

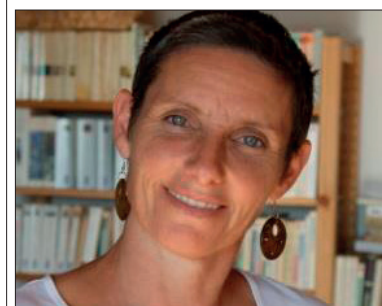
① L'ONG

<b>Nom</b>	<b>E-CHANGER – COMUNDO</b>
<b>Pays, Région</b>	Bolivie, Pérou, Equateur, Colombie, Brésil, Nicaragua Burkina Faso, Zimbabwe, Kenya, Zambie, Philippines
<b>Domaines d'activités</b>	Amélioration des moyens d'existence, promotion de la démocratie, de la paix, protection de l'environnement, renforcement des minorités, dialogue interreligieux et interculturel.
<b>Référence en Suisse</b>	E-CHANGER/COMUNDO RÉSEAU VALAIS Rosemarie Fournier Rue de Condémines 8 – 1950 Sion 079 503 13 16 <a href="mailto:fournier.rosemarie@yahoo.fr">fournier.rosemarie@yahoo.fr</a>
<b>Coordonnées</b>	<a href="http://www.comundo.org/fr">www.comundo.org/fr</a>
<b>Actif depuis</b>	Plus de 50 ans



② LE PROJET

<b>Nom</b>	« Plaidoyer en faveur des paysans, Burkina Faso »
<b>Localisation</b>	Burkina Faso, Ouagadougou
<b>Objectifs</b>	Renforcer l'équipe, le réseau et les partenariats de la FENOP. Sensibiliser la population suisse au contexte du Burkina.
<b>Bénéficiaires</b>	Les collaborateurs de l'équipe de la FENOP ; les organisations paysannes membres de la FENOP
<b>Problématique</b>	<p>La Fédération Nationale des Organisations Paysannes (FENOP) a vu le jour en 1996. D'ampleur nationale, elle a pour mission principale la <b>défense de l'exploitation paysanne familiale</b> et la <b>promotion de l'agro-écologie</b>. Par ses connaissances et son expérience, elle représente aujourd'hui un acteur incontournable de la société civile agricole burkinabé. Après l'envoi d'une première volontaire suisse (Alexandra Melle), la FENOP, partenaire de longue date d'E-CHANGER, a sollicité l'appui d'une deuxième personne pour contribuer au renforcement de sa cellule de <b>communication</b> et <b>d'information</b>. Corine Barman Duc (photo ci-contre), spécialiste en communication et management social, s'est donc engagée à son tour. Les buts du projet soutenu à travers elle par E-CHANGER sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• renforcement institutionnel d'une organisation partenaire reconnue, qui travaille en réseau auprès d'un public cible identifié comme particulièrement vulnérable,</li> <li>• lutte pour la sécurité alimentaire et économique des paysan(ne)s et leur participation politique,</li> <li>• sensibilisation de la population suisse sur les défis du monde paysan burkinabé par la volontaire et son groupe de soutien notamment.</li> </ul>
<b>Partenaire local</b>	FENOP
<b>Durée</b>	1 an
<b>Montant recherché</b>	<b>CHF 16'644.-</b> sur un total de CHF 56'644.- Principales dépenses : indemnités de vie de la volontaire, pécule de réinsertion en Suisse, assurances sociales.



Photos: © E-CHANGER - COMUNDO

③ **LES RÉSULTATS**

<p><b>Projet achevé (année 1)</b></p>	<p>L'attentat du 15 janvier 2016 a rendu difficile les déplacements dans les mois qui ont suivi, de plus tout au long de l'année 2016, certaines zones sont restées inaccessibles pour notre coopératrice pour des raisons de sécurité. Toutefois, l'accompagnement de la coopératrice pour améliorer la stratégie de la communication a permis un renforcement de capacité de la cellule communication. Malgré une plus grande implication dans l'opérationnel, tous les outils de communication ont été produits de manière participative, notamment en ce qui concerne le bulletin. En ce qui concerne le chargé de communication, il est capable d'élaborer un bulletin seul (hors rédaction), en ce qui concerne le stagiaire, il est autonome sur la mise en page du bulletin et la réalisation d'une interview.</p> <p>En fonction des objectifs visés, le projet tire les constatations suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Renforcer l'équipe dans la gestion de l'information et de la communication interne et externe.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les compétences de la cellule communication se sont renforcées. Deux collaborateurs de la cellule communication ont été formés.</li> <li>• De nouveaux outils de communication existent : création de matériel de visibilité pour les événements, production d'un nouveau dépliant de communication institutionnelle.</li> <li>• La page Facebook a été régulièrement alimentée. Elle est devenue plus dynamique. Le trafic s'est néanmoins réduit à partir du mois de juillet en raison de l'absence du Chargé de communication (J.Bouda). Non prévue, cette absence a induit une participation plus importante de la volontaire dans l'opérationnel.</li> <li>• 3 bulletins d'informations et 3 fiches techniques ont été rédigés et diffusés à 3'500 adresses email, dont plusieurs multiplicateurs.</li> <li>• La cellule de communication a été accompagnée pour la parution des bulletins avec des séances de formations pour renforcer les compétences en rédaction, collecte d'informations, planification des thèmes, choix des éléments importants dans un article etc...</li> <li>• Un canevas du bulletin a été élaboré (lignes directrice, format, contenus etc).</li> <li>• Plusieurs visites de terrain ont été effectuées par la coopératrice pour soutenir ses collègues de la communication dans la collecte d'informations depuis la base pour les bulletins.</li> </ul> <p>Le site internet nécessite néanmoins une refonte qui est déjà planifiée pour l'année à venir.</p> </li> <li><b>2. Favoriser la consolidation des réseaux de la FENOP, développer de nouveaux partenariats et appuyer la mobilisation des ressources.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 demandes de fonds ont été acceptées pour 2017 par des bailleurs institutionnels.</li> <li>• La FENOP a augmenté sa visibilité au niveau national et régional grâce à la participation à des cadres de concertation.</li> <li>• L'équipe de la FENOP a pris conscience de l'importance de la planification et de la capitalisation des projets</li> <li>• La collecte de données et le reporting des projets se sont améliorés</li> <li>• L'ensemble des collaborateurs utilisent de nouveaux outils de planification, gestion et capitalisation des projets</li> <li>• La FENOP connaît mieux les contraintes et opportunités de la mise en oeuvre de ses activités et une réflexion sur son positionnement futur existe.</li> </ul> </li> <li><b>3. Sensibiliser la population suisse sur la réalité burkinabé, en particulier les défis et les enjeux du monde rural</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le grand public suisse a été sensibilisé à la situation du monde rural au Burkina, notamment à travers les groupes de soutien de la coopératrice.</li> </ul> </li> </ol>
---	--



Photos: © E-CHANGER - COMUNDO