



**Ministère de la Promotion de la Femme,  
De l'Enfant et de la Famille**

**République du Mali  
Un Peuple-Un But-Une Foi**

**Direction Nationale de la Promotion de la Femme**

**Projet « Promotion du Statut  
de la Femme et de  
l'Équité du Genre »**

# **STRATEGIE IEC/PLAIDOYER**

**RAPPORT FINAL**

**Présenté par :**

**Mr Idrissa YALCOUYE  
(Spécialiste en Communication pour le Développement)**

**Centre Multimédia de Communication  
Pour le Développement  
(CESPA)**

**Juillet 2002**

## SOMMAIRE

	Liste des abréviations-----	3
	Introduction-----	5
I	Contexte-----	5
II	Méthodologie-----	7
III	Les Différents Intervenants en IEC/Plaidoyer dans le cadre des trois (03) sous-programmes FNUAP-----	8
3.1	Sous-Programme Plaidoyer-----	9
3.1.1	Projet « Appui à la Lutte Contre les Pratiques Préjudiciables à la Santé de la Femme et de l'Enfant-----	9
3.1.2	Projet « Promotion de la Politique Nationale de Population et des Droits en matière de Santé de la Reproduction-----	10
3.1.3	Projet « Promotion du Statut de la femme et de l'Equité du Genre »-----	11
3.2	Sous-Programme Santé de la Reproduction (SR)-----	13
3.2.1	Projet , Promotion de la DBC -----	13
3.2.2	Projet « Education à la vie Familiale, Education en Matière de Population dans les Organisations paysannes-----	14
3.2.3	Projet « Promotion Jeunes-Sport et santé »-----	15
3.2.4	Projet « Extension et Amélioration de la Qualité des Services de Santé de la Reproduction dans les Structures Sanitaires »-----	16
3.3	Sous-Programme « Stratégie en matière de population et de développement( SPD) »-----	17
3.3.1	Projet « Education à la vie familiale, Education en Matière de Population en milieu scolaire et non formel »-----	17
3.3.2	Projet d'Appui à la Coordination de la PNP-----	18
IV	Outils et Canaux de Communication utilisés par les différents intervenants-----	19
4.1	Outils (Supports) de Communication-----	19
4.2	Canaux de Communication-----	19
V	Types d'Activités IEC/Plaidoyer-----	20
5.1	Activités d'IEC-----	20
5.2	Activités de Plaidoyer-----	21
VI	Analyse des résultats des trois études thématiques-----	22
6.1	Etude « Femmes, Familles et Islam »-----	22
6.2	Etude « Perception des Hommes quant aux questions relatives à la promotion de la femme »-----	25
6.3	Etude « Rôles Economique et Social des femmes au Mali »-----	27
VII	Proposition de Stratégies d'IEC/Plaidoyer-----	31
7.1	Objectifs-----	31
7.2	Identification des Problèmes et Axe de la Stratégie d'IEC/Plaidoyer-----	32
7.3	Cadre Logique de la Stratégie-----	35
7.4	Opérationnalisation de la Stratégie-----	42

<b>VIII</b>	<b>Conclusion et Recommandations</b> -----	<b>51</b>
<b>IX</b>	<b>Annexes</b> -----	<b>52</b>
	<b>Bibliographie</b> -----	<b>55</b>

## Liste des Abréviations :

<b>AMPPF</b>	: Association Malienne pour la Protection et la Promotion de la Famille
<b>AMUPI</b>	: Association Malienne pour l'Unité et le Progrès de l'Islam
<b>ASDAP</b>	: Association de Soutien au Développement des Activités de Population
<b>CAFO</b>	: Coordination des Associations et Organisation Non Gouvernementales Féminines
<b>CAP</b>	: Connaissance Aptitude et Pratique
<b>CD-RAM</b>	: Communication pour le Développement, Réseau d'Assistance et d'Appui au Mali
<b>CED</b>	: Centre d'Education et de Développement
<b>CENACOPP</b>	: Cellule Nationale de Coordination des Programmes de Population
<b>CESC</b>	: Conseil Economique Social et Culturel
<b>CESPA</b>	: Centre de Services de Production Audiovisuelle
<b>CNAPN</b>	: Comité National pour l'Abandon des Pratiques Néfastes
<b>CNIECS</b>	: Centre National d'Information, d'Education et de Communication pour la Santé
<b>COFESFA</b>	: Coopérative des Femmes pour l'Education, la Santé Familiale et l'Assainissement
<b>CSCOM</b>	: Centre de Santé Communautaire
<b>DBC</b>	: Distribution à Base Communautaire des Contraceptifs
<b>DNAMR</b>	: Direction Nationale de l'Appui au Monde Rural
<b>DNPF</b>	: Direction Nationale de la Promotion de la Femme
<b>DRSP</b>	: Direction Régionale de la Statistique et du Plan
<b>EDS</b>	: Enquête Démographique et de Santé
<b>EIPC</b>	: Ecole d'Infirmiers du Premier Cycle
<b>EVF/EMP</b>	: Education à la Vie Familiale/Education en Matière de Population
<b>FAO</b>	: Fonds des Nation Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture
<b>FNUAP</b>	: Fonds des Nations Unies pour la Population
<b>IEC</b>	: Information Education Communication
<b>IST</b>	: Infection Sexuellement Transmissible
<b>MPFEF</b>	: Ministère de la Promotion de la Femme de l'Enfant et de la Famille
<b>ONG</b>	: Organisation Non Gouvernementale
<b>OP</b>	: Organisation Paysanne
<b>OPF</b>	: Organisation Paysanne Féminine
<b>OPJ</b>	: Organisation Paysanne de Jeunes
<b>OPP</b>	: Organisation Professionnelle Paysanne
<b>PASAF</b>	: Projet d'Appui à la Lutte Contre les Pratiques Préjudiciables à la Santé de la Femme et de l'Enfant
<b>PF</b>	: Planning Familial
<b>PNP</b>	: Politique Nationale de Population
<b>PPIP</b>	: Programme Prioritaire d'Investissement en Matière de Population
<b>RCE</b>	: Réseau de Communicateurs pour l'Environnement
<b>RENACOP</b>	: Réseau National de Communicateurs pour la Population et le Développement
<b>SIDA</b>	: Syndrome Immunodéficient Acquis
<b>SPD</b>	: Stratégies en Population et Développement
<b>SR</b>	: Santé de la reproduction
<b>SSSC</b>	: Service Socio-Sanitaire de Cercle
<b>TV</b>	: Télévision

**UNAFEM** : Union Nationale des Femmes Musulmanes

**URTEL** : Union des Radios et Télévision Libres

**VAD** : Visite à Domicile

**VIH** : Virus Immunodéficienne Humaine

## **INTRODUCTION :**

Ce présent document est le rapport final d'une proposition de stratégies IEC/Plaidoyer appropriées. Il s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre des activités du Projet MLI/04/03/02 « Promotion du Statut de la Femme et de l'Équité du Genre », qui est un des trois projets constitutifs du « Sous-Programme Plaidoyer » du programme pays FNUAP. Le projet est mis en œuvre par le Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille à travers la Direction Nationale de la Promotion de la Femme. L'Organisation des Nations Unies pour l'Agriculture et l'Alimentation (FAO) est l'agence d'exécution.

L'étude, réalisée par le Centre Multimédia de Communication pour le Développement (CESPA) s'est déroulée de mars à avril 2002.

Le document fait ressortir :

- ❖ L'Etat des lieux (Inventaire) de tous les intervenants en IEC/Plaidoyer dans le cadre des trois (3) sous-programmes : Sous-Programme, Stratégie en Population et Développement (SPD), Sous-Programme Santé de la Production (SR) et le Sous-Programme Plaidoyer ;
- ❖ L'inventaire des outils et canaux de communication utilisés par les intervenants ;
- ❖ Répertoire et analyse des types d'activités en IEC/Plaidoyer des différents intervenants ;
- ❖ Analyse des résultats des trois études thématiques (Femme, Famille et Islam, Rôle économique et social de la femme, Perception des hommes quant aux questions relatives à la promotion des femmes) en vue d'identifier et de définir :
  - Leurs atouts ;
  - Leurs contraintes ;
  - Les types d'activités IEC à mener ;
  - Les groupes cibles ;
  - Les supports/canaux et outils ;
  - Les messages à communiquer
- ❖ Proposition de stratégie IEC/Plaidoyer ;
- ❖ Recommandations ;
- ❖ Conclusions ;
- ❖ Annexes.

## **I CONTEXTE :**

Le Mali a enregistré des progrès incontestables en assurant les bases de l'intégration des paramètres relatifs aux questions de population dans la politique générale du pays, par l'adoption d'une Politique Nationale de Population (PNP) en 1991, avec son programme prioritaire d'investissement en matière de population (PPIP).

Néanmoins, on note une certaine faiblesse dans la performance de la mise en œuvre de la PNP. Celle-ci demeure limitée et parcellaire face à la nécessité d'assurer l'accès de tous aux services de SR, de parvenir à un meilleur équilibre entre l'évolution de la population et les ressources disponibles, de contribuer à l'amélioration du bien-être de la population à la réduction de la pauvreté et au développement durable du pays.

En effet la prise en compte des questions de population dans les stratégies de développement connaît du retard. Ceci se manifeste dans la faiblesse des ressources qui y sont allouées et de la méconnaissance de la PNP, dans une large mesure par les décideurs.

La prise en considération des droits et des besoins des femmes, des jeunes et des adolescents dans les stratégies de développement est insuffisante. L'accès de ces catégories aux services de SR et leur utilisation restent encore limité.

En ce qui concerne l'accès aux services de SR/PF, seulement 5,7 % (EDS-III) des femmes en union utilisent une méthode moderne de contraception .

Les femmes sont toujours confrontées à une série d'handicaps et de discriminations pour ce qui est de leur participation à la vie économique et sociale. Bien que 99,6% des femmes maliennes actives soient effectivement occupées (EDS 1987) et contribuent à hauteur de 44% à l'économie malienne, leur accès aux ressources (facteurs et moyens de production, ressources foncières, crédit, encadrement technique) demeure faible et de surcroît, leur pouvoir économique. Leur niveau d'éducation (19 %) est encore très bas par rapport à celui des hommes (29 %) et la scolarisation des filles (22 %), se situe encore en dessous de celui des garçons (30 %) (EDS-II).

La déperdition scolaire chez les filles est encore très importante (18% en 1995-1996 EDS-II), dont seulement une proportion minime atteint l'enseignement secondaire et supérieur. Cette inégalité de chance devant l'éducation et l'accès aux ressources, le poids des préjugés socioculturels marginalisent la femme et la fille.

Des pratiques préjudiciables à la santé de la femme et de l'enfant telles que l'excision sont encore très répandues (94 % des femmes EDS-II) et continuent de se perpétuer malgré les conséquences désastreuses sur la santé des filles et des femmes.

La disponibilité et l'utilisation des services de santé (plus spécifiquement de santé de la reproduction) sont encore très faibles. Seulement 30% (EDS-II) de la population ont accès à un centre de santé situé à moins de 5 kms.

La prise en charge des besoins des adolescents et des personnes âgées n'est pas effective et la pratique de l'excision connaît un faible recul malgré les campagnes d'information et de sensibilisation menées depuis plus de deux décennies.

La persistance des relations d'inégalité, le manque d'équité entre les hommes et les femmes et l'implication limitée des hommes dans les programmes en faveur de la promotion de la femme et de ses droits en matière de reproduction continuent de constituer un frein au développement durable du pays. Cette situation qui consacre la faible performance dans la mise en œuvre du programme national de population, présente des défis importants à relever en termes d'actions de plaidoyer pour pallier les faiblesses et contraintes constatées

## **II METHODOLOGIE :**

L'étude pour l'élaboration d'une stratégie d'IEC/Plaidoyer confiée au Centre Multimédia de Communication pour le Développement (CESPA) a été réalisée par Mr Idrissa YALCOUYE , spécialiste en communication pour le développement. Elle a été menée en quatre phases ci-dessous présentées.

### **Première Phase : Collecte de l'information**

Cette phase a consisté à la :

- Rencontre avec le « Projet Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » pour la mise au point et l'éclaircissement des termes de références ;
- Elaboration d'un plan de travail détaillée ;
- Elaboration d'un guide d'entretien ;
- Identification et Rencontre avec les différents projets du quatrième programme de collaboration Mali-FNUAP ;
- Revue documentaire.

### **Deuxième Phase : Synthèse des informations recueillies**

La deuxième phase a consisté à faire la synthèse des données recueillies au niveau des différents intervenants en IEC/Plaidoyer dans le cadre des trois sous-programmes du quatrième programme Mali-FNUAP

### **Troisième Phase : Analyse des résultats des trois études thématiques**

Cette troisième phase a permis de faire l'analyse des résultats des trois études thématiques (Femme, Famille et Islam, Rôle économique et social de la femme, Perception des hommes quant aux questions relatives à la promotion des femmes).

### **Quatrième Phase : Elaboration de la stratégie IEC/Plaidoyer**

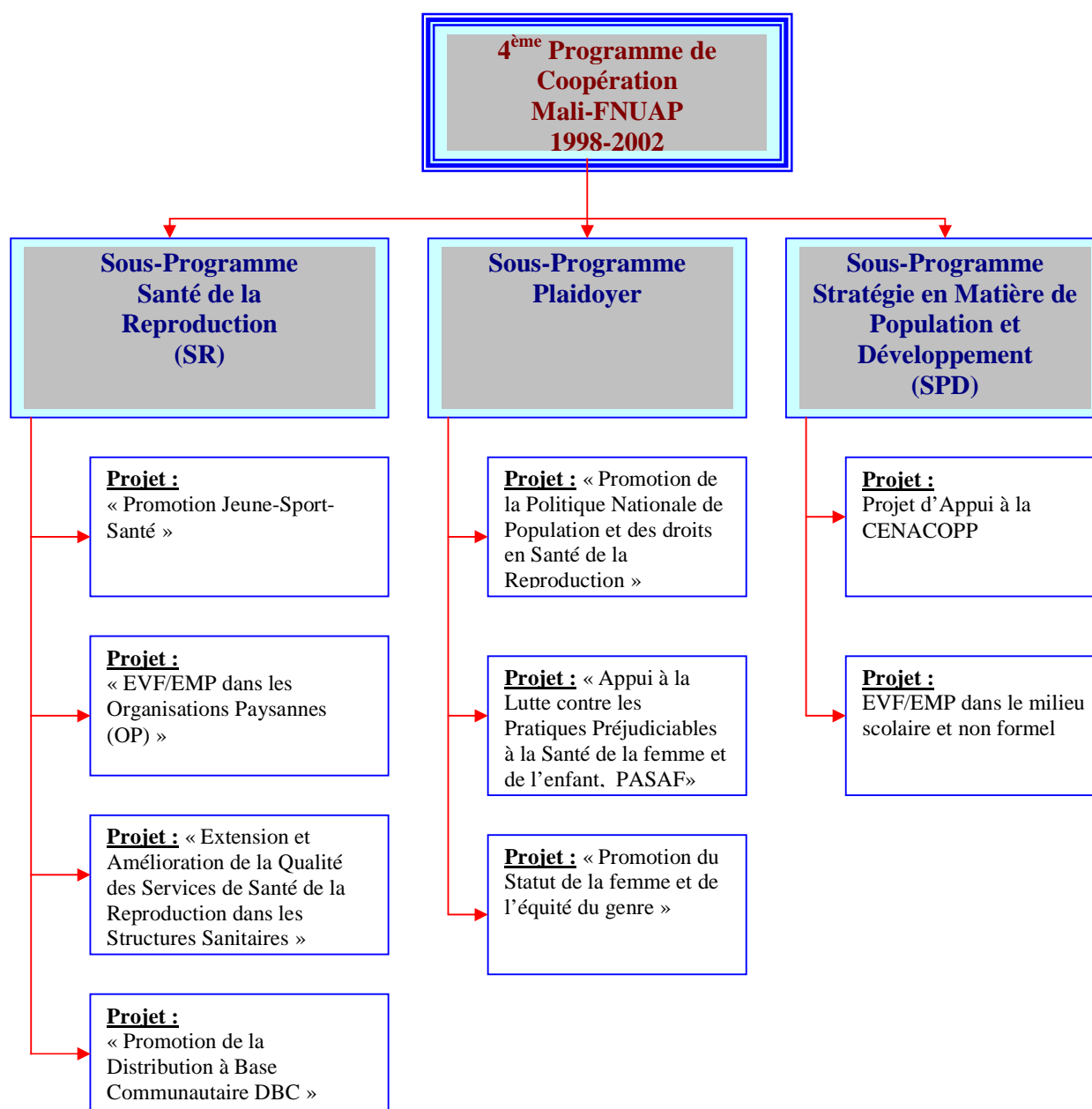
Cette quatrième phase a consisté à :

- Elaboration de la stratégie IEC/Plaidoyer
- Rédaction et présentation du rapport.

### **III LES DIFFERENTS INTERVENANTS EN IEC/PLAIDOYER DANS LE CADRE DES TROIS (3) SOUS-PROGRAMMES FNUAP :**

Le Quatrième programme de coopération Mali-FNUAP 1998-2002, comporte trois sous-programmes qui sont entre autres : le Sous-Programme, Stratégies en Population et Développement (SPD), le Sous-Programme Santé de la Reproduction (SR) et le Sous-Programme, Plaidoyer. Ils sont mis en œuvre à travers des projets constitutifs.

#### **ORGANIGRAMME DU 4<sup>ème</sup> PROGRAMME DE COOPERATION MALI-FNUAP 1998 - 2002**



### **3.1 SOUS-PROGRAMME PLAIDOYER :**

Le Sous-Programme Plaidoyer couvre l'ensemble du territoire national et comporte trois (3) projets constitutifs qui sont les suivants.

#### **3.1.1 Projet : « Appui à la Lutte Contre les Pratiques Préjudiciables à la Santé de la Femme et de l'Enfant »**

##### **a) Objectifs :**

Le Projet d'Appui à la Lutte Contre les Pratiques Préjudiciables à la Santé de la Femme et de l'Enfant (PASAF) est l'un des trois projets constitutifs du Sous-Programme Plaidoyer qui a un double objectif à savoir aider à mettre en place un cadre juridique favorable à la mise en œuvre de la Politique Nationale de Population et contribuer à promouvoir les droits pour tous en matière de santé de la reproduction (SR) et d'équité de genre.

Le PASAF a pour objectifs d'une part d'accroître la prise de conscience des décideurs politiques et communautaires, de renforcer leur adhésion aux objectifs de plaidoyer et d'augmenter leur influence sur la communauté dans la lutte contre les pratiques préjudiciables à la santé de la femme et de l'enfant et d'autre part de renforcer les capacités institutionnelles des structures impliquées dans la lutte contre l'excision en général et en particulier celles du Comité National pour l'Abandon des Pratiques Néfastes à la santé de la femme et de l'enfant (CNAPN).

##### **b) Les Axes d'intervention :**

Les actions du projet sont axées sur des activités d'IEC et de plaidoyer. Il s'agit notamment des actions d'information et de formation en direction des leaders religieux et communautaires et des exciseuses sur les questions de SR et de pratiques préjudiciables.

Les communicateurs des différents organes d'information au niveau central et régional sont impliqués et formés et servent de points focaux pour la diffusion de messages sur les droits pour tous en matière de SR et d'équité et l'élaboration de programme de plaidoyer sur la promotion des droits en matière de SR et de lutte contre les pratiques préjudiciables. Des ateliers d'information et de formation seront spécialement organisés à l'intention des communicateurs. Il sera réalisée une campagne multimédia sur les droits en matière de SR et sur les pratiques préjudiciables à la santé de la femme et de l'enfant.

##### **c) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

Dans la mise en œuvre du projet, de nombreuses activités IEC/Plaidoyer ont été réalisées. Ces activités sont entre autres :

- Production de cassette vidéo avec le CНИЕCS ;
- Réalisation d'album photos, montées et commentées,
- Réalisation de créations collectives (théâtre Kalan-so),
- Orchestre (chanson sur l'excision),
- Organisation le 8 mars, d'une rencontre avec la coordination des femmes de Bougouni et tous les décideurs du cercle (plus de 500 personnes),
- Organisation d'une session de formation au niveau du Conseil Economique Social et Culturel ;

- Conduite d'activités d'IEC dans les quartiers de Bougouni à travers des animateurs recrutés à cet effet.
- Soutien financier aux réseaux des communicateurs pour l'abandon de l'excision,
- Organisation d'une session de formation à l'intention des communicateurs par rapport à la question spécifique de l'excision ;
- Atelier de réflexion sur l'excision à l'endroit des leaders religieux musulmans ;
- Réalisation d'une étude CAP sur l'excision dans le cercle de Bougouni ;
- Réalisation d'une étude sur les acteurs de la lutte contre l'excision au Mali : les programmes, les stratégies, les méthodes et les résultats acquis ;
- Publication de 2 brochures de sensibilisation sur les méfaits de l'excision ;
- Formation des parlementaires sur l'excision en avril 2001 ;
- Rencontre de Plaidoyer avec le chef de l'état en janvier 2001 sur l'excision ;
- Voyage d'échange d'expérience en matière de lutte contre les mutilations génitales féminines au Burkina et en Egypte ;
- Plaidoyer à l'endroit des femmes membres des associations catholiques et protestantes ;
- Atelier d'information du Parlement National des enfants du Mali ;
- Activités de sensibilisation de 1600 femmes membres de la CAFO à Bamako et à Kati ;
- Atelier de sensibilisation à l'endroit des élus communaux de Bamako ;
- Atelier de sensibilisation à l'endroit des partis politiques du Mali en juin 2001

### **3.1.2 Projet : « Promotion de la Politique Nationale de Population et des Droits en Matière de Santé de la Reproduction »**

Le Projet « Promotion de la Politique Nationale de Population et des Droits en Matière de Santé de la Reproduction » est également l'un des trois projets constitutifs du Sous-Programme Plaidoyer.

Le Centre de Services de Production Audiovisuelle (CESPA) est l'agence d'exécution du projet. La Cellule Nationale de Coordination des Programmes de Population (CENACOPP) et les Directions Régionales du Plan et de la Statistique (RDSP) sont les différents partenaires du projet.

Les leaders des partis politiques, les parlementaires, les membres du conseil économique, social et culturel, les membres du gouvernement, les membres des cabinets ministériels, les hauts commissaires des régions, les préfets, les sous-préfets et les élus municipaux sont les principaux cibles de ce projet.

#### **a) Objectifs du Projet :**

Le Projet a pour objectif principal de contribuer à l'atteinte du double objectif du Sous-Programme suscité principalement à travers la réalisation du premier produit.

#### **b) Les Axes d'intervention :**

Le projet prévoit des séminaires et ateliers de formation, des activités d'information et de sensibilisation sur les questions de population et des droits en matière de SR en direction des décideurs politiques et des parlementaires pour accroître leurs capacités à traiter ces questions et à les prendre en compte dans les politiques et programmes dont ils ont la charge.

**c) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

- Elaboration de la Stratégie Nationale de Plaidoyer
- Atelier de concertation et d'enrichissement du document de la Stratégie Nationale de Plaidoyer de la Politique Nationale de Population (PNP) ;
- Atelier d'information et de sensibilisation des journalistes en matière de SR, organisé en collaboration avec le Réseau National des Communicateurs pour la Population et le Développement (RENACOP) ;
- Atelier d'information et de sensibilisation sur la SR-Paludisme-Environnement, organisé, en partenariat avec le Réseau des Communicateurs pour l'Environnement (RCE) ;
- Atelier de sensibilisation des leaders des partis politiques pour la promotion de la PNP et des droits en matière de SR, organisé en partenariat avec le Réseau CD-RAAM (Communication pour le Développement, Réseau d'Assistance et d'Appui Mali) ;
- Atelier d'information et de sensibilisation des parlementaires sur la PNP et des droits en matière de SR ;
- Atelier d'information et de sensibilisation des décideurs politiques de la région de Gao sur la PNP et des droits en matière de SR ;
- Atelier de sensibilisation des journalistes membres de l'U.R.TEL sur la PNP et des droits en matière de SR ;
- Atelier de formation sur le Plaidoyer : Développement d'aptitudes pour les dirigeants des médias et cadres des projets de SR ;
- Atelier d'information et de sensibilisation des décideurs politiques de Nioussaha du Sahel en matière de VIH/SIDA.
- Célébration de la journée mondiale de la Population ;
- Productions de matériels IEC/Plaidoyer en direction des parlementaires sur la PNP et des droits en matière de SR ;

**3.1.3 Projet : « Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre »**

Le Projet « Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » pour lequel cette présente étude est menée, est un projet constitutif du Sous-Programme Plaidoyer. Il est mis en œuvre par le Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille à travers la Direction Nationale de la Promotion de la Femme (DNPF), appuyée par ses démembrés au niveau régional et local. La FAO est l'agence d'exécution du projet. Ce projet vise la réalisation du 3<sup>ème</sup> produit du Sous-Programme Plaidoyer, tout en contribuant à la réalisation des deux autres produits.

**a) Objectifs du Projet :**

Le projet a pour objectifs de contribuer à la promotion des droits de la femme en matière de santé de la reproduction et de l'équité du genre.

**b) Résultats Attendus :**

Les résultats attendus du Projet MLI/04/03/02 Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre sont ceux du Sous-Programme Plaidoyer qui sont les suivants :

- Accroître l'intérêt de la population surtout masculine sur la question de genre et la défense des droits de la femme (intégrité physique, scolarisation de la petite fille, éducation des femmes, droits à la santé de la reproduction, droits économiques et sociaux, protection contre les violences.

**c) Les Axes d'Intervention :**

Outre la réalisation de campagnes médiatiques, le projet envisage la réalisation d'études, l'organisation de sessions de briefing, l'élaboration de programmes de plaidoyer pour les communicateurs, la vulgarisation des résultats des études et recherches et du guide sur « Femme, Famille, SR et Islam » et l'organisation de séminaires pour la recherche de consensus en faveur de la scolarisation des filles et l'alphabétisation des femmes.

**d) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

- Production de dépliants sur le projet ;
- Organisation d'un atelier national en faveur de la scolarisation des filles et l'alphabétisation des femmes ;
- Organisation d'un atelier de formation en analyse socio-économique selon le genre ;
- Organisation d'un atelier d'information et de sensibilisation des décideurs politiques sur les questions de population et genre ;
- Atelier de formation des leaders d'associations et ONG féminines en techniques de communication ;
- Ateliers d'information et de sensibilisation des membres de l'Assemblée Nationale et du Conseil Economique, Social et Culturel, sur les questions de population et genre ;
- Production de brochures de post-alphabétisation sur les droits des femmes ;
- Réalisation d'une étude sur le thème « Femme, Famille et Islam » ;
- Réalisation d'une étude sur « Les Rôles Economique et Social des Femmes au Mali » ;
- Réalisation d'une étude sur « La Perception des hommes quant aux questions relatives à la promotion de la femme » ;
- Tournées d'information sur le projet dans les régions ;
- Atelier d'information et de sensibilisation des préfets et des maires sur les questions de population et genre ;
- Etude de mise en place de réseau pour le plaidoyer sur la promotion du statut de la femme et de l'équité de genre.

Les trois études thématiques ont été réalisées pour accroître l'intérêt de la population surtout masculine sur la question de genre et de défense des droits de la femme (intégrité physique, scolarisation de la petite fille, éducation des femmes, droits à la SR, droits économiques et sociaux, protection contre les violences). Elles permettront le renforcement des capacités nationales en matière d'analyse socio-économique selon le genre.

Les résultats de ces études et recherches seront utilisés pour l'élaboration de cette présente stratégie de communication en IEC/Plaidoyer.

Les activités du projet sont principalement dirigées vers la population masculine, les leaders politiques (membres du gouvernement, députés, élus locaux, membres du conseil économique et social...), les leaders religieux (Imams.. ), les leaders communautaires (chefs traditionnels, chefs coutumiers...); les communicateurs (modernes et traditionnels), les responsables des services nationaux, régionaux et sectoriels et les leaders d'ONGs et associations féminines, les organisations paysannes (OP, OPJ, OPF).

### **3-2 SOUS-PROGRAMME SANTE DE LA REPRODUCTION (SR) :**

Le Sous-Programme Santé de la Reproduction (SR) vise un double objectif : contribuer à l'accroissement de l'utilisation des services de SR et à la réduction de l'incidence des pratiques traditionnelles néfastes à la santé de la femme, de la mère et de l'enfant. Ces deux objectifs sont atteints à travers la réalisation de 5 produits.

Il est mis en œuvre à travers 4 projets constitutifs.

#### **3-2-1 Projet « Promotion de la DBC »**

Le projet est exécuté par l'ONG Population Council, dans le cadre du programme de coopération Mali/FNUAP pour la période 2000-2002

Le Projet « Appui à la Promotion de la DBC » a démarré en juin 2000. Il est mis en œuvre par le Ministère de la Santé. Population Council est l'agence d'exécution et les activités sont menées sur le terrain par trois (3) ONGs nationales qui sont l'AMPPF, l'ASDAP et le COFESFA. Les activités sont réalisées dans 160 villages et quartiers à travers le pays.

**AMPPF :** Dans les cercles de Kéniéba et Diéma (Région de Kayes) ;

**ASDAP :** Dans le cercle de Bla (Région de Ségou) et dans les cercles de Yorosso et Sélingué (Région de Sikasso) ;

**COFESFA :** Dans le District de Bamako, dans les quartiers de Sabalibougou, Daoudabougou, Kalaban-Coura et Garantibougou (Commune V).

#### **a) Objectif du projet :**

Le Projet « Promotion de la DBC en zone urbaine et rurale » est l'un des projets du sous-programme « Santé de la Reproduction ». Il a pour but de rendre les contraceptifs disponibles au niveau communautaire par la stratégie de Distribution à Base Communautaire (DBC).

Le projet se propose de contribuer à la réalisation des produits 2,3 et 4 du sous programme SR à savoir :

- Une plus large distribution des contraceptifs dans les zones rurales et en milieu urbain, dans les zones d'intervention du sous programme SR ;
- L'accès à des services de SR/PF de qualité est renforcé dans les zones d'intervention du sous programme ;
- La demande des services de SR/PF est accrue dans les zones d'intervention du sous-programme ;

Le projet a pour objectifs, d'accroître l'accessibilité de la PF en milieu rural et dans la périphérie urbaine de Bamako.

**b) Les Axes d'Intervention :**

Cinq approches sont utilisées pour la réalisation de ces trois produits du sous programme SR :

- la coordination des différents intervenants du projet composant la promotion de la DBC ;
- l'approche communautaire pour la mise en place de l'exécution du projet composant ;
- le développement et le renforcement des services à base communautaire ;
- le développement des capacités des intervenants en DBC, suivi et évaluation des projets ;
- la recherche opérationnelle pour l'adoption et l'amélioration des stratégies novatrices.

**c) Les Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

Pour permettre une large diffusion des contraceptifs en milieu urbain et rural et contribuer à l'atteinte des objectifs du sous-programme, le projet a réalisé les suivantes activités:

- Mise en œuvre de l'approche communautaire par les prises de contact et la sensibilisation des autorités locales pour leur adhésion à l'approche DBC ;
- Organisation d'ateliers d'harmonisation des modules de formation et des supports de collecte de données de la DBC ;
- Renforcement de la performance des prestataires de DBC (formation des formateurs SSSC et CSCOM des agents DBC) ;
- Organisation de causeries éducatives, de visites à domiciles (VAD), de projections de films vidéo sur la PF ;
- Distribution d'affiches sur la PF dans les villages.

**3.2.2 Projet Education à la vie Familiale, Education en Matière de Population dans les Organisations Paysannes (EVF/EMP/OP)**

Le Projet Education à la vie familiale, Education en Matière de Population dans les organisations Paysannes (EVF/EMP/OP) est l'un des projets constitutifs du Sous Programme SR. Il est mis en œuvre par le Ministère du Développement Rural à travers la Direction Nationale de l'Appui au Monde Rural (DNMAR), au niveau de 77 villages répartis dans les cercles de Bougouni, Dioïla, Kita, Koulikoro, Kangaba, Ségou et Yanfolila.

**a) Objectifs :**

Le projet vise la réalisation du produit 4 du Sous-Programme SR, à savoir « la demande des services de SR s'est accru dans les zones d'intervention du sous-programme ».

**b) Les Axes d'intervention du Projet :**

Les actions du projet sont constituées essentiellement d'activités d'animation et de sensibilisation auprès des populations sur les différentes composantes de l'Education à la vie Familiale en matière de Population. Ces composantes sont entre autres l'éducation pour la santé, la gestion des ressources naturelles et de l'environnement, la santé de la reproduction et la parenté responsable.

**c) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

Les activités sont menées par des animateurs du projet qui sont au nombre de 12 et des animateurs villageois, au nombre de 308 qui ont été formés dans les différents sous thèmes en EVF et SR. Chaque animateur dispose d'un kit d'animation constitué d'une boîte à images sur la SR et l'excision, d'une unité de diffusion pour la projection de films et de cassettes socio-éducatifs. Les principales activités IEC/Plaidoyer réalisées sont :

- Diffusion des messages à travers les radios de proximité ;
- Production de théâtres traditionnels communautaires ;
- Production de sketches ;
- Réalisation de séances d'animation et de sensibilisation par les animateurs du projet et les animateurs villageois avec utilisation d'affiches, de boîtes à images etc;
- Des prises de contact régulières avec les villages dans le cadre des activités de plaidoyer auprès des leaders d'opinion, des chefs de villages, des maires, des élus communaux,

Le public cible pour les différentes activités sont les jeunes, les femmes, les hommes.

**3.2.3 Projet : « Promotion Jeunes-Sport et Santé ».**

Le Projet « Promotion Jeune Sport et santé » est l'un des projets constitutifs du Sous-Programme Santé de la Reproduction (SR). Il a démarré en août 2000 et est mis en œuvre par le Ministère de la Jeunesse et des Sports.

**a) Objectifs :**

Le projet a pour objectif d'améliorer la qualité de vie des jeunes, des adolescents, surtout des jeunes filles en leur apportant l'information utile.

**b) Les Axes d'Intervention :**

Le projet « Promotion Jeune Sport et Santé » intervient dans le domaine de la santé de la reproduction des jeunes, les problèmes de sexualité des jeunes, les infections sexuellement transmissibles, le SIDA, le planning familial.

**c) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

Les activités de ce projet sont essentiellement axées sur l'IEC. Elles sont menées au niveau des lieux de regroupement de jeunes, dans les grins, les établissements scolaires, les gares routières, les maisons closes, les centres d'apprentissage et autres.

Les principales activités réalisées sont entre autres : les causeries-débats, les projections de films, les counseling, les visites à domicile (VAD), les activités de mobilisation sociale, les Conférences, les séminaires et les émissions radio.

Le projet a également produit et diffusé des affiches, des dépliants, des sketches et des spots.

### **3-2-4 Projet : « Extension et Amélioration de la Qualité des Services de Santé de la Reproduction dans les Structures Sanitaires »**

Le projet « Extension et Amélioration de la Qualité des Services de Santé de la Reproduction dans les Structures Sanitaires » est un projet constitutif du Sous-Programme Santé de la Reproduction. Il est mis en œuvre par le Ministère de la Santé à travers la Direction Nationale de la Santé et couvre les régions de Kayes, Sikasso, Gao et Tombouctou.

#### **a) Objectifs du Projet :**

Le projet a pour objectifs de contribuer à l'accroissement de l'utilisation des services de Santé de la Reproduction et à la réduction de l'incidence des pratiques préjudiciables à la santé de la femme, de la mère et de l'enfant dans les zones d'intervention du sous-programme.

#### **b) Les Axes d'intervention :**

Le projet intervient dans les domaines de la couverture sanitaire sur le plan géographique, la création et l'équipement des CSCOM. Il appuie l'élaboration et la mise en œuvre du programme national de Santé de la Reproduction. Il intervient également dans la formation des agents de santé et des ONG en périnatalité et en PMA et dans la dissémination des normes et procédures. Il assure également, le renforcement du plateau technique des structures de mise en œuvre, y compris les médicaments et les contraceptifs, l'introduction de modules sur l'excision dans les curricula des écoles socio-sanitaires, l'intensification des activités éducatives dans les structures de santé, sur les méfaits et les complications immédiates et tardives de l'excision et le développement des activités de sensibilisation et de mobilisation des communautés sur les pratiques alimentaires préjudiciables.

#### **c) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

- Participation à l'atelier d'élaboration du protocole de recherche sur la distribution à base communautaire des contraceptifs (DBC) en collaboration avec Population Council ;
- Organisation de deux ateliers régionaux sur les Normes et Procédures à Gao et Tombouctou ;
- Organisation de quatre sessions de formation des prestataires en périnatalité à Tombouctou, Gao et Djéma ;
- Organisation de la formation initiale du personnel des CSCOM des régions de Gao, Kayes et Sikasso ;
- Organisation de trois ateliers de formation des enseignants de l'école de médecine et de l'EIPC en pédagogie ;
- Organisation d'ateliers d'information pour l'organisation de la référence/évacuation dans les cercles de Koutiala, Yorosso et Yanfolila

### **3.3 SOUS-PROGRAMME « STRATEGIE EN MATIERE DE POPULATION ET DEVELOPPEMENT (SPD) »**

Le Sous-Programme « Stratégie en matière de Population et Développement (SPD) », comporte deux projets constitutifs. Le Sous-Programme SPD, à long terme, vise à contribuer au développement du bien-être des populations et à la réduction de la pauvreté à travers la promotion d'un meilleur équilibre entre la dynamique de la population et les ressources en vue d'un développement durable.

A court et moyen termes, son objectif est de contribuer à assurer une intégration plus effective des questions liées à la dynamique des populations dans les programmes et les stratégies de développement.

#### **3.3.1 Projet : « Education à la Vie Familiale, Education en Matière de Population (EVF/EMP) en milieu scolaire et non formel »**

Le Projet « Appui à la généralisation EvF/EmP » est un projet constitutif du Sous-Programme Stratégie en matière de Population et Développement (SPD). Il est mis en œuvre par la Direction Nationale de l'Éducation de Base.

##### **a) Objectifs :**

Le Projet « Education à la vie Familiale, Education en matière de Population (EVF/EMP) en milieu scolaire et non formel, a pour objectif de contribuer à l'atteinte du produit 3 du Sous-Programme qui est ainsi libellé : « L'amélioration du statut de la femme et l'intégration de l'approche genre et les besoins des adolescents et des jeunes sont favorisés dans tous les programmes et projets ».

Le public cible de ce projet est constitué particulièrement d'élèves des ordres d'enseignement primaire et secondaire, des auditeurs des CED et des écoles informelles, des enseignants, des directeurs d'écoles et des proviseurs.

##### **b) Les Axes d'intervention :**

Les activités du projet sont axées sur l'introduction et la généralisation de l'enseignement de l'EvP/EmP au niveau des écoles, des CED et des centres d'alphabétisation.

##### **c) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

- Organisation de séminaires et d'ateliers de formation aux niveaux national et régional à l'intention des décideurs ;
- Elaboration et mise à disposition de curricula et de modules de formation et matériels d'enseignement pour l'enseignement secondaire et normal pour les CED et les CAF ;
- Formation des enseignants et des cadres de l'enseignement de tous les ordres ;
- Production et reproduction de matériels d'enseignement ;
- Organisation de conférences au sein des établissements secondaires et supérieurs ;
- Organisation d'émissions sur les antennes des radios de proximité.

### **3.3.2 Projet d'Appui à la Coordination du PNP :**

Le projet constitutif « Renforcement des capacités de gestion et de coordination du Programme National de Population »(PNP) est mis en œuvre par la Cellule Nationale de Coordination des Programmes de Population (CENACOPP).

#### **a) Objectifs :**

Le projet a pour objectif de contribuer à la réalisation entière du premier produit du Sous-Programme SPD qui se propose de renforcer les capacités institutionnelles et opérationnelles des structures centrales et régionales de mise en œuvre du Programme par la mise en place et l'utilisation d'outils de gestion, de mécanismes de coordination et de compétences techniques adéquates à tous les niveaux de planification sectorielle.

#### **b) Les Axes d'Intervention du projet :**

Le projet s'attache à accroître les capacités de gestion et de coordination des activités relatives à la mise en œuvre de la Politique Nationale de Population. Il contribue à l'amélioration de la compréhension de l'approche genre. Le projet tout en développant des outils, grilles et méthodologies appuie la structure chargée de la coordination, du suivi et de l'évaluation de toutes les activités du PNP.

#### **c) Activités d'IEC/Plaidoyer réalisées :**

Les activités d'IEC/Plaidoyer sur les questions de promotion de la politique nationale de population sont élaborées et mises en œuvre par le projet constitutif « Promotion de la Politique nationale de Population et des Droits en Matière de Santé de la Reproduction », qui a pour mission principale de mener des séminaires et ateliers de formation, des actions d'information et de sensibilisation sur les questions de population et des droits de SR en direction des décideurs politiques et des parlementaires.

## **IV OUTILS ET CANAUX DE COMMUNICATION UTILISES PAR CES DIFFERENTS INTERVENANTS**

### **4.1 Outils (Supports ) de Communication :**

Les différents projets constitutifs des trois Sous-Programmes du 4<sup>ème</sup> programme de coopération Mali-FNUAP utilisent de nombreux outils de communication pour la mise en œuvre de leurs activités d'IEC/Plaidoyer. Ces outils sont les suivants :

- Boîtes à images ;
- Cassettes audio ;
- Cassettes vidéo ;
- Bandes dessinées ;
- Affiches ;
- dépliants
- Brochures ;
- Photos ;
- Diapo ;
- Vidéo-projecteur ;
- Rétroprojecteur ;
- Livrets ;
- Lettres d'information ;
- Courrier électronique ;

### **4.2 Canaux de Communication :**

Les canaux de communication les plus couramment utilisés par les projets sont les suivants :

- Les Séances d'animation de groupe ;
- Les radios (nationales, privées et communautaires) ;
- La télévision ;
- La presse écrite ;
- Les réunions ;
- Les ateliers de formation ;
- Les rencontres
- Les cybercafé ;
- Les théâtres ;
- Les sketches ;
- Les marionnettes.

## **V TYPES D'ACTIVITES EN IEC/PLAIDOYER REALISEES PAR LES DIFFERENTS INTERVENANTS :**

Dans l'atteinte de leurs objectifs fixés, les différents projets constitutifs des trois Sous-programmes, mènent des activités d'IEC et de Plaidoyer.

L'IEC (Information, Education et Communication) est un ensemble d'actions d'information, d'éducation et de communication, menées dans un domaine quelconque d'intérêt public en vue de susciter un changement de comportements favorables au bien être individuel et collectif, au sein de la communauté.

Le Plaidoyer quant à lui est un ensemble d'actions cohérentes menées, dans un domaine quelconque d'intérêt public (par exemple, en matière de santé de la reproduction ou en matière de promotion des droits de la femme) par un individu, un groupe ou une communauté auprès d'un ou de plusieurs décideurs et de ceux qui influencent, directement ou indirectement, les mécanismes de prise de décision en vue d'initier, de changer ou d'assurer la mise en place ou la mise en œuvre des politiques, des lois, des règlements, des procédures, des normes, des programmes dans le sens souhaité par l'individu, le groupe ou la communauté qui entreprend des actions.

Les activités d'IEC et de Plaidoyer sont des activités complémentaires. La différence entre les deux types d'activités se situe au niveau des objectifs et des groupes cibles visés.

### **5.1 Activités d'IEC :**

#### **5.1.1 Ateliers de formation :**

Les projets constitutifs du FNUAP organisent régulièrement des ateliers et séminaires de formation (par exemple, organisation de 70 conférences dans les 7 Facultés et Etablissements d'enseignement supérieur et 100 conférences au niveau de 5 lycées, par le projet EvF/EmP en milieux scolaires et non formels) , ce qui dénote la pertinence des activités.

#### **5.1.2 Causeries-débats :**

Les causeries-débats sont fréquemment utilisées par la plupart des projets constitutifs dans le cadre de leurs activités d'information, d'animation et de sensibilisation des populations cibles (par exemple en 2001, le projet EvF/EmP dans les OP a touché 37.454 personnes, à travers les différentes activités.

#### **5.1.2 Projections vidéo :**

Les animateurs des projets organisent des séances de projection vidéo pour informer, former et sensibiliser les populations ( Exemple : Projet « Promotion, Jeunes-Sport-Santé », Projet « Promotion de la DBC », Projet EvF/EmP dans les OP...).

#### **5.1.3 Visites à Domicile (VAD) :**

Les visites à domicile sont des activités d'IEC menées dans les familles par les animateurs de terrain. Les projets « Promotion, Jeunes-Sport-Santé », « Promotion de la DBC » et Projet « EvF/EmP dans les OP » ont réalisé des centaines de VAD dans le cadre de leurs activités, sur les thèmes précis comme l'excision, le SIDA les IST et autres.

#### **5.1.4 Counseling :**

Les activités de Counseling sont surtout menées par les Projets « Promotion, Jeunes-Sport-Santé », « PASAF », « Promotion de la DBC » et le projet « EVF/Emp dans les OP ». Ce sont des d'entretiens individuels. Cette activité pertinente permet de mieux rapprocher l'information du public et de discuter des sujets considérés tabous. Son inconvénient c'est qu'elle est limitée à quelques personnes seulement.

#### **5.1.5 Campagnes médiatiques (Emissions radio et TV et presse écrite):**

Tous les projets constitutifs sollicitent régulièrement les services des journaux, de la télévision, de la radio nationale et des radios privées et communautaires pour la diffusion des messages à travers des films, des sketches, des microprogrammes, destinés aux populations. Ces émissions TV et radio ont permis de toucher une masse importante de personnes .

#### **5.2 Activités de Plaidoyer :**

Les activités de Plaidoyer réalisées sont les suivantes :

##### **5.2.1 Ateliers et Séminaires de formation :**

Les ateliers et séminaires de formation sont des activités de plaidoyer organisées à l'intention des décideurs (politiques, techniques, communautaires, religieux ...). Ils permettent de toucher un nombre important de décideurs. Ainsi le projet « Promotion du Statut de la Femme et de l'Équité du Genre » a organisé 6 ateliers de formation, le projet « Promotion de la Politique Nationale de Population et des Droits en Matière de Santé de la Reproduction », a organisé 10 séminaires ateliers et le projet PASAF, en a organisé 8 ateliers et séminaires de formation et de sensibilisation.

##### **5.2.2 Campagnes médiatiques :**

Les multiples campagnes médiatiques (émissions TV et radio, presse écrite) sont fréquemment réalisées par les différents projets constitutifs dans le cadre des activités de plaidoyer auprès des décideurs (politiques, techniques, communautaires, religieux ...).

## **VI ANALYSE DES RESULTATS DES TROIS ETUDES THEMATIQUES**

### **6.1 Etude « Femmes, Familles et Islam » :**

L'étude « Femme, Famille et Islam » s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre des activités du Projet "Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre". Cette étude a été réalisée par l'AMUPI et l'UNAFEM.

#### **6.1.1 Objectifs de l'étude :**

L'étude sur « Femme, famille et Islam » avait pour objectifs principaux :

- D'éclairer les leaders religieux sur les questions concernant les droits et les devoirs des femmes en Islam ;
- De promouvoir la participation des leaders religieux à des séminaires et des rencontres de sensibilisation qui leur permettra lors des conférences ou prêches de sensibiliser leur auditoire masculin et de lever toute équivoque sur la position de l'islam pour ce qui concerne les questions relatives aux droits en matière de santé de la reproduction et de l'équité du genre.

#### **6.1.2 Atouts de l'étude :**

Cette étude, présentée sous forme de guide est destinée aux leaders religieux notamment musulmans pour les aider dans leurs activités de prêcher et de sensibilisation auprès des populations. Les résultats de l'étude font ressortir le statut de la femme avant et pendant l'islam.

L'étude fait ressortir les droits et les devoirs de la femme et ceux de l'homme dans l'islam, l'égalité entre les deux sexes dans les obligations religieuses et les droits humains.

En citant des sourates, des versets du Coran et des passages de Hadith, l'étude fait ressortir la situation de la femme depuis l'avènement de l'islam, les droits de la femme en islam qui sont : le droit à la vie, le droit à l'instruction, le droit à l'éducation islamique, le droit à la propriété, le droit de choisir librement son époux, le droit à l'héritage, le droit de participer à la vie publique et tant d'autres droits reconnus par la religion musulmane.

En même temps que l'islam donne des droits à la femme dont le respect incombe souvent au père ou à l'époux, il a aussi fixé les devoirs de la femme. Les devoirs de la femme en islam sont entre autres :

- La femme musulmane est redevable des obligations religieuses relatives au dogme, au culte et la bonne moralité, comment elle doit conformer ses relations quotidiennes aux enseignements islamiques ;
- La femme doit être obéissante à ses parents et être bonne à leur endroit sans enfreindre pour cela les lois de dieu. Et il n'y a pas de distinction entre elles et les hommes, dans ce domaine ;
- La femme doit apprendre ses obligations religieuses et tout ce qui est indispensable à l'acquiescement de ses devoirs dans la famille et dans la société «la recherche de la science est une obligation pour tous » (hadith) ;

- La femme musulmane a le devoir de n'accepter en mariage qu'un homme qui partage la même religion et qui a une bonne moralité et honorabilité.

En plus des droits et devoirs de la femme en islam, l'étude traite des questions de famille dans la religion musulmane et les questions relatives au mariage, ses objectifs, les conditions de son accomplissement, les questions relatives à la polygamie et au divorce.

L'étude donne également le point de vue de l'islam par rapport à la santé de la reproduction notamment l'excision qui suscite de nombreux débats dans nos sociétés.

### **6.1.3 Problèmes identifiés par l'étude :**

- Coexistence entre islam et culture traditionnelle ;
- L'ignorance et la mauvaise interprétation du SAINT CORAN ;
- Méconnaissance, de la part des populations, des textes religieux de référence par rapport aux droits de la femme ;
- Amalgame entre les concepts islamiques et les pratiques traditionnelles chez beaucoup de leaders religieux ;
- Interprétation multiple et divergente des textes religieux de la part des leaders religieux et des prêcheurs selon les différentes écoles ;
- Amalgame entre les concepts des devoirs et droits de la femme selon la culture arabe, islamique et les pratiques traditionnelles chez beaucoup de leaders religieux

### **6.1.4 Types d'activités IEC/Plaidoyer à mener :**

#### **a) Activités d'IEC :**

- Organisation de causeries-débats dans les villages et les quartiers ;
- Finalisation du guide sur « Femme, Famille et Islam » accessible à tous ;
- Traduction du guide en langues nationales Bamanan, Peuhl et Sarakolé
- Multiplication et vulgarisation du guide auprès des principaux cibles;
- Réalisation de microprogrammes, de sketches, de spots audio et vidéo tirés du guide ;
- Utilisation du guide par les prêcheurs.

#### **b) Activités de Plaidoyer :**

- Organisation de journées de réflexion sur le thème « Islam et droits de la femme », regroupant les leaders religieux, communautaires et politiques ;
- Organisation de voyages d'études et d'échanges d'expériences à l'intérieur et à l'extérieur du pays.

### **6.1.5 Publics cibles :**

- Le grand public ;
- Leaders religieux (imam, marabout, prêcheurs, talibé etc.) ;
- Leaders communautaires (chefs de villages, chefs de culte etc.) ;
- Associations et ONG musulmanes et féminines.

### **6.1.6 Supports/Canaux et Outils de communication :**

#### **a) Canaux de communication :**

- Rencontres, réunions de concertation ;
- Ateliers, séminaires de formation ;
- Médias (radio, télévision, presse écrite) ;
- Canaux socio-culturels.

#### **b) Supports de communication :**

- Cassettes (vidéo et audio) ;
- Affiches ;
- Dépliants ;
- Brochures ;
- Livrets ;
- Photos ;
- Diapo ;
- Lettres d'information ;
- Courrier électronique ;

### **6.1.7 Message Clé à communiquer :**

Selon les préceptes du SAINT CORAN et des Hadiths, la femme a les mêmes droits et devoirs que l'homme au niveau des obligations religieuses et au sein de la famille et de toute la communauté. Les ultimes vérités et commandements du coran et des Hadiths offrent à la femme musulmane la jouissance de sa liberté dans la législation islamique.

Les versets du coran donnent des positions claires sur le mariage, la santé de la reproduction, la famille et la place de la femme dans la société.

Par rapport au mariage, la religion musulmane donne le droit à la femme de choisir librement son mari. Aucun mariage ne doit être conclu sans le consentement de l'une des parties.

Par rapport à la santé de la reproduction, l'excision n'est pas une obligation en islam, les méthodes contraceptives sont autorisées.

Compte tenu de tous ses aspects, il est important que les leaders religieux (imams, marabouts oulémas, prêcheurs etc.) et communautaires, les associations religieuses et ONG féminines et tout le grand public adhérent et contribuent aux actions de sensibilisation et d'information des populations, pour clarifier la position de l'islam sur les problèmes de la femme musulmane, afin de la libérer des courants extrémistes qui au nom de l'islam briment les droits de la femme à l'éducation, à l'emploi, à la participation effective à la gestion des affaires de la famille et de toute la société.

Les nobles versets du coran doivent être expliqués aux populations en vue de l'abandon des pratiques contraires, tendant à reléguer la femme au dernier plan.

## **6.2 Etude « Perception des Hommes quant aux Questions Relatives à la Promotion de la Femme »**

L'étude intitulée « La Perception des Hommes quant aux Questions Relatives à la Promotion de la Femme », s'inscrit dans le cadre de l'exécution des activités du Projet MLI/04/03/02 « Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre ».

### **6.2.1 Objectifs de l'étude :**

L'étude sur la perception des hommes quant aux questions relatives à la promotion des femmes a pour objectif de recueillir des données psychosociologiques sur l'image que les hommes ont des femmes dans la société en vue de les exploiter pour l'élaboration d'une stratégie consensuelle en IEC/Plaidoyer et connaître et faire connaître les droits et devoirs de la femme malienne.

### **6.2.2 Atouts de l'étude :**

L'étude a révélé diverses visions sur la femme et la fille dans la société malienne. Ces visions, ces perceptions de nos sociétés quant aux questions relatives à la promotion de la femme varient selon le milieu de vie, l'ethnie, l'âge, le niveau d'instruction et la religion.

Malgré la diversité culturelle, dans presque toutes nos sociétés, la femme est assimilée à la famille. Les idées traduisant les rôles et responsabilité de la femme, sa place idéale, ses qualités, ses apports à la société, expriment le rôle primordial de la femme dans la famille. On a communément entendu dire « sans femme, il n'y a pas de famille »

La femme a une place prépondérante et des rôles déterminants dans la famille. Elle est comptable de la survie de la famille, et est l'élément principal du maintien de l'équilibre de la famille, voire de toute la société. Dans l'étude, il est question de la pureté corporelle, de l'endurance et de la soumission physique et morale de la femme. Dans l'imagerie populaire certaines pratiques comme l'excision, font appel à la pureté populaire de la femme.

### **6.2.3 Problèmes identifiés par l'étude :**

- L'apprentissage de bonnes mères de familles l'emporte sur l'instruction et l'éducation de la petite fille et de la femme ;
- La non participation à la gestion de la chose publique ;
- L'accès aux facteurs de production, aux ressources et aux gains sont incompatibles avec la place de la femme qui est dans la maison ;
- Préjugé social ;
- Problèmes liés au genre ;
- Perception erronée de la politique de promotion de la femme de la part des populations (surtout des hommes) à travers l'action négative de certaines personnes ;
- Prise de conscience erronée des hommes par rapport aux avantages de la promotion de la femme ;
- Faible connaissance de la Convention Internationale de l'élimination de toutes sortes de discriminations à l'égard de la femme ;
- Image négative et stéréotypée de la femme véhiculée dans la société ;
- Existence de nombreux préjugés sur l'image de la femme.

#### **6.2.4 Types d'activités IEC/Plaidoyer à mener :**

##### **a) Activités d'IEC :**

- Activités d'animation et de sensibilisation de proximité (causeries-débats) ;
- Large diffusion des résultats de l'étude ;
- Organisation de campagnes médiatiques ;
- Recueil, multiplication et diffusion à grande échelle des préjugés et stéréotypes favorables à la femme.

##### **b) Activités de Plaidoyer :**

- Organisation de conférences-débats sur la question de la perception des hommes quant aux questions relatives à la promotion de la femme ;

#### **6.2.5 Publics Cibles :**

Les groupes cibles auprès desquels doivent être diffusés des messages et des informations relatifs à la promotion de la femme sont :

- Le grand public ;
- Les jeunes ;
- Les adultes ;
- Les associations féminines, les ONG ;
- Les leaders politiques, religieux et communautaires.

#### **6.2.6 Supports/Canaux et Outils de communication :**

##### **a) Canaux de Communication :**

- Rencontres, réunions de concertation ;
- Ateliers, séminaires de formation ;
- Approche communautaire (séances d'animation et de sensibilisation) ;
- Média (radios, télévision, presse écrite).

##### **b) Supports de Communication :**

- Boîtes à images ;
- Cassettes (audio et vidéo) ;
- Bandes dessinées ;
- Affiches ;
- Dépliants ;
- Brochures, livrets ;
- Photos, Diapos ;
- Lettres d'information ;
- Courrier électronique ;

#### **6.2.7 Message Clé à communiquer :**

La femme a une place prépondérante et des rôles déterminants dans la famille et dans toute la société.

De ce fait les mauvaises perceptions qu'ont les hommes vis à vis des femmes doivent être abandonnées. La constitution du Mali garanti l'égalité entre homme et femme. Les discriminations et les inégalités dans tous les domaines entre homme et femme doivent être bannies.

Les hommes, les jeunes, les leaders religieux (imams, marabouts etc.), les leaders communautaires, les associations religieuses et ONG féminines doivent adhérer et contribuer aux actions de sensibilisation et d'information des populations visant à éliminer les mauvaises perceptions de la femme. Ils doivent contribuer à établir l'équité entre homme et femme.

Des actions doivent être entreprises afin d'arrêter les pratiques traditionnelles et religieuses, les stéréotypes et les préjugés visant ternir l'image de la femme.

Pour la pleine émancipation de la femme et sa participation active dans les actions de développement du pays, les filles doivent être inscrites et maintenues à l'école au même titre que les garçons.

Le mariage précoce des filles est un phénomène répandu dans notre société et qui met en danger la santé de la mère et de l'enfant. Il est également un handicap à la rétention de la fille à l'école. De ce fait il est plus que nécessaire de mettre fin à ce phénomène.

### **6.3 Etude « Rôles Economique et Social des Femmes au Mali »**

L'étude sur les Rôles Economique et Social des Femmes au Mali » a été initiée dans le cadre de la mise en œuvre du Projet « Promotion du Statut de la femme et de l'Equité du Genre », pour pallier l'insuffisance de la visibilité du rôle économique et social de la femme dans le développement du pays.

#### **6.3.1 Objectifs de l'étude :**

L'étude a pour objectifs d'identifier et d'analyser les différents aspects de la contribution des femmes maliennes au développement socio-économique du pays et de rendre plus visible la remarquable contribution de la femme au développement économique et social.

#### **6.3.2 Atouts de l'étude :**

L'analyse des résultats de l'étude permet de dégager quatre (4) axes importants de la contribution de la femme au développement social et économique de la société.

Il s'agit notamment de :

- La contribution de la femme dans le développement social ;
- La contribution de la femme dans le développement économique ;
- Les contraintes et les obstacles à la contribution des femmes au développement ;
- La proposition d'actions de valorisation des apports des femmes.

L'analyse de la situation sur le plan social montre qu'au Mali il existe des textes et des dispositions juridiques internes qui donnent des droits aux femmes et les protègent contre la discrimination, l'exploitation et la violence.

La signature et la ratification par le Mali des pactes et des conventions internationaux, témoignent du désir du gouvernement de se conformer aux normes universelles.

Depuis des années, les femmes maliennes sont engagées aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain dans toutes les actions de promotion grâce à l'existence d'un contexte institutionnel de plus en plus favorable et la multiplication des Associations et ONG féminines.

Aujourd'hui des femmes ont accès à certains postes (Ministres, Procureurs, Ambassadeurs, Gouverneurs..), même aux différentes écoles de formation, autrefois réservées aux hommes, (écoles militaires).

Sur le plan de la participation des femmes au développement économique du pays, il ressort de l'analyse des résultats de l'étude que la contribution des femmes est très importante.

En milieu rural, en plus des tâches domestiques, la femme joue un rôle fondamental dans la production, la transformation et la commercialisation des produits agricoles. En milieu urbain, les femmes sont plus actives dans les secteurs commercial et artisanal.

Les femmes exercent également dans les professions libérales et l'entrepreneuriat (cabinet d'avocat, pharmacie, cabinets médicaux, bureaux d'études, entreprises industrielles et services).

En somme, les femmes occupent actuellement tous les secteurs de la vie économique du pays, même si quantitativement leur nombre n'est pas élevé dans certains domaines comme l'industrie et l'ingénierie.

### **6.3.3 Problèmes identifiés par l'étude :**

- Problème d'autonomisation et de responsabilisation de la femme dans la gestion de sa propre santé et celle de la famille ;
- Partage inéquitable des responsabilités et rôles entre la femme et l'homme dans la famille et dans la communauté ;
- Non valorisation du travail (tâches de production) de la femme ;
- Difficultés d'accès de la femme aux moyens de production (par exemple la terre et le crédit) ;
- Insuffisance des ressources humaines , matérielles et financières mises à la disposition des structures de promotion de la femme ;
- Statut de subordination de la femme dans la famille et dans la communauté ;
- Méconnaissance du "Guide sur la femme , famille et Islam" ;
- Difficultés de la femme liées aux maladies sexuellement transmissibles et au SIDA ;
- La femme victime des croyances, des comportements et des pratiques néfastes (excision) ;
- Inégalité d'accès à l'éducation et à la santé entre l'homme et la femme dans la société.

### **6.3.4 Types d'activités IEC/Plaidoyer à mener :**

#### **a) Activités d'IEC :**

- Elaboration de module de formation sur la promotion de la femme ;

- Elaboration de manuel scolaire véhiculant des images objectives de la femme, prenant en compte le problème de genre ;
- Organisation de concours de poésie ;
- Large diffusion des résultats de l'étude ;
- Organisation de séances d'animation et de sensibilisation auprès des populations à travers des ONG, associations pour un changement de comportement et de mentalité des hommes et des femmes vis à vis des femmes ;
- Campagnes médiatiques ;
- Recueil, multiplication et diffusion à grande échelle des préjugés et stéréotypes favorables à la femme ;
- Organisation de sessions de formation à l'intention des ONG et associations sur le rôle socio-économique de la femme dans la société ;
- Elaboration et diffusion de manuels scolaires sur les rôles économique et social de la femme dans Mali ;
- Elaboration et diffusion de modules sur les rôles économique et social de la femme au Mali.

**b) Activités de Plaidoyer :**

- Organisation de séminaires ateliers sur la participation socio-économique de la femme dans le développement du pays ;
- Organisation de séminaires ateliers à l'intention des décideurs (parlementaires, membres du gouvernement élus locaux sur la reconnaissance et la valorisation de la contribution féminine dans le développement du pays ;
- Formation au leadership et à l'entrepreneuriat féminin ;
- Appuis technique, matériel et financier aux ONG et aux associations pour leur meilleure implication dans les questions relatives à la valorisation de la contribution féminine dans l'économie ;
- Plaidoyer auprès des leaders des partis politiques pour l'inscription des femmes sur leurs listes électorales ;

**6.3.5 Publics Cibles :**

Les publics cibles identifiés après l'analyse des résultats de l'étude sur « Le Rôle Economique et Social des femmes au Mali », sont les suivants :

- Le grand public ;
- Les autorités administratives et politiques, les parlementaires, les membres du gouvernement, les membres du conseil économique, social et culturel ;
- Les associations féminines et ONG féminines;
- Les Associations et organisations paysannes ;
- Les élus locaux ;
- Les leaders politiques, communautaires et religieux ;
- Les partenaires au développement.

### **6.3.6 Supports/Canaux et Outils de communication :**

#### **a) Canaux de Communication :**

- Rencontres, réunions de concertation ;
- Ateliers, séminaires de formation ;
- Médias (radios, télévision, presse écrite) ;
- Séances d'animation de sensibilisation auprès des populations ;
- Site Web sur actions réalisées par les femmes au Mali.

#### **b) Supports de Communication :**

- Boîtes à images ;
- Cassettes (audio et vidéo) ;
- Bandes dessinées ;
- Affiches ;Dépliants ;
- Brochures, livrets ;
- Photos, Diapos ;
- Lettres d'information ;
- Courrier électronique ;

### **6.3.7 Message Clé à communiquer :**

L'apport des femmes dans le développement social et économique du pays doit être valorisé. Cette action concerne tous les acteurs (hommes femmes, leaders politiques, communautaires et religieux, autorités administratives, partenaires au développement, ONG et associations féminines, associations et organisations paysannes...). L'intégration des femmes au développement et la promotion de l'équité homme/femme est une indispensable nécessité à un développement durable. Aucun développement humain durable ne peut occulter la participation des femmes.

Les textes législatifs et règlements discriminatoires doivent être révisés et amendés.

Pour un meilleur épanouissement de la femme, la scolarisation et le maintien de la fille à l'école et l'alphabétisation des femmes est une nécessité absolue.

Un accent particulier doit être mis sur l'éducation et la formation (socle de tout développement) de la femme en favorisant un plus grand accès aux filles et en relevant le taux d'alphabétisation.

Sur le plan de la santé des actions doivent être entreprises pour l'amélioration des conditions de vie de la femme. Les IST/SIDA, les pratiques néfastes telles le lévirat, le sorolat, l'excision sont des handicaps pour la femme.

Sur le plan économique, au niveau de la famille et même de toute la société, la femme est très battante, mais ses efforts ne sont pas récompensés. Il est nécessaire de reconnaître le rôle économique majeur de la femme en milieu rural, qu'en milieu urbain. Les actions, les préjugés, les stéréotypes entravant l'épanouissement économique et social de la femme doivent être bannis.

## **VII PROPOSITION DE STRATEGIE D'IEC/PLAIDOYER**

### **7.1 Objectifs :**

A partir de l'état des lieux de tous les intervenants en IEC/Plaidoyer dans le cadre des trois (3) sous-programmes du quatrième programme pays Mali-FNUAP et de l'analyse des trois études thématiques à savoir (Femmes, Familles et Islam, Rôle économique et social de la femme et la Perception des hommes quant aux questions relatives à la promotion des femmes), nous avons pu définir les principaux objectifs de la stratégie IEC/Plaidoyer du projet.

La présente stratégie IEC/Plaidoyer doit permettre la réalisation du 3<sup>ème</sup> produit du sous-programme plaidoyer, à savoir « Escompté un intérêt accru de la société, en particulier de la population masculine, pour les questions de genre et la défense des droits de la femme ».

## 7.2 Identification de Problèmes et Axe de la Stratégie d'IEC/Plaidoyer :

Problèmes d'IEC/Plaidoyer	Groupes Cibles	Objectifs d'IEC/Plaidoyer	Message Clé	Canaux de Communication
Interprétation multiple et divergente des textes religieux de la part des leaders religieux et des prêcheurs selon les différentes écoles.	- Leaders religieux - Décideurs politiques - Communautés	Amener les leaders religieux à faire ressortir la position exacte de l'islam par rapport aux droits et devoirs de la femme.	Harmonisation des différents points de vue sur les droits de la femme selon le Saint Coran	- Rencontres, - Ateliers, - Emissions radio et TV, - Causeries-débats
Méconnaissance de la part des populations des textes religieux de référence par rapport aux droits de la femme	- Leaders religieux - Communautés (hommes femmes) - ONG, Association, OPP, OPF, OPJ	Amener les leaders religieux et les associations et ONG à informer et sensibiliser les populations sur les droits et devoirs de la femme selon les textes religieux	Bonne information des populations sur les droits de la femme selon les textes religieux	- Rencontres ; - Réunions ; - Approches communautaires - Masse média
Amalgame entre les concepts des devoirs et droits de la femme selon l'islam et les pratiques les traditions les coutumes.	- Leaders religieux - Communautés - Associations religieuses	Amener les populations à faire la différence entre les pratiques traditionnelles et islamiques.	Meilleure information des populations sur la différence entre la religion musulmane les pratiques traditionnelles	- Rencontres, réunions ; - Masse média (TV, radio).
L'apprentissage de bonnes mères de familles l'emporte sur l'instruction et l'éducation de la petite fille et de la femme	- Communautés - Leaders d'opinion - ONG, Association	Informé, sensibiliser et éduquer les populations sur l'importance de l'instruction et de l'éducation de la petite fille et de la femme.	Un accent particulier doit être mis sur la scolarisation de la petite fille et l'alphabétisation de la femme.	- Approches communautaires ; - Masse média (TV, radio) ; - Théâtres
La non participation de la femme à la gestion de la chose publique	- Leaders politiques - Leaders communautaires - Communautés	Amener les décideurs politiques, les autorités administratives et les leaders communautaires à impliquer la femme dans la gestion de la vie publique.	Nécessité de reconnaître et de valoriser le rôle économique et social de la femme dans la société.	- Ateliers, séminaires ; - Rencontres ; - Emissions radio et TV ; - Approches communautaires
Difficultés d'accès des femmes aux moyens et facteurs de production ( terre, crédit etc.).	- Leaders politiques ; - Leaders communautaires ; - ONG, Association féminines - Communautés	Amener les décideurs politiques, les autorités, administratives, politiques et communautaires à créer des conditions pour l'accès des femmes aux moyens et facteurs de production	Nécessité de créer des conditions favorables pour l'accès des femmes aux moyens facteurs de production et de valoriser leur contribution.	Ateliers, séminaires ; - Rencontres ; - Emissions radio et TV ;

Mauvaise perception que les hommes ont des avantages de la promotion de la femme.	- Populations masculines - ONG, Associations	Amener les associations les ONG et les services techniques de base à faire de l'IEC dans le sens de la prise de conscience des populations par rapport à la promotion de la femme.	Meilleure information des populations surtout masculines sur les avantages de la promotion de la femme	- Approches communautaires ; - Masse média
Faible connaissance de la Convention Internationale de l'élimination de toutes sortes de discrimination à l'égard de la femme.	- Décideurs politiques et administratifs ; - Organismes, ONG et association ; - Grand public	Vulgariser la convention internationale pour l'élimination de toutes sortes de discriminations à l'égard de la femme	Vulgarisation et application par les autorités, de la convention internationale pour l'élimination de toutes sortes de discrimination à l'égard de la femme.	- Conférences ; - Ateliers ; - Rencontres ; - Séminaires ; - Masse média
Existence de nombreux préjugés et des images négatives et stéréotypées de la femme dans la société.	- Associations et ONG ; - Grand public	Valoriser l'image de la femme dans la société.	Nécessité de véhiculer l'image positive et de faire connaître l'importance du rôle et de la responsabilité de la femme dans le développement	- Conférences ; - Ateliers ; - Rencontres ; - Séminaires ; - Masse média ;
Faible représentativité des femmes dans les instances de prise de décision (Assemblée Nationale, Gouvernement, Départements techniques, Partis Politiques et au niveau communautaire etc.) ;	- Décideurs politiques et autorités administratives - La communauté	Amener les décideurs politiques, autorités administratives et communautaires à faciliter l'accès des femmes aux instances de prise de décision	Il est important de mener des actions permettant d'augmenter la représentativité des femmes dans les instances de prise de décisions (Assemblée, Gouvernement etc.)	- Conférences ; - Ateliers ; - Rencontres ; - Séminaires ; - Masse média ; - Approche communautaire
Insuffisance du nombre de femmes candidates aux mandats (députés, maires etc.) .	- Partis Politiques ; - Organisations et ONG Féminines - Les femmes	Amener les femmes à briguer les mandats électifs	Nécessité pour les femmes de s'engager dans les activités politiques afin de briguer des mandats électifs.	- Conférences ; - Ateliers ; - Rencontres ; - Séminaires ; - Masse média ;
Insuffisance des ressources humaines, matérielles et financières mises à la disposition des structures de promotion de la femme.	- Autorités politiques et administratives - Organismes d'aide au développement	Amener le gouvernement et les partenaires au développement à dégager plus de ressources nécessaires pour mener des actions en faveur de la promotion de la femme.	La dotation en ressources humaines et financières, des structures de promotion de la femme est l'une des actions visant à promouvoir la promotion de la femme.	- Conférences - débats; - Ateliers ; - Rencontres ; - Séminaires ; -Masse média ;

Statut de subordination de la femme dans la communauté.	- Toute la communauté	Informers, sensibiliser et éduquer les populations dans la prise de conscience de l'équité homme femme.	Les actions en faveur de la promotion de l'équité homme femme doivent être renforcées .	- Approche communautaire ; - Masse média
Impact négatif des IST/SIDA sur la femme.	- Leaders politiques, religieux, communautaires ; - Organismes de développement ; - ONG, associations ; - Toute la communauté	Mener des actions de lutte contre les IST/SIDA afin de réduire leur l'impact négatif sur la femme.	Les IST/SIDA sont des obstacles pour l'épanouissement socio-économique de la femme	- Séminaires-ateliers ; - Masse média ; - Approche communautaire
La femme victime des croyances, des comportements et des pratiques néfastes (exemple l'excision)	- La communauté ; - Associations et ONG féminines	Amener les associations et ONG à mener des actions de sensibilisation pour l'abandon des pratiques néfastes	Les croyances, les comportements et les pratiques néfastes à la santé de la femme et de l'enfant doivent être abandonnés.	- Séminaires-ateliers ; - Masse média ; - Approche communautaire ; - théâtres
Inégalité d'accès à l'éducation et la formation entre l'homme et la femme dans la société.	- Autorités politiques, administratives ; - Leaders communautaires ; - Associations et ONG, ; - Les communautés	Amener les autorités politiques et administratives, les leaders communautaires, les associations et ONG à mener des actions en faveur de l'égalité d'accès de la femme à l'éducation.	L'égalité d'accès à l'éducation, à la formation entre homme et femme est un préalable pour tout développement durable	Séminaires-ateliers ; - conférences - Masse média ; - Approche communautaire ; - théâtres
Inégalité d'accès à la santé entre l'homme et la femme dans la société.	- Autorités politiques, administratives ; - Leaders communautaires ; - Associations et ONG, ; - Les communautés	Amener les autorités politiques et administratives, les leaders communautaires, les associations et ONG à mener des actions en faveur de l'égalité d'accès de la femme à la santé.	Les actions en faveur de l'égalité d'accès à la santé entre homme et femme est une nécessité .	Séminaires-ateliers ; - conférences - Masse média ; - Approche communautaire ; - théâtres
Mauvaise information des populations sur les droits et devoirs des femmes dans la société.	- Communicateurs ; - Décideurs ; - Associations, ONG ; -Populations	Amener les communicateurs à mieux informer les populations sur les droits et devoirs de la femme dans la société.	Les populations sont mieux informer sur les droits et devoirs de la femme dans la société.	- Séminaires - Emissions radio et TV

### 7.3 Cadre Logique de la Stratégie :

Objectifs IEC/Plaidoyer	Groupes Cibles	Résultats attendus	Activités	Indicateurs Objectivement Vérifiables	Moyens de Vérification	Risques et Postulats
<p><b>Objectif 1 :</b> Amener les leaders religieux à faire ressortir la position exacte de l'islam par rapport aux droits et devoirs de la femme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leaders religieux</li> <li>- Prêcheurs</li> </ul>	<p><b>1.</b> Les leaders religieux font ressortir la position exacte de l'islam par rapport aux droits et devoirs de la femme.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation d'un séminaire atelier sur la position exacte de l'islam par rapport aux droits et devoirs de la femme ;</p> <p><b>1.2.</b> Organisation rencontres d'échange d'expérience entre leaders religieux et prêcheur ;</p> <p><b>1.3.</b> Traduction du Guide « Femmes Familles et Islam » en arabe et dans les langues nationales ;</p> <p><b>1.4.</b> Vulgarisation du guide « Femmes Familles et Islam » en arabe et dans les langues nationales ;</p> <p><b>1.5.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>Au moins un séminaire atelier sera organisé à l'intention des leaders religieux</p> <p>Au moins 3 rencontres seront organisées</p> <p>Le guide est traduit en arabe et dans les langues nationales .</p> <p>Le guide est largement vulgarisé.</p> <p>Au moins deux microprogrammes produits et diffusés</p>	<p>Rapports</p> <p>Nombre de rencontres</p> <p>Rapports</p> <p>''</p> <p>Nombre de microprogrammes</p>	<p>Engagement politique</p> <p>''</p> <p>''</p> <p>''</p>
<p><b>Objectif 2 :</b> Amener les leaders religieux, les ONG et associations religieuses à informer et sensibiliser les populations sur les droits et devoirs de la femme selon les textes religieux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leaders religieux, prêcheurs ;</li> <li>- ONG et associations religieuses</li> <li>- Communauté</li> </ul>	<p><b>1.</b> Les leaders religieux, les ONG et associations font de la sensibilisation et de l'information auprès des populations sur les droits et devoirs de la femme selon les textes religieux</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de séminaires à l'intention des leaders religieux et prêcheurs ;</p> <p><b>1.2.</b> Organisation de séminaires à l'intention des associations et ONG sur les droits et devoirs de la femme selon l'islam ;</p>	<p>Au moins deux séminaires à l'intention des leaders religieux et prêcheurs</p> <p>Au moins deux ateliers de formation seront organisés à l'intention des associations et ONG</p>	<p>Rapports</p> <p>Nombre de sessions organisées</p>	<p>Engagement politique</p> <p>''</p>

			<p><b>1.3.</b> Organisation de sessions de formation à l'intention des associations et ONG en communication et plaidoyer .</p> <p><b>1.4.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>“</p> <p>Au moins deux micro-programmes produits et diffusés</p>	<p>“</p> <p>Nombre de microprogrammes produits et diffusés</p>	<p>Changement de régime</p>
<p><b>Objectif 3 :</b> Amener les populations à faire la différence entre les pratiques traditionnelles et islamiques.</p>	<p>- Les communautés</p>	<p><b>1.</b> Les populations font la différence entre les pratiques traditionnelles et les pratiques islamiques.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation d'activités d'IEC avec les populations ;</p> <p><b>1.2.</b> Organisation de journées de plaidoyer avec les leaders religieux et les leaders communautaires au niveau des cercles et régions ;</p> <p><b>1.3.</b> Création de théâtres populaires;</p> <p><b>1.4.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>Des séances d'IEC sont organisés à l'intention des communautés.</p> <p>-Mise en place de l'équipe - Organisation de la journée - Production de rapports</p> <p>Au moins trois pièces de théâtres réalisées et diffusées.</p> <p>Au moins deux microprogrammes produits et diffusés.</p>	<p>- Rapports ; - Nombre de séances d'animation</p> <p>Nombre de pièces de théâtres.</p> <p>Nombre de microprogrammes</p>	<p>Engagement politique</p> <p>“</p> <p>“</p>
<p><b>Objectif 4 :</b> Informer, sensibiliser et éduquer les populations sur l'importance de l'instruction et de l'éducation de la petite fille et de la femme.</p>	<p>-Décideurs ; -ONG et Associations ; - Communautés - Leaders d'opinion</p>	<p><b>1.</b> Les populations sont sensibilisés sur les avantages de l'inscription de la fille à l'école.</p>	<p><b>1.1.</b>Organisation de campagnes d'animation et de sensibilisation.</p> <p><b>1.2.</b> Organisation de journées de plaidoyer sur l'éducation de la petite fille.</p>	<p>Des séances d'animation sont réalisés dans les villages.</p> <p>- Préparation de la journée ; - Animation de la journée ; - Rédaction rapports.</p>	<p>Nombre de séance d'animation et de sensibilisation réalisés auprès des populations.</p> <p>Nombre de journées organisées</p>	<p>Engagement politique</p> <p>“</p>

		<p><b>2.</b> Les populations sont sensibilisées sur le maintien de la fille à l'école.</p> <p><b>3.</b> Les populations sont sensibilisées sur les avantages de l'alphabétisation des femmes.</p>	<p><b>1.3.</b> Campagnes médiatiques.</p> <p><b>2.1.</b> Organisation d'activités d'IEC.</p> <p><b>2.2.</b> Organisation de journées de plaidoyer sur le maintien de la fille à l'école.</p> <p><b>2.3.</b> Campagnes médiatiques.</p> <p><b>3.1.</b> Organisation d'activités d'IEC.</p> <p><b>3.2.</b> Organisation de plaidoyer sur l'alphabétisation de la femme.</p> <p><b>3.3.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>Au moins deux microprogrammes, deux sketches et deux pièces de théâtres sont réalisés et diffusés.</p> <p>- Des séances sont organisés dans les villages.</p> <p>- Préparation et animation de la journée</p> <p>Production et diffusion de supports.</p> <p>- Des séances sont organisés dans les villages.</p> <p>- Préparation et animation de la journée</p> <p>- Production et diffusion de supports.</p>	<p>Nombre de microprogrammes produits et diffusés</p> <p>Nombre de séances organisées</p> <p>Nombre de journées organisées</p> <p>Rapports</p> <p>Nombre de séances organisées</p> <p>Nombre de journées organisées</p> <p>Rapports</p>	<p>Engagement politique</p> <p>''</p> <p>''</p> <p>''</p> <p>''</p> <p>''</p> <p>''</p>
<p><b>Objectif 5 :</b> Amener les décideurs politiques et administratifs et les leaders communautaires à impliquer les femmes dans la gestion de la vie publique.</p>	<p>- Décideurs politiques et administratifs</p>	<p><b>1.</b> Les parlementaires font du plaidoyer pour la prise en compte dans les programmes de développement des actions en matière de population et de genre.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de sessions de formation pour les députés pour faire le plaidoyer.</p> <p><b>1.2</b> Campagnes médiatiques.</p>	<p>Au moins une session sera organisée</p> <p>Au moins un microprogramme produit et diffusé</p>	<p>Rapports</p> <p>Nombre de microprogramme</p>	<p>Engagement politique</p>

		2. Les hauts commissaires, préfets et sous-préfets font du plaidoyer auprès des partenaires pour la prise en charge des actions en faveur de la promotion du statut de la femme et de l'équité du genre.	2.1. Organisation d'une journée d'information et de sensibilisation avec les commissaires, les préfets et sous-préfets sur le genre au niveau de chaque région.  2.2 Campagnes médiatiques	Au moins une journée d'information et de sensibilisation avec les hauts commissaires, préfets et sous-préfets au niveau de chaque région.  Au moins deux articles de presse réalisés	Rapports  Rapports	Engagement politique  “
<b>Objectif 6 :</b> Amener les décideurs administratifs et politiques, les communautés à créer des conditions pour l'accès des femmes aux moyens et facteurs de production	- Décideurs ; - Communautés	1. Les décideurs politiques et administratifs, les membres des communautés créent des conditions pour l'accès des femmes aux moyens et facteurs de production	1.1 Campagnes médiatiques  1.2. Organisation de séances d'animation et de sensibilisation auprès des populations	Au moins trois microprogrammes produits et diffusés  Des séances d'animation sont organisés auprès des populations.	Nombre de microprogrammes produits et diffusés  Rapports	Engagement politique  “
<b>Objectif 7 :</b> Amener les association et ONG et les services techniques de base à mener de l'IEC, dans le sens de la prise de conscience des populations par rapport à la promotion de la femme.	-Associations et ONG	1. Les associations et ONG mènent de l'IEC auprès du public masculin	1.1. Campagnes médiatiques ;  1.2. Réalisation de sketches	Au moins deux microprogrammes sont produits et diffusés.  Au moins deux sketches réalisés.	Nombre de microprogrammes produits et diffusés  Nombre de sketches réalisés	Engagement politique  “
<b>Objectif 8 :</b> Vulgariser la convention internationale pour l'élimination de toutes sortes de discrimination à l'égard de la femme	Le grand public	1. La convention internationale pour l'élimination de toutes sortes de discrimination à l'égard de la femme est vulgarisée.	1.1. Multiplication et diffusion de la convention.	La convention est multipliée en plusieurs exemplaires.	Nombre de copies imprimées et distribuées	Engagement politique
<b>Objectif 9 :</b> Valoriser l'image de la femme dans la société.	Le grand public	1. Des stéréotypes favorables à la femme sont recueillis et vulgarisés.	1.1. Recueil et publication des stéréotypes favorables à la femme	Au moins une vingtaine de stéréotypes sont recueillis et publiés.	Nombre de stéréotypes recueillis et publiés.	Engagement politique

<p><b>Objectif 10 :</b> Amener les décideurs politiques et les autorités administratives et communautaires à impliquer davantage les femmes à la prise de décision</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partis politiques</li> <li>- Leaders communautaires</li> </ul>	<p><b>1.</b> Les partis politiques intègrent dans leurs programmes de société les questions de promotion du statut de la femme et de l'équité du genre.</p> <p><b>2.</b> Les partis politiques acceptent les candidatures féminines sur les listes électorales</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation d'ateliers de formation à l'intention des partis politiques.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p> <p><b>2.1.</b> Organisation de journées de réflexion sur les candidatures féminines pendant les élections.</p> <p><b>2.2.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>Au moins deux ateliers sont organisés à l'intention des partis politiques.</p> <p>Au moins un microprogramme diffusé à la télé.</p> <p>Tous les partis politiques encouragent les candidatures féminines sur les listes électorales.</p> <p>Au moins un microprogramme réalisé et diffusé</p>	<p>Nombre d'ateliers organisés</p> <p>Nombre de microprogrammes diffusés.</p> <p>Rapports</p> <p>''</p>	<p>Engagement politique</p> <p>''</p> <p>Engagement politique</p> <p>''</p>
<p><b>Objectif 11 :</b> Amener les femmes à briguer les mandats électifs</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partis politiques ;</li> <li>- Organisations féminines ;</li> <li>- Les femmes</li> </ul>	<p><b>1.</b> Les femmes mènent des campagnes pour briguer des mandats électifs.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de conférences-débats à l'intention des femmes leaders et des femmes candidates aux élections.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<p>Au moins deux conférences débats organisés à l'intention des femmes leaders et des candidates aux élections.</p> <p>Au moins trois microprogrammes et sketches diffusés à la télé et à la radio.</p>	<p>Nombre de conférences-débats organisés</p> <p>Nombre de microprogrammes et sketches diffusés.</p>	<p>Engagement Politique</p> <p>''</p>
<p><b>Objectif 12 :</b> Amener le gouvernement et les partenaires au développement à dégager plus de ressources nécessaires pour mener des actions en faveur de la promotion de la femme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le gouvernement</li> <li>- Les partenaires au développement</li> </ul>	<p><b>1.</b> Les membres du gouvernement font du plaidoyer auprès des partenaires au développement pour dégager des ressources nécessaires pour les actions en faveur de la promotion de la femme.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de rencontres de concertation avec les partenaires au développement sur les questions de promotion de la femme.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<p>Au moins une rencontre de concertation sera organisée avec les différents partenaires au développement.</p> <p>Au moins dix articles de presse publiés</p>	<p>Rapports</p> <p>Nombre d'articles publiés</p>	<p>Engagement politique</p> <p>''</p>

<p><b>Objectif 13 :</b> Sensibiliser les populations dans la prise de conscience de l'équité homme femme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les associations et ONG ;</li> <li>- Les populations.</li> </ul>	<p><b>1.</b> Les populations sont sensibilisés sur l'égalité entre l'homme et la femme.</p>	<p><b>1.1</b> Organisation de campagnes d'IEC auprès des populations.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<p>Des séances d'animation sont organisées à l'intention des populations.</p> <p>Au moins deux sketches sont réalisés et diffusés</p>	<p>Rapports</p> <p>Nombre de sketches réalisés et diffusés</p>	<p>Engagement politique</p> <p>'</p>
<p><b>Objectif 14 :</b> Mener des actions de lutte contre les IST/SIDA afin de réduire leur l'impact négatif sur la femme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Associations, ONG ;</li> <li>- Décideurs ;</li> <li>- Communautés</li> </ul>	<p><b>1.</b> Des actions de sensibilisation et de prise en charge des cas de SIDA sont menés afin de minimiser l'impact du VIH sur la femme.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de séminaires ateliers à l'intention des associations et d'ONG sur le thème femme et SIDA.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>Au moins deux séminaires ateliers sont organisés à l'intention des associations et ONG.</p> <p>Au moins une dizaine d'émissions TV et radios réalisées</p>	<p>Nombre de séminaires ateliers organisés</p> <p>Nombre d'émissions réalisées</p>	<p>Engagement politique</p> <p>'</p>
<p><b>Objectif 15 :</b> Amener les associations et ONG à mener des actions de sensibilisation pour l'abandon des pratiques néfastes (excision)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Associations, ONG ;</li> <li>- Décideurs ;</li> <li>- Communautés</li> </ul>	<p><b>1.</b> Des actions de sensibilisation auprès des populations sont menées afin d'éliminer les pratiques néfastes telles que l'excision.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation d'ateliers de formation à l'intention des associations et ONG en technique d'animation et de communication.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<p>Au moins deux ateliers de formation organisés l'intention des associations et ONG en technique d'animation et de communication.</p> <p>Au moins une dizaine d'émission TV et radio et microprogrammes seront réalisés et diffusés.</p>	<p>Nombre d'ateliers organisés</p> <p>Nombre d'émissions et de microprogrammes diffusés</p>	<p>Engagement politique</p> <p>'</p>
<p><b>Objectif 16 :</b> Amener les autorités politiques et administratives, les leaders communautaires, les associations et ONG à mener des actions en faveur de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Associations, ONG ;</li> <li>- Décideurs ;</li> <li>- Communautés</li> </ul>	<p><b>1.</b> Des actions en faveur de l'égalité d'accès de la femme à l'éducation sont menées.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de séances d'animation et de sensibilisation auprès des populations.</p>	<p>Des séances d'animation de sensibilisation sont organisés auprès des populations.</p>	<p>Nombre de séances d'animation et de sensibilisation.</p>	<p>Engagement politique</p>

l'égalité d'accès de la femme à l'éducation.			<b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.	Au moins une dizaine d'émissions radio et TV réalisées	Nombre d'émissions réalisées	
<b>Objectif 17 :</b> Amener les communicateurs à mieux informer les populations sur les droits et devoirs de la femme dans la société.	- Communicateurs	<b>1.</b> Les populations sont mieux informés sur les droits et devoirs des femmes.	<b>1.1.</b> Organisation de séminaires ateliers à l'intention des communicateurs sur les techniques communicationnelles  <b>1.2.</b> Campagnes médiatiques	Au moins deux séminaires organisés à l'intention des communicateurs  -Deux microprogrammes réalisés - Deux sketches réalisés et diffusés.	Nombre de session organisées  Nombre des microprogrammes diffusés	Engagement politique  ,

**7.4. Operationalisation de la Stratégie :**

<b>Objectifs IEC/Plaidoyer</b>	<b>Résultats attendus</b>	<b>Activités</b>	<b>Sous-Activités</b>	<b>Période</b>	<b>Structures Responsables</b>
<b>Objectif 1 :</b> Amener les leaders religieux à faire ressortir la position de l'islam par rapport aux droits et devoirs de la femme.	<b>1.</b> Les leaders religieux font ressortir la position exacte de l'islam par rapport aux droits et devoirs de la femme.	<b>1.1.</b> Organisation d'un séminaire atelier sur la position exacte de l'islam par rapport aux droits et devoirs de la femme ;  <b>1.2.</b> Organisation de rencontres d'échange d'expérience entre leaders religieux et prêcheurs ;  <b>1.3.</b> Traduction du Guide « Femmes Familles et Islam » en arabe et dans les langues nationales ;  <b>1.3.</b> Vulgarisation du Guide « Femmes Familles et Islam » ;  <b>1.4.</b> Campagnes médiatiques	- Mise en place de l'équipe d'animation ; - Préparation des documents pédagogiques ; - Animation du séminaire ; - Suivi du séminaire ; - Rédaction de rapports.  - Identification des personnes et des lieux ; - Préparation des rencontres ; - Rédaction de rapports  - Identification de traducteurs, traduction et impression.  - Multiplication du guide ; - Diffusion du guide.  - Production de deux sketches et deux microprogrammes audio et vidéo) ; - Diffusion des supports produits ; - Réalisation d'articles de presse ; - Emissions TV et radio.	2002 et au delà  "  "  "	« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et Partenaires.  "  "  "
<b>Objectif 2 :</b> Amener les leaders religieux, les ONG et associations religieuses à informer et sensibiliser les populations sur les droits et devoirs de la femme selon les textes religieux	<b>1.</b> Les leaders religieux, les ONG et associations font de la sensibilisation et de l'information auprès des populations sur les droits et devoirs de la femme selon les textes religieux	<b>1.1.</b> Organisation de séminaires à l'intention des leaders religieux ;	- Mise en place de l'équipe d'animation ; - Préparation des documents pédagogiques ; - Animation du séminaire ; - Suivi du séminaire ; - Rédaction de rapports.	2002 et au delà	« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et Partenaires.

		<p><b>1.2.</b> Organisation de séminaires ateliers à l'intention des associations et ONG sur les droits et devoirs de la femme selon l'islam ;</p> <p><b>1.3.</b> Organisation de sessions de formation à l'intention des associations et ONG en communication et plaidoyer .</p> <p><b>4.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>-Mise en place de l'équipe ; - Préparation des documents ; - Mobilisation ressources ; - Organisation de la session ; - Suivi formation ; - Evaluation ; - Production rapports.</p> <p>-Mise en place de l'équipe ; - Préparation des documents ; - Mobilisation ressources ; - Organisation de la session ; - Suivi formation ; - Mise à la disposition des ONG et associations des supports d'animation ; - Evaluation ; - Production rapports.</p> <p>- Production de supports ; -Diffusion ;</p>	<p>2002 et au delà</p> <p>“</p> <p>“</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et Partenaires.</p> <p>“</p> <p>“</p>
<p><b>Objectif 3 :</b> Amener les populations à faire la différence entre les pratiques traditionnelles et islamiques.</p>	<p><b>1.</b> Les populations font la différence entre les pratiques traditionnelles et les pratiques islamiques.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation des activités d'IEC avec les populations ;</p> <p><b>1.2.</b> Organisation de journées de plaidoyer avec les leaders religieux et les leaders communautaires au niveau des cercles et régions ;</p> <p><b>1.3.</b> Création de théâtres populaires;</p> <p><b>1.4.</b> Campagnes médiatiques</p>	<p>- Production de supports ; - Mise à la disposition des ONG et Associations des supports d'animation ;</p> <p>-Mise en place de l'équipe - Organisation de la journée - Production de rapports</p> <p>- Identification des personnes ressources ; - Conception, production et diffusion</p> <p>- Réalisation, production et diffusion de supports , affiches, dépliants</p>	<p>2002 et au delà</p> <p>“</p> <p>“</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et Partenaires.</p> <p>“</p>

<p><b>Objectif 4 :</b>          Informer, sensibiliser et éduquer les populations sur l'importance de l'instruction et de l'éducation de la petite fille et de la femme.</p>	<p><b>1.</b> Les populations sont sensibilisés sur les avantages de l'inscription de la fille à l'école.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de campagnes d'animation et de sensibilisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production de supports ;</li> <li>- Mise à la disposition des ONG et Associations des supports d'animation (boîtes à images, affiches et autres) ;</li> </ul>	2002 et au delà	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et Partenaires.          « Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et Partenaires.</p>	
		<p><b>1.2.</b> Organisation de journées de plaidoyer sur l'éducation de petite fille.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparation de la journée ;</li> <li>- Animation de la journée ;</li> <li>- Rédaction de rapports.</li> </ul>	2002 et au delà		
		<p><b>1.3</b> Campagnes médiatiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation d'émission radio TV ;</li> <li>- Réalisation de films et microprogrammes ;</li> <li>- Production et diffusion de sketches ;</li> <li>- Conception, réalisation et diffusion de pièces de théâtres.</li> </ul>	“		
		<p><b>2.</b> Les populations sont sensibilisés sur le maintien de la fille à l'école.</p>	<p><b>2.1.</b> Organisation d'activités d'IEC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production de supports ;</li> <li>- Mise à la disposition des ONG et Associations des supports d'animation.</li> </ul>		“
			<p><b>2.2.</b> Organisation de journées de plaidoyer sur le maintien de la fille à l'école.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparation de la journée ;</li> <li>- Animation de la journée ;</li> <li>- Rédaction de rapports.</li> </ul>		“
			<p><b>2.3.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation d'émission radio TV ;</li> <li>- Réalisation de films et microprogrammes ;</li> <li>- Production et diffusion de sketches et de pièces de théâtres.</li> </ul>		2002
	<p><b>3.</b> Les populations sont sensibilisées sur les avantages de l'alphabétisation des femmes.</p>	<p><b>3.1.</b> Organisation d'activités d'IEC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production de supports ;</li> <li>- Mise à la disposition des ONG et Associations des supports d'animation.</li> </ul>	“		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>	“		
			“	“		

		<p><b>3.2.</b> Organisation de plaidoyer sur les avantages de l’alphabétisation des femmes.</p> <p><b>3.3.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparation de la journée ;</li> <li>- Animation de la journée ;</li> <li>- Rédaction de rapports.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation d’émission radio TV ;</li> <li>- Réalisation de films et</li> </ul>	“	“
<p><b>Objectif 5 :</b> Amener les décideurs politiques et administratifs à impliquer les femmes dans la gestion de la chose publique .</p>	<p><b>1.</b> Les parlementaires font du plaidoyer pour la prise en compte dans les programmes de développement des actions en matière de population et de genre.</p> <p><b>2.</b> Les hauts commissaires, les préfets et sous-préfets font du plaidoyer auprès des partenaires pour la prise en charge des actions en faveur de la promotion du statut de la femme et de l’équité du genre.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de sessions de formation à l’intention des parlementaires pour faire le plaidoyer.</p> <p><b>1.2</b> Campagnes médiatiques.</p> <p><b>2.1.</b> Organisation d’une journée d’information et de sensibilisation à avec les hauts commissaires , les préfets et les sous-préfets sur le genre au niveau de chaque région.</p> <p><b>3.3</b> Campagnes médiatiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en place de l’équipe ;</li> <li>- Préparation des documents ;</li> <li>- Animation et suivi de la session ;</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Production rapports.</li> <li>- Réalisation, production et diffusion de supports</li> <li>- Préparation de la journée ;</li> <li>- Animation et suivi de la journée ;</li> <li>- Evaluation.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation, production et diffusion de supports</li> </ul>	2002 et au delà	« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l’Equité du Genre » et Partenaires.
<p><b>Objectif 6 :</b> Amener les décideurs administratifs et politiques, les communautés à créer des conditions pour l’accès des femmes aux moyens et facteurs de production</p>	<p><b>1.</b> Les décideurs politiques et administratifs, les membres des communautés créent des conditions pour l’accès des femmes aux moyens et facteurs de production</p>	<p><b>1.1</b> Campagnes médiatiques</p> <p><b>1.2.</b> Organisation de séances d’animation et sensibilisation auprès des populations.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation et diffusion de microprogrammes ;</li> <li>- Organisation de table ronde</li> <li>- Emissions radio et TV ;</li> <li>- Articles de presse ;</li> <li>- Affiches</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise à disposition de supports ;</li> <li>- Séances d’animation dans les villages ;</li> <li>- Sensibilisation des populations</li> </ul>	2002 et au delà	« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l’Equité du Genre » et Partenaires.
<p><b>Objectif 7 :</b> Amener les association les ONG et les services techniques de base à mener de l’IEC auprès du public masculin, dans le sens de la prise de</p>	<p><b>1.</b> Les associations et ONG mènent de l’IEC auprès du public masculin</p>	<p><b>1.1.</b> Campagnes médiatiques ;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation et diffusion de microprogrammes ;</li> <li>- Organisation de table ronde</li> <li>- Emissions radio et TV ;</li> <li>- Articles de presse.</li> </ul>	2002 et au delà	« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l’Equité du Genre »

conscience par rapport à la promotion de la femme.		<b>1.2.</b> Réalisation de sketches	- Conception et réalisation de sketches; - Diffusion à la TV - Mise à la disposition des cassettes vidéo et audio aux ONG et associations.	“	ONG et associations et Partenaires.  “
<b>Objectif 8 :</b> Vulgariser la convention internationale pour l'élimination de toutes sortes de discrimination à l'égard de la femme.	<b>1.</b> La convention internationale pour l'élimination de toutes sortes de discrimination à l'égard de la femme sont vulgarisées.	<b>1.1.</b> Multiplication et diffusion de la convention.	- Multiplication ; - Diffusion.	2002 et au delà	« Projet, Promotion du Statut de la Femme » et Partenaires.
<b>Objectif 9 :</b> Valoriser l'image de la femme dans la société.	<b>1.</b> Des stéréotypes favorables à la femme sont recueillis et vulgarisés.	<b>1.1.</b> Recueil et publication de stéréotypes favorables à la femme.	- Recueil des stéréotypes ; - Impression et multiplication.	2002 et au delà	« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et Partenaires.
<b>Objectif 10 :</b> Amener les décideurs politiques et les autorités administratives et communautaires à impliquer davantage les femmes à la prise de décision	<b>1.</b> Les partis politiques intègrent dans leurs programmes de société les questions de promotion du statut de la femme et de l'équité du genre.  <b>2.</b> Les partis politiques acceptent les candidatures féminines sur les listes électorales	<b>1.1.</b> Organisation d'ateliers de formation à l'intention des partis politiques.  <b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.  <b>2.1.</b> Organisation de journées de réflexion sur les candidatures féminines pendant les élections.  <b>2.2.</b> Campagnes médiatiques	- Mise en place de l'équipe ; - Préparation des documents ; - Animation de l'atelier ; - Suivi formation ; - Production rapports.  - Réalisation de supports - Diffusion des supports.  - Préparation de la journée ; - Animation de la journée - Production de rapports.  - Réalisation et diffusion de supports.	2002 et au delà  “  “	« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » - Partis politiques - Elus locaux et Partenaires.  “  “

<p><b>Objectif 11 :</b> Amener les femmes à briguer les mandats électifs.</p>	<p><b>1.</b> Les femmes mènent des campagnes pour briguer des mandats électifs.</p>	<p><b>1.1</b> Organisation de conférences-débats à l'intention des femmes leaders et des femmes candidates aux élections.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparation et animation de la conférence</li> <li>- Suivi de la conférence</li> <li>- Rédaction de rapports.</li> <li>- Réalisation et diffusion de supports.</li> </ul>	<p>2002 et au delà</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et partenaires.</p>
<p><b>Objectif 12 :</b> Amener le gouvernement et les partenaires au développement à dégager plus de ressources nécessaires pour mener des actions en faveur de la promotion de la femme.</p>	<p><b>1.</b> Les membres du gouvernement font du plaidoyer auprès des partenaires au développement pour dégager des ressources nécessaires pour les actions en faveur de la promotion de la femme.</p>	<p><b>1.1</b> Organisation de journées de promotion de la femme avec les membres du gouvernement.</p> <p><b>1.2.</b> Organisation de rencontres concertation avec les partenaires au développement sur les questions de promotion de la femme.</p> <p><b>1.3.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparation de la journée ;</li> <li>- Animation de la journée</li> <li>- Production de rapports.</li> <li>- Préparation de la rencontre ;</li> <li>- Animation de la rencontre ;</li> <li>- Suivi et évaluation ;</li> <li>- Production de rapports.</li> <li>- Réalisation et diffusion supports.</li> </ul>	<p>2002 et au delà</p> <p>“</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et partenaires.</p>
<p><b>Objectif 13 :</b> Sensibiliser les populations dans la prise de conscience de l'équité homme femme.</p>	<p><b>1.</b> Les populations sont sensibilisés sur l'égalité entre l'homme et la femme.</p>	<p><b>1.1</b> Organisation de campagnes d'IEC auprès des populations.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise à disposition de supports ;</li> <li>- Séances d'animation dans les villages ;</li> <li>- Sensibilisation des populations</li> <li>- Production et diffusion de supports médiatiques.</li> </ul>	<p>2002 et au delà</p> <p>“</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et partenaires.</p>
<p><b>Objectif 14 :</b> Mener des actions de lutte contre les IST/SIDA afin de réduire leur l'impact négatif sur la femme.</p>	<p><b>1.</b> Des actions de sensibilisation et de prise en charge des cas de SIDA sont menés afin de minimiser l'impact du VIH sur la femme.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de séminaires ateliers à l'intention des associations et d'ONG sur le thème femme et SIDA.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en place de l'équipe ;</li> <li>- Préparation des documents ;</li> <li>- Animation de l'atelier ;</li> <li>- Suivi formation ;</li> <li>- Production rapports.</li> <li>- Conception et réalisation de supports</li> <li>- Recrutement de maison de communication</li> <li>- Production et diffusion des supports.</li> </ul>	<p>2002 et au delà</p> <p>“</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et partenaires.</p> <p>“</p>

<p><b>Objectif 15:</b> Amener les associations et ONG à mener des actions de sensibilisation pour l'abandon des pratiques néfastes (excision)</p>	<p><b>1.</b> Des actions de sensibilisation auprès des populations sont menées afin d'éliminer les pratiques néfastes telle que l'excision.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation d'ateliers de formation à l'intention des associations et ONG en technique d'animation et de communication.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en place de l'équipe ;</li> <li>- Préparation des documents ;</li> <li>- Animation de l'atelier ;</li> <li>- Suivi formation ;</li> <li>- Production rapports.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conception et réalisation de supports</li> <li>- Recrutement de maison de communication</li> <li>- Production et diffusion des supports.</li> </ul>	<p>2002 et au delà</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et partenaires.</p>
<p><b>Objectif 16 :</b> Amener les autorités politiques et administratives, les leaders communautaires, les associations et ONG à mener des actions en faveur de l'égalité d'accès de la femme à l'éducation.</p>	<p><b>1.</b> Des actions en faveur de l'égalité d'accès de la femme à l'éducation sont menées.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de séances d'animation et de sensibilisation auprès des populations.</p> <p><b>1.2.</b> Campagnes médiatiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise à disposition de supports ;</li> <li>- Animation dans les villages ;</li> <li>- Sensibilisation des populations</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conception et réalisation de supports</li> <li>- Recrutement de producteur ;</li> <li>- Production et diffusion</li> </ul>	<p>2002 et au delà</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et partenaires.</p>
<p><b>Objectif 17 :</b> Amener les communicateurs à mieux informer les populations sur les droits et devoirs de la femme dans la société.</p>	<p>Les populations sont mieux informés sur les droits et devoirs de la femme.</p>	<p><b>1.1.</b> Organisation de séminaires ateliers à l'intention des communicateurs sur les techniques communicationnelles et rédactionnelles.</p> <p><b>1.2</b> Campagnes médiatiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en place de l'équipe ;</li> <li>- Préparation des documents ;</li> <li>- Animation de l'atelier ;</li> <li>- Suivi formation ;</li> <li>- Production rapports.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conception et réalisation de supports</li> <li>- Recrutement de producteur ;</li> <li>- Production et diffusion</li> </ul>	<p>2002 et au delà</p>	<p>« Projet, Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » et partenaires</p>

**NB :** Le projet prendra fin le 31 décembre 2002 , mais les activités envisagées dans le cadre de cette présente stratégie IEC/Plaidoyer vont au delà de 2002

## **VIII CONCLUSION :**

Malgré l'adoption de certains textes réglementaires et la ratification par le Mali des conventions internationales sur les droits de la femme, les femmes au Mali sont, pour la plus part, toujours confrontées à de nombreuses contraintes et discriminations pour ce qui est de leur participation à la vie économique politique et sociale du pays. Il persiste encore l'inégalité, le manque d'équité entre les hommes et les femmes constituant ainsi un frein au développement économique et social.

Cette proposition de stratégie IEC/Plaidoyer, faite sur la base des analyses des activités menées dans le cadre des trois (3) sous-programmes et des trois études thématiques permettra au Projet « Promotion du Statut de la Femme et de l'Équité du Genre », de contribuer à l'atteinte des objectifs du Sous-Programme Plaidoyer.

**ANNEXES :**

## **Annexe 1**

### **Termes de Référence :**

#### **Objectifs :**

Mise en application des résultats des études réalisées dans le cadre du projet à travers leur incorporation et utilisation dans les stratégies d'IEC/Plaidoyer à l'intention notamment de la population masculine.

Sous la supervision générale et opérationnelle de la Représentation de la FAO au Mali, de celle technique de SDRE, de SDWW, de SDWP et du MPFEF, le Consultant devra :

- 1- Faire l'état des lieux (inventaire) de tous les intervenants en IEC/Plaidoyer dans le cadre des trois (3) sous-programmes.
- 2- Faire l'inventaire des outils et canaux de communication utilisés par ces intervenants.
- 3- Répertoire et analyser les types d'activités en IEC/Plaidoyer des différents intervenants.
- 4- Analyser les résultats des trois études thématiques (Femmes, Familles et Islam, rôles économique et social de la femme, perception des hommes quant aux questions relatives à la promotion des femmes), en vue d'identifier et de définir :
  - leurs atouts ;
  - leurs contraintes ;
  - les types d'activités IEC à mener ;
  - Les groupes cibles ;
  - Les supports/canaux et outils ;
  - Les messages à communiquer ;
- 5- Faire une proposition de stratégie IEC/Plaidoyer en indiquant les moyens matériels, les équipements et les ressources humaines nécessaires à la mise en œuvre des activités.
- 6- Présenter la proposition de stratégie lors de la journée de réflexion du comité de gestion du projet.
- 7- Animer un atelier d'examen et de validation de la stratégie.
- 8- Finaliser le document de stratégie IEC/Plaidoyer.
- 9- Former les responsables du projet et les communicateurs de Bamako sur la production et l'utilisation de matériels IEC.

- 10- Former le personnel des DRPEFEF et les communicateurs régionaux ;
- 11- Multiplier et diffuser le document de stratégie.
- 12- Superviser l'application de la stratégie dans toutes les régions.

**Qualifications :**

- Institution Spécialisée en communication pour le développement ;
- Expérience dans la production audiovisuelle et du matériel IEC ;
- Expérience dans la formation en communication pour le développement/IEC ;
- Expérience dans l'élaboration et la définition des stratégies de communication (IEC/Plaidoyer).

## **Annexe 2 :**

### **Personnes Rencontrées :**

1. Mme KEITA Fatoumata KEITA, Directrice de la « Direction Nationale de la Promotion de la Femme » et Directrice du projet « Promotion du Statut de la Femme et de l'Équité du Genre » ;
2. Mme TRAORE Hadiza DJIBO, coordinatrice projet « Promotion du Statut de la Femme et de l'Équité du Genre » ;
3. Mme COULIBALY, Mariam DOUMBIA, Expert IEC au projet « Promotion du Statut de la Femme et de l'Équité du Genre » ;
4. Yachim Yacouba MAIGA, Coordinateur projet « Promotion de la Politique Nationale de Population et des Droits en Matière de Santé de la Reproduction »
5. Sankāina MAIGA, chargé d'IEC au Projet « Promotion, Jeune-Sport et Santé » ;
6. Lamine TRAORE, Coordinateur Projet PASAF ;
7. Wéléba BAGAYOKO, Coordinateur projet EvF/EMP ;
8. Mme Anguiné, coordinatrice projet EvF/EMP dans les OP ;
9. Mamadou DJIRE, coordinateur de la recherche opérationnelle de l'ONG Population-Council ;
10. Dr Ousmane TRAORE, chargé de programme, ASDAP ;
11. Dr TRAORE Diahara, Projet « Extension et Amélioration de la Qualité des Services de Santé de la Reproduction dans les Structures Sanitaires »
12. Dr TRAORE Safoura TRAORE, Projet « Extension et Amélioration de la Qualité des Services de Santé de la Reproduction dans les Structures Sanitaires »

## **Bibliographie :**

1. Document de Projet du « Sous-Programme Plaidoyer » ;
2. Document de Projet du Projet Constitutif MLI/04/03/02 « Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre » ;
3. Rapport d'activités du Projet MLI/04/03/02 « Projet Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre », période mai-novembre 2001 ;
4. Rapport d'activités du Projet MLI/04/03/02 « Projet Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre », période 1<sup>er</sup>-31 décembre 2001 ;
5. Rapport d'activités du Projet MLI/04/03/02 « Projet Promotion du Statut de la Femme et de l'Equité du Genre », période 1<sup>er</sup>-31 janvier 2002 ;
6. Rapport de l'étude « Rôles Economique et Social des Femmes au Mali » ;
7. Rapport de l'étude « Perception des Hommes quant aux Questions Relatives à la Promotion des Femmes » ;
8. Rapport de l'étude « Guide sur Femme, Famille et Islam » ;
9. Document de Projet : MLI/04/03/01 « Appui à la Lutte Contre les Pratiques Préjudiciables à la Santé de la Femme et de l'Enfant » ;
10. Rapport Annuel du Projet : MLI/04/03/01 « Appui à la Lutte Contre les Pratiques Préjudiciables à la Santé de la Femme et de l'Enfant » ;
11. Document de Projet « Promotion de la Politique Nationale de Population et des Droits en matière de Santé de la Reproduction » ;
12. Rapport Annuel d'Activités du Projet MLI/00/P08 « Appui à la Généralisation EVF/EMP en milieu scolaire », période novembre 2000-décembre 2001 ;
13. Rapport annuel du Projet MLI/04/01/04 « EVF/EMP/OP , Projet Education à la Vie Familiale, Education en Matière de Population dans les Organisations Paysannes»
14. Document de Projet MLI/04/02/01 « Renforcement des Capacités de Gestion et de Coordination du PNP » ;
15. Rapport Annuel d'activités 2001 du Projet MLI/04/02/01 « Renforcement des Capacités de Gestion et de Coordination du PNP » ;
16. Rapport Annuel du Projet MLI/04/01/01 « Extension et Amélioration de la Qualité des Services de Santé de la Reproduction dans les Structures Sanitaires », période 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2001 ;
17. Rapport de la Réunion du Comité de gestion du Projet MLI/04/01/01 « Extension et Amélioration de la Qualité des Services de Santé de la Reproduction dans les Structures Sanitaires », période 1<sup>er</sup> juillet 2001 ;
18. Rapport Final de la Stratégie Nationale de Plaidoyer pour la Promotion de la Politique Nationale de Population et des Droits à la Santé de la reproduction, juin 2001 ;
19. Enquête Démographique et de Santé (EDS) 1995-1996 ;
20. Enquête Démographique et de Santé (EDS) 1995-1996, Rapport de Synthèse ;
21. Enquête Démographique et de Santé EDSM-III, Mali 2001, Rapport Préliminaire.