

# 3 ETAPES FACILES POUR TRANSFORMER VOS POPULATIONS CIBLE EN AMBASSADEURS DE VOTRE PROJET

## I. CONTEXTE

Pour rappel, un projet ou programme de développement vise à améliorer les conditions de vie des populations en leur fournissant gratuitement des prestations ou infrastructures dont les coûts de réalisations sont supportés par le Budget de l'Etat et/ou par des dons et prêts octroyés par des donateurs ou prêteurs. Ces donateurs peuvent être des institutions de financement du développement ou des pays étrangers.

Ainsi, le vrai client d'un projet de développement est sa population cible. Cette population est celle qui est visée comme étant bénéficiaires directs des réalisations et prestations du projet. C'est donc elle qui peut en réalité attester de la qualité des réalisations du projet puisqu'elle en est l'utilisatrice finale. Si des personnes sont qualifiées pour parler de la réussite ou de l'échec d'un projet ce sont bel et bien les bénéficiaires de ses prestations et les utilisateurs de ses réalisations.

En principe, aux termes de l'exécution d'un projet, les populations bénéficiaires devraient être contentes de la réalisations du projet, en faire bon usage, témoigner en faveur du projet et même faire un plaidoyer auprès du Gouvernement et des Bailleurs pour l'obtention de financements additionnels pour que le projet puisse bénéficier à d'autres personnes.

## II. MAUVAISE PERCEPTION DES POPULATIONS VIS-A-VIS DU PROJET

Malheureusement cela n'est pas toujours le cas.

Il est arrivé que des populations pour qui des centres de santé ont été construits et bien équipés refusent d'y aller se faire soigner parce que le centre a été bâti sur un site qui ne convient pas aux us et coutumes des habitants du village.

Certaines classes construites à grand frais sont restées très longtemps sans élèves parce que les populations du village X boycottent cette école qui a été construite dans un autre village Y très proche de seulement 500 m. La raison du boycott est que l'école devrait être construite dans le village x dont les populations estiment être les propriétaires terriens.

Cela pose le problème de la faible consultation des populations au moment de la préparation du projet et du manque de communication à leur endroit.

Pendant l'exécution du projet, il est fréquent que les personnes pour qui le projet a été conçu ne sachent rien du projet, notamment de ses réalisations et des modalités d'utilisation de ces réalisations. Pour certains projets, en dehors du gouvernement, du Bailleur et de l'UCP, le reste de la population ignore l'existence du projet jusqu'à ce qu'il s'achève. Pourtant, le projet est supposé avoir été élaboré pour améliorer la vie des populations.

Heureusement, cela n'est pas le cas pour la majorité des projets.

Toutefois, parmi les projets qui communiquent à la télévision, à la radio et dans la presse écrite, nombreux sont ceux qui n'informent la population que sur des intentions et sur le processus. Ainsi, on entend fréquemment que le projet fera ceci et fera cela ou que le Ministre ou le Coordonnateur du projet a signé telle ou telle convention avec telle structure. Le plus souvent cela donne l'impression que la communication ne vise qu'à faire la promotion du Ministre, du Directeur ou du Coordonnateur du projet.

Au final, les populations se désintéressent du projet parce qu'elles ont le sentiment que leurs problèmes ne sont pas abordés avec eux.

Le résultat de cette débauche d'énergie est que seuls les prestataires (l'UCP et le Ministre) parlent bien du projet et les vrais clients que sont les populations cibles continuent de se poser des questions au point où elles ne voient même pas l'utilité du projet.

Plusieurs projets ont ainsi perdu toute crédibilité aux yeux des populations, alors même qu'ils ont fait de très bonnes réalisations.

A l'opposé d'autres projets ont moins réussi dans leur prestations et réalisations, mais ont meilleure presse auprès de la population que le Bailleur consulte au moment des missions de supervisions et quand il faut décider d'un financement complémentaire ou d'une phase additionnelle du projet.

Le schéma normal serait que le projet fasse de bonnes réalisations et que les populations bénéficiaires ou usagers soient les premiers défenseurs et porte-parole du projet.

D'où la question de savoir COMMENT FAIRE DE VOS POPULATIONS CIBLE, VOS MEILLEURS COMMUNICANTS ?

### **III. LES 3 ETAPES QUI TRANSFORMENT VOS POPULATIONS BENEFCIAIRES EN AMBASSADEURS**

Les 3 étapes que je conseille et qui répondent à cette question sont les suivant :

#### **3.1. Etape 1 : Au moment de la préparation du projet.**

- consulter un échantillon de la population cible pour recueillir leurs besoins réels ;

### **3.2. Etape 2 : Au démarrage des activités du projet :**

- Rencontrer les populations cibles pour les briefer sur ce que le projet va faire à leur profit ;
- Solliciter leur implication pour la réussite du projet ;

Avec ces 2 étapes, on aura obtenu l'adhésion des populations au projet.

- Constituer un pool de journalistes de la presse audio-visuelle et écrite ;
- Former et sensibiliser ce pool de journalistes sur les réalisations attendues du projet et sur les modalités de mise en œuvre ;
- Communiquer dans la presse sur les résultats attendus du projet ;
- Communiquer dans la presse sur les modalités de mise en œuvre et les prestataires.

### **3.3. Etape 3 : Dès que les premiers résultats de terrain sont atteints :**

- Recueillir les impressions des populations ;
- Tenir compte de leurs critiques pour améliorer l'approche et les résultats du projet ;
- Organiser des tournées de terrain avec la presse pour visiter les réalisations ;
- Laissez la parole aux populations pour qu'elles donnent leurs impressions.

En procédant ainsi, ce sont ces populations qui vont témoigner de la qualité des réalisations du projet et de leurs satisfactions. Elles deviendront ainsi les meilleurs Ambassadeurs du Projet.

Leurs témoignages vont influencer la perception que les décideurs auront du projet. Ce qui va aboutir aux résultats suivants :

- Le Gouvernement et votre Bailleur seront satisfaits du Projet ;
- D'autres Bailleurs entendront parler en bien du projet ;
- Le projet obtiendra des financements additionnels du Bailleur ;
- D'autres Bailleurs viendront vers votre Equipe-projet pour vous confier la gestion de leurs projets.

Vous pouvez utiliser ces recettes et réussir à tous les coups, en mettant simplement en pratique ce que je vous enseigne. Il vous suffira de les adapter à votre contexte.

Il vous suffit de lire mes Livrets PDF, de visualiser mes vidéos de partage ou de formation, et d'appliquer les démarches et les « recettes » qui ont fait la preuve de leurs efficacités.

**Si vous voulez aller plus loin et devenir un manager de projet à succès, inscrivez-vous à ma formation dénommée « LeaderPRO ».**

**Cette formation va vous donner toutes les recettes pour conduire votre Equipe au succès sans ruiner votre Santé.**

**Ecoutez la Vidéo de la formation en cliquant sur le lien suivant :**

**[Les 12 SAVOIRS INCONTOURNABLES POUR CONDUIRE VOTRE EQUIPE AU SUCCES, SANS RUNIER VOTRE SANTE](#)**

**Adama BAMBA**

**Manager de Projet/Coach-Formateur**