent de communication

Pour un meilleur suivi de son programme, le PRG doit développer des moyens de communication :

##### \* les panneaux urbains

Le principe consiste à proposer aux pétroliers distributeurs de gaz de confectionner des panneaux en fer ou en béton, dans les centres urbains des Etats membres. Le PRG fournira les slogans et messages illustrés. Les cellules de coordination nationales prendront en charge la décoration et les taxes éventuelles.

##### \* un bulletin d'information

Elle a pour objet de mieux coordonner les activités du PRG par un système d'information en aval et en amont de la production du gaz-butane. Sont concernés :

- les bailleurs de fonds,
- les pétroliers,
- les groupements féminins,
- les coordonnateurs nationaux du PRG,
- les autorités administratives des Etats membres du CILSS,
- les projets nationaux de reboisement.

Sa confection peut être confiée au SDI Service documentation et information (SDI) du CILSS. La SDI serait encore plus opérationnelle pour produire le bulletin s'il dispose de matériel requis pour la publication assistée par ordinateur (LQ PAO)

Les avantages d'une publication assisté :

- Annulation des budgets d'imprimeurs.
- Réalisation sur site.
- Centralisation des informations.
- Modifications aisées des textes.
- Révisions aisées.
- Création de librairies de maquettes.
- Archivages aisés en vue de réalisation de revues périodiques, de recherches documentaires pour des sites externes.
- Possibilités d'extensions futures pour d'autres formes de réalisations.
- Possibilités d'extension à la réalisation de films

documentaires, diapositives, etc.

Les avantages d'une telle structure pourront être notoires après la réalisation de quelques bulletins, ceci par rapport au coût du matériel, en moyenne 7 millions cfa hors taxes.

La liste du matériel fera l'objet de recherches. Nous recommandons au PRG de prendre l'attache d'un consultant en informatique qui aura la capacité de former une ou deux secrétaires du CILSS à la PAO

\* acquisition de productions.

Le PRG devrait mettre à la disposition du SDI des productions audiovisuelles, des manuelles, des photos pour l'information et la formation de ses groupes-cibles, de la presse,...

Il peut acheter, au près de ENDA-tiers monde, certaines productions comme :

En Diaporama

- phénomène de la desertification 6'50 - 33.500 cfa
- rôle des arbres et la lutte contre la désertification 8'28 - 35.000 cfa
- bois de feu consommation 8' - 28.500 cfa
- bois de feu économie alternative 8' - 34.500 cfa
- bois de feu et charbon de bois 11'10 - 48.500 cfa

En Film VHS

- quel avenir pour la sécheresse ou le Ferlo en question 50.000 cfa

Les prix ne sont qu'indicatifs.

Ces productions pourront être proposées aux cellules nationales du PRG qui auront à les payer.

D'autres productions existent certainement sur le thème, le SDI peut effectuer des recherches dans ce sens.

Par ailleurs, pour assurer une meilleure formation et information de ses publics, le PRG devrait disposer d'une unité de diffusion de ses programmes diapos. Elle sera composée :

- d'un projecteur diapos,
- d'un écran,

- d'un magnétophone avec tops de synchronisation

Ce matériel sera mis à la disposition du SDI. Les cellules nationales de coordination peuvent disposer du même matériel pour sensibiliser leurs populations-cibles.

5 - Assurer une harmonisation de la campagne de sensibilisation

Il s'agit de veiller sur le respect du contenu, du graphisme et des couleurs définis pour l'ensemble des outils de communication. Nous recommandons au PRG de présenter officiellement, aux cellules nationales de coordination, la stratégie, le logo. Cela pourrait faire l'objet d'une réunion au siège du CILSS. Le consultant y sera invité.

6 - Rendre opérationnel le travail du consultant

Il faudrait favoriser le consultant en communication à visiter avec un responsable du PRG l'ensemble des Etats membres pour mieux apprécier les potentialités nationales qui existent dans le domaine de la communication. Il pourrait ainsi aider les cellules nationales de coordination du PRG à mettre en place des stratégies d'animation, à identifier les structures susceptibles d'assister le volet sensibilisation.

Par ailleurs, la complexité de chaque plan d'action national, rend difficile l'élaboration d'une seule stratégie. Certains pays sont plus avancés que d'autres dans la réalisation des objectifs, ce qui nous oblige à définir selon les pays des actions de lancement, d'entretien, ou de développement du produit gaz

A N N E X E S

A N N E X E S

## SCENARIO FILM DE PRESENTATION

IMAGETEXTE

Vue générale d'une forêt dense, une fumée s'échappe de cette forêt.

plan rapproché sur la fumée

nous découvrons un être "préhistorique" qui fait sa cuisine avec du bois mort. la fumée l'envahit, il tousse

gros plan sur le bois en combustion

plan rapproché sur la partie carbonisé du bois

gros plan sur un tas de en combustion

fondu sur un four à charbon

vue générale de l'homme à côté de sa production de charbon  
plan rapproché sur lui il se frotte les mains, satisfait.

vue générale d'un site déboisé  
plan rapproché sur un tas de bois fondu sur un tas de charbon

Des camions remplis de charbon de bois, qui traversent une ville  
un groupe de femme revient du marché avec des panniers pleins de charbon.

Vue générale d'une ville,  
fondu sur une terre désertique

Depuis longtemps l'être humain utilisait le feu pour faire cuire son repas

Il utilisait le bois mort

Il observe les effets de de combustion et découvre le charbon

Il constate que le charbon dégage moins de fumée donc, pratique

Il commence à couper les arbres pour en fabriquer

Il se dit qu'il pourrait s'enrichir en vendant son produit au village  
Il décide de le commercialiser.

c'est le début de la désertification.

la croissance démographique, l'urbanisation accélère le phénomène

la forêt s'éloigne, les distances à parcourir deviennent de plus en plus longues. le charbon et le bois de chauffe commence à être rares.

Vue générale sur des foyers améliorés  
plan rapproché sur une main qui met du bois dans un BAN AK SUF

l'idée d'économie s'impose  
L'être humain commence à utiliser les foyers améliorés

Vue générale d'hydrocarbures, de gisements, de fûts,

cela ne résoud pas son problème, il commence à réfléchir sur des énergies de substitution

vue d'un centre d'stockage de gaz  
vue d'une unité de remplissage des bouteilles

De toutes les énergies, le gaz butane paraît être le combustible qui a plus de chance de se substituer aux combustibles ligneux

gros plan sur des femmes qui cuisinent avec du gaz

il est propre et sans odeur,

gros plan sur un brûleur, une main règle le feu

brûleur facilement réglable,

une charette remplit de bouteille une femme en mobylette avec sa bouteille de gaz

meilleure disponibilité sur le marché

## II

carte de l'Afrique,

pour créer une situation favorable à la substitution du gaz butane au bois de chauffage, les pays du CILSS, aidés par la CCE ont initié un programme régional de gaz pour faire progressivement cesser le mode d'exploitation du bois qui est destructeur des forêts péri-urbaines.

plan rapproché sur la carte du CILSS

incrustation images de plantations

INTERVIEW coordonnateur région.

comment peut-on apprécier ce programme ?

tout se joue, en fait autour de quatre acteurs  
 - les pouvoirs publics par une politique fiscales, une réforme de la structure des prix, une politique forestière

INSERT image d'une façade de société pétrolière, fondu sur une unité de fabrication des équipements, plan rapproché sur un camion de livraison de gaz butane

IMAGE du coordonnateur

- les professionnels du gaz qui doivent s'engager à consentir les investissements nécessaires, à réduire les prix des équipements gaz et du gaz  
 - les bailleurs de fonds impliqués dans ce domaine

gross plan d'une femme qui cuisine avec son réchaud à gaz

- les associations féminines qui doivent se mobiliser pour réduire les résistances à l'emploi du gaz et promouvoir la sécurité dans l'utilisation du gaz

IMAGE du coordonnateur interview

quels sont les moyens qui sont mis en oeuvre pour atteindre les objectifs

- le fonds gaz qui répond aux besoins d'alléger les charges à supporter par les consommateurs, les distributeurs, les Etats pour développer le marché du gaz butane

IMAGE du service information interview

- la sensibilisation des femmes aux avantages individuels et sociaux du gaz butane

gross plan sur des artisans qui fabriquent des supports marmites

- appui à la production des supports marmites

INCRUSTATION d'un wagon citerne

- achat de wagon citerne

qui traverse la carte du CILSS  
dans le sens pays côtiers, pays  
enclavés

fondu sur les drapeaux entourant  
le logo PRG le tout incrustés dans  
la carte du CILSS

Le tout dans un cadre de  
concertation et d'informa-  
tion entre les responsables

### III

#### IMAGE coordonnateur INTERVIEW

qu'elle est la durée du  
programme ?

Le PRG se termine en 1992

vue générale de villes,

IMPRESSION des contours  
de la carte du CILSS,  
fondu sur un site reboisé

cependant, les effets du  
programme se feront sentir  
en réalité sur une période  
de 7 ans avec une économie  
673 000 tonnes de bois  
soit l'équivalent d'un  
projet de reboisement vil-  
lageois de meilleure  
productivité de 25 000 ha.

### FIN

#### L O G O PROGRAMME REGIONAL GAZ BUTANE

PRODUCTION .....	CILSS
PRODUCTEUR DELEGUE .....	AMADOU MOUSTAPHA SENE
REALISATION.....	FILMAG
MUSIQUE.....	PM
REMERCIEMENTS.....	
.....	
.....	
.....	
.....	

COMITE PERMANENT INTERETATS DE LUTTE  
CONTRE LA SECHERESSE DANS LE SAHEL

-----00-----

PROGRAMME REGIONAL GAZ BUTANE

-----00-----

SYNOPSIS DU FILM SUR LE PROJET DE  
PROMOTION DE L'UTILISATION DU GAZ  
BUTANE DANS LES PAYS DU C.I.L.S.S  
COMME COMBUSTIBLE DE SUBSTITUTION  
AU CHARBON DE BOIS ET BOIS DE FEU

I - CONTEXTE

Au Sahel, malgré la précarité des ressources forestières, le bois de feu demeure la principale source d'énergie utilisée pour la cuisson des aliments.

Cette consommation actuellement estimée à 13 millions de tonnes/an couvre 90 à 95 % des besoins en énergie domestique et 75 % de l'énergie primaire.

Même s'il est vrai que dans les quatre pays du CILSS (Cap Vert, Gambie, Guinée Bissau, Tchad), la production nationale peut encore satisfaire la demande, la situation générale reste très critique et même alarmante au regard :

- de l'accroissement démographique (très accentué dans les centres urbains) ;
- des contraintes économiques des pays -le faible pouvoir d'achat des populations qui fait maintenir le prix du bois à un niveau très bas- par rapport à la valeur économique ;
- des habitudes culinaires et/ou des réticences psychologiques.

Le déséquilibre entre l'offre et la demande entraîne une surexploitation des ressources forestières qui, au fur et à mesure qu'elles se raréfient, laissent s'installer des circuits commerciaux complexes et difficiles à contrôler. La loi étant celle de maximiser le profit, l'on aboutit à une accélération

- le fonds gaz destiné à alléger la charge des dépenses à supporter pour développer le marché du gaz :
  - aide financière à l'acquisition du premier équipement pour les consommateurs ;
  - aide financière à la constitution ou extension de stocks outils au niveau des sociétés de distribution ;
  - aide à l'Etat pour la réduction des prix de gaz, de la bouteille ou du réchaud.
- l'appui à la production des supports marmites ou réchauds adaptés à l'art culinaire du pays ;
- le transport du gaz butane (l'achat de wagons-citernes ou camions-citernes) ;
- l'appui technique et financier aux structures d'exécution du programme.

Le coût global du projet est de 8 260 000 ECU soit environ 3 milliards de francs CFA, et la Convention de Financement a été déjà signée. Bailleur de fonds : FED

### III. - BUT DU FILM

Ce film qui s'inscrit dans le cadre de la rubrique sensibilisation, a donc pour but, celui d'inciter la population cible choisie (fonctionnaires, ouvriers) à se pencher sur les problèmes ci-dessus cités et à se désintéresser progressivement du bois pour utiliser le gaz butane comme combustible de substitution.

Sans perdre de vue son caractère promotionnel (avantage du gaz), le film devra néanmoins tenter de poser les problèmes, et de garder une certaine crédibilité.

Une fiction peut être utilisée pour suggérer le but qu'on veut atteindre. Dans les cas, le film devra allier l'utile à l'agréable. Il lui faut être regardé car aucune contrainte n'oblige les spectateurs à le regarder.

Devant être projeté dans les neufs pays membres, il évitera d'être trop caractéristique d'un pays donné. Le film sera projeté sur les TV des pays membres et probablement

COMITE PERMANENT INTERETATS  
DE LUTTE CONTRE LA SECHERESSE  
DANS LE SAHEL



PERMANENT INTERSTATE COMMITTE  
FOR DROUGHT CONTROL  
IN THE SAHEL

PROGRAMME REGIONAL GAZ BUTANE

CILSS

SECRETARIAT EXECUTIF : B.P. 7049 OUAGADOUGOU (BURKINA FASO)

Téléphone : 33-42-52 / 33-43-55 / 33-48-70

Télex : 5263 COMITER Ouaga

N/Réf. 036 /PRG/K0/RS

Ouagadougou, le 29.05.90

V/Réf.

OBJET : Transmission synopsis sur  
film documentaire

Dans le cadre de l'exécution du Programme Régional Gaz butane, le CILSS souhaite réaliser un film documentaire pour la promotion de l'utilisation du gaz butane comme combustible de substitution au bois et au charbon de bois dans les pays du Sahel.

A cet effet, j'ai l'honneur de vous faire parvenir un synopsis sur le contexte et les objectifs du programme, le but du film et les modalités de sa réalisation.

Au cas où cette offre vous intéresserait, je vous prie de me faire parvenir votre proposition de scénario au plus tard le 15 Juillet 1990.

Pour toutes informations complémentaires, vous voudriez bien contacter Monsieur SANOU Marius, Coordonnateur du Programme BP 7049 Tél. 31 13 23 Ouagadougou BURKINA FASO

En vous souhaitant une bonne réception, je vous prie d'agrérer,  
l'assurance de mes sentiments distingués.

P.J. : 1 Synopsis

Le Secrétaire Exécutif a.i.,

LISTE DES PERSONNES RENCONTREES

---

- |                                |                              |
|--------------------------------|------------------------------|
| 1 - Mme ILBOUDO Martine CONDE, | Conseiller en Communication  |
|                                | ZAMA Publicité.              |
| 2 - A. YAGO                    | Marketing Promodis Distribu- |
|                                | tion.                        |
| 3 - Mr Jean Martin VENNEDO     | Imprimerie Nationale du      |
|                                | Burkina                      |
| 4 - Mr Clément SAWADOGO        | Directeur Général RTB        |
| 5 - Fati OUEDRAOGO             | Ambassade du Canada          |