

REPUBLIQUE DU MALI

MINISTERE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE ET DE LA POPULATION

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE



**DOCUMENT STRATÉGIQUE DE COMMUNICATION
CENSITAIRE DU CINQUIEME RECENSEMENT
GÉNÉRAL DE LA POPULATION ET DE L'HABITAT
(5^{EME} RGPH)**

Document élaboré avec le soutien financier de l'UNFPA
BAMAKO, décembre 2016

Table des matières

Liste des abréviations	2
Stratégie de communication censitaire du 5 ^e Recensement Général de la Population et de l'Habitat (5 ^e RGPH)	Erreur ! Signet non défini.
1. Contexte et justification	3
2. Cadre institutionnel de mise en œuvre de la stratégie de communication	4
3. Objectifs de la communication censitaire	4
4. Résultats attendus.....	4
5. Cibles.....	5
6. Stratégie de communication pour la mobilisation sociale.....	5
7. Opérationnalisation de la stratégie de communication	5
7.1. Communication avant le dénombrement.....	5
7.2. Communication pendant le dénombrement.....	9
7.3. Communication après le dénombrement.....	10
7.4. Suivi et évaluation des activités de la communication censitaire	11
8. Chronogramme des actions de communication censitaire	12
9. Budget estimatif des actions de communication censitaire.....	Erreur ! Signet non défini.

Liste des abréviations

AN : Assemblée Nationale

BCR : Bureau Central de Recensement

CA : Conseil d'Administration

CSCRП : Cadre Stratégique pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté

FCFA : Franc de la Communauté Financière Africaine

INSTAT : Institut National de la Statistique

ONGs : Organisations Non Gouvernementales

ORTM : Office de Radiodiffusion Télévision du Mali

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

RM : République du Mali

PM : Pour mémoire

P-RM : Présidence de la République du Mali

UNFPA: United Nations Fund for Population Activities

TV : Télévision

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Mali va exécuter son cinquième recensement général de la population et de l'habitat (5^e RGPH), en avril 2019 conformément au décret n°98-099/P-RM du 27 mars 1998 fixant la périodicité de réalisation du recensement tous les dix ans. Le recensement de la population et de l'habitat est une opération d'envergure nationale de collecte, de traitement et d'analyse de données sur toute la population et tous les logements d'un pays. Vu sa complexité, il nécessitera la mise en œuvre d'une stratégie de communication efficace. La qualité des données collectées dépend en grande partie de l'adhésion massive de la population au recensement et du soutien des leaders communautaires et religieux. À cet effet, il est indispensable de mener une vaste campagne de communication montrant l'intérêt du recensement et le rôle de différentes des parties prenantes.

Il est également important que les populations soient suffisamment informées des objectifs, des résultats attendus, de la méthodologie et de la manière dont chacune des phases du recensement sera réalisée. Compte tenu du contexte socio-politique actuel du Mali marqué par l'insécurité liée au terrorisme, les populations peuvent se montrer réticentes à se faire dénombrer, en particulier dans les régions les plus touchées. Il est donc indispensable de dissiper les incompréhensions, les doutes, les rumeurs et les amalgames à travers des actions de communication bien ciblées, afin de garantir autant que possible l'exactitude des informations collectées. La dispersion et l'isolement de certaines populations, et le niveau élevé de l'analphabétisme justifient aussi l'organisation d'une campagne de sensibilisation sur le recensement.

Bien que le recensement soit une opération scientifique et technique, le manque de communication sur les modalités de son organisation peut susciter la contestation des résultats par l'opinion publique dans le contexte actuel de démocratisation de la vie publique caractérisée par la liberté d'opinion et d'expression. Avec la révision du découpage administratif par le Gouvernement conformément à la loi n° 2012- 017 /AN-RM du 02 mars 2012, le nombre de régions est passé de 8 à 10. Il est également nécessaire de prendre en compte ces régions nouvellement créées dans l'organisation des activités de communication.

Si le calendrier électoral est respecté, l'élection présidentielle aura lieu en avril 2018 et les élections législatives et communales s'en suivront. Les opérations pré-électorales telles que les inscriptions sur les listes électorales sont susceptibles de causer l'amalgame avec les opérations du 5^e RGPH. Un des objectifs de la communication censitaire sera de dissiper les confusions et l'amalgames entre les deux types d'opération, en expliquant au public les différences entre les deux.

Le présent document stratégique de communication en faveur du 5^e RGPH vise à présenter l'organisation générale des actions de communication sur le recensement avant, pendant et après le dénombrement. Il comporte les sections suivantes :

- Contexte et justification ;
- Cadre institutionnel de mise en œuvre de la stratégie de communication censitaire ;
- Objectifs de la communication censitaire ;

- Résultats attendus ;
- Cibles ;
- Stratégies de communication pour la mobilisation sociale ;
- Opérationnalisation de la stratégie de communication censitaire ;
- Chronogramme des actions de communication censitaire;
- Budget des actions de communication censitaire.

2. CADRE INSTITUTIONNEL DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

La réussite de la stratégie de communication nécessite la mise en place d'un cadre institutionnel adéquat comprenant des ressources humaines qualifiées en nombre suffisant et des moyens logistiques et techniques appropriés. La Division de la communication et des relations publiques, créée par la décision n°10-0002/10/ CA-INSTAT du 1^{er} décembre 2010, n'est pas encore opérationnelle à ce jour pour des raisons liées essentiellement à l'insuffisance des ressources humaines. Il est donc nécessaire et urgent de doter cette Division en ressources humaines nécessaires et de procéder le plus rapidement possible au renforcement de leur capacité en matière de communication censitaire. Le BCR dont la création est attendue sera doté d'une section communication censitaire qui travaillera en étroite collaboration avec la division de la communication et des relations publiques de l'INSTAT pour la mise en œuvre de la stratégie de communication. L'appui d'un consultant national en communication s'avère également nécessaire pour renforcer la Section communication du BCR. La mise en œuvre de la stratégie de communication nécessitera aussi le développement des partenariats stratégiques avec l'ORTM et d'autres médias de masse, ainsi qu'avec les entreprises de téléphonie mobile.

3. OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION CENSITAIRE

L'objectif général de la communication censitaire est d'une part de susciter le sentiment d'appropriation parmi les acteurs nationaux du recensement et d'autre part d'obtenir l'adhésion, la collaboration et la mobilisation de toutes les parties prenantes pour la réussite du 5^e RGPH au Mali.

La communication censitaire vise les objectifs spécifiques suivants :

- Dissiper les inquiétudes, les incompréhensions, les doutes et les amalgames sur le recensement du fait des rumeurs ;
- Capter l'intérêt du public et susciter son adhésion ;
- Informer et sensibiliser le public et les autres parties prenantes sur les modalités du recensement.

4. RESULTATS ATTENDUS

- Les inquiétudes, les incompréhensions, les doutes et les amalgames sur le recensement du fait des rumeurs sont dissipés par les actions de communication censitaire.
- L'adhésion de différentes parties prenantes pour la mise en œuvre des activités avant, pendant et après le dénombrement est effective.

- Le public et les différentes parties prenantes sont informés et sensibilisés sur les modalités du recensement.

5. CIBLES

La stratégie de communication censitaire vise les cibles suivantes.

- les autorités gouvernementales;
- les parlementaires ;
- les autorités administratives au niveau des régions, des cercles et des communes ;
- les partenaires techniques et financiers ;
- les utilisateurs des données de recensement ;
- les personnes et les organismes qui participent aux opérations de recensement ;
- les leaders communautaires, politiques et religieux ;
- le grand public.

6. STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LA MOBILISATION SOCIALE

La stratégie de communication du 5^e RGPH consistera en la réalisation d'une campagne d'information et de sensibilisation touchant les différentes cibles mentionnées ci-dessus et couvrant l'ensemble du territoire national, de manière articulée en distinguant les périodes avant, pendant et après le dénombrement. La communication du 5^e RGPH du Mali s'appuiera sur une approche mixte consistant en la communication de masse et de proximité.

7. OPERATIONNALISATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

7.1. Communication avant le dénombrement

La mise en œuvre de la stratégie de communication censitaire avant le dénombrement passera par un certain nombre d'actions d'information et de sensibilisation.

- **Point de presse du Ministre en charge du recensement.** Après l'institutionnalisation du 5^e RGPH par le Gouvernement, un point de presse sera organisé par le Ministre en charge du recensement pour clarifier à l'opinion publique les enjeux et les défis de chaque étape de l'opération, ainsi que l'importance que le Gouvernement attache à cette opération et son engagement pour la réussite.
- **Rencontre avec les parlementaires.** Une rencontre sera organisée à l'intention des parlementaires à l'Assemblée nationale pour échanger sur les enjeux, la pertinence et les défis du recensement sur les plans politique, économique et social. Cette rencontre permettra également d'obtenir des parlementaires leur appui pour la mobilisation de la contribution financière de l'État.
- **Réunion de concertation avec les utilisateurs potentiels des données.** Le BCR initiera une réunion des responsables de l'INSTAT avec les utilisateurs des données (organismes internationaux, ONGs, administrations sectorielles, entreprises publiques et parapubliques, les entreprises privées, industrielles et commerciales, confessions

religieuses, les syndicats, etc.) pour recueillir leurs centres d'intérêt, leurs besoins et la méthodologie du recensement, afin de les prendre en compte dans les données à collecter. Cette réunion fera l'objet d'une large couverture médiatique.

- **Mise en place des partenariats avec l'ORTM et les autres médias de l'audio-visuel et de la presse écrite.** L'utilisation des moyens de communication de masse impliquera la conclusion d'accords de collaboration avec les médias. Comme au recensement de 2009, l'INSTAT signera des accords de partenariat avec l'ORTM et d'autres médias pour la diffusion des messages sur le recensement. Ces accords pourront être signés autant que possible au début de l'année 2017.
- **Atelier d'orientation des professionnels de médias.** Avant le lancement de la campagne de communication de masse, un atelier d'orientation sera organisé par le BCR à l'intention des professionnels de médias. Les objectifs de cet atelier seront d'informer et d'outiller les professionnels des médias sur la manière de communiquer sur le recensement et définir les activités d'information et de sensibilisation y relatives. Cet atelier visera par ailleurs à obtenir l'engagement des médias en faveur du recensement.
- **Élaboration d'un plan média.** Un plan média sera élaboré par la Section communication du BCR pour permettre au BCR de suivre les productions radio-télévisées sur le recensement conformément aux plages horaires arrêtés d'un commun accord avec les radios et les télévisions partenaires et de rationaliser les interventions.
- **Adoption et utilisation des slogans et du logo du recensement.** Des slogans publicitaires seront adoptés par le BCR pour la campagne de sensibilisation. Ces slogans seront traduits en langues nationales pour une large diffusion. Ils seront régulièrement diffusés par les radios et les télévisions durant les émissions consacrées au recensement avant le dénombrement. Par ailleurs, un logo du 5^e RGPH sera réalisé suite à un concours national lancé par le BCR.
- **Confection et diffusion d'affiches, kakemonos, flyers, brochures et autocollants.** Des d'affiches, kakemonos, flyers, brochures et autocollants seront produits en quantité suffisante sur appel d'offres lancé par le BCR. Les affiches seront apposées sur les bâtiments publics. Les kakemonos et flyers sur le 5^e RGPH seront distribués dans les administrations et les autres services publics. Des brochures d'information sur le 5^e RGPH seront éditées sous forme de dépliants décrivant brièvement le recensement, ses objectifs, ses étapes et les résultats escomptés avec les sujets d'analyse identifiés. Elles feront l'objet d'une large diffusion possible dans les administrations, les organisations internationales, les représentations diplomatiques, les entreprises privées et auprès du public. Des autocollants de petite dimension portant le logo du 5^e RGPH seront utilisés par le personnel de terrain et du bureau qui pourra les coller sur les cartables, les portes et les équipements de bureau. D'autres autocollants de grande taille seront apposés sur les véhicules du 5^e RGPH. Tous ces outils seront utilisés pour la publicité du RPGH selon leur spécificité.

- **Confection et utilisation des T-shirts, casquettes, écharpes et autres gadgets.** Des T-shirts, casquettes, écharpes et autres gadgets (stylos, porte-clés, portefeuilles, etc.) portant le logo ou le slogan du 5^e RGPH seront fabriqués par le BCR en quantité suffisante pour être distribués pendant les activités d'information et de sensibilisation du recensement.
- **Missions d'information des cadres de l'INSTAT dans les régions.** Avant le lancement des travaux cartographiques, des réunions d'informations seront organisées par les cadres de l'INSTAT à l'intention des membres des comités locaux du recensement et des autorités locales pour les informer sur le déroulement de la cartographie censitaire. Ces descentes sur le terrain seront médiatisées autant que possible.
- **Mise en place d'un site internet spécial 5^e RGPH avec un onglet FAQ (foire à questions).** Le BCR mettra en place d'un site internet dédié au 5^e RGPH dès la légalisation du recensement. Ce site internet du 5^e RPH contribuera à la diffusion des messages d'information sur le recensement. Grâce à l'onglet FAQ, les internautes pourront poser des questions et accéder aux réponses disponibles en ligne. Le site internet contribuera également à la diffusion des résultats et des bases des données du 5^e RGPH.
- **Couverture médiatique de la formation des agents cartographes.** La formation des agents cartographes fera l'objet d'une couverture médiatique, afin de permettre aux populations de se rendre compte de l'imminence des travaux cartographiques.
- **Organisation d'une cérémonie solennelle de lancement de la cartographie présidée par la plus haute autorité de la République dans une capitale régionale.** Avant le démarrage des travaux de cartographie censitaire sur le terrain, une cérémonie solennelle de lancement de la cartographie présidée par la plus haute autorité du pays dans une capitale région sera organisée pour informer l'opinion publique de cette activité et solliciter la collaboration de la population et des autorités locales. Le déplacement de la plus haute autorité dans une capitale régionale peut avoir un effet mobilisateur et d'entraînement vis-à-vis de la population et des autorités locales.
- **Couverture médiatique du recensement pilote.** Le recensement pilote fera l'objet d'une couverture médiatique pour rendre compte au public de l'évolution du processus du 5^e RGPH.
- **Insertion dans le programme du cycle fondamental d'un module sur le recensement dans le cours d'Éducation Civique et Morale (ECM).** Un module sur le recensement sera introduit dans le programme du fondamental grâce à une convention de partenariat avec le Ministère de l'éducation nationale avec l'INSTAT dès le mois de juin 2017. Ce module portera sur la définition, les objectifs, les étapes, les résultats du recensement, ainsi que sur l'importance des questionnaires, les principales questions posées par les agents recenseurs, les différences entre le recensement administratif et le recensement de la population, etc.

- **Campagne intensive de sensibilisation.** La campagne intensive de sensibilisation commencera deux semaines avant le dénombrement de la population, et continuera pendant toute la période du dénombrement. Elle sera basée sur les actions stratégiques suivantes :

- **Organisation d'une cérémonie solennelle de lancement de la campagne intensive de sensibilisation.** Une cérémonie solennelle de lancement de la campagne de sensibilisation au niveau national sera organisée à Bamako sous la présidence du Premier Ministre, chef du Gouvernement. Après le lancement au niveau national, une cérémonie similaire sera organisée dans les chefs-lieux des régions par les Gouverneurs au niveau décentralisé. Le message sera d'éveiller l'attention sur l'imminence du recensement, d'inviter solennellement toutes les personnes résidant au Mali à se faire recenser massivement et à faciliter le travail du personnel de terrain pendant le dénombrement. Cette cérémonie de lancement fera l'objet d'une large couverture médiatique.
- **Campagne de sensibilisation en régions.** Dans les régions, les comités locaux du recensement animeront la campagne dans les circonscriptions administratives, à travers des réunions ou des meetings de sensibilisation. La campagne de sensibilisation sera largement couverte par la télévision, la radio et la presse écrite.
- **Mise en service d'un numéro vert.** Dans le cadre de partenariat entre l'INSTAT et les sociétés de téléphonie mobile, un service d'un numéro vert sera mis en place pour répondre aux demandes de renseignements du public.
- **Convention avec les opérateurs de téléphonie.** Dans le cadre de partenariat entre l'INSTAT et les sociétés de téléphonie, des SMS seront envoyés par chaque opérateur à ses clients pour sensibiliser leurs clients sur le recensement deux semaines avant le dénombrement et pendant toute la période du dénombrement.
- **Collage des affiches publicitaires dans les lieux publics.** Des affiches publicitaires seront apposées dans les lieux publics tels que les établissements scolaires et universitaires, les marchés, les formations sanitaires, etc.
- **Sensibilisation à la radio et à la télévision.** Dans le cadre de la convention de partenariat, l'ORTM réalisera des actions de sensibilisation à la radio et à la télévision conformément à un cahier de charge arrêtée d'un commun accord avec le BCR. Outre l'ORTM, la sensibilisation sera également menée par les radios et les télévisions privées dans le cadre des arrangements avec le BCR.

Des spots, des microprogrammes, des débats, des interviews seront réalisés et diffusés par les radios et les télévisions selon un cahier de charge arrêté d'un commun accord.

- **Conception et diffusion d'un sketch sur le recensement.** Un sketch sur le 5^e RGPH sera monté par une troupe théâtrale retenue après un concours national deux mois avant le dénombrement et diffusé en langues nationales à la radio et à la télévision.

- **Conception et diffusion d'une chanson sur le recensement.** A l'instar de l'expérience réussie du recensement de 2009, une chanson dédiée au 5^eRGPH en Français et dans les langues nationales les plus parlées sera conçue par un groupe musical retenu par le BCR après un concours national deux mois avant le dénombrement. L'objectif de cette chanson sera de sensibiliser à travers une mélodie. La chanson sur le recensement sera diffusée à la radio et à la télévision et au cours des activités sur le recensement.
- **Sensibilisation de proximité.** La sensibilisation de proximité ciblera surtout la population résidant en milieu rural ayant un faible niveau d'accès aux médias de masse et un niveau d'analphabétisme élevé. Elle s'appuiera entre autres sur les canaux non conventionnels tels que les griots, les sketches, les mosquées, les églises, etc. Les autorités traditionnelles, religieuses (notamment le Haut Conseil Islamique, les leaders de la Confrérie An Çardine Internationale et ceux de Recodrada), les artistes et musiciens, ainsi que les crieurs publics recevront des fonds pour sensibiliser les populations.

7.2. Communication pendant le dénombrement

La mise en œuvre de la stratégie de communication pendant le dénombrement passera par des actions de sensibilisation suivantes :

- **Couverture médiatique de la formation des agents recenseurs.** La formation des agents recenseurs sera couverte par les médias, afin de permettre au public de se rendre compte de l'imminence du dénombrement des populations.
- **Cérémonie solennelle de lancement du dénombrement.** Une cérémonie solennelle de lancement du dénombrement sera organisée à Bamako sous la présidence du Premier Ministre, chef du Gouvernement. Cette cérémonie de lancement fera l'objet d'une large couverture médiatique.
- **Déclaration du Chef de l'État à la veille du dénombrement.** Le Chef de l'État fera une déclaration radio-diffusée et télévisée à la veille du dénombrement pour inviter solennellement toutes les personnes vivant sur le territoire malien à s'acquitter de leur devoir civique, en se faisant recenser.
- **Couverture médiatique du dénombrement.** La couverture du dénombrement de la population sera réalisée par des médias publics et privés (TV, radio, presse écrite) à travers des reportages, des documentaires et des interviews.
- **Couverture médiatique du dénombrement des ménages des plus hautes autorités de l'État.** Le dénombrement des ménages des plus hautes autorités de l'État, notamment les ménages du Chef de l'État, du Premier Ministre et du Président de l'Assemblée nationale, de même que ceux du Chef de file de l'opposition et de l'Imam de la Grande Mosquée de

Bamako feront l'objet d'un reportage par les médias. À l'issue du dénombrement de chacun de ces ménages, une interview de l'autorité concernée sera réalisée et diffusée.

- **Couverture médiatique du dénombrement des ménages des gouverneurs.** Le dénombrement des ménages de Gouverneurs de région feront l'objet des reportages pour inciter les populations à se faire recenser massivement.

7.3. Communication après le dénombrement

Les actions de communication suivantes seront menées dans la phase post-dénombrement :

- **Couverture médiatique de l'enquête post-censitaire.** L'enquête post-censitaire fera l'objet d'une couverture médiatique pour rendre compte au public de l'évolution du processus du 5^e RGPH.
- **Couverture médiatique de l'atelier de traitement des données.** L'atelier de traitement des données sera couvert par les médias pour permettre au public de suivre le processus du 5^e RGPH.
- **Couverture médiatique des ateliers d'analyse des données.** Les ateliers suivants feront l'objet d'une couverture médiatique :
 - Atelier de lancement des travaux d'analyse ;
 - Atelier d'évaluation des rapports provisoires d'analyse ;
 - Atelier de finalisation des rapports d'analyse.
- **Atelier à l'intention des professionnels de médias.** Un atelier à l'intention des professionnels des médias sur les résultats pour qu'ils puissent en parler en toute connaissance de cause.
- **Point de presse du Ministre en charge du recensement.** Un point de presse sera fait par le Ministre en charge du recensement après la publication des résultats provisoires ou définitifs pour clarifier le processus ayant abouti aux résultats du recensement.
- **Séminaire national de présentation des résultats du 5^e RGPH.** Un séminaire national de présentation des résultats du recensement au public sera organisé à Bamako sous la présidence du Premier Ministre. Ce séminaire sera animé par le Directeur national du BCR.
- **Séminaires régionaux de restitution des résultats du 5^e RGPH.** Des séminaires régionaux de restitution des résultats du recensement seront organisés dans les chefs-lieux des régions sous la présidence des gouverneurs. Ils seront animés par les cadres du BCR.
- **Émission-bilan du 5^e RGPH.** Une émission-bilan du 5^e RGPH avec les experts du BCR sera réalisée à l'ORTM.

- **Confection et diffusion des dépliants de principaux résultats du recensement.** Des dépliants portant sur de principaux résultats du recensement seront conçus et diffusés par le BCR, en vue de satisfaire les besoins en informations d'un grand nombre d'utilisateurs de données de population. Cet outil d'information ciblera le gouvernement, le parlement, les administrations publiques, les bailleurs de fonds, les organisations non gouvernementales, les organismes de l'État et du secteur privé, les médias, etc.

- **Diffusion en ligne des résultats.** Des résultats seront diffusés en ligne pour les internautes.

7.4. Suivi et évaluation des activités de la communication censitaire

Le BCR/INSTAT publiera une note d'information tous les mois sur les activités du 5^e RGPH à l'intention du Ministre de l'Aménagement du Territoire et de la Population, et des partenaires financiers et techniques internationaux. Cette note sera exploitée par le Ministre pour le Conseil de Ministres et le Conseil de cabinet.

Une grille de diffusion des émissions sur le recensement sera mise au point par les radios et les télévisions pour le suivi-évaluation des actions de communications par l'équipe de veille. Des réunions hebdomadaires seront organisées au BCR pour évaluer le déroulement de la campagne intensive de sensibilisation. Par ailleurs, pour évaluer l'impact de cette campagne intensive de sensibilisation, une enquête sera réalisée avant et après la campagne intensive de sensibilisation par un bureau d'études retenu après un appel d'offres. Il s'agira notamment d'interroger le public pour connaître s'il a entendu parler du 5^e RGPH et par quel canal. Le BCR produira un rapport d'évaluation des activités de communication.

8. CHRONOGRAMME DES ACTIONS DE COMMUNICATION CENSITAIRE

N°	Activités	Période	Lieu/observations
	Avant le dénombrement		
1	Point de presse du Ministre en charge du recensement	01/01/18-31/03/18	Bamako, INSTAT-BCR
2	Rencontre avec les parlementaires	01/01/18-31/03/18	Bamako, INSTAT-BCR
3	Réunion de concertation avec les utilisateurs potentiels des données	01/01/18-31/03/18	Bamako, INSTAT-BCR
4	Mise en place des partenariats avec l'ORTM et autres médias	01/01/18-31/03/18	Bamako, BCR
5	Atelier d'orientation des professionnels de médias	01/01/18-31/03/18	Bamako, BCR
6	Élaboration d'un plan média	01/01/18-31/03/18	Bamako, BCR
7	Adoption et utilisation du slogan et du logo du recensement	01/01/18-31/03/18	Bamako, BCR
8	Confection et diffusion d'affiches, kakemonos, flyers, brochures et autocollants	01/01/18 – 30/07/19	Bamako, BCR
9	Confection et utilisation des T-shirts, casquettes, écharpes et autres gadgets	01/05/18 – 31/01/19	Bamako, BCR
10	Missions d'information des cadres de l'INSTAT dans les régions	01/01/18-31/03/18	Régions du Mali, INSTAT-BCR
11	Création d'un site web consacré au 5 ^e RGPH	01/01/18-31/03/18	Bamako, BCR
12	Couverture médiatique de la formation des agents cartographes	01/01/18-31/09/17	Bamako, BCR
13	Organisation d'une cérémonie solennelle de lancement de la cartographie	01/01/18-31/03/18	Capitale régionale, INSTAT-BCR
14	Couverture médiatique du recensement pilote	01/07/18-15/07/18	Bamako, BCR
15	Insertion dans le programme du fondamental un module sur le recensement	01/01/18-31/07/18	Bamako, INSTAT-BCR
16	Organisation d'une cérémonie solennelle de lancement de la campagne de sensibilisation	15/03/19	Bamako, INSTAT-BCR
17	Campagne de sensibilisation en régions	16/03/19	Régions, Comité local
18	Mise en service d'un numéro vert	15/03/19-15/05/19	Bamako, BCR
19	Convention avec les opérateurs de téléphonie	01/03/19-07/03/19	Bamako, INSTAT-BCR
20	Collage des affiches publicitaires dans les lieux publics	15/03/19-22/03/19	Bamako, BCR
21	Sensibilisation à la radio et à la télévision (spots, interviews, jeux-concours, etc.)	01/05/18 – 30/07/19	Bamako, BCR

N°	Activités	Période	Lieu/observations
22	Conception et diffusion sketch et chanson sur le recensement pour la radio et la TV	15/03/19-30/04/19	Bamako, BCR
23	Sensibilisation de proximité (canaux non conventionnels: griots, mosquées, églises)	01/02/19-30/04/19	Régions, Comité local
	Pendant le dénombrement		
24	Couverture médiatique de la formation des agents recenseurs	15/03/19-01/04/19	Bamako, BCR
25	Déclaration du Chef de l'État à la veille du dénombrement	31/03/19	Bamako, INSTAT-BCR
26	Couverture médiatique du dénombrement	01/04/19-15/04/19	Bamako, BCR
27	Couverture médiatique du dénombrement des ménages des plus hautes autorités	01/04/19	Bamako, BCR
28	Couverture médiatique du dénombrement du ménage des gouverneurs	01/04/19	Région, BCR
29	Couverture médiatique de l'EPC	01/10/19-15/10/19	Bamako, BCR
30	Couverture médiatique de l'atelier de traitement des données	01/12/19-31/12/19	Bamako, BCR
31	Couverture médiatique des ateliers d'analyse	01/06/19-30/04/21	Bamako, BCR
32	Atelier à l'intention des professionnels de médias	01/05/20-30/05/20	Bamako, BCR
33	Point de presse du Ministre en charge du recensement	01/01/21-01/02/21	Bamako, BCR
34	Séminaire national de présentation des résultats du recensement	01/02/21-28/02/21	Bamako, BCR
35	Séminaires régionaux de restitution des résultats du recensement	01/02/21-28/02/21	Régions du Mali, BCR
36	Émission-bilan du 5e RGPH à l'ORTM	31/03/21	Bamako, BCR
37	Confection des dépliants de principaux résultats du 5e RPGH	01/02/21-01/02/21	Bamako, BCR
38	Diffusion en ligne des résultats	01/02/21-01/02/21	Bamako, BCR
	Suivi et évaluation des actions de communication		
39	Grille de diffusion des émissions sur le recensement	01/01/19 -30/05/19	Bamako, BCR
40	Des réunions hebdomadaires pour évaluation du déroulement de la campagne intensive	15/03/19 -30/04/19	Bamako, BCR
41	Enquête pour l'évaluation de l'impact de la campagne intensive	01/03/19 - 01/05/19	Bamako, BCR
42	Élaboration d'un rapport général des activités de communication	01/01/21 -31/03/21	Bamako, BCR

