GROUPE PROGESIS/LABO MARKETTING: PAVILLON USIMA , POINT E , BP 15462 DAKAR
FANN. TEL (221) 8243542, 8248449, FAX☹221) 8243542, MAIL:romath@telecomplus.sn

TECHNO-FOIRE

BAMAKO 2001

RAPPORTS INTERIMAIRES

RAPPORT DE L'APPROCHE DU FINANCEMENT, DE L'ORGANISATION ET DE LA COMMUNICATION DE L'EVENEMENT

« Ensemble, franchissons un pas décisif »

Juin 2000

SOMMAIRE

****

	PAGE
INTRODUCTION ET METHODOLOGIE	**2**
I - INTRODUCTION	5
II - METHODOLOGIE	11
SOUS-RAPPORT FINANCEMENT	**15**
I - L'APPROCHE DES ORGANISMES DE COOPERATION	16
II - L'APPROCHE DES ENTREPRISES	17
SOUS-RAPPORT COMMUNICATION	**15**
I - L'APPROCHE DES ORGANISMES DE COOPERATION	16
II - L'APPROCHE DES ENTREPRISES	17
SOUS-RAPPORT ORGANISATION	**15**
I - PREPARATION DE LA TECHNO-FOIRE	16
II - BUDGET DE LA TECHNO-FOIRE	17

I - INTRODUCTION ET METHODOLOGIE

11. - INTRODUCTION

111. - Présentation de l'INSAH

L'INSAH, Institut du Sahel, est une composante spécialisée du CILSS chargée de la coordination, de l'harmonisation et la promotion de la recherche scientifique et technique dans les pays du Sahel. L'INSAH fait partie du FARA (Forum Africain de la Recherche) et du CORAF (Conférence des Responsables de Recherche Agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre) en tant qu'institution inter-étatique. L'INSAH a une délégation du CORAF pour toute décision concernant le Sahel.

L'INSAH cherche à favoriser l'émergence d'un espace scientifique sahélien et ouest-africain capable de contribuer de façon significative à la réalisation de la sécurité alimentaire, à la lutte contre la sécheresse et la désertification pour un développement durable.

La stratégie de l'INSAH repose sur le renforcement des capacités nationales de recherche et l'exploitation optimale des compétences nationales dans un cadre de coopération et de concertation régionale.

Il est reconnu à l'INSAH beaucoup d'acquis couvrant les domaines de la formation, du renforcement des capacités des structures nationales de recherche et des Etats, de la mise en place de réseau et d'unités documentaires, de l'évaluation des potentialités agro-climatiques, de l'homologation de produits, de la protection des végétaux, de la lutte contre les ennemis des cultures, de la sauvegarde de l'environnement et de la solidarité scientifique.

112. - Objet de la Techno-foire

Les autorités de l'INSAH ont fait le constat que beaucoup d'institutions font de la recherche mais que cette dernière est loin d'avoir l'impact désiré au niveau du développement. Les résultats de la recherche ne sont pas suffisamment pris en compte par les producteurs et les transformateurs des produits ruraux. On a des raisons de penser que la production agricole du Sahel serait beaucoup plus importante en quantité et en qualité si les chercheurs échangeaient convenablement avec les utilisateurs. Concernant le sous-secteur de la transformation, il y a un décalage accentué entre les attentes des opérateurs en matière de recherche et les résultats qui leur sont accessibles.

Par ailleurs, le soutien des bailleurs de fonds risque de s'essouffler si les utilisateurs ne se manifestent pas et n'apportent pas leur participation au financement de la recherche. Chaque structure de recherche, pour sortir de l'anonymat, doit démontrer ce qu'elle sait faire et faire en permanence le bilan de ses réalisations en rapport avec l'utilisation concrète qui sont faites. Il s'agit d'intégrer le marché dans les structures de recherche.

C’est dans ce contexte que l’INSAH se propose d’organiser une Techno-foire qui devra être l’occasion pour que les producteurs et les transformateurs s’accaparent des résultats de la recherche, à travers une prise de contact et un échange. La Techno-foire doit être le début d’un véritable système d’échange entre chercheurs et utilisateurs, tant au niveau de la sous-région qu’au niveau international.

Ce sera l’occasion pour que chercheurs, décideurs, producteurs, industriels et partenaires échangent pour voir ce que la recherche a pu donner, ce que le terrain a pu s’approprier et faire l’inventaire des besoins mal satisfaits ou insuffisamment satisfaits.

Ainsi l’offre pourrait s’ajuster à la demande :

- dans l’espace : en élargissant l'espace géographique de l’utilisation effective des résultats concrets obtenus (et au besoin en favorisant la création de réseau) ;
- dans le temps en formulant des programmes de recherche.

L’objet de la Techno-foire, c’est donc de favoriser la valorisation des résultats de la recherche, l’idée étant de vendre ces résultats et d'amener les chercheurs à entreprendre des programmes de recherche pouvant déboucher sur des résultats qui pourront se vendre. La Techno-foire sera aussi l’occasion de débattre sous forme de forum, de thèmes jugés pertinents.

Les participants viendront donc à la Techno-foire pour :

- établir des contacts professionnels ;
- faire avancer leurs projets ;
- faire circuler l’information sur les nouvelles technologies et les procédés qui méritent d’être diffusés ;
- être mieux informés, outillés ;
- renforcer leurs capacités ;
- assurer leur cheminement respectif.

113. - <u>Rappel de la Mission</u>

La mission confiée au Groupe PROGESIS/Labo Marketing consiste, telle qu’elle figure dans les termes de référence, à :

Financement de la techno-Foire

- identifier avec l’INSAH les bailleurs de fonds potentiels susceptibles de soutenir l’événement par un parrainage, une participation et un soutien financier, de déterminer leurs domaines d’intervention et les facteurs qui motivent leur participation et leur soutien ;
- en fonction des résultats du point précédent et des atouts réels de l’INSAH, élaborer la meilleure approche stratégique possible pour concrétiser la collaboration des bailleurs de fonds.

Toutefois, au cours de la mission exploratoire à Bamako, le Directeur Général de l’INSAH et ses collaborateurs ont précisé leurs attentes à savoir :

- valoriser l'INSAH en tant que structure ;
- rechercher des fonds pour couvrir les frais d'organisation de la Techno-foire et la prise en charge de 130 invités ;
- attirer le maximum de bailleurs de fonds ;
- penser à la pérennisation de la Techno-foire en suggérant une stratégie de financement autonome de l'événement par l'INSAH lui-même, sans compter sur les bailleurs.

Plan et Programme de Communication

- identifier les cibles, préciser les objectifs de la communication par cible, formuler un mix de communication ainsi que le budget du programme ;
- faire un choix des médiats et des supports, concevoir le contenu des messages, faire le planning du programme de communication et suggérer un plan de pilotage du système.

Organisation de la Techno-Foire

- faire l'inventaire des tâches à accomplir ainsi que leur durée et leur coût estimatif ;
- faire le diagramme de déroulement du programme ainsi que le budget y afférant;
- faire une synthèse du budget de la Techno-Foire ;
- proposer un plan de pilotage du programme.

C'est à partir de ces objectifs que nous avons mis au point la méthodologie suivante.

114. - Méthodologie

Financement de la techno-Foire

Pour atteindre les objectifs précités, Groupe PROGESIS/Labo Marketing a, dans son premier temps, dépêché une mission à Bamako, avec pour objectif de mieux apprécier les attentes de l'INSAH et de travailler avant tout sur la base des informations détenues par l'Institut sur les bailleurs de fonds. Par ailleurs, des entretiens informels avec des responsables d'agence de coopération bilatérales et multilatérales ont été programmés et exécutés.

C'est ainsi que 15 personnes ont été rencontrées à Bamako, dont quatre responsables d'agences de coopération (USAID, FAO, Banque Mondiale, PNUD). De retour à Dakar, des entretiens complémentaires ont eu lieu avec des responsables de la Délégation de la Commission Européenne, de l'Ambassade du Canada et de l'UICN. La liste des agences rencontrées couvre celle qui a été suggérée par l'INSAH (voir annexe).

Signalons que ces organismes n'épuisent pas tous ceux qui devraient ou pourraient participer à l'événement. Ils constituent simplement un panel dont les opinions permettent d'élaborer une démarche, une stratégie de fund raising et d'intéressement en vue d'atteindre les objectifs fixés.

Concernant l'objectif d'autonomisation du financement de la Techno-foire, le Groupe PROGESIS/Labo Marketing a voulu tester l'idée d'associer à l'événement des entreprises qui pourraient être intéressées :

- à proposer aux décideurs de la Techno-foire, comme exposant, des technologies qu'elles jugent appropriées ;
- à acheter des espaces publicitaires pour leurs produits (biens ou services) dans les communications de l'événement et dans des supports qui existent déjà ou qui pourraient exister après l'événement.

Plan et Programme de Communication

La mission du Groupe PROGESIS/Labo Marketing à Bamako a permis de clarifier, avec les responsables de l'INSAH, l'identité des cibles ainsi que les objectifs de communication par cible. A cet égard, un document préparatoire de qualité avait déjà été fait par l'INSAH. Des professionnels de la communication ont été rencontrés. De ces rencontres, des informations concernant les médiats et les supports ont pu être obtenues. Ces données ont été complétées par celles disponibles au niveau du Groupe PROGESIS/Labo Marketing et de ses partenaires à Dakar.

Organisation de la Techno-Foire

La mission de Bamako a permis de rencontrer beaucoup d'opérateurs : la Directrice du Palais des Congrès de Bamako, les Directeurs des principaux hôtels de Bamako, le Responsable de Air Afrique à Bamako, des agences de voyage.

Les trois rapports qui découlent des travaux du Groupe PROGESIS/Labo Marketing sont présentés successivement. Bien que chaque rapport soit autonome, des points communs existent entre eux, les questions budgétaires par exemple. C'est pourquoi des arbitrages seront faits lors de l'élaboration du rapport final. Par ailleurs, pour éviter les redondances, des recoupements ont été réalisés en vue d'harmoniser les rapports.

Remarques

Groupe PROGESIS/Labo Marketing fait quelques suggestions:

1. Le titre de l'événement, pour une raison de positionnement centré sur le marché des technologies du secteur de l'agro business, sur les échanges entre chercheurs et utilisateurs, devrait changer pour devenir : Techno-Foire de la Promotion des Innovations Technologiques au Sahel.
2. Pour les mêmes raisons, si les conférences et tables rondes prévues sont maintenues à côté des expositions de technologie, en revanche, le Groupe PROGESIS/Labo Marketing propose de supprimer les communications scientifiques du programme. En effet, en plus d'encombrer l'événement, cette activité risque de donner une image de discours et d'ésotérisme à une manifestation qui doit être perçue comme très pratique. Toutefois, dans les travaux du Groupe PROGESIS/Labo Marketing, cette composante est toujours maintenue en attendant les réactions de l'INSAH à cette proposition.
3. En plus des invités retenus par l'INSAH, Groupe PROGESIS/Labo Marketing propose d'inviter :

➲ Israël dont les technologies agricoles sont adaptables au Sahel compte tenu de la ressemblance des climats et des réalités agro-écologiques des deux zones.

- L'inde qui a développé beaucoup de technologies dans la petite industrie de transformation, technologies pouvant intéresser au plus haut point les industriels du Sahel.

Dans des Techno-Foires ultérieures, d'autres pays pourront être associés à l'événement.

II – RAPPORT SUR LE FINANCEMENT DE LA TECHNO-FOIRE

L'exposé qui va suivre comprend deux chapitres, l'un concernant la stratégie visant les organismes de coopération et l'autre portant sur une approche des entreprises.

Le chapitre concernant les bailleurs de fonds va traiter :

- de l'intérêt que ces derniers portent sur l'événement et les éléments susceptibles de les motiver ;
- de la stratégie de plaidoyer.

Le chapitre intéressant les entreprises porte sur :

- les avantages que les entreprises peuvent trouver à participer à l'événement ou à acheter un espace publicitaire ;
- la stratégie de vente de l'événement aux entreprises.

2.1. STRATEGIE D'APPROCHE DES ORGANISMES DE COOPERATION

2.1.1. - <u>L'intérêt des organismes de coopération</u>

Les organismes de coopération, à l'unanimité, portent un intérêt certain à l'idée et à l'événement. Ils comptent y participer à travers les projets de développement qu'ils financent, le parrainage moral et le soutien financier.

Les organismes sont très intéressés par la recherche, qu'ils soutiennent déjà, et connaissent assez bien le CILSS et l'INSAH.

En effet, leurs domaines d'intervention a besoin de la recherche, il s'agit en général de :

- la sécurité alimentaire ;
- le marketing des produits ;
- la biodiversité ;
- le transfert de technologie et la vulgarisation au niveau des paysans ;
- la recherche agricole ;
- le soutien au secteur privé ;
- la qualité des produits alimentaires et le problème des normes ;
- la lutte contre la sécheresse ;
- l'amélioration de la jachère ;
- l'élevage ;
- l'amélioration des semences.

Par ailleurs, les organismes de coopération saluent l'idée du forum principalement pour les raisons suivantes :

- ils s'intéressent à la recherche ;
- l'aspect intégration régionale de l'INSAH, mieux, du CORAF, est apprécié ;
- les duplications au niveau des institutions régionales peuvent être évitées ;
- le CILSS et l'INSAH ont une image appréciée.

La Techno-foire de l'INSAH répond donc à la vision régionale que les organismes de coopération souhaitent. A cet égard, le soutien, voire l'implication du CORAF, étant donné le potentiel du flux d'échanges entre l'Afrique de l'Ouest et l'Afrique Centrale, serait très apprécié. Le CORAF suggère d'inviter, dans le cadre du FARA, ses homologues du Sud et de l'Est de l'Afrique, l'ASARECA et le SACCAR.

Il convient donc de donner à la Techno-foire une dimension certes sous-régionale, mais aussi d'y associer les pays de la CEDEAO (Nigéria, Ghana, Togo,…) et les confrères des autres régions de l'Afrique.

2.1.2. - Stratégie de plaidoyer

Les agences de coopération, unanimement, suggèrent le modèle de plaidoyer suivant :

- L'agent de plaidoyer : l'agent principal du plaidoyer est l'autorité suprême du CILSS : le Secrétaire Exécutif du CILSS et le Directeur Général de l'INSAH. C'est le Secrétaire Exécutif, renforcé par les autorités du tutelle du CILSS (Président, Ministre) qui doit présenter la requête au agences de coopération. Le Directeur Général de l'INSAH peut être associé à la démarche.

Toutefois, à son niveau, le Directeur Général de l'INSAH, en tant que diplomate, peut informer le Ministre malien des Affaires Etrangères, à charge pour ce dernier de l'assister dans une stratégie d'implication du Président de la République du Mali et du gouvernement de son pays.

- Les alliés de plaidoyer : le CILSS/INSAH a intérêt à nouer, dès le départ, une alliance soit avec la représentation malienne des agences de coopération (exemple de la Banque Mondiale, du PNUD, de la FAO) soit avec la représentation régionale de l'agence (exemple du CRDI). Il s'agit, pour cela, de faire une ampliation de la requête de participation et de financement aux représentations locales ou régionales. Ces dernières seront des alliés pour le plaidoyer au niveau des sièges. Une alliance marquée avec le CORAF, au plus haut niveau, rappelons-le, présente un intérêt certain. En effet, une telle stratégie va renforcer un élément clé particulièrement apprécié par les agences de coopération : l'ampleur de l'événement, son positionnement dans une perspective d'intégration économique.

- La forme du plaidoyer : la forme du plaidoyer est simple. Il s'agit d'envoyer au siège de l'agence de coopération, la requête, accompagnée d'une note technique (voir annexe). Il y a lien de faire une requête pour l'ensemble des coûts et de se mettre d'accord avec le partenaire sur les modalités de financement et de décaissement.

- Observation particulière : les facteurs-clés de succès de la requête sont :

- une contribution financière des participants, montrant ainsi l'intérêt qu'ils accordent à l'événement ;
- l'accent mis sur le caractère plurinational de l'événement et l'empreinte de l'intégration économique africaine (niveau CILSS avec une ouverture vers les pays de la CEDEAO, des autres régions du continent et même d'autres régions du monde (Israël pourrait être invité pour l'agriculture et l'Inde pour les technologies

de transformation). Pour inviter ces derniers pays, il convient de passer par les voies diplomatiques ordinaires ;

- le positionnement de la Techno-foire comme un lien privilégié d'échanges, de transfert de technologie, mais aussi l'occasion de débattre de certains thèmes jugés particulièrement importants. Toutefois, l'accent sera mis non pas sur les discours, mais sur des actes concrets, des retombées mesurables sur les producteurs, transformateurs et autres organisations devant participer ONG, institutions nationales de recherche ;
- la reconnaissance officiel du parrainage de l'agence de coopération en intégrant son logotype dans les supports de communication et en faisant une motion de remerciement.

En annexe, il y a un modèle de note technique et la liste des contacts obtenus pendant l'étude. Toutefois, le CILSS/INSAH a une liste plus exhaustive des agences de coopération bilatérale et multilatérale susceptible de participer à l'événement. Il a également une expertise avérée sur les contacts utiles pour transmettre la requête.

Toutefois, en cas de doute, il est possible de rentrer en contact avec les représentations locales ou régionales des agences de coopération, pour avoir un avis sur la meilleure voie à suivre : identification de l'allié au niveau de la représentation africaine, identification du décideur au niveau du siège de l'agence de coopération.

2.2. STRATEGIE D'APPROCHE DES ENTREPRISES

2.2.1. L'Intérêt des Entreprises

Les entreprises ciblées sont celles qui offrent des technologies pouvant convenir aux producteurs et transformateurs des pays du CILSS, voire leurs homologues d'autres régions d'Afrique et du monde. Les entreprises offrant des produits destinés à ces mêmes opérateurs économiques sont aussi à contacter.

Les entreprises sont intéressées :

- à présenter leurs technologies aux décideurs qui seront à la Techno-foire : producteurs, industriels, agences de coopération, décideurs politiques, ONG ;
- à utiliser des supports avant, pendant et après la Techno-foire pour faire des insertions publicitaires destinées aux mêmes cibles ;
- éventuellement entrer en contact avec des chercheurs pour nouer un partenariat : achat de technologie, sous-traitance de recherche, etc.

2.2.2. - Stratégie de Marketing

Il y a lieu de séparer l'argumentaire destiné à la participation des entreprises à la Techno-foire en tant qu'exposant de celui visant à leur vendre des supports publicitaires.

A. Participation à la Techno-foire

La participation des entreprises à la Techno-foire leur offre les avantages suivants :

- toucher, en un lieu, les décideurs clés du Sahel et de l'Afrique pour leur présenter les technologies qu'elles désirent vendre ;
- récolter des adresses , des contacts utiles, pour affirmer leur stratégie de marketing en Afrique ;
- avoir des informations de première main sur les caractéristiques et les attentes du marché africain ;
- entrer en contact avec des chercheurs du secteur public pour envisager des modalités de partenariat.

Donc, pour convaincre cette cible, il y a lieu de mettre en avant :

- l'ampleur de la Techno-foire et le soutien des gouvernements et des organismes de coopération bilatérale et multilatérale ;
- la participation de hauts responsables des producteurs et des transformateurs africains ;
- la participation des institutions de recherche africaines ;
- la participation de chercheurs indépendants ;
- La possibilité d'avoir des informations de première main sur les caractéristiques et les besoins du marché africain ;
- la possibilité, au-delà de la foire, d'acheter des espaces publicitaires pour toucher en permanence cette cible, car riche d'une liste d'adresses.

B. Vente d'Espace Publicitaire

La Techno-foire a plusieurs supports qui peuvent intéresser des entreprises voulant faire de la publicité pour leurs produits, biens ou services. Les supports sont : le dépliant destiné aux participants à la Techno-foire, la page Web de la Techno-foire, la revue de l'INSAH qui peut perpétuer le rapprochement entre les offres et les demandes de technologie au-delà de l'événement, des revues spécialisées qui peuvent naître de la Techno-foire.

Les arguments pouvant convaincre les annonceurs potentiels sont classiques :

- audience de la cible : nombre estimatif des participants à la foire et des audiences des différents supports et leur qualité en tant de décideurs (chercheurs, responsables d'organisations paysannes, responsables de structures d'appui au monde rural (ONG en particulier), responsables des réseaux d'industriels, décideurs, etc.);
- impact sur l'image du produit ou de l'entreprise : être perçu comme une entreprise ou un produit qui s'associe au progrès de l'Afrique.

CONCLUSION

Les organismes de coopération bilatérale et multilatérale s'intéressent à la Techno-foire. Ils saluent l'idée et sont disposés à participer techniquement (avec les projets qu'ils soutiennent) et financièrement à l'événement.

L'INSAH a tout intérêt à présenter le Techno-foire dans une perspective régionale, africaine, voire internationale. A cet égard, le CORAF est un allié précieux.

Les requêtes adressées aux bailleurs de fonds doivent être présentées par les plus hautes autorités du CILSS, appuyées par les plus hautes autorités politiques. C'est au siège de l'organisme de coopération que se trouve le décideur-clé, lequel doit être identifié au cas par cas. Toutefois, il y a au niveau des représentations au Mali ou dans la sous-région, un responsable qu'il convient de considérer comme allié et qu'il faudra associer dans tout le processus.

Quant aux entreprises, elles peuvent participer en apportant à l'INSAH des fonds significatifs, à titre d'exposants ou d'annonceurs pour faire passer des messages publicitaires. L'approche de ces entreprises sur une stratégie de communication doit mettre l'accent sur les avantages qu'elles pourraient retirer en tant qu'exposant, sponsor et annonceur.

ANNEXES

LISTE DES PERSONNES CONTACTEES

1. M. Idriss ALFAROUKH , Directeur Général de l'INSAH, Bamako - 08/05/00.

2. A. Samba LY, Agro-Economiste à l'INSAH, Bamako - 08/05/00.

3. Responsable Programme Majeur Recherche Agro - 08/05/00.

4. M. Michaël J. ENGERS, Economiste Régional USAID, Bamako – 10/05/00.

5. M. Moussa Bathily BA, Coordonnateur PFIE/INSAH/CILSS, Bamako – 10/05/00.

6. M. Cheikh BATHILY, Représentant FAO, Bamako – 10/05/00.

7. M. Agerdiou DAMA, Ingénieur d'Agriculture, Banque Mondiale, Bamako – 10/05/00.

8. M. Bino TEME, Agro Economiste, Institut d'Economie Rurale, Bamako – 11/05/00.

9. M. Adama TRAORE, résident Comité national de la Recherche Agronomique (CNRA), Responsable du CORAF, Bamako – 11/05/00.

10. Seydou Issa TRAORE, Agronome MBA, CORA, Bamako – 12/05/00.

11. Moussa, Conseiller Technique chargé de la Communication, de la Pêche et de l'Agriculture.

12. Chambre de l'Agriculture, Bamako – 11/05/00.

13. Mme Hawa DOUMBIA, Conseiller Technique chargée de la Promotion à la Chambre de l'Agriculture, Bamako – 11/05/00.

14. M. Oliveira

15. M. Tidiane SANGARE, Chef du Projet Anaïs, Ministère de la Culture, Bamako – 11/05/00.

16. M. Bruno Duquenes, Délégation de la Commission Européenne au Sénégal, Chargé de programme – Dakar – 22/05/00

17. M. Jacques Laberge, Chef de la Coopération, Ambassade du Canada, Dakar – 24/05/00.

18. M. Amath Benoit GAYE, Secrétaire Général Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de Dakar –25/05/00.

19. M. Ndiaga MBAYE, Secrétaire Exécutif CORAF, Dakar – 26/05/00.

20. M. Habib LY, Dr de l'Unité de Politique Agricole, Dakar.

21. M. Baba DIOUF, UICN, Dakar.

LISTE DES CONTACTS

- USAID
  - Bamako : Mme NISS

- FAO
  - Bamako : M. Cheikh BATHILY
  - Rome : El Hadj SENE, Directeur du Service de la Conservation, de la Recherche et de l'Enseignement Forestier.

- Banque Mondiale
  - Bamako : Agadiou DAMA
  - Washington D C : Hans Binswanger, J6-089, Tél : 202-4731871.

- Commission Européenne
  - Dakar : M. Bruno DUQUENES, 12 Avenue Albert Sarrault, BP : 3345, téléphone (221) 823 13 34, 823 47 77

    Email : Bruno Duquesne @delsen.cec.eu.int

- Coopération Canadienne
  - Dakar : M. Jacques Laberge, Immeuble SORANO, 45-47 – Bd de la République – BP 3373
    Téléphone (221)823 92 90 – Poste 3850
    Email : Jacques. Laberge.@.dfait-maeci.gc.ca
  - Hull (Quebec) : Mme Rosaline AVRAY, Directrice Régionale du Programme Panafricain et Francophonie, ACDI, Place du Centre, 200 Promenade du Portage.

- CRDI
  - Dakar : M. TABSOBA
  - Ottawa : M. Ola Smith

- PNUD
  - Bamako : M. Khalifa SANOGO

- UICN
  - Ouagadougou : M Ibrahima THIAW, Chef du Bureau Régional pour l'Afrique de l'Ouest.

TECHNO-FOIRE DE LA PROMOTION DES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES DE L'AGRO-BUSINESS
BAMAKO 2001

TYPE-MODELE DE LA FICHE TECHNIQUE A PRESENTER AUX AGENCES DE COOPERATION

Introduction

Cette note technique vise à présenter la Techno-Foire sous forme d'activités en relation avec les missions et mandats de l'INSAH, lesquels consistent à assurer la coordination, l'harmonisation et la promotion de la recherche scientifique et technique dans les pays du Sahel, dans le but de réaliser la sécurité alimentaire et de mener la lutte contre la sécheresse et la désertification pour un développement durable.

But et objectifs la Techno-Foire

But : Créer à moyen et long terme un marché sous-régional actif des innovations technologiques issues de la recherche en impliquant tous les acteurs du développement.

Objectifs :

1. Contribuer à faire largement connaître aux différents partenaires et clients de la recherche du secteur de agro business le potentiel de la zone sahélienne et au-delà de l'Afrique et du monde, en produits de la recherche, biens et services;
2. Contribuer au développement de la synergie entre les structures nationales de recherche de la zone d'une part et entre ces structures et leurs homologues de la sous-région et les institutions régionales et internationales de recherche d'autre part;
3. Jeter les bases d'un partenariat plus étroit entre la recherche, les décideurs et les différents clients et partenaires de la recherche dans la zone, depuis l'appréciation des besoins et des contraintes jusqu'à la mise à disposition des résultats;
4. Contribuer à établir des relations d'affaires entre la recherche et les industriels et opérateurs économiques pour la génération et la promotion des innovations technologiques;
5. Contribuer à assurer un financement durable de la recherche grâce à une implication des clients de la recherche dans la prise en charge des coûts y afférents;
6. Développer des relations avec le savoir-faire traditionnel africain et la recherche;
7. Contribuer au développement de la coopération scientifique et technique sous-régionale en vue de l'émergence d'un espace scientifique sahélien performant et dynamique.

Résultats attendus de la Techno-Foire

1. Les produits de la recherche dans le Sahel sont davantage connus;
2. La coopération scientifique régionale est plus renforcée et dynamique;
3. Le secteur privé est plus disposé à s'investir dans la recherche sahélienne;
4. Les besoins de recherche des clients de la recherche sont mieux identifiés;
5. Les décideurs, partenaires et clients de la recherche sont davantage convaincus du rôle et des potentialités de la recherche de la zone;
6. L'INSAH et les SNRA du Sahel sont mieux connus;
7. Les bases de participation des bénéficiaires et partenaires au financement sont créées.

Publics visés

1. Les décideurs politiques (Ministres, Responsables des organisations régionales, internationales, PCA des institutions de recherche, Agences de coopération, etc.)
2. Les gestionnaires de la recherche (Directeurs généraux, Directeurs scientifiques et Chefs de programmes des structures de recherche, Recteurs d'universités et Doyens de facultés);
3. Les clients de la recherche (producteurs, industriels, ONG, opérateurs économiques);
4. Les dirigeants des chambres de commerce, d'agriculture, d'industrie et d'artisanat;
5. Les partenaires de la recherche (développeurs, donateurs, partenaires scientifiques et autres plates-formes de Sahel 21);
6. Les chercheurs des structures de recherche et d'enseignement;
7. Les créateurs et inventeurs indépendants;
8. Les médiats et agences de communication.

On attend 300 participants dont 120 invités pris en charge par l'INSAH. Chaque participant devra s'acquitter de frais de participation s'élevant à US $ …. couvrant la documentation, les activités culturelles, ……

Activités

La techno-Foire comporte deux grandes composantes :

1. La composante exposition-promotion des innovations technologiques : exposition de prototypes et d'échantillons déjà prêtes à la diffusion, tous appropriés pour la sous-région, pour créer des opportunités d'affaires entre la recherche et le secteur privé (producteurs, industriels, opérateurs économiques.
2. La composante tables-rondes, conférences et ateliers, animée par des conférenciers émérites sur un nombre limité de sujets.

Fiche technique des activités de la Techno-Foire

Activité : Présenter des prototypes de technologies **Durée : 7 jours**			**Coûts Estimés**	
Résumé et Objectif de l'Activité	**Indicateurs objectivement vérifiables**	**Moyens et Sources de Vérification**	**Désignation**	
But : Créer un espace sous-régional et un cadre qui regroupent utilisateurs-clients, décideurs, partenaires de la recherche et chercheurs pour échanger des produits de la recherche	➲ Faire circuler l'information sur les technologies et les procédés qui méritent d'être diffusés ➲ Susciter des idées d'appropriation des résultats de la recherche ➲ Donner aux chercheurs des idées de recherche adaptée aux besoins identifiés	➲ Nombre de participants -clés à la Techno-Foire ➲ Nombre de contacts utiles réalisés par les participants ➲ Identifications des intentions d'appropriation de technologie ➲ Identification des idées de thèmes de recherche		
Objectif: Améliorer la compétitivité des utilisateurs et l'efficacité des chercheurs	➲ Les utilisateurs reconnaissent et justifient les acquis ➲ Les chercheurs reconnaissent et justifient les acquis	➲ Fiches d'évaluation de l'évènement ➲ Rapport final de l'évènement		
Résultats : Les chercheurs trouvent des débouchés pour leurs résultats correspondant aux besoins des utilisateurs-clients; les chercheurs trouvent des idées de recherche utiles et les utlisateurs-clients	➲ Nombre de transferts de technologie réalisé avant la prochaine Techno-Foire ➲ Nombre de nouveaux thèmes de recherche formulés	➲ Fiches d'évaluation de l'évènement ➲ Rapport final de l'évènement ➲ Système de suivi des résultats de la Techno-Foire		

Fiche technique des activités de la Techno-Foire

Activité : Forum autour de questions-clés **Durée : 7 jours**			**Coûts Estimés**	
Résumé et Objectif de l'Activité	**Indicateurs objectivement vérifiables**	**Moyens et Sources de Vérification**	**Désignation**	
But : Créer un espace sous-régional et un cadre de dialogue pour discuter de thèmes importants intéressant utilisateurs-clients, décideurs, partenaires de la recherche et chercheurs de agro business	➲ Des thèmes jugés pertinents sont identifiés ➲ Des stratégies, des politiques et des programmes d'action sont identifiés	➲ Procédure objective de sélection des thèmes à débattre ➲ Sélection des conférenciers ➲ Nombre et qualité des participants aux différentes conférences ➲ Rapport final de l'évènement		
Objectif : Améliorer la compétitivité des utilisateurs et l'efficacité des chercheurs	➲ Les utilisateurs reconnaissent et justifient les acquis ➲ Les chercheurs reconnaissent et justifient les acquis	➲ Rapport des exposés-débats et des résolutions ➲ Rapport final de l'évènement		
Résultats : Les questions-clés reconnus font l'objet d'un débat et des mesures concrètes sont arrêtées	➲ Des réponses sont trouvées, au moins sous forme d'ébauches à approfondir, aux questions-clés	➲ Rapport des exposés-débats et des résolutions ➲ Rapport final de l'évènement		

PROPOSITION DE PLAN DE COMMUNICATION POUR LE FORUM D'ECHANGES DES CHERCHEURS ET UTILISATEURS DU SECTEUR AGRICOLE DU SAHEL BAMAKO, NOVEMBRE 2 001

RAPPEL DU CONTEXTE ET MOTIVATIONS

L'Institut du Sahel (INSAH) est une institution spécialisée du CILSS chargée de la coordination, de l'harmonisation et de la promotion de la recherche scientifique et technique dans les pays du Sahel.

Elle a pour mission :

- de faire des réflexions prospectives sur les questions de développement au Sahel et en Afrique ;
- d'étudier les phénomènes liés à la population et au développement ;
- de faire de l'éducation environnementale, de la formation et la gestion des ressources naturelles ;
- de renforcer les structures nationales de recherche agricole (SNRA) des pays membres du CILSS ;
- de faire la promotion des recherches par la formation continue et les publications scientifiques : séminaires et stages de haut niveau organisés par les différents projets dans les pays membres ;
- la promotion de la création d'un espace scientifique sahélien.

Elle a pour rôle de favoriser l'émergence d'un espace scientifique sahélien et ouest africain capable de contribuer de façon significative à la réalisation de la sécurité alimentaire, à la lutte contre la sécheresse et la désertification pour un développement durable.

Elle met en place des moyens pour renforcer les capacités nationales de recherche et l'exploitation optimale des compétences nationales dans un cadre de coopération et de concertation régionales.

L'INSAH assiste les pays du CILSS dans la définition des stratégies et la mise en œuvre des programmes visant à atteindre la sécurité alimentaire tout en préservant l'environnement.

Il procède à la spécialisation dans les domaines de la recherche, de l'analyse et de la communication.

Jusque là, seuls les organismes du public et parapublic se sont intéressés aux activités de recherche agricole. Aujourd'hui, **l'INSAH souhaite mieux se faire connaître du secteur privé pour mieux se vendre**. Ce pas est franchissable puisqu'il existe au sein des institutions nationales, régionales et internationales opérant dans la zone un nombre non négligeable d'innovations technologiques déjà éprouvées mais non encore facilement accessibles en quantités suffisantes dans le temps et l'espace.

C'est pourquoi l'Institut du Sahel de propose d'organiser à l'occasion de son 25ème anniversaire, son second forum scientifique en novembre 2001. Cette édition doit servir de cadre où décideurs, développeurs, producteurs, industriels, agro-industriels, opérateurs économiques, partenaires au développement, sociétés privées de production et scientifiques se rencontreront pour s'informer mutuellement, échanger et nouer des relations de coopération et d'affaires pour des innovations technologiques agricoles.

Le but de ce forum sera de créer à moyen et long terme un marché sous-régional des innovations technologiques issues de la recherche agricole saharienne en impliquant tous les acteurs du développement.

OBJECTIFS DU FORUM

1. Contribuer à faire largement connaître aux différents partenaires et clients de la recherche agricole le potentiel de la zone sahélienne en services de la recherche ;

2. Contribuer au développement de la synergie entre les structures nationales de recherche de la zone d'une part et entre ces structures et leurs homologues de la sous-région et d'autre part les institutions régionales et internationales de recherche ;

3. Jeter les bases d'un partenariat plus étroit entre la recherche, les décideurs et les différents clients et partenaires de la recherche agricole dans la zone ;

4. Contribuer à établir des relations d'affaires entre la recherche agricole, les industriels et opérateurs économiques pour la génération et la promotion des innovations technologiques ;

5. Contribuer à assurer un financement durable de la recherche agricole grâce à une implication des clients de la recherche dans la prise en charge des coûts de recherche ;

6. Asseoir auprès des clients une plus grande culture et une plus grande confiance de la recherche agricole ;

7. Contribuer au développement de la coopération scientifique et technique sous-régionale en vue de l'émergence d'un espace scientifique sahélien performant et dynamique.

OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION

1. Bien faire connaître le forum agricole et les buts recherchés ;

2. Bien informer les clients de la zone sur les produits et services de la recherche agricole ;

3. Bien informer les décideurs et partenaires de la recherche agricole du rôle et des potentialités de la recherche dans la zone ;

4. Faire adhérer les décideurs et partenaires au financement de ce forum agricole ;

5. Renforcer et rendre plus dynamique la coopération scientifique régionale.

RAPPEL DES PUBLICS CIBLES

1. Les décideurs politiques : Ministres, Responsables des organisations régionales, internationales, PCA des institutions de recherche, Agences de coopération,…

2. Les gestionnaires de la recherche agricole : Directeurs Généraux, Directeurs Scientifiques et Chefs de Programmes des structures de recherche, Recteurs d'universités et Doyens de Faculté ;

3. Les clients de la recherche : producteurs, ONG, agro-industriels, opérateurs économiques,…

4. Les dirigeants de Chambres de commerce, d'agriculture, d'industries et d'artisanat ;

5. Les partenaires de la recherche : développeurs, donateurs, partenaires scientifiques et autres plates-formes de Sahel 21 ;

6. Les chercheurs privés et les structures de recherche et d'enseignement ;

7. Les créateurs et inventeurs indépendants ;

8. Les entreprises de production industrielle ;

9. Les pays qui ont fait leurs preuves dans le domaine tels que Israël, l'Inde, le Nigéria, la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Cameroun,…

STRATEGIE DE COMMUNICATION

STRATEGIE DES MOYENS

Pour garantir le succès de ce forum, il faut bien informer le public cible et le tenir en haleine durant toute la période avant, pendant et après le forum. Donc pour cela, nous préconisons une communication en trois temps :

1 – avant le forum
2 - pendant le forum
3 - après le forum

1. AVANT LE FORUM

Pour bien informer le public cible : partenaires, ONG, Parrains, Bailleurs de fonds,… avant le forum. Pour cela, nous recommandons :

- un **dossier de presse** pour bien alimenter la documentation des journalistes, (**DP**)

- un mailing qui véhiculera toutes les informations sur le forum : justifications, objectifs, afin de bien vendre le forum aux partenaires et parrains : bailleurs de fonds, ONG, Organismes, (**ML**).

- la réalisation d'une brochure qui donnera toutes les informations sur le forum : son déroulement, la participation, les hébergements,… (**BF**)

- la mise en place de pages Web qui donneront toutes les informations que l'on trouve dans les brochures, et permettra de faire des réservations de stands, de places aux différents ateliers du forum, (**PW**)

- des gadgets personnalisés : agendas, stylos, bloc notes, cartables, calendriers « J moins X » pour créer un lien permanent et tenir en haleine les personnes détenteurs de ces objets, (**GP**)

- des insertions de presse pour pré-annoncer le forum, (**IP**)
- mise en place d'une émission radio qui sera diffusée dans tous les pays cibles pour faire intervenir des personnes ressources et des sommités du monde de la recherche. Cette émission permettra de donner une « culture » qui préparera le public à bien accueillir ce forum. Cette émission pourra avoir pour base d'alimentation le document Sahel 21 (**ER**)

- animation d'émissions télévisées ou reportages sur le CILSS, l'Institut du Sahel, la désertification, la recherche, les Instituts de Recherche, les Innovations dans le domaine agricole ;… (**ET**) ;

- affiches (40 x 60) cm qui synthétisent et donnent les grandes lignes du forum ;

- insertion de pages publicitaires dans les revues des chambres de commerce et organisations professionnelles (**IR**).

Cette période commencera par les dossiers de presse et mailing adressés aux personnes ressources dès l'acceptation de la présente stratégie. Ensuite les pages Web seront mises en place pour permettre aux intéressés de mieux s'informer. En fin de l'année en cours nous distribuerons les calendriers, agendas, et autres gadgets personnalisés aux couleurs du Forum. Les actions médiatiques commenceront en mai 2 001. Les affiches seront placardées trois mois avant le Forum. Pour le pays d'accueil, les banderoles seront posées une semaine avant le Forum pour ensuite accompagner l'évènement.

2. PENDANT LE FORUM

En fait, cette période commencera trois semaines avant le forum.
Ce sera la période d'information du grand public. Nous proposons des actions :

– média dans :

  - tous les quotidiens nationaux : 5 insertions d'une demi page par pays, Jeune Afrique, (QN) ;

  - les deux stations de radio les plus écoutées dans chaque pays, RFI, AFRICA N° 1 : trois diffusions par jour et par station ;

  - la télévision nationale de chaque pays, TV5, la Chaîne Africaine : quatre diffusions par semaine.

– Hors média :

  - cinq banderoles par pays,
  - des affiches sur le réseau de 4 x 3 mètres ;
  - remise de cartables comprenant : bloc notes, stylos à bille, tee-shirts, autocollants, badges, plan de la ville, programme et brochure aux couleurs du forum.

Dans tous les pays du CILSS, la Côte d'Ivoire, le Nigéria, le Cameroun, le Ghana, les pays membres du CORAF pour créer un événement autour du forum.

Nous concevrons un programme dans lequel on pourra vendre des espaces publicitaires qui permettront de financer les autres activités qui suivront le forum.

3. APRES LE FORUM

Nous proposons d'encourager la sortie régulière du **bulletin d'informations** « Education Environnementale du Sahel », de revoir sa ligne graphique, pour mieux le vendre aux partenaires et clients. Ce bulletin permettra d'informer les partenaires, parrains et clients des évolutions pour bien préparer le prochain forum. Il sera soutenu financièrement par la **vente d'espaces publicitaires**. En plus, nous recommandons la diffusion sur le web du bulletin d'informations.

TABLEAU RECAPITULATIF DES ACTIONS
DE COMMUNICATION INSAH 2001

MOMENTS	AVANT	PENDANT	APRES
ACTIONS MEDIA	**40x 60, IP, ER, ET, 4 x 3, DR, B**	**40 x 60, IP, ER, TV, DR, B, 4 x 3**	**VE, BF, PW**
PUBLICS CIBLES			
1. PRESSE	DP, PW, BR, D 40 x 60, GP	DP, TS, PW, C	DR, PW, BF
2. DECIDEURS POLITIQUES	ML, BR, DT, PW 40 x 60, GP	C, TS, PW, C	BF
3. GESTIONNAIRES DE LA RECHERCHE AGRICOLE	ML, PW, 40 x 60 BR, DT, GP	C	BF
4. CLIENTS DE LA RECHERCHE	ML, PW, BR, DT, 40 x 60, GP	C	BF
5. DIRIGEANTS DE CHAMBRES	ML, PW, BR, DT, 40 x 60, GP	C	BF
6. CHERCHEURS PRIVES	ML, PW, BR, DT 40 x 60, GP	C	BF
7. STRUCTURES DE RECHERCHE	ML, PW, BR, DT 40 x 60, GP	C	BF
8. PARTENAIRES DE RECHERCHE	ML, PW, BR, DT 40 x 60, GP	C	BF
9. CHERCHEURS ET CREATEURS INDEPENDANTS	ML, PW, BR, DT 40 x 60, GP	C	BF
10. ENTREPRISES DE PRODUCTION INDUSTRIELLE	ML, PW, BR, DT 40 x 60, GP	C	BF
11. ISRAEL INDE	ML, PW, BR, BR 40 x 60, GP	**C**	BF
12. OPINION PUBLIC	PW, 40 x 60, DT	40 x 60, B	BF

ESTIMATIONS BUDGETAIRES

1. TEE-SHIRTS : 1 000 unités Progimex en 3 couleurs du SINEC :

3 000 F CFA x 1 000 unités = 3 000 000 F CFA

2. DEPLIANTS 21 x 21.7 quadri pliés 3 volets **=** 1 829 600 F CFA

3. 1 000 POCHETTES AVEC 4 FICHES (pochette informant sur le SINEC, le CILSS, l'INSAH, les SPONSORS en bandeau bas ou haut de page, et sur chacune des fiches, des informations sur le voyage, le séjour, le programme, les modalités d'inscription et de participation,…)

Budget à prévoir : **3 000 000 F CFA**

4. PAGES WEB : copies des pages de la pochette pour bien informer sur le forum : 6 pages en français, puis traduites en anglais, espagnol et italien. Services inclus : 2 mises à jour par an, 1 boîte aux lettres , 5 liens par version linguistique et un compteur. Création, prises de vue numérique, hébergement, services sus mentionnés :

Budget à prévoir : **3 307 000 F CFA**

5. GADGETS PERSONNALISES :

- 1 000 stylos à bille : 600 000 F CFA
- 50 blocs notes personnalisés **:** 900 000 F CFA
- 1 000 calendriers éphémérides en quadrichromie J moins X 2 600 000 F CFA
- 1 500 calendriers bancaires repiqués 3 couleurs : 750 000 F CFA
- 500 cartables en pagne tissé : 1 200 000 F CFA
- 400 badges 800 000 F CFA
- 1 000 autocollants 20 x 12 : 310 000 F CFA
- 1 000 autocollants 10 x 6 : 90 000 F CFA
- 1 000 autocollants 6 x 6 : 75 000 F CFA
- 500 plan de la ville de BAMAKO : 2 500 000 F CFA

TOTAL GADGETS PERSONNALISES : 9 825 000 F CFA

– Agendas président (21 x 29,7) personnalisés :

- 100 liseuses cuir : 1 550 000 F CFA
- 200 liseuses simili cuir : 1 800 000 F CFA
- 200 liseuses pvc : 1 300 000 F CFA
- personnalisation : impression du logo en couverture et 4 pages de publi-reportage quadrichromie pour 500 agendas : 4 957 650 F CFA

TOTAL AGENDAS : 9 607 650 F CFA

6. PRESSE ECRITE : ½ page pour annoncer l'événement :

✓ Frais techniques de réalisation : 6 exemplaires en 4 couleurs : 800 000 F CFA

12 exemplaires en 1 couleur 3 250 000 F CFA

- ✓ 8 insertions pleine page presse magazine :
  JEUNE AFRIQUE ECONOMIQUE 24 000 000 F CFA

- ✓ 8 insertion ½ page dans deux quotidiens de chacun des huit pays du CILSS, la Côte d'Ivoire, le Nigéria, le Cameroun, le Ghana.
  Budget à prévoir : 33 840 000 F CFA

TOTAL PRESSE ECRITE 58 965 000 F CFA

7. RADIO

- ✓ Conception et réalisation d'une musique originale pour le forum, d'un message de sensibilisation à l'endroit du public pour l'informer sur la prochaine tenue du Forum, et d'un message pour inciter le public intéressé à participer. Tous ces messages seront réalisés en français et en deux langues nationales les plus parlées dans le pays où ils sont diffusés.
  Budget à prévoir : 9 400 000 F CFA

- ✓ Diffusions des spots radio : sur RFI : 3 diffusions par jour aux meilleures heures d'écoute pendant trois semaines : soit 63 diffusions : 27 806 000 F CFA

- ✓ 1 800 diffusions des spots radio dans les deux stations de radio les plus écoutées des pays africains cités plus haut, soit 140 en moyenne par pays
  (3 diffusions par jour par station) : 54 000 000 F CFA
  Budget à prévoir : 91 206 000 F CFA

8. TELEVISION

Conception et réalisation d'une bande annonce d'une minute
pour informer l'opinion publique : 5 000 000 F CFA

TV5 Afrique : 12 diffusions : 3 000 000 F CFA

Télévisions nationales : 4 diffusions par semaine pendant
trois semaines 12 diffusions par pays : 33 600 000 F CFA

TOTAL : 41 600 000 F CFA

9. AFFICHES 40 x 60 cm : 960 000 F CFA

10. BANDEROLES :
15 jours de pose de 5 banderoles par pays 5 600 000 F CFA

11. AFFICHAGE 4 x 3 mètres :
en moyenne 30 panneaux par pays : 11 352 000 F CFA
Conception, réalisation de 50 affiches de 4 x 3 mètres 13 500 000 F CFA

TOTAL AFFICHAGE 4 x m :	**24 852 000 F CFA**
12. 2 000 BROCHURES QUADRICHROMIE : 12 pages, 3 couleurs, format 21 x 29.7 :	4 650 000 F CFA
13. CREATION D'UN LOGO OU D'UNE MASCOTTE :	2 000 000 F CFA
14. HONORAIRES DE CONSEIL, SUIVI,… :	**15 000 000 F CFA**
15. BUDGET DOPPORTUNITES :	**40 000 000 F CFA**

BUDGET TOTAL A PREVOIR : 315 402 250 F CFA

IV. PREPARATION ET ORGANISATION DU FORUM

4.1. PREPARATION DE LA TECHNO-FOIRE

A. 4.1.1. ACTIVITES RELATIVES A LA PREPARATION

A. Secrétariat exécutif du CILSS

- Information et sensibilisation des hautes autorités des pays membres du CILSS ;
- Information et sensibilisation des sièges des Institutions Internationales et Partenaires au Développement intervenant dans le cadre du CILSS;
- Information et sensibilisation des représentants locaux des Institutions et Partenaires aux Développement intervenant dans le cadre du CILSS ;

B. INSAH

- Mise en place du comité International de pilotage ;
- Information et sensibilisation des Institutions et Organes Nationaux des pays membres du CILSS ;
- Mise en place des comités nationaux d'organisation ;
- Mise en place du secrétariat permanent du Forum.
- Information et sensibilisation des représentants locaux des Institutions et Partenaires aux Développement intervenant dans le cadre du CILSS ;

4.1.2. – STRUCTURES ET ACTIVITES RELATIVES A L'ORGANISATION

1 - **Création et mise en place des commissions spécialisées du Forum** :

1.1 mise en place de la commission médiatisation et publicité ;
1.2 mise en place de la commission des finances et du budget ;
1.3 mise en place de la commission activités du Forum:

- sous commission exposition promotion ;
- sous commission communication scientifique ;
- sous commission tables rondes – conférences.

1.4 mise en place de la commission jury d'attribution des prix ;
1.5 mise en place de la commission protocole transport hébergement restauration ;

- sous commission protocole transport ;
- sous commission hébergement restauration.

1.6 mise en place de la commission activités culturelles et touristiques ;
1.7 mise en place de la commission santé ;
1.8 mise en place de la commission sécurité.

2.2 – Activités des commissions

1. **<u>Comité International de pilotage (CIP)</u>**
   - **Préparation et lancement du Forum ;**
   - conseil au secrétariat permanent et comités nationaux ;
   - suivi de l'organisation du Forum ;
   - recherche de financement ;
   - mobilisation des décideurs, partenaires au développement, firmes industrielles, opérateurs économiques, producteurs nationaux, régionaux et internationaux ;
   - définition des termes de références de conférenciers, des exposants et du jury d'attribution des prix.

2. <u>Comités Nationaux d'Organisation (CNO)</u>
   - diffusion, au niveau national, de la publicité (spots audiovisuels et insertions dans les journaux)
   - confection et pose affiches et banderoles du forum ;
   - sensibilisation et information de l'opinion nationale ;
   - promotion du forum auprès des industriels, opérateurs économiques ;
   - recherche de sponsors et mobilisation de ressources financières ;
   - identification et incitation des participants ;
   - préparation de la participation du pays ;
   - suivi de l'après forum.

3. <u>Le secrétariat permanent (SP)</u>
   - suivi préparation du Forum ;
   - suivi et coordination des différents comités nationaux ;
   - suivi des différents partenaires ;
   - supervision et diffusion des spots publicitaires audiovisuels et les insertions dans les journaux des pays du CILSS et dans les médias internationaux ;
   - réception des fiches d'inscription au Forum ;
   - ventilation des fiches d'inscription aux différentes commissions et sous commissions.
   - Adoption des plans d'actions des commissions ;
   - Mobilisation des ressources humaines, financières et matérielles nécessaires à la réalisation satisfaisant du Forum ;
   - Ordonnancement des dépenses relatives au Forum ;
   - Supervision technique et budgétaire de la mise en œuvre du programme du Forum ;
   - Edition des actes du Forum.

4. <u>Commission spécialisées du Forum (CSF)</u>

   4.1 Commission Protocole Transport - Hébergement - Restauration (CPTHR) :

   4.1.1 Sous Commission Protocole Transport (SCPT) :
   - Réservation, confirmation vols et visa ;
   - Accueil invités étrangers et transfert hôtels ;
   - Transport participants étrangers hôtels lieu du Forum ;
   - Transfert participants étrangers à l'aéroport ;
   - Transport participants étrangers lieu des et /ou sites touristiques – hôtels ;
   - Gestion parc véhicules ;
   - Coordination service protocole Forum et service protocole officiel ;

   4.1.2 Sous Commission Hébergement Restauration :

- Négociation des tarifs avec hôtels ;
- Réservation chambres d'hôtels pour les participants étrangers ;
- Sélection groupe traiteurs et restaurants pour la restauration et les pauses café ;
- Etablissement des modalités techniques et financières d'organisation du service restauration et pause café ;

4.2 Commission Activités du Forum (CAF) :

4.2.1 Sous Commission Exposition Promotion (SCEP) :

- Elaboration fiche d'identification – présentation des technologies ;
- Elaboration plan et modalités d'organisation de l'exposition ;
- Sélection des technologies à exposer par pays ;
- Recensement et mise à disposition de la logistique nécessaire à l'exposition ;
- Assistance aux exposants à s'installer ;
- Etablissement circuit de la visite des stands pour les personnalités ;
- Elaboration termes de référence du jury d'attribution des prix pour les expositions ;
- Informations et assistance des participants et visiteurs du Forum ;

4.2.2 Sous Commission Communication Scientifiques (SCCS)

- Elaboration plan et modalités d'organisation des sessions de communication scientifiques ;
- Sélection des différentes catégories de communications ;
- Elaboration de programme et du calendrier de présentation des communications scientifiques
- Mise à disposition de la logistique nécessaire dans les différentes salles des sessions de communications (équipement des salles, en tables, chaises, matériels de sonorisation, projecteurs de transparents et diapos écrans, etc.);
- Distribution des documents consacrés aux communications scientifiques ;
- Transmission des documents à produire au secrétariat du Forum
- Enregistrement et exploitation des requêtes et sollicitations des participants aux session ;
- Définition des termes de références du jury chargé de l'attribution des prix pour les communications scientifiques ;
- Assistance et information aux visiteurs du forum.

4.2.3 Sous Commission Tables Rondes et Conférences :

- Elaboration plan et modalités d'organisation des tables rondes et conférences;
- Elaboration des termes de références des conférenciers ;
- Elaboration du programme et calendrier de présentation des tables rondes et des conférences ;
- Mise à disposition de la logistique nécessaire dans les différentes salles des tables rondes et des conférences (équipement des salles en tables, chaises matériels de sponsorisation, projecteurs de transparents et diapos écrans, etc.) ;
- Distribution des documents consacrés aux tables rondes et conférences ;
- Transmission des documents à produire au secrétariat
- Enregistrement et exploitation des requêtes et sollicitations des participants aux sessions ;
- Assistance et information aux participants et visiteurs du Forum.

4.3 Commission Médiatisation Publicité (CMP) :

- Gestion de la couverture médiatique des activités avant, pendant et après le Forum ;
- Elaboration plan et programme de la couverture médiatique ;
- Réalisation et diffusion d'un spot publicitaire audio visuel et les insertions dans journaux et revues sur le Forum ;
- Réalisation d'une page web sur le Forum ;
- Confection des banderoles, affiches, gadgets publicitaires, tee-shirts, porte documents, etc. ;
- Affichage et pose banderoles dans la ville et lieux publics ;
- Médiatisation des manifestations pendant le Forum ;
- Réalisation d'une cassette vidéo sur le Forum et insertion des actes de l'événement dans la page web

4.4 Commission des Finances (COMFIN) :

- Gestion des ressources financières et matérielles ;
- Contrôle et exécution des dépenses liées au Forum ;
- Elaboration d'un plan de trésorerie ;
- Elaboration d'un rapport financier après le Forum ;
- Recherche de l'équilibre financier.

4.5 Commission Santé (COMSA) :

- Elaboration d'un plan de service de santé pour les participants au Forum ;
- Suivi de l'état de santé des participants ;

4.6 Commission Sécurité (COMSECU) :

- Gestion sécuritaire des participants, du matériel et des stands ;
- Mise en place d'un service d'ordre lors des visites guidées.

4.7 Commission Culturelle et Touristique :

- Elaboration plan et modalités d'exécution des manifestations culturelles et la visite de sites touristiques sélectionnées en relation avec les prestataires ;
- Elaboration et diffusion du programme culturel et touristique ;
- Information dans les délais requis des participants sur les différentes manifestations ;

4.8 Commission jury d'attribution des prix :

- Confection des diplômes et des prix ;
- Sélection et choix des lauréats ;
- Confection d'un recueil de présentation des objets, matériel et œuvres ou études primés ;
- Organisation de la cérémonie de remise des prix.

TACHES	AN 2000							AN 2001											
	Juin	Juil	Aou	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Juillet	Aou	Sep	Oct	Nov	Déc
4.2. <u>CHRONOGRAMME DE L'EXECUTION DES TACHES LIEES A L'ORGANISATION DU FORUM</u>																			
1 - INFORMATION																			
1.1 Secrétariat Exécutif du CILSS																			
- Information et sensibilisation des hautes autorités des pays membres du CILSS ;																			
- Information et sensibilisation des sièges des Institutions Internationales et Partenaires au Développement intervenant dans le cadre du CILSS																			
1.2 INSAH																			

- Information et sensibilisation des Institutions et Organes Nationaux des pays membres du CILSS ; - Information et sensibilisation des représentants locaux des Institutions et Partenaires au Développement intervenant dans le cadre du CILSS ; - Mise en place du Comité National de pilotage ; - Mise en place des Comités Nationaux d'organisation ; - Mise en place du Secrétariat Permanent du Forum. **2 - PILOTAGE DU FORUM** ***2.1 Comité international de pilotage*** - Préparation et lancement officiel du Forum - Désignation du secrétaire permanent et installation du secrétariat permanent - Mobilisation des décideurs, partenaires au développement, fermes industrielles, opérateurs économiques, producteurs nationaux, régionaux et internationaux ;																			

- Recherche de financement ; - Définition des termes de référence des conférences, - des exposants et de jury d'attribution des prix . ***2.2 Comités nationaux d'organisation*** - Information et sensibilisation de l'opinion nationale ; - Diffusion au niveau national de la publicité ; - Confection et pose des affiches et banderoles ; - Promotion du Forum auprès des industriels, opérateurs, économiques, chercheurs etc. ; - Recherche de sponsors et mobilisation de ressources financières ; - Identification et incitation des participants ; - Préparation de la participation du pays. ***2.3 Secrétariat permanent du Forum ;*** - Comité International de pilotage ; - Comités nationaux d'organisation ; - Suivi de la préparation du Forum ; - Coordination des comités nationaux d'organisation; - Etablissement d'une liaison avec les partenaires ; - Supervision de la publicité dans les pays du CILSS et dans les médias internationaux ; - Réception des fiches d'inscription au Forum ; - Ventilation des fiches d'inscription aux différentes commissions ; - Adoption des plans d'actions des commissions ; - Mobilisation des ressources financières et matérielles ; - Consultation et négociation avec le palais des congrès ;																			

- Ordonnancement des dépenses relatives au Forum ; - Supervision technique et budgétaire de la mise en œuvre du programme du Forum ; - Edition des actes du Forum. ***2.4 Promotion du Forum*** - Commission médiatisation publicité ; - Elaboration et gestion du plan et programme de la couverture médiatique ; -Création et /ou choix des supports de communication et d'information ; - Création d'une page web du Forum ; - Réalisation des insertions pour les journaux et revues ; - Confection des banderoles et affiches ; - Confection d'objets publicitaires (gadgets, tee shirts, etc.) - Elaboration du budget de la commission ; - Commercialisation des supports ; - Recherche de sponsors ; - Information et sensibilisation des institutions de recherche publique ; - Information et sensibilisation des institutions de recherche privées ; - Information et sensibilisation des entreprises (industrielle et autres) ; - Information et sensibilisation des PME / PMI des secteurs de agro business ; - Information et sensibilisation des ONG ; - Médiatisation de l'événement avant le Forum ; - Diffusion de spots publicitaires ; - Insertion dans journaux et revues ;																			

- Affichages et pose de banderoles ; - Médiatisation du Forum pendant les manifestations ; - Réalisation d'une cassette vidéo sur le Forum ; **2.5 Accueil Transport Hébergement Restauration** **II. Commission Protocole Transport Hébergement** **III. Restauration** ***2.5.1 Sous Commission Protocole Transport*** **- Saisine des services officiels du protocole du Ministère des Affaires Étrangères, des autorités de l'aéroport, de la régie des chemins de fer du Mali ;** - Conseiller et négocier avec des compagnies aérienne desservant le Mali en vue d'obtenir des tarifs préférentiels ; - Etablissement des plans de vols des participants ; - Réservation et confirmation des vols aux participants du Forum ; - Demande de visa pour les étrangers habitant hors des pays de la CEDEAO ; - Consultation et négociation avec les compagnies de transport pour la location de véhicules ; - Gestion du parc de véhicules ; - Accueil des invités étrangers et transfert à																			

l'hôtel ; - Transfert des participants étrangers hôtel lieu du Forum ; - Transfert des participants étrangers hôtel – Aéroport - Transport participants étrangers hôtel / lieu soirées culturelles ou sites touristiques. ***2.5.2 Sous Commission Hébergement Restauration*** - Consultation des hôteliers et Restaurateurs ; - Négociation des tarifs avec hôteliers et restaurateurs - Réservation des chambres d'hôtel pour les participants étrangers ; - Sélection du groupe de traiteurs et restaurateurs pour les repas et les pauses café ; - Définition des modalités techniques et financiers d'organisation du service de la restauration et des pauses café. **2.6 Activités du Forum** **<u>Commission Activités du Forum</u> :** - Sous commission Exposition – Promotion ; - Sous commission Communications Scientifiques ; - Sous commission Tables rondes et Conférences ; - Agences et / ou Entreprises d'aménagement et décoration ; - Prestataire de services ; - Ministère de la Culture ; • ***Sous Commission Exposition – Promotion :***																			

- Elaboration formulaire d'inscription et les conditions de participation à l'exposition ; - Consultation et négociation avec la Direction du parc des expositions et des Agences d'aménagement et de décoration de stands; - Etablissement des coûts d'aménagement et de location de stands ; - Elaboration du plan de l'exposition, les différents types de stands et les conditions d'attribution ; - Sélection des technologies à exposer par pays - Recensement et mise à disposition de la logistique nécessaire à l'exposition ; - Elaboration du budget de la Sous Commission ; - Ouverture et tenue d'un registre d'inscription des exposants ; - Confection d'un dossier exposant comportant tous les renseignements utiles à l'exposition, les services et matériels disponibles ; - Recensement des besoins des exposants - Elaboration des termes de référence du jury d'attribution des prix pour l'exposition : - Aménagement et décoration des stands ; - Fourniture et installation des équipements divers ; - Réalisation d'un répertoire des exposants ; (catalogue comportant une liste alphabétique, adresses complètes, liste par secteur d'activité et une rubrique des produits, matériels et services exposés) ; - Assistance aux exposants à s'installer ; - Etablissement du circuit de la visite de l'exposition ; - Information et assistance des participants et																			

visiteurs ; • Sous Commission Communications Scientifiques : - Consultation et négociations avec la Direction du Palais des Congrès ; - Etablissement des coûts de location ; - Elaboration du plan et modalité d'organisation des sessions de communication scientifiques ; - Elaboration des modalités de participation aux sessions ; - Sélection des différentes catégories de communication ; - Conformations des propositions et communications retenues ; - Elaboration du programme et du calendrier de présentation des commissions scientifiques ; - Elaboration du budget de la sous commission ; - Collecte des documents à produire auprès des commissions et transmission au secrétariat du forum pour reproduction ; - Confection du dossier de communication ; - Confection et établissement des kits et porte documents et autres ; - Recensement des besoins des communicateurs et / ou conférenciers ; - Recensement et mise à disposition de la logistique nécessaire (salles de réunions, de session, de conférence et des équipements , mobilier ; matériel de sonorisation et d'interprétation, matériel de projection et d'enregistrement des débats, etc.) ;																			

- Enregistrement et exploitation des demandes et sollicitation des participants aux sessions ; - Définition des termes de références du jury chargé de l'attribution des prix pour les communication scientifiques ; - Distribution de documents de communication aux participants ; - Assistance et information aux participants et visiteurs du forum, sur les sessions et conférences • Sous Commission Tables Rondes et Conférences : - Elaboration plan et modalités d'organisation des tables rondes et conférences; - Elaboration des termes de références des conférenciers ; - Elaboration du programme et calendrier de présentation des tables rondes et des conférences - Mise à disposition de la logistique nécessaire dans les différentes salles des tables rondes et des conférences (équipement des salles en tables, chaises matériels de sponsorisation, projecteurs de transparents et diapos écrans, etc.) ; - Distribution des documents consacrés aux tables rondes et conférences ; - Transmission des documents à produire au secrétariat - Enregistrement et exploitation des requêtes et sollicitations des participants aux sessions ; - Assistance et information aux participants et																			

visiteurs du Forum.																			
2.7 Finances et budget du Forum																			
2.7.1 Commission des Finances et du Budget																			
- Elaboration d'un plan de trésorerie et des dépenses liées au Forum (Base budget des commissions) ;																			
- Gestion des fonds mis à la disposition du Forum																			
- Règlement des engagements de dépenses liées au Forum ;																			
- Elaboration d'un rapport financier après le Forum																			
2.7.2 Recherche de Financement (PM)																			
- Comité de pilotage ;																			
- Partenaires au Développement.																			
2.8 Santé sécurité																			
2.8.1 Commission Santé :																			
- Ministère de la Santé ;																			
- Formations sanitaires ;																			
- Services d'urgence ;																			
- Sapeurs Pompiers ;																			
- Croix rouge ;																			
- Elaboration d'un plan de service de santé pour les participants au Forum ;																			
- Elaboration du budget du Forum ;																			
- Elaboration du budget de la Commission ;																			
- Recrutement du personnel de santé ;																			
- Installation d'un poste de santé ;																			
- Equipement et approvisionnement en médicaments de 1ére nécessité ;																			
- Mise en place d'un véhicule de secours ;																			

2.8.2 Sécurité - Commission Sécurité ; - Ministère de l'Intérieur ; - Gendarmerie Nationale ; - Agences de Sécurité ; - Sapeurs Pompiers ; - Elaboration du budget de la commission ; - Installation d'un poste de garde et de contrôle ; - Mise en place d'un service d'ordre et de ronde ; - Recrutement du personnel de garde et de contrôle ; **2.9 Activité culturelles et Touristiques** ***<u>Commission Culturelle</u>*** - Ministère de la culture ; - Ministère au tourisme ; - Office National du tourisme ; - Agences des spectacles - Agences de tourisme et de transport - Elaboration du plan d'activité culturelles et touristiques - Recensement et proposition des manifestations ou activités culturelles et sites touristiques à visiter - Evaluation des coûts - Elaboration et diffusion d'un programme général comprenant les conditions des participants (renseignement et proposition de prix) - Enregistrement des participants - Location des véhicules de transport et des salles de spectacles - Engagement des artistes – agence ou guide																			

touristique ; - Réservation, hébergement et restauration des participants aux excursions **2.10 Attribution des prix** ***<u>Commission jury d'attribution des prix :</u>*** - Confection des diplômes et des prix ; - Sélection et choix des lauréats ; - Confection d'un recueil de présentation des objets, matériel et œuvres ou études primés ; - Organisation de la cérémonie de remise des prix.																			

A. 4.3. BUDGET PREVISIONNEL

I – CHARGES

1 – <u>Documents d'information et de promotion</u>

1 – 1	Conception logo du MASITA (sur concours) :	1.000.000
1 – 2	Création site web :	1.500.000
1 – 3	Affiches bilingue : 60 x 80 (5.000 ex) :	3.750.000
1 – 4	Prospectus bilingue 3 volets (5.000 ex) :	1.500.000
1 – 5	Banderoles :	2.000.000
1 – 6	Formulaires de participation :	750.000
1 – 7	Lettres d'invitation (2.500 ex) :	750.000
1 – 8	Papiers entête (10.000 ex) :	800.000
1 – 9	Autocollants (5.000 ex) :	1.500.000
1 – 10	Chemises et pochettes (kit) (1.500 ex) :	1.050.000

2 – <u>Campagne de publicité</u> : (Etats membres et autres pays ciblés)

2 – 1	Conception et réalisation des massages (presse écrite, radio, TV) :	5.000.000
2 – 2	Insertions presse écrite :	15.000.000
2 – 3	Diffusion spots et bandes annonces TV et audio :	20.000.000
2 – 4	Affichage public et pose banderoles :	4.500.000
2 – 5	Articles et objets publicitaires :	5.000.000

3 – <u>Mission de sensibilisation et de prospection</u>

Etats membres, autres pays ciblés et éventuellement sièges Organisations

Internationales.

- quatre (4) jours ouvrables par pays ;
- composition mission :
  1 Représentant CILSS ;
  1 Secrétaire Permanent ;
  1 Journaliste (INSAH / CILSS).

3 – 1 Titres de transport :	60.000.000
3 – 2 Frais de mission :	5.000.000
3 – 3 Organisation réunion d'information et conférences de presse dans les Etats membres :	2.700.000
3 – 4 Conception et réalisation dossiers de presse :	2.500.000

4 – <u>Autres Charges</u>

4 – 1 Traduction de texte :	3.500.000
4 – 2 Frais de poste et mailing :	5.200.000
4 – 3 Téléphone - fax – e-mail :	7.500.000
4 – 4 Impression guide du participant :	2.500.000
4 – 5 Impression programme :	3.000.000
4 – 6 Impression recueil des participants :	3.500.000
4 – 7 Confection des documents et des dossiers des communications scientifiques, conférences et tables rondes :	5.000.000
4 – 8 Réalisation des cartes d'invitations, des badges pour participants – visiteurs et organisateurs :	6.000.000
4 – 9 Impression document final Forum :	10.000.000

5 – <u>Travaux et Services Extérieurs</u>

5 – 1 Location véhicules de transport pour participants
Invités d'honneur, etc. (bus et voitures légères,

comprenant carburant) :	10.000.000
5 – 2 Personnel d'accueil et guide (hôtesses – guides, etc.) :	6.000.000
5 – 3 Personnel d'interprétation des conférences et tables rondes :	6.200.000
5 – 4 Installation Bureau d'accueil aéroport :	2.500.000
5 – 5 Animation culturelle :	6.000.000
5 – 6 Activités touristiques :	PM
5 – 7 Location salles de conférences et bureaux :	6.000.000
5 – 8 Location matériel de sonorisation d'interprétation de projection :	3.250.000
5 – 9 Location matériel de sonorisation générale :	1.500.000
5 –10 Location matériel et fournitures de bureau – matériel de traitement de textes (ordinateur – imprimante – photocopieurs) papier - tonner cartouches pour imprimante, etc.:	2.500.000
5 –11 Personnel de secrétariat bilingue (secrétaires) :	1.500.000
Personnel technique (photocopieurs, techniciens de maintenance, assembleurs, etc.) :	1.600.000

6 – <u>Hébergement – Restauration et autres</u>

6.1 Hébergement

6.1.1 Délégation officielle des pays du CILSS (90) :	31.320.000
6.1.2 Invités officiels (30) :	13.320.000
6.1.3 Membres délégation – Secrétariat exécutif CILSS :	4.440.000

6.2 Restauration

6.2.1 Délégations officielles pays du CILSS (90) :	14.760.000
6.2.2 Invités officiels (30) :	4.920.000
6.2.3 Membres Délégation Secrétariat Exécutif CILSS (10):	1.680.000
6.2.4 Membres Comité d'organisation (30) :	1.200.000
6.2.5 Frais de réception (cocktail) :	2.400.000
6.2.6 Pauses café participants conférences et tables rondes :	1.920.000
6.2.7 Soirée de gala :	1.500.000

7 – Santé et sécurité

7.1 Santé

7.1.1 Installation et équipement poste de santé :	250.000
7.1.2 Approvisionnement en médicaments de première nécessité :	500.000
7.1.3 Personnel de santé (docteur, infirmiers) :	1.200.000

7.2 Sécurité

7.2.1 Installation et équipement poste de garde :	PM
7.2.2 Personnel de garde :	600.000

8 – Exposition

8.1 Location hall et esplanade d'exposition :	
8.2 Hall d'exposition :	1.000.000
8.3 Esplanade :	2.500.000

8.4 location matériel d'aménagement des stands (PM)

*Aménagement Pavillons nationaux (PM)

* Aménagement stands privés (PM)

II – RESSOURCES

1 – Sponsoring et publicité :

1.1 Sponsoring

1.1.1 Sur site web ;

1.1.2 Sur documents publicitaires (affiches – prospectus – banderoles).

1.2 Article publicitaires

1.2.1 Publicité dans recueil et documents du forum.

2 – Redevances :

2.1 Location de surface d'exposition (hall commercial : 150 m²)	2.250.000
2.2 Location surface d'exposition esplanade (1.200 m²)	12.000.000
2.3 Sociétés agrées pour location matériel et aménagement stands :	500.000
	281.810.000

3 – Financement et subventions