

RAPPORT NARRATIF FINAL

Mise en œuvre d'actions dans le champ « culture et développement » pour contribuer aux changements de comportements citoyens en matière de salubrité publique

GIN170111T-10087



Demandeur principal : ONG LVIA en Guinée

Co-demandeur : ONG CARP

Rapport final - Période du 01 août 2022 au 31 janvier 2024

Table des matières

Liste des acronymes.....	3
1. Description.....	4
2. Évaluation de la mise en œuvre des activités de l'action.....	4
2.1 Résumé de l'action.....	4
2.2 Résultats et activités.....	8
2.3 Aspects transversaux.....	29
2.4 Suivi-évaluation.....	29
2.5 Capitalisation.....	30
2.6 Information, Education, Communication.....	31
2.7 Marchés.....	31
3. Bénéficiaires contractants et autres partenaires.....	32
3.1 Evaluation des relations avec les différents partenaires du contrat de subvention.....	32
3.2 Evaluation des relations avec les autorités publiques.....	32
3.3 Description des relations avec toute autre organisation prenant part à la mise en œuvre de l'action.....	33
3.4 Description des liens et synergies mis en place avec d'autres actions.....	33
3.5 Complémentarité de l'action avec les actions précédentes à destination des mêmes groupes cibles.....	34
3.6 Coopération avec les services de l'autorité contractante.....	34
4. Pérennisation de l'action.....	35
5. Lieu d'archivage des dossiers, documents comptables et pièces justificatives.....	36
6. Annexes.....	36

Liste des acronymes

ABLOGUI	Association des Blogueurs de Guinée
AGS	Agence Guinéenne du Spectacle
ANASP	Agence Nationale de l'Assainissement et de la Salubrité Publique
C4D	Communication For Development
CARP	Collège des Acteurs pour la Réduction de la Pauvreté
CID	Collecteur Informel de Déchets
CONAAG	Coordination Nationale des Acteurs de l'Assainissement de Guinée
COFIL	Comité de Pilotage
DMR	Directeur des Micro-Réalisations
DNAS	Direction Nationale de l'Action Sociale
GDS	Gestion des Déchets Solides
GIE	Groupement d'Intérêt Economique
GNF	Francs Guinéens
IEC	Information-Education-Communication
LVIA	Lay Volunteers International Association
MATD	Ministère de l'Administration du Territoire et de la Décentralisation
MQP	Mon Quartier Propre
OCB	Organisation Communautaire de Base
OCDE-CAD	Comité d'Aide au Développement de l'OCDE
ODIC	Organisation pour le Développement Intègre Communautaire
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PAO	Plan d'Action Organisationnel
PELD	Polyethylene Low Density
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PRAO	Programme Régional des pêches en Afrique de l'Ouest
RH	Ressources Humaines
RS	Réseaux-Sociaux
SeCAGeD	Service Communal de l'Assainissement et de la Gestion des Déchets
SECGAT	Secrétariat Général des Affaires Gouvernementales et de l'Administration Territoriale
TDR	Termes De Références
TV	Télévision
UE	Union Européenne
ZTT	Zone de Tri et de Transit

1. Description

Rubrique	Information
Bénéficiaire contractant	ONG LVIA Guinée
Nom et fonction de la personne de contact	Ibrahima DIALLO – Coordinateur du Projet
Intitulé de l'action	Mise en œuvre d'actions dans le champ « culture et développement » pour contribuer aux changements de comportements citoyen en matière de salubrité publique
Numéro de la convention de subsides	GIN170111T-10087
Date de début et date de fin de la période de référence	Du 01 août 2022 au 31 janvier 2024
Pays et région(s) cible(s)	République de Guinée, 5 Communes de Conakry
Bénéficiaires finaux et/ou groupes cibles ¹ (si différents) (y compris le nombre de femmes et d'hommes)	Populations, ménages, OCB, PME/GIE et collectivités

2. Évaluation de la mise en œuvre des activités de l'action

2.1 Résumé de l'action

Le projet « Culture et développement » est un subside exécuté par le consortium LVIA-CARP dans le cadre du programme SANITA - Villes propres 1, financé par l'Union européenne et mis en œuvre par Enabel.

Le projet, qui couvrait les 5 Communes de Conakry, disposait d'un budget 190.000 Euros et a été mis en œuvre sur une période de 18 mois (du mois d'août 2022 à janvier 2024).

L'ONG LVIA, en consortium avec CARP, a été sélectionnée par Enabel à la suite d'un appel à propositions pour produire et mettre en œuvre des supports d'animation et des événements dans une logique « culture et développement » afin de contribuer aux changements de comportement citoyens en matière d'amélioration des conditions d'hygiène et d'assainissement liées aux déchets solides à Conakry.

Ce projet était complémentaire au projet de « Coaching des acteurs de la GDS », également mis en œuvre par LVIA-CARP, qui a en partie été exécuté en parallèle au niveau des Communes de Ratoma et Dixinn de février 2020 à août 2023 (13/18 mois exécutés de façon conjointe).

Le projet était structuré en 5 axes d'intervention :

- A1 : Production de sketches, organisation et prise en charge des tournées de théâtre ;
- A2 : Production d'une série radiophonique et d'émissions TV ;
- A3 : Coaching des PME de GDS pour améliorer leurs image et visibilité ;
- A4 : Organisation d'un concours artistique sur les réseaux sociaux et d'un concours pour l'engagement des jeunes ;
- A5 : Formation et accompagnement d'OCB pour la sensibilisation des jeunes.

Il est important de préciser qu'à la demande de SANITA des activités prévues dans l'offre technique ont été réadaptées avant l'entame du projet (principalement Axes 3 et 5) afin de mieux correspondre à l'esprit du subside (voir Annexe 1).

¹ Les « groupes cibles » sont les groupes/entités pour lesquels le projet aura eu un apport direct et positif au niveau de l'objectif du projet, et les « bénéficiaires finaux » sont ceux qui bénéficieront du projet à long terme au niveau de la société ou d'un secteur en général.

Cela fut également le cas pendant la phase de mise en œuvre du projet où, à la demande du Responsable C4D/IEC de SANITA, une activité (spot TV) fut finalement remplacée par une autre (Micros-trottoirs format réseaux-sociaux) dans l'intérêt du programme SANITA.

Pareillement concernant le nombre de tricycles à relooker en char, seuls 2 furent mis à disposition par la CONAAG par l'intermédiaire de SANITA (initialement 5 prévus).

Outre la réadaptation de certaines activités, il fut également décidé de démarrer le projet par l'organisation d'une résidence d'artistes, initialement non-prévue. Le projet a donc pu profiter de l'expérience et de la créativité d'acteurs éminents de la scène culturelle guinéenne pour stimuler l'inspiration et l'innovation et faire germer des propositions de contenus, formes, création de personnages ou encore l'exploitation de certains langages artistiques traditionnels et fort appréciés du public. Grâce à cette première activité « chapeau », LVIA-CARP a bénéficié d'un ensemble de propositions afin de parer les différentes activités prévues et porter adroitement les messages de sensibilisation sur la GDS (voir Annexe 2).

Dans l'ensemble, toutes les activités prévues ont pu être exécutées et les bénéficiaires ont à chaque fois exprimé leur satisfaction.

Les activités réalisées sont les suivantes :

- 150 représentations théâtrales de rue réalisées ;
- 1 série radio de 12 épisodes produite ;
- 3 émissions radio produites ;
- 2 émissions TV produites ;
- 4 capsules micros-trottoirs pour les réseaux-sociaux produites ;
- 1 atelier sur le « marketing artistique » et la création de logo réalisé ;
- 1 atelier sur la création de pochoirs et le branding réalisé ;
- 2 tricycles relookés en char ;
- 120 tournées de GIE animées par des comédiens réalisées ;
- 1 concours de clips-vidéos sur les réseaux-sociaux réalisé ;
- 1 concours « Si j'étais Maire » à destination d'enfants réalisé ;
- 1 atelier de formation sur l'utilisation de l'art et de la culture comme outils de changement social réalisé ;
- 10 initiatives locales exécutées par des OCB grâce à l'accompagnement du projet réalisées.

Dans le cadre de l'Axe 3, nous avons élaboré une suite d'activités « en chaîne » amenant des acteurs issus des mêmes quartiers à collaborer pour la première fois. Tout d'abord, des responsables de GIE ont été formés et appuyés pour créer les logos de leurs groupements. Dans un second temps, les responsables des OCB des quartiers où les GIE sont actifs ont été formés et appuyés pour créer les pochoirs des logos précédemment créés. Ces mêmes OCB ont ensuite utilisé les pochoirs pour repeindre et brander les tricycles des GIE. Dans un troisième temps, les tricycles brandés ont été utilisés pour réaliser les tournées de pré-collecte animées par des comédiens et des chars relookés.

Différentes activités ont fait appel à la participation d'OCB des quartiers des GIE accompagnés par le projet. La participation des OCB a été sollicitée tout au long du projet, que ce soit comme bénéficiaires dans le cadre de formations (ex : création de pochoirs) ou comme appui pour la réalisation d'activités (ex : repeinte tricycles des GIE et concours « Si j'étais Maire »). Cette implication a permis de les renforcer, de les introduire à la problématique de la GDS et de démontrer aux GIE le potentiel qu'ils pourraient utilement tirer d'une meilleure collaboration avec la société civile.

Nous avons décidé d'allonger la durée des activités de sensibilisation de type théâtral (représentations de sketch et tournées avec les chars). Plutôt que de réaliser ces activités de façon intensive (tout en quelques semaines), nous avons jugé plus favorable d'espacer les représentations afin de les réaliser durant la majeure partie du projet. Cette méthode a permis d'inscrire la problématique de la GDS dans la durée, de rappeler à la population qu'il s'agit d'un combat de tous les jours et sur le long terme et

contribuer à marquer les esprits de manière pérenne. Ainsi, les activités de sensibilisation de type théâtral se sont déroulées en toile de fonds simultanément à la réalisation des autres activités du projet.

Concernant l'apport du projet, il est évidemment difficile d'évaluer l'impact en termes de changement de comportements sur le long terme.

Néanmoins, plus quantitativement parlant, le projet a permis de toucher 1.080.696 personnes, issus de groupes différents (femmes, jeunes, Grand public et enfants), et de produire des moyens de sensibilisation de formes variées, innovantes et culturellement adaptées (animations théâtrales, réseaux-sociaux, médias de masse, concours, ateliers, etc).

Le projet a permis de créer un lien de collaboration entre les GIE et les OCB de leur quartier, qui ont été renforcées.

Les GIE ont été accompagnées pour améliorer leur visibilité et leur image auprès des ménages et ont amélioré leur taux de pénétration. A ce niveau aussi, nous ne possédons malheureusement pas de statistiques.

Dans le cadre de la capitalisation du projet, nous avons réalisé une enquête afin d'évaluer la portée et l'impact des activités de sensibilisation. Cette enquête démontre que 25 % des répondant ont été touchés par les tournées animées avec les comédiens et les chars, 15 % par les capsules sur les réseaux-sociaux et 12 % par les représentations théâtrales. Les 48 % restants faisaient partie d'activités portées par d'autres acteurs que LVIA (activités d'assainissement/sensibilisation d'OCB, spots TV/radio et affichages publics, etc). En d'autres termes, 52 % des répondants ont été touchés par des activités propres au projet ! Ce chiffre n'est pas à négliger compte tenu de la durée relativement courte du projet (18 mois alors que SANITA a débuté depuis environ 4 ans) et de la multiplicité des autres actions de communication entreprises.

Cette enquête démontre également que 35 % des ménages répondants (issus des quartiers touchés par les activités du projet) déclaraient être abonnés. Ce chiffre est à souligner compte tenu du fait que le taux de pénétration moyen est généralement autour de 25 %.

Autre donnée soulignant l'impact du projet, parmi les ménages abonnées, 62 % ont déclaré s'être abonnées au cours des 12 derniers mois. Autrement dit, au cours de la période du projet (contre 34 % s'étant abonnées entre 1 et 4 ans et 4 % l'étant depuis plus de 4 ans).

Objectif spécifique et indicateurs :

L'**objectif spécifique** du projet était « Produire et mettre en œuvre des supports d'animation et des événements dans une logique « culture et développement » afin de contribuer aux changements de comportement citoyens en matière d'amélioration des conditions d'hygiène et d'assainissement liées aux déchets solides à Conakry ».

Concernant le degré de réalisation de l'objectif spécifique, l'**indicateur de l'objectif spécifique** utilisé est « Nombre de décideurs politiques, de consommateurs, d'entreprises et de représentants de la société civile touchés par les activités de sensibilisation à la gestion des déchets (événements, campagnes, etc) organisées avec le soutien du projet, ventilé par sexe et par secteur (public, privé, société civile) ».

A cet effet, le tableau ci-dessous compile les principales données se rapportant à l'indicateur en question.

N°	Axe	Activité	Type public touché	Nbr femmes touchées	Nbr personnes touchées total
	A.1	Production de sketches, organisation et prise en charge des tournées de théâtre			
1	A.1.1	Représentations théâtrales de rue et animation de mini-forums	Grand public	17.414	30.274
	A.2	Production d'une série radiophonique et d'émissions TV			
2	A.2.1	Production série radio (x12 épisodes)	Grand public	/	240.000

3	A.2.2	Production émissions radio (x3)	Grand public	/	60.000
4	A.2.3	Production émissions TV (x2)	Grand public	/	600.000
5	A.2.4	Production micros-trottoirs RS (x4 capsules)	Grand public	/	25.000
A.3 Coaching des PME de GDS pour améliorer leurs image et visibilité					
6	A.3.1	Atelier sur le « marketing artistique » et la création de logo	PME/GIE	16	36
7	A.3.2	Atelier sur la création de pochoirs et le branding	OCB	17	40
8	A.3.3	Relooking de 5 tricycles en « œuvres d'art mobiles »	Activité réalisée par prestataire	/	/
9	A.3.4	Animation des tournées de 20 PME dans les quartiers	Grand public	12.439	21.277
A.4 Organisation d'un concours sur les réseaux sociaux et d'un concours pour l'engagement des jeunes					
10	A.4.1	Concours de clips-vidéos sur les réseaux sociaux	Jeunes	/	100.000
11	A.4.2	Concours « Si j'étais Maire »	Enfants	41	125
A.5 Accompagnement d'OCB pour la sensibilisation des jeunes dans les quartiers					
12	A.5.1	Formation d'OCB sur l'utilisation de l'art et de la culture comme outils de changement social	OCB	37	69
13	A.5.2	Accompagnement d'OCB pour la réalisation d'activités culturelles et artistiques sur la GDS dans les quartiers	Grand public	1.945	3.875
TOTAL				31.909	1.080.696

Ainsi, nous observons qu'un total de 1.080.696 personnes², dont 31.909 femmes³, ont été touchées par les 13 différents types d'activités réalisées dans le cadre du projet.

Pour rappel, les valeurs cibles fixées par le projet étaient les suivantes :

1. 5.000 personnes sont sensibilisées via l'organisation de tournées théâtrales (46.756 pers effectivement touchées) ;
2. 200.000 personnes sont sensibilisées via la diffusion de séries radiophoniques et TV (estimation de 1.025.000 pers potentiellement touchées) ;
3. 150 cadres et animateurs de PME de pré-collecte sont coachés pour améliorer l'image de leurs PME (40 pers effectivement touchées) ;
4. 3.000 jeunes sont sensibilisés et 500 sont engagés (69 pers effectivement sensibilisées et 50 effectivement engagées).

Il est indispensable de préciser que les résultats en deçà des attentes concernant les points 3 et 4 correspondent aux Axes 3 et 5 qui ont été réadaptés à la demande de SANITA avant le démarrage du projet (voir Annexe 1). De ce fait, il a été décidé avec SANITA que les nouvelles activités se concentrent davantage sur la sensibilisation du grand public.

² Ce résultat est obtenu par la somme de données réelles (nombre de personne effectivement touchées lors des activités réalisées) et de montants estimatifs fournis par les médias prestataires du projet (audimat moyen pendant des heures de grande audience). Cela s'explique par le fait que la diffusion des productions médias (principalement TV et radio) ne relevait pas de LVIA-CARP.

³ Au contraire, ce résultat n'est composé que des données réelles. En effet, aucune estimation relative au nombre de femmes touchées (audimat différencié par sexe) n'a pu nous être transmise par les médias prestataires. De ce fait, nous avons décidé de ne présenter que les données effectivement comptabilisées depuis le terrain. Il est donc important de tenir compte de cette différence de calcul et de ne pas être tenté de comparer les deux totaux présentés au bas du tableau.

Nous soulignons que notre mission dans le cadre de ce projet se limitait à la production des supports médias (émissions TV, émissions radio, série radio, capsules micros-trottoirs) et que, dès lors, nous n'étions pas responsables de leur diffusion. Malheureusement, les supports produits n'ont pas pu être diffusés pendant la phase de mise en œuvre du projet. Deuxièmement, le nombre de personnes touchées dépend également du nombre de diffusion, des heures d'antenne et de la popularité du média qui les diffuse.

En conséquence, nous ne possédons pas les statistiques d'audience/audimats nécessaires afin d'évaluer la portée et l'impact des produits médias que nous avons produits.

Nous avons donc décidé de présenter des données estimatives fournies par les médias avec lesquels nous avons collaborés afin d'évaluer le nombre potentiel de personnes touchées par type de support média.

Rapporté aux valeurs cibles initialement fixées et au contexte (demandes de réadaptation des activités prévues par SANITA), nous jugeons que la réalisation de l'objectif spécifique, d'un point de vue quantitatif, est très satisfaisante.

Il est évidemment également essentiel de s'attarder sur les modes de mise en œuvre, les effets et réactions provoqués au sein des publics cibles, les difficultés rencontrées et les pistes d'améliorations (ensemble des aspects qualitatifs) afin d'évaluer toutes les dimensions de cette action.

A cet effet, une description détaillée des activités menées avec les différents publics est donnée au point 2.2.

2.2 Résultats et activités

Pour rappel, l'objectif spécifique du projet est « Produire et mettre en œuvre des supports d'animation et des événements dans une logique « culture et développement » afin de contribuer aux changements de comportement citoyens en matière d'amélioration des conditions d'hygiène et d'assainissement liées aux déchets solides à Conakry ».

Les **résultats attendus** étaient :

- R.1) Un format d'animation culturelle (théâtre et 2 concours), des outils vidéo (x2) et série de 12 podcasts radio, 3 émissions radio et 2 émissions TV de sensibilisation et 1 kit visuel d'amélioration de l'image des PME Gestion Déchets Solides sont élaborés et mis à disposition du programme SANITA – Villes propres 1 et aux collectivités de Conakry ;
- R.2) Mise en œuvre des outils et d'animations pour le changement d'attitude et l'engagement des citoyens à améliorer l'hygiène et l'assainissement en ville ;
- R.3) Amélioration des compétences et implication de 60 associations de jeunes dans la mobilisation des quartiers pour la gestion des déchets solides.

Les **indicateurs de résultats** permettant de vérifier et de mesurer que l'action a atteint les résultats attendus sont :

1. Nombre d'outils de sensibilisation par typologie disponibles pour les activités de sensibilisation :
 - 3 scripts des sketches pour les représentations théâtrales de rue ;
 - 1 série radio composée de 3 épisodes en 4 langues nationales prête à être diffusée ;
 - 2 émissions radios prêtes à être diffusées ;
 - 3 émissions TV prêtes à être diffusées ;
 - 4 capsules micros-trottoirs prêtes à être diffusées sur les réseaux-sociaux ;
 - 20 pochoirs des logos et contacts des GIE accompagnées ;
 - 2 tricycles relookés en chars (mouche et caïman) ;
 - 5 vidéos d'amorce ;
 - 4 capsules-vidéos des activités du projet.

2. Nombre de personnes ayant amélioré leurs connaissances et/ou compétences en matière de gestion des déchets urbains, ventilés par sexe à travers la sensibilisation à la gestion responsable des déchets via campagne radio et activités des associations environnementales en présence et via les réseaux-sociaux (Target: 200.000 personnes) :
 - 300.000 personnes via la campagne radio⁴ ;
 - 3.875 personnes, dont 1.945 femmes via les activités des OCB ;
 - 125.000 personnes via les activités sur les réseaux-sociaux⁵.
3. Nombre de membres des associations qui participent à des activités de sensibilisation à la gestion des déchets à Conakry (Target : 500 personnes) :
 - 40 personnes via l'activité « Atelier sur la création de pochoirs et le branding » ;
 - 87 personnes via l'activité « Formation d'OCB sur l'utilisation de l'art et de la culture comme outils de changement social »⁶.
4. Nombre de personnes formées et engagées pour une meilleure gestion des associations environnementales de quartier (Target : 3.000 personnes) :
 - Aucune activité en lien n'a été réalisée suite à la demande de SANITA en début de projet de réadapter les activités initialement prévues dans l'offre technique (voir Annexe 1).

Au regard de l'exécution des activités, aux résultats obtenus et aux impacts, il ressort que le projet a généré un impact positif et a contribué à l'atteinte de l'objectif spécifique et a concouru vers l'objectif général visé.

Le projet a engendré beaucoup d'engouement de la part des GIE/PME et des populations. L'approche « culture et développement » (aspects positif et ludique) s'est prouvée particulièrement adaptée pour transmettre les messages aux publics cibles du projet, assurer la participation des parties prenantes (principalement OCB et GIE/PME) et rallier l'opinion citoyenne à la cause de la GDS.

Parmi les principales difficultés rencontrées, nous citerons le fait que les produits relevant de la communication (émissions radio, TV, capsules-vidéos, série radio) n'ont pas été diffusés durant le projet. En effet, LVIA n'était chargé que de la production. La diffusion revenait à SANITA. Il est donc impossible pour nous d'évaluer l'impact réel de ces produits.

L'évaluation de l'impact des activités de sensibilisation de rue a aussi souffert du fait que les GIE/PME n'ont pas partagé les données relatives à leurs abonnés. Ces données nous auraient été très utiles afin d'analyser et comparer les taux d'abonnements dans les quartiers ciblés par les activités du projet.

Des difficultés ont été rencontrées avec le média prestataire chargé de la production des émissions TV et radio. Ces difficultés n'auraient pas pu être anticipées par l'équipe projet et ont abouti à un retard considérable dans la remise des produits finaux.

Les cas des quelques difficultés rencontrées seront abordés plus en détails ci-après, au niveau de la partie relative à l'analyse des différentes activités.

L'action n'a eu aucun impact négatif inattendu.

L'analyse des résultats et des activités qui suivent est réalisée en correspondance avec les activités prévues par les plans d'action opérationnels des années 1 et 2.

Résultat 1 : Un format d'animation Culturelle (théâtre et 2 concours), des outils vidéo (2) et 12 séries radio, 3 émissions radio et 2 émissions TV de sensibilisation et 1 kit visuel améliorations de

⁴ Le nombre de femmes n'est pas connu dû au fait que le montant représente un audimat estimatif ne distinguant pas les auditeurs par sexe.

⁵ Le nombre de femmes n'est pas connu dû au fait que le montant provient des statistiques des personnes touchées en ligne sans distinction des sexes.

⁶ Il est à noter qu'un pack d'activités plus important était initialement prévu avec les OCB. Le budget prévu pour ces activités a été réorienté vers d'autres activités à la demande de SANITA. Cela explique l'obtention de résultats en-dessous des indicateurs prévus par le Cadre logique.

l'image des PME de gestion des déchets solides (GDS) sont élaborés et mis à la disposition du programme SANITA et à la collectivité de Conakry

Evaluation du niveau de progression par rapport aux indicateurs :

	Cadre logique	Suivi des progrès
Indicateur 1	Nombre d'outils de sensibilisation, par typologie, disponibles pour les activités de sensibilisation	<p>- Série radio : 12/12 épisodes de la série radio produits et validés par SANITA</p> <p>- Emission radio : 3/3 émissions radio produites et validées par SANITA</p> <p>- Emission TV : 2/2 émissions TV produites et validées par SANITA</p> <p>- Micro-trottoir format réseaux-sociaux (ex-spot TV) : 4/4 micros-trottoirs produits et validés par SANITA</p> <p>- Capsules-vidéos des activités à diffuser sur les réseaux-sociaux : 4/4 capsules produites</p>

Activités réalisées et résultats obtenus :

Activités	Résultats
Série radio	<p>- 1 série radio de 12 épisodes podcastables d'environ 10 min chacun a été produite en 4 langues : français, maninka, sosso et pular (3 épisodes par langue)</p> <p>- La série a été validée par SANITA et transmise pour diffusion</p>
Emission radio	<p>- 3 émissions radio d'environ 20 min chacune ont été produites en sosso</p> <p>- Les émissions ont été validées par SANITA et transmises pour diffusion</p>
Emission TV	<p>- 2 émissions TV d'environ 20 min chacune ont été produites en français</p> <p>- Les émissions ont été doublées en sosso et pular</p> <p>- L'ensemble des émissions (versions françaises et en langues nationales) ont été validées par SANITA et transmises pour diffusion</p>
Micro-trottoir format réseaux-sociaux (ex spot TV)	<p>- 4 capsules micro-trottoir format réseaux-sociaux d'environ 10 min sur l'appropriation par les riverains des routes pavées aménagées par SANITA ont été produits en français</p> <p>- Les capsules ont été validées par SANITA et transmises pour diffusion</p>
Capsules-vidéos des activités à diffuser sur les réseaux-sociaux	<p>- 4 capsules-vidéos format réseaux-sociaux ont été produites afin de visibiliser les activités du projet. Les capsules portaient sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Représentations théâtrales de rue ; • Animation des tournées avec le char mouche ; • Animation des tournées avec le char caïman ;

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Concours « Si j'étais Maire ». |
|--|--|

Analyse de l'exécution :

Série radio :

Concernant la production de la série radio, l'équipe du projet s'est chargée du choix des thématiques, de l'écriture des versions provisoires des scénettes et de l'orientation des dialogues (utilisation des mots clés, etc).

Pour la partie technique (enregistrement, montage, etc), un prestataire a été recruté suite à un appel à propositions.

Une proposition de dialogue, en partie issue de la résidence d'artistes, fut ainsi soumise au prestataire. Celle-ci fut légèrement réadaptée et améliorée avec l'équipe projet jusqu'à ce qu'une version provisoire puisse être présentée à SANITA pour validation avant d'entamer la phase d'enregistrement. La série est composée de 3 épisodes d'environ 10 min (durée cumulée de 30 min). Elle a été produite en français avant d'être traduite dans les 3 principales langues nationales parlées à Conakry (le soosso, le pulaar et le maninka). Ainsi, un total de 12 épisodes a été produit dans les 4 différentes langues.

Les 3 épisodes se suivent mais peuvent aussi être écoutés indépendamment. La série adopte un ton léger et humoristique et emploie un style comparable à du « théâtre audio » (dialogue entre plusieurs personnes avec fond sonore et bruitage).

Comme cela fut le cas dans le cadre des représentations théâtrales, le contenu développé dans les épisodes utilise comme fil rouge la lutte entre les figures traditionnelles de « Noxotoso » (représentant le roi des ordures) et de « Saniya » (représentant la propreté).

L'introduction du concept de « roi des ordures » (Noxotozo) et de « déesse de la propreté » (Sanya) a apporté une dimension mythologique et attrayante à la série en se rapportant aux valeurs culturelles et sociétales de la communauté côtière Baga. La création de ces personnages antagonistes permet de rendre le sujet de la gestion des déchets solides plus attractif pour le public.

La série met l'accent sur les impacts négatifs de la mauvaise gestion des déchets solides, notamment d'un point de vue sanitaire, et invite les auditeurs à se questionner sur leurs pratiques et l'abonnement à une PME de collecte des déchets est mis en avant parmi les principales solutions.

Les épisodes produits peuvent être diffusés à la radio, podcastés en ligne ou encore être utilisés en classe pour animer des animations de sensibilisation avec des enfants.

Emissions radio :

Concernant la production des émissions radio, l'équipe du projet s'est chargée du choix des thématiques, de l'identification des personnes ressources invitées à participer aux émissions et de l'élaboration des plans des émissions.

Pour la partie technique (enregistrement, montage, etc), un prestataire a été recruté suite à un appel à propositions.

Les thématiques abordées furent :

- Emission 1 : Présentation du projet, du contexte actuel de la GDS dans les 5 Communes de Conakry et analyse des enjeux et causes de la problématique ;
- Emission 2 : Débats sur les conséquences des mauvaises pratiques de GDS et sur les solutions concrètes ;
- Emission 3 : Bilan des causes et des solutions et débats sur les perspectives.

Les participants suivants ont été invités à participer en tant que personnes ressources :

- Emission 1 : Responsable IEC/C4D SANITA, DG de l'ANASP, Président de la CONAAG, un Responsable de SeCAGeD ;

- Emission 2 : Responsable IEC/C4D SANITA, un ménage modèle, une GIE/PME modèle, un Responsable de ZTT, le Responsable de la plateforme de compostage, des Responsables d'OCB (femmes et jeunes) ;
- Emission 3 : Un ménage modèle, un membre de la CONAAG, le Responsable du SeCAGeD de Ratoma, un GIE modèle.

Nous avons décidé de produire les émissions radio en sosso, langue nationale la plus parlée à Conakry. Cette décision repose sur le fait que la population de Conakry est multi-ethnique et que de ce fait plusieurs langues sont parlées. Un taux élevé de la population n'a pas été scolarisé est ne parle pas (ou pas suffisamment bien) français. Le sosso peut donc être considéré comme la « langue de convergence » des conakrykas.

Il est à noter que d'énormes difficultés ont été rencontrées avec le prestataire et ont empêché la réalisation des émissions dans les temps.

En effet, le média sélectionné (Djoma TV) a été sanctionné par le gouvernement de transition (junte militaire au pouvoir) suite à des soupçons de corruption (comptes gelés, etc). En conséquence, les salaires du personnel du média prestataire ont cessé d'être versés, beaucoup de RH s'en sont allées et la structure organisationnelle a complètement été chamboulée.

Si ces sanctions avaient été prises avant la signature du contrat, il ne nous était pas possible d'anticiper les effets que cela allait engendrer sur la prestation attendue.

Le prestataire n'a jamais respecté le chronogramme établi consensuellement après la signature du contrat. Malgré nos multiples relances (appels et rencontres formelles avec les intermédiaires au niveau de leur siège), les livrables ont été déposés avec un retard de 4 mois par rapport à la date fixée dans le contrat.

Emissions TV :

Concernant la production des émissions TV, l'équipe du projet s'est chargée du choix des thématiques, de l'identification des personnes ressources invitées à participer aux émissions, aux contenus des mini-reportages à insérer dans les émissions et à l'élaboration des plans des émissions.

Pour la partie technique (enregistrement, montage, etc), un prestataire a été recruté suite à un appel à propositions.

Nous avons choisi de produire les émissions sous la forme de tables-rondes animées par un présentateur. En fonction des thématiques abordées, des acteurs importants du secteur (privés et publics) ont été invités afin de présenter ce qu'ils font et s'exprimer sur les enjeux de la GDS à Conakry. Pour ce faire, des questionnaires ont été élaborés par l'équipe projet afin que les intervenants aient l'occasion de se préparer et s'assurer des questions et thèmes abordés par le présentateur.

Des mini-reportages et des interviews ont également été produits avec le prestataire afin d'être insérés dans les émissions au montage et profiter un aspect dynamique (va-et-vient entre le plateau et le terrain).

Les thématiques abordées furent :

- Emission 1 : Contexte de la GDS à Conakry, principaux enjeux, causes principales et rôle des Services communaux d'assainissement (SeCAGeD) ;
- Emission 2 : Conséquences de la mauvaise GDS, pistes de solutions, mesures prises par les différents acteurs compétents et initiatives citoyennes exemplaires.

Les participants suivants ont été invités à participer en tant que personnes ressources :

- Emission 1 : Le Président de la CONAAG, le Chef de section déchets solides du SeCAGeD de Dixinn, un ménage exemplaire et le Responsable communication du projet ;

- Emission 2 : Le Responsable de la ZTT de Kénien, le Responsable de la PME GESCOOL Express, la Directrice de la société de valorisation des pneus usés Kahiry Rox et la Responsable développement de la société de recyclage CEGEDI.

Nous avons décidé de produire les émissions en français, tel que cela est généralement le cas sur les chaînes nationales de grande audience.

Le prestataire recruté pour la production des émissions TV étant le même que pour les émissions radio, les mêmes difficultés ont été rencontrées (non-respect des deadlines et retard de dépôt des livrables).

Micro-trottoir (ex spot TV) :

Alors que la production d'un spot TV était initialement prévu, cette activité fut finalement remplacée par la production de capsules de style micros-trottoirs adaptées au format réseaux-sociaux à la demande de SANITA. Cette demande est motivée par le fait que plusieurs spots TV avaient déjà été précédemment produits par le programme. A l'inverse, SANITA venait d'achever les travaux de réfection de voiries au niveau de plusieurs quartiers (principalement pavage et pose de caniveaux). Le besoin de visibiliser les ouvrages réalisés et, surtout, sensibiliser les riverains usagers pour leur respect étaient donc plus prioritaires.

Concernant la production des capsules micros-trottoirs, l'équipe du projet s'est chargée du listing des modèles de questions à poser, de l'identification des personnes ressources à interviewer et de la présentation des capsules. En effet, le rôle du journaliste (qui aborde les riverains et pose les questions) a été assuré par un animateur de l'équipe projet.

Pour la partie technique (enregistrement, montage, etc), à nouveau, un prestataire spécialisé a été recruté.

Ces capsules micros-trottoirs visaient à recueillir les impressions des riverains (les ménages, les sages, les Chefs de quartier et les autorités communales) sur l'impact des aménagements de voiries réalisés sur la vie des populations bénéficiaires et l'importance de les entretenir.

Après avoir repéré les rues avec le prestataire et sélectionner celles à couvrir, le prestataire est passé à l'enregistrement puis au montage. Au final, 1 capsule a été produite par Commune.

Capsules-vidéos des activités à diffuser sur les réseaux-sociaux :

Afin de visibiliser les activités du projet, et au passage le programme SANITA – Villes propres tout entier, et assurer une présence sur les réseaux-sociaux, des capsules-vidéos des principales activités ont été produites.

A nouveau, un prestataire spécialisé a été recruté suite à un appel d'offres.

Les réseaux-sociaux sont des canaux de communication primordiaux et indispensables afin de garantir la visibilité des actions entreprises. Ils permettent de facilement atteindre un public jeune et offre l'avantage d'être des moyens de communication de masse relativement bons marchés (rapport investissement/nombre personnes touchées). De plus, les contenus postés sur les réseaux-sociaux peuvent être diffusés et re-diffusés à l'infini sans frais, permettant ainsi de toucher toujours plus de monde. Ainsi, les capsules-vidéos produites permettront à terme de toucher beaucoup plus de personne en ligne que ce que les activités « physiques » l'ont permis.

Les capsules produites devaient correspondre au format réseaux-sociaux (style, durée, séquences courtes, etc) et étaient destinées à être postées sur la page Facebook de LVIA et du CARP.

Ainsi, le prestataire a été invité à nous accompagner sur le terrain lors de la mise en œuvre de certaines activités afin de procéder à l'enregistrement. Ces activités étaient :

- Les représentations théâtrales de rue ;
- La tournée avec le char « mouche » ;
- La tournée avec le char « caïman » ;
- Le concours « Si j'étais Maire ».

Les 4 capsule-vidéos produites ont été postées sur la page Facebook de LVIA afin de promouvoir les initiatives du programme SANITA – Villes propres et participer à sensibiliser la communauté connectée, principalement les jeunes.

Résultat 2 : Les outils d’animation pour le changement d’attitude et l’engagement des citoyens à améliorer l’hygiène et l’assainissement en Ville sont mis en œuvre

Evaluation du niveau de progression par rapport aux indicateurs :

	Cadre logique	Suivi des progrès
Indicateur 1	Nombre personnes ayant amélioré leurs connaissances et/ou compétences en matière de gestion des déchets urbains, ventilés par sexe à travers la sensibilisation à la gestion responsable des déchets via campagne radio et activités des associations environnementales en présence et via social réseaux	<ul style="list-style-type: none"> - Représentations théâtrales : 150/150 représentations théâtrales réalisées 30.274 personnes touchées, dont 17.414 femmes - Atelier sur le « marketing artistique » et la création de logo : 1/1 atelier réalisé 36 responsables de GIE formés - Atelier sur la création de pochoirs et le branding : 1/1 ateliers réalisé 40 membres d’OCB formés - Relooking de 5 tricycles en « œuvres d’art mobiles » : 2/2 tricycles relookés (seuls 2 tricycles mis à disposition par SANITA) - Animation des tournées des PME dans les quartiers : 120/120 animations de tournées réalisées 21.277 personnes touchées, dont 12.439 femmes - Concours réseaux-sociaux : 1/1 concours sur les réseaux sociaux réalisé Environ 100.000 visites de la page MQP durant la période du concours Environ 230.000 vues cumulées par les vidéos produites par les participants - Concours « Si j’étais Maire » : 5/5 concours réalisés 100 enfants et 25 accompagnateurs touchés

Activités réalisées et résultats obtenus :

Activités	Résultats
Représentations théâtrales	<ul style="list-style-type: none"> - 150 représentations théâtrales ont été réalisées - Un total de 30.274 personnes a été touché, dont 17.414 femmes (58 %) - 50 emplacements publics différents ont été touchés sur les 5 Communes (marchés, débarcadères, gares-voitures, etc)
Atelier sur le « marketing artistique » et la création de logo	<ul style="list-style-type: none"> - 1 atelier a été réalisé en 1 session d’une journée - 36 responsables de 20 GIE ont été formés - 20 logos de GIE ont été créés par les participants

Atelier sur la création de pochoirs et le branding	<ul style="list-style-type: none"> - 1 atelier a été réalisé en 2 sessions d'une journée - 20 OCB représentées par 40 membres ont été formés - 60 pochoirs ont été créés par les participants (3 par GIE : logo, nom GIE et numéro de téléphone) - 60 tricycles de GIE ont été repeints et brandés à l'aide des pochoirs
Relooking de 5 tricycles en « œuvres d'art mobiles »	<ul style="list-style-type: none"> - 2 tricycles ont été relookés (1 en mouche et 1 en caïman) (NB : seuls 2 tricycles ont finalement pu être mis à disposition par la CONAAG par l'intermédiaire de SANITA)
Animation des tournées des PME dans les quartiers	<ul style="list-style-type: none"> - 120 animations de tournées ont été réalisées - 21.277 personnes ont été touchées, dont 12.439 femmes (58 %) - 76 PME et 20 OCB ont été impliquées - 56 quartiers ont été touchés
Concours réseaux-sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - 1 concours a été réalisé - 27 vidéos ont été envoyées par les participants au concours - 5 vidéos d'amorce ont été produites par des influenceurs de renom - Environ 230.000 vues totalisées et 8.500 partages obtenus par l'ensemble des vidéos postées sur la page « Mon Quartier propre GN » - Amélioration du nombre de visites de la page de la campagne « MQP » atteignant environ 100.000 visites sur l'ensemble du concours
Concours « Si j'étais Maire »	<ul style="list-style-type: none"> - 5 concours réalisées (1 par Commune) - 100 enfants ont participé et ont été sensibilisés (20 par Commune) - 25 accompagnateurs ont participé et ont été sensibilisés (5 par Commune)

Analyse de l'exécution :

Représentations théâtrales :

Un metteur en scène expérimenté a expressément fait partie de l'équipe projet lors des premiers mois du projet afin, entre autres, de produire les sketches des représentations théâtrales.

Inspirés des idées issues de la Résidence d'artistes, 3 sketches ont ainsi été rédigés (voir Annexe 3). Le sketch, dénommé « Quand les ordures nous dévorent », se décline en 3 parties liées entre elles qui ont été interprétées séparément.

Les sketches ont été validés par SANITA ainsi que les lieux publics identifiés pour recevoir les représentations (marchés, débarcadères, gares voitures, etc).

Une troupe de comédien a ensuite été recrutées suite à un appel d'offres. Le metteur en scène a eu pour rôle de présenter les sketches à la troupe, l'aider à se les approprier et effectuer des séances de répétition.

Côté logistique, des costumes ont été confectionnés pour les comédiens ainsi qu'une grande banderole afin de visibiliser le projet et le programme SANITA.

Les 150 représentations théâtrales ont volontairement été réalisées sur une durée de 7 mois. Notre volonté était de répartir les séances sur un temps long afin de participer à marquer la problématique de la GDS dans le quotidien du public bénéficiaire (ménages, commerçants, etc). Il est à noter que d'autres activités étaient parallèlement mises en œuvre au cours de la même période (dont les tournées avec les chars relookés).

Nous avons choisi d'écrire des sketches empreint d'humour plutôt que des scènes réalistes du quotidien. Chaque sketch était un spectacle total, combinant en plus du théâtre, les performances d'un

percussionniste, de contorsionnistes, d'acrobates et danseurs. L'objectif était de « faire le show », grâce notamment au joueur de djembé et contorsionniste, et créer l'ambiance pour rameuter un maximum de personnes à chaque séance. Seulement alors, dans un second temps, les comédiens entraient en scène. Les scènes étaient jouées sans mégaphone, forçant ainsi le silence et une plus grande attention du public. Les personnages créés exploitaient le ridicule et la caricature, afin que chacun puisse reconnaître quelqu'un (ou s'identifier soi-même) dans les situations jouées, sans jamais verser dans la moralisation et la culpabilisation.

Acteur central des représentations, nous avons créé le personnage de « Noxotozo ». Il s'agit du détournement du masque « Kakelambé », une figure populaire de la culture Baga, particulièrement craint par les plus jeunes, que nous avons décidé de monter sur des échasses afin de le rendre encore plus visibles et impressionnant. Le nom de Noxotozo, dont la consonance entre la racine « Noxo » et le mot sosso de « Noxè » (déchet/ordure) permet de faire le lien avec la GDS, représentait le roi de la saleté. Son personnage était confronté à celui de Saniya, son opposé, le roi de la propreté et de l'hygiène, afin de créer une mise en scène épique (lutte entre le bien et le mal) et prenante pour les spectateurs.



Chaque séance a été suivie par une animatrice du projet. Son rôle était notamment d'animer des mini-forums avec les spectateurs encore « chauds », juste après les représentations, afin de stimuler les participants à échanger sur leurs pratiques (bonnes ou mauvaises) et les comportements qui doivent changer.

Grâce aux 3 sketches, la troupe pouvait intervenir 3 fois à chaque endroit à des dates différentes sans risquer d'être redondant (et donc ne pas capter l'attention du public) et ainsi insister sur les messages et les bonnes pratiques à adopter.

Les heures de réalisation des représentations étaient généralement définies en concertation avec les Administrateurs des lieux ciblés (marché, débarcadères, etc). Un compromis était trouvé afin de ne pas perturber les activités des publics cibles (commerçants) et malgré tout toucher un maximum de personnes en profitant des pics de fréquentation.

Pour recueillir les statistiques, une fiche de collecte a été élaborée à l'intention de l'animatrice du projet. Celle-ci avait notamment pour rôle de compter le nombre de spectateurs à chaque représentation.

Notre demande était que les représentations théâtrales déroulées sur le terrain soient réalisées en présence de représentants des PME/GIE des quartiers touchés. L'objectif était que celles-ci s'impliquent et se sentent responsables des activités, soient visibles pour les ménages, recueillent les intentions d'abonnement voire abonnent directement les ménages qui le souhaitent le cas échéant. Malheureusement, malgré nos demandes, en passant notamment par la CONAAG, la participation des PME/GIE n'a pas toujours été effective. Cela est déplorable compte-tenu que toutes les activités réalisées avaient pour but d'améliorer leur image et leur permettre de booster leur taux de pénétration.

Vers la fin du projet, nous avons décidé de tester la combinaison des activités de théâtre avec l'animation des tournées en char. Même si nous n'avons pas réussi à obtenir de chiffres précis concernant le nombre d'abonnements ayant suivi nos activités, nous avons pu observer un engouement

accru de la part des publics et une augmentation du nombre de « promesses d'abonnement ». Il s'agit des cas de ménages s'étant renseignés auprès du représentant de la PME du quartier touché et déclarant leur volonté de s'abonner. Dans certains cas, les PME disposaient de fiches afin de collecter les coordonnées de ces ménages (nom, numéro de téléphone, etc) et ainsi pouvoir les recontacter et formaliser l'abonnement. Nos animateurs ont été témoins de nombreuses demandes allant dans ce sens lors de la réalisation des activités. Malheureusement, tel que cela était déjà le cas dans le cadre du projet « Coaching », les PME gardent jalousement les données relatives à leurs abonnées et nous empêchent donc d'analyser précisément l'impact de nos activités sur le terrain.

Par leur caractère spectaculaire, les représentations théâtrales de rue ont fortement mobilisé et attiré l'attention des publics. Elles ont démontré leur potentiel pour véhiculer des messages, conscientiser les spectateurs et stimuler leur réaction. En exposant les conséquences négatives de l'insalubrité publique et encourageant les ménages à l'abonnement à travers les sketches de manière vivante et humoristique, le théâtre a permis d'encourager les spectateurs à changer leurs habitudes et à adopter des comportements plus respectueux de l'environnement.

Atelier sur le « marketing artistique » et la création de logo :

L'atelier portant sur le branding et la création de logos a été organisé à l'intention 40 participants issus de 20 GIE (voir Annexe 4).

L'objectif de cette activité était de former les participants à l'importance de l'apparence, du design et de l'image sur l'appréciation/la perception des clients/consommateurs. Ainsi, les représentants des GIE ont notamment été amenés à renforcer leurs connaissances sur l'identité de marques et les notions de base du « web design ». De façon plus pratique, cet atelier a permis de rendre les responsables des GIE capables de créer des logos eux-mêmes, par la simple utilisation d'une App gratuite. Au bout du compte, ces différentes tâches devaient permettre d'améliorer la visibilité des GIE et renforcer leur allure professionnelle vis-à-vis des ménages.

A la demande de SANITA, l'activité a été dispensée au bénéfice de 20 GIE plutôt que 20 PME tel qu'initialement prévu. Ce changement de bénéficiaire s'est imposé par le regroupement des PME en GIE et la nouvelle répartition géographique des Communes en lots. Cette demande a donc été faite par souci d'alignement du projet avec la stratégie de SANITA.

Les 20 GIE bénéficiaires ont été sélectionnées en concertation avec les Services communaux d'assainissement, la CONAAG et SANITA. L'objectif était que cette activité bénéficie aux GIE les plus faibles et souffrant le plus d'un manque de visibilité au niveau de leur zone (mesurable par un faible taux de pénétration).

Une consultante a été recrutée pour préparer et animer cet atelier qui s'est déroulé en 3 étapes :

1. Conceptualisation (définition des concepts, des codes de communication, des interprétations logos et symboles, etc) ;
2. Initiation à la création de logos avec l'App Canva ;
3. Travaux de groupes et création et/ou amélioration des logos des GIE/PME participantes.

Après avoir été formés à l'utilisation de l'App Canva directement à partir des smartphones des participants, ces derniers ont été amenés à mettre leurs nouvelles connaissances en pratique pour créer (ou améliorer le cas échéant) le logo de leur GIE. Il est à noter que dans la grande majorité des cas, des nouveaux logos ont été créés car les GIE récemment créés n'en avaient pas encore.

Un logo moderne et bien adapté contribue à donner une identité au GIE et, tel une annonce publicitaire, participe à installer une certaine représentation de la société dans l'esprit du ménage.

Ces logos, imaginés et conçus par les responsables des GIE, seront utilisés dans le cadre de l'activité suivante afin d'améliorer la visibilité des GIE et leur conférer un caractère plus professionnel.

Le choix de l'utilisation de l'App Canva repose sur le fait que celle-ci est entièrement gratuite, fonctionne à partir d'un smartphone (pas nécessaire de posséder un laptop) et est particulièrement intuitive et facile à maîtriser.

Au-delà du seul logo, les GIE ayant très récemment été créées, cet atelier a également permis aux responsables de GIE de s'accorder sur le choix d'une couleur et du contact officiel de leur GIE (le contact de l'administrateur).



Atelier sur la création de pochoirs et le branding :

Cette activité a été réalisée en lien direct avec la précédente. En effet, l'objectif de cette activité était d'apprendre aux OCB participantes comment élaborer des pochoirs de logo, nom et contacts téléphoniques des GIE de leur quartier.

Les pochoirs des logos ont évidemment été réalisés à partir des logos élaborés lors de l'activité précédente. Cette activité a donc amené les bénévoles des OCB à s'investir concrètement et utilement pour la GIE de leur quartier.

Les OCB (associations de jeunes environnementales et de promotion de la culture) ont été identifiées à partir de notre base de données et sélectionnées en concertation avec les Services d'assainissement communaux.

Cette activité participe également à renforcer les compétences des OCB en ce que les applications des compétences transmises dépassent amplement la seule sphère de la GDS.

Un consultant a été recruté afin d'animer l'atelier et assister les participants lors des phases pratiques. La première partie de l'atelier portait tout d'abord sur les techniques de création de pochoirs : les techniques de découpage, les techniques de mélange de couleurs, les techniques de pose et d'application de la peinture. Dans un second temps, une séance pratique d'exercice a été réalisée. Une fois les participants aguerris, la dernière séance pratique consistait à produire les pochoirs définitifs pour chaque GIE.



Au terme de ces 2 jours d'atelier, chaque GIE disposait de 3 pochoirs confectionnés par les OCB :

- Le nom du GIE ;
- Le logo du GIE ;
- Le numéro de téléphone du GIE.

Cet atelier achevé, nous avons recruté un peintre afin que celui-ci assiste les OCB pour la repeinte des tricycles et leur branding à partir des pochoirs conçus.

Il est à noter que, malheureusement, seuls 60 tricycles au total ont pu être repeints alors que les GIE en possédaient plus. Cela s'explique par le fait que le budget du projet a été élaboré avant la création des GIE et que l'activité initiale était orientée vers 20 PME. Le budget avait donc été défini pour repeindre une moyenne de 3 tricycles par PME, ce qui aurait été suffisant pour repeindre l'ensemble des tricycles des PME accompagnées. Néanmoins, l'activité a permis d'aider les GIE à disposer d'un logo professionnel, de pochoirs et de tricycles « rafraîchis » et brandés.



A la fin de la repeinte, les différents pochoirs ont tous été cédés aux GIE.

Cette activité a également permis de tisser des liens entre les OCB et les GIE/PME de mêmes quartiers.

Les GIE ont été encouragées afin de poursuivre la repeinte de leurs autres tricycles de leur propre initiative afin d'harmoniser entièrement leur parc et se montrer sous leur meilleure apparence aux ménages de leur zone de concession. D'ailleurs, certains GIE ont explicitement manifesté le souhait de repeindre le reste de leurs tricycles en partenariat avec les OCB formées de leur quartier.

Au terme de l'activité, les GIE bénéficiaires ont été renforcées afin de professionnaliser leur apparence et améliorer leur visibilité pour les ménages de leurs zones.

Relooking de 5 tricycles en « œuvres d'art mobiles » :

La CONAAG, par l'intermédiaire de SANITA, a accepté de nous mettre à disposition 2 tricycles.

L'objectif était de les faire relooker par des artistes afin d'en faire des chars qui seraient à utiliser pour des activités de sensibilisation dans les quartiers.

Suivant les idées tirées de la Résidence d'artiste et après réflexion avec les artistes recrutés sous contrat de prestation, nous avons décidé de transformer un char en Mouche et l'autre en Caïman.



Notre volonté étant de transformer ces tricycles en « œuvre d'art sur roues » afin qu'ils se distinguent dans la circulation et attirent l'attention des ménages dans les quartiers. Les chars ont en partie été composés de déchets recyclés (essentiellement sachets d'eau en plastique pour le revêtement).

Le choix de la mouche et du caïman ont permis de toucher les représentations culturelles collectives des populations. Ainsi, chaque animal possède un lien et une histoire avec la GDS.

La mouche est le véhicule des maladies. Elle vole des déchets de toutes sortes (plastiques, organiques, excréments, etc) jusqu'à nous (nos aliments ou notre visage). Ainsi, sans qu'on s'en aperçoive, elle

ramène les microbes invisibles issus des déchets jetés de façon sauvage dans rue jusque dans nos habitations et participe à nous contaminer.

Le caïman, quant à lui, a quitté son marigot devenu invivable à cause de la pollution d'origine humaine. A force de jeter sauvagement leurs déchets dans la nature et les cours d'eau, les humains ont fini par souiller son milieu de vie. Il a donc décidé de venir en ville rencontrer les habitants des quartiers pour demander des explications et comprendre ce qu'il se passe.

Ces 2 chars seront exploités dans le cadre de l'activité suivante qui verra également l'implication d'un comédien et des GIE accompagnés lors des précédentes activités.

A la fin du projet, ces chars ont été remis à la CONAAG qui pourra continuer à les utiliser dans le cadre d'activités de sensibilisation originales dans les quartiers.

Il est à noter que notre offre technique prévoyait la mise à disposition et le relooking de 5 tricycles (1 par Commune). Malheureusement, seuls 2 ont pu être obtenus.

Animation des tournées des PME dans les quartiers :

Cette activité est l'aboutissement et le croisement des 3 activités précédentes :

- Atelier sur le « marketing artistique » et la création de logo ;
- Atelier sur la création de pochoirs et le branding (et la repeinte des tricycles) ;
- Relooking de tricycles en « œuvres d'art mobiles ».

Ainsi, cette activité a consisté à animer les tournées des 20 GIE accompagnées lors de leurs circuits de pré-collecte afin de les aider à gagner en visibilité et booster leur taux de pénétration.

Concrètement, ces tournées devaient être réalisées avec les tricycles nouvellement repeints et brandés des GIE. Ensuite, véhiculés par les chars relookés et équipés de sonos, des comédiens ont été recrutés sous contrat de prestation afin d'animer les tournées des GIE. Cette activité a donc été construite étape par étape avec les participations des GIE et des OCB de leurs quartiers.

L'objectif était de visibiliser le travail des GIE et aller vers les ménages non-abonnés afin de les interpeller et les sensibiliser. Pour ce faire, les comédiens employaient le « Sanakouya ». Le Sanakouya, aussi appelé « cousinage à plaisanterie », est une façon de communiquer, interpeler et « se dire les choses » (comme des vérités délicates) de façon déguisée et sous la forme de la plaisanterie en Afrique occidentale. Cette tradition fait partie de la culture de tous les groupes ethniques guinéens. Se basant sur cette ancienne tradition de tolérance et respect de l'autre, les comédiens, déguisés en mouche ou caïman, ont pu entrer dans les cours des ménages et interpeller sur le ton de la taquinerie les habitants sur leurs mauvaises pratiques de gestion des déchets sans risquer de vexer leurs interlocuteurs.

Le planning des tournées était défini consensuellement avec les GIE accompagnés. Les GIE étant composés de plusieurs PME, les responsables choisissaient les PME couvrant les zones où les taux de pénétration étaient les plus faibles. De ce fait, cette activité a été réalisée avec les PME. Au cours de la mise en œuvre de cette activité, un total de 78 PME a été accompagné.

Les tournées duraient en moyenne une demi-journée et étaient systématiquement suivies par un animateur du projet. En plus des membres du personnel des PME responsables de la pré-collecte, les comédiens ont systématiquement été accompagnés d'un animateur de la PME de la zone qui avait pour rôle de présenter les services de sa PME, collecter les promesses d'abonnement, voire abonner les ménages sur le champ le cas échéant.

L'animation des tournées s'est entendue sur 7 mois. Tel que cela fut le cas des représentations théâtrales, cette durée découle de notre choix de prolonger les activités dans le temps afin de visibiliser au maximum la problématique de la GDS au sein de la population.

Il est à noter que, alors que 60 tournées avaient initialement été prévues, 120 tournées ont été réalisées (2 fois plus !). Cette augmentation du nombre d'activités a été rendue possible grâce à l'optimisation des ressources qui a permis d'économiser des fonds qui ont été réinvestis pour prolonger l'activité.

Le côté spectaculaire des chars a permis de créer l'évènement dans les quartiers et attirer une foule de curieux lors de chaque tournée. Par l'intermédiaire de la comédie, les PME/GIE ont bénéficié d'un coup de pub qui a permis de les faire connaître par un plus grand nombre de ménages dans chaque quartier.



Concernant les difficultés rencontrées, à nouveau, nous avons éprouvé des difficultés afin de nous procurer les données relatives aux taux d'abonnement et intentions d'abonnement dans les quartiers où nous avons évolué. Malgré nos relances et notre interpellation de la CONAAG à ce sujet, ces données ne nous étaient généralement pas remontées. Celles-ci nous auraient permis d'évaluer l'impact de nos activités. Elles auraient également été très précieuses afin d'analyser le taux de concrétisation des intentions d'abonnement en abonnements effectifs, et ainsi évaluer le dynamisme des PME pour exploiter le gain créé par l'activité.

L'animation des tournées a été une activité très prisée par les PME. Celles-ci déclaraient que les tournées leur permettaient d'enregistrer beaucoup de nouveaux abonnés. Nous avons décidé de profiter de ce succès pour conditionner la réalisation de tournées supplémentaires avec une PME au partage des données relatives à l'abonnement. Malheureusement, malgré l'accord des PME, des données (fiabiles) ne nous étaient pas remontées.

La collecte des statistiques auprès des GIE/PME reste un enjeu. Malgré le fait que la plupart des responsables de PME interrogés reconnaissent que les taux d'abonnement se sont améliorés grâce aux activités de sensibilisation réalisées avec les chars, ceux-ci rechignent à nous fournir les statistiques des nouveaux abonnés et justifient cette crainte par le besoin de protéger leur entreprise de la concurrence.

Concours réseaux-sociaux :

Cette activité visait à sensibiliser un public essentiellement jeune par le biais des réseaux-sociaux. En effet, être actif sur les réseaux-sociaux est aujourd'hui devenu « un must » si l'on se donne pour mission de sensibiliser un public important, particulièrement en milieu urbain. Les réseaux-sociaux sont des canaux de communication primordiaux qui permettent de facilement atteindre un large public pour un rapport coûts/résultats (Cfr. efficacité) très avantageux.

L'organisation de ce concours a aussi permis d'amener de la variété dans la manière de faire passer les messages du projet. Par l'intermédiaire d'un concours, cette activité devait stimuler la production de clips-vidéos sur le thème de la GDS. L'objectif était d'arriver à braquer l'attention sur la problématique de la GDS par la production de vidéos courtes et originales (humoristiques ou artistiques) telles qu'en raffolent les internautes adeptes des RS à succès comme TikTok ou Facebook. La réalisation de clips-vidéos est devenue à la portée de tous. Il suffit de posséder un smartphone. Des applications spécialisées, telles que TikTok, font même du montage vidéo un jeu d'enfant. Cette méthode devait permettre de stimuler le partage des clips et ainsi augmenter les chances d'arriver à « inonder » la toile et que personne ne puisse passer à côté. La grande majorité des jeunes de Conakry possède un smartphone et se connecte quotidiennement. Ce type d'activité a l'avantage de toucher un grand nombre de jeunes et de les sensibiliser de manière subtile. En réalisant des vidéos, ou simplement en les visionnant, les jeunes seront amenés à se questionner sur l'insalubrité et la mauvaise gestion des déchets qui caractérisent actuellement la ville de Conakry.

D'une manière ludique et décalée, cette campagne participera à mettre la problématique de la GDS au-devant de la scène.

Nous avons choisi d'héberger le concours sur la page de la campagne Mon Quartier Propre (MQP) de SANITA. Cela avait pour avantage de pouvoir exploiter l'ensemble des followers de la page et de rameuter un grand nombre de nouvelles personnes vers la campagne MQP grâce au concours.

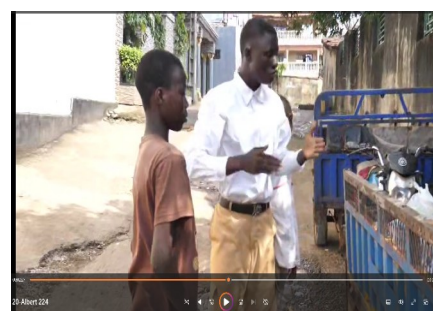
Nous avons recruté une Community manager (qui était également une influenceuse connue et engagée sur la problématique de la GDS) pour animer la page du concours. Son rôle était de nous assister pour la définition de la stratégie du concours, la production du règlement, l'identification des influenceurs et l'animation de la page officielle. Ainsi, pour susciter un engouement de la part des communautés en ligne, la Community manager a réalisé, tout au long du concours (avant le lancement, pendant les 2 mois et les jours suivant la finale), des posts, des Live vidéos (en français et en langues locales), des repartages des contenus (publications, affiche numérique) sur la page du concours et d'autres suivies par des publics ciblés par le concours.

Le règlement du concours (précisant notamment les messages et mots clés à employer) a été produit (voir Annexe 5) ainsi que des visuels pour la communication numérique (logo et affiches numériques). Afin d'attirer l'attention et lancer le concours, nous avons recruté 5 influenceurs à qui nous avons demandé de produire des vidéos d'amorce. Les influenceurs ont été sélectionnés en fonction de leur notoriété, de leur image et du type de public qui les suit (Voir Annexe 6). Il s'agit de :

- Petit Tonton (compteur) ;
- BAD (journaliste et slameur) ;
- Sow Pedro (humoriste) ;
- Gawa Compétent (influenceur) ;
- Kabakoudou (comédien).

Ces vidéos d'amorces ont été postées l'un après l'autre sur la page Facebook du concours lors des premières semaines du concours et ont également permis de montrer l'exemple et inspirer les futurs participants quant aux types de vidéos à réaliser. Il était également demandé aux influenceurs de partager leurs vidéos sur leurs différentes pages RS (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, etc) afin de profiter de leurs communautés de followers et atteindre un public aussi large que possible.

Le concours a duré 2 mois. A l'issue de ces 60 jours, 27 vidéos ont été postées par 23 candidats (certains ont présenté plusieurs capsules).



Dans un deuxième temps, nous avons organisé « une finale » afin de départager les vidéos en lice et consacrer les vainqueurs.

Les vidéos ont d'abord été classées entre-elles par l'équipe projet. Un écrémage a été réalisé en prenant en compte des critères quantitatifs tels que le nombre de vue, le nombre de likes et le nombre de partages. En utilisant un coefficient, un classement a été obtenu permettant ainsi de classer les vidéos en fonction du succès qu'elles ont eu sur la toile. Ce classement reflétait en quelque sorte le « vote du public ». Les 27 premières capsules-vidéos ont ensuite été soumises au jury afin que celui opère une évaluation plus qualitative.

Une matrice d'évaluation a été produite afin d'assurer d'orienter l'évaluation par les membres du jury sur des critères centraux. Cette matrice prenait en compte les éléments tels que le respect du timing, le

respect avec la thématique, l'usage des mots-clés, la proposition de solutions adaptées, l'humour et l'originalité/créativité.

Les 27 capsules-vidéos ont été visionnées et commentées une à une par les membres du jury lors d'un Live streaming sur la page Facebook du concours.

Les 3 membres qui composaient le jury étaient :

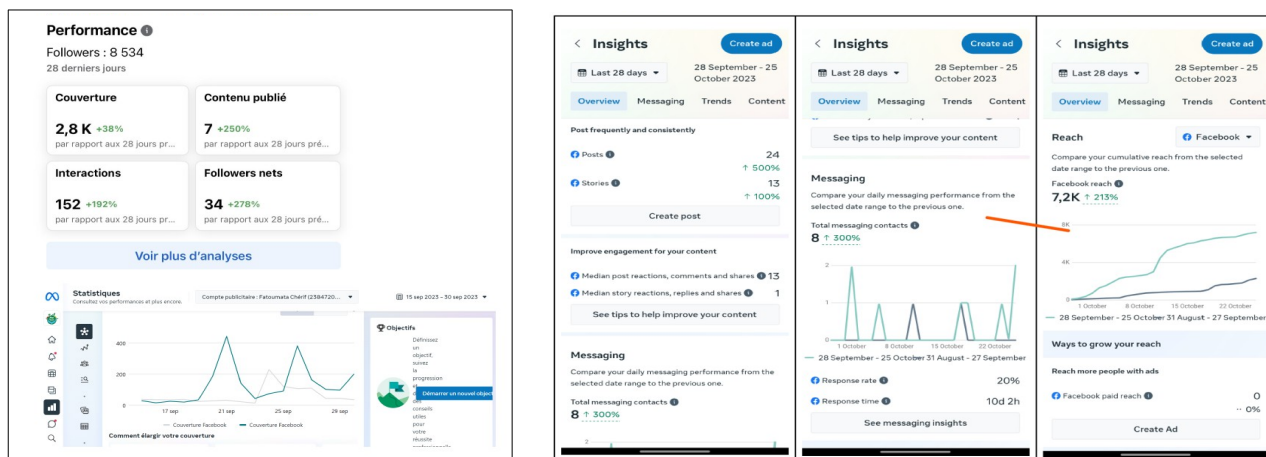
- Abdoulaye Yero DIALLO (membre d'ABLOGUI) ;
- Bademba « BAD » BARRY (journaliste et slameur) ;
- Saikou TOUNKARA (membre de la ANASP).

Après avoir visionné l'ensemble des vidéos, les membres du jury se sont retirés quelques minutes le temps de procéder à la comparaison et l'addition de leurs notes. Les résultats obtenus permirent d'obtenir le podium définitif qui a été présenté et justifié en direct aux spectateurs.

Les 3 vainqueurs ont été récompensés par les 3 lots principaux (bons d'achat de 10, 7 et 4 millions de GNF pour s'équiper en matériel multimédia) alors que les autres candidats ont reçu des lots de consolation (pass pour la connexion internet).

Le concours a permis d'attirer l'attention sur la problématique de la GDS. Au terme du concours, les capsules-vidéos produites par les candidats et les vidéos d'amorce cumulaient 239.000 de vues (étant toujours en ligne, celles-ci peuvent encore être visionnées) (voir Annexe 7).

Plus généralement, la visibilité et l'affluence sur la page Facebook de « Mon quartier propre GN » a nettement été améliorée grâce au concours. Dès les premiers jours, les interactions sur la page ont augmenté de 192 % et la couverture de la page de 38 % avec un taux de publication de 250 %. Les publications sur la page ont permis d'augmenter le taux de visibilité de la page MQP de 500 %. Le taux d'interactions dans la messagerie de la page a augmenté de 300 %.



Concours « Si j'étais Maire » :

Nous avons réalisé le concours « Si j'étais Maire ». Cette activité avait pour objectif de conscientiser les enfants, âgés entre 7 et 12 ans, sur les enjeux liés à la GDS en les invitant à jouer le rôle des décideurs politiques communaux (voir Annexe 8).

L'activité consistait à mettre des enfants dans la peau de décideurs pour résoudre les problèmes liés à la mauvaise GDS. D'une part, l'action a servi à faire prendre conscience aux enfants des enjeux de la GDS et de l'importance du sens civique des citoyens. De l'autre, il s'agissait d'initier les enfants au noble exercice de la politique à travers le jeu de rôle.

Le concours a été réalisé en plusieurs étapes. L'action a tout d'abord démarré par l'identification des 100 enfants, des 20 encadreurs, 15 membres du jury, 20 acteurs ressources dans les 5 Communes et l'élaboration des supports du concours. Un concours a été organisé dans 1 quartier par Commune. Dans chaque Commune, 5 groupes de 4 enfants ont été appelés à participer. Chaque groupe était accompagné d'un adulte pour encadrer les enfants et assurer leur sécurité lors des déplacements dans

la rue. Ces adultes étaient généralement des membres des OCB avec lesquelles nous avons collaboré dans le cadre d'autres activités de ce projet.

Le premier jour du concours a consisté en une journée d'observations et d'introduction à la problématique. Des formulaires élaborés par l'équipe projet ont été remis à chaque groupe. Ces formulaires comprenaient des questions traitant des causes de l'insalubrité, des conséquences et des pistes de solution auxquelles les enfants allaient devoir répondre en allant interroger des personnes ressources de leur quartier. Pour cela, un jeu de piste a été préparé et des acteurs de la GDS du quartier ont accepté de participer et recevoir les différents groupes.

Ces acteurs ressources étaient :

- Responsable de la PME de pré-collecte du quartier ;
- Directeur du Service d'assainissement communal ;
- Chef de quartier.

Après cette première phase, les groupes se sont réunis pour analyser les données collectées et réfléchir quant aux causes, conséquences et solutions potentielles pour résoudre l'insalubrité publique. Au terme de cette phase de synthèse et de ce qu'ils avaient appris, chaque groupe devait produire son « projet de société » (ensemble de mesures à adopter) pour rendre son quartier propre.

Les groupes ont ensuite été amenés à présenter leur « projet de société » aux autres groupes et, surtout, à un jury. Les jurys étaient composés différemment selon les Communes mais rassemblaient généralement les profils suivants :

- Direction Communale de l'Education ;
- Représentant de la PME du quartier ;
- Chef du SeCAGeD de la Commune.

Au terme d'une évaluation, les jurys ont élu les groupes ayant les meilleurs « projets de société ».



Les vainqueurs se sont vus remettre les récompenses principales alors que les autres enfants participants ont reçu des lots de consolation.

Dans un troisième temps, des rencontres ont été organisées avec les Maires (ou, à défaut, des hauts responsables des Communes) afin que les groupes lauréats viennent présenter leurs « projets » aux autorités.

Si certaines propositions émises par les enfants étaient évidemment teintées de naïveté (tout à fait normal pour des enfants de cet âge), certaines propositions et analyses étaient remarquables par leur lucidité. Certains groupes ont ainsi prouvé qu'ils saisissaient en profondeur les tenants et aboutissants de la problématique en pointant par exemple que :

- « Les poubelles de rue sont faites pour les passants et non pour les ordures des concessions » ;
- « Les Chefs de quartier doivent jouer leur rôle pour le respect des règles (Cfr. Règlement d'Hygiène et de Salubrité) » ;
- « Il faut construire des latrines dans les zones surpeuplées »
- « Il faut remplacer les sachets en plastique à usage unique par des sachets recyclables et distribuer des poubelles aux ménages ».

Ces activités ont fortement été appréciées au niveau des quartiers et des Mairies.

Par l'intermédiaire d'un jeu de rôle, les enfants participants ont eu l'opportunité de découvrir « les coulisses » de la GDS au niveau de leur Commune et d'entreprendre une réflexion sérieuse quant aux solutions à appliquer à un niveau collectif (au-delà du niveau individuel). Cette activité a permis d'initier et conscientiser les enfants, de façon vulgarisée grâce au jeu, à des notions capitales telles que le civisme, les biens communs et les services publics.

Résultat 3 : Les compétences et l'implication de 50 associations de jeunes dans la mobilisation des quartiers pour la gestion des déchets sont améliorées

Evaluation du niveau de progression par rapport aux indicateurs :

	Cadre logique	Suivi des progrès
Indicateur 1	Nombre personnes formées et engagées pour une meilleure gestion des associations environnementales de quartier	- Formation d'OCB sur l'utilisation de l'art et de la culture comme outils de changement social : 2/2 ateliers de formation réalisés 39/50 OCB ont participé aux ateliers 69/100 personnes formées, dont 20 femmes
Indicateur 2	Nombre membres des associations qui participent à des activités de sensibilisation à la gestion des déchets à Conakry	- Accompagnement d'OCB pour la réalisation d'activités culturelles et artistiques sur la GDS dans les quartiers : 10/10 initiatives réalisées par les OCB 87 membres d'OCB engagés 3.875 personnes touchées, dont 1.945 femmes

Activités réalisées et résultats obtenus :

Activités	Résultats
Formation d'OCB sur l'utilisation de l'art et de la culture comme outils de changement social	- 1 atelier a été réalisé en 2 sessions d'une journée - 69 membres d'OCB représentant 39 OCB ont été formés - 2 OCB supplémentaires ont été invitées à participer au concours afin de remplacer les OCB n'ayant pas répondu à l'appel
Accompagnement d'OCB pour la réalisation d'activités culturelles et artistiques sur la GDS dans les quartiers	- 1 concours a été réalisé - 33 OCB ont participé et déposé une proposition d'initiative locale - 24 OCB ont présenté et défendu leur initiative face au jury - Les 10 meilleures activités (élues par un jury) ont été mises en œuvre grâce à l'appui du projet - 87 membres d'OCB ont été impliqués pour la mise en œuvre des 10 activités - 3.875 personnes ont été touchées par les activités réalisées par les OCB lauréates

Analyse de l'exécution :

Formation d'OCB sur l'utilisation de l'art et de la culture comme outils de changement social :

Cette action a consisté à former 50 OCB actives sur des thématiques diverses en lien avec le projet (environnement, promotion de la culture et des arts, jeunesse et femmes) pour les impliquer dans la sensibilisation pour l'adoption des bonnes pratiques de GDS des ménages de leur quartier (voir Annexe 9). Les OCB sont donc devenues nos relais à la base et ont permis de démultiplier l'impact du projet.

Suite aux renforcements des capacités entamés dans le cadre du projet « Coaching des acteurs de la GDS » réalisé par une autre équipe de LVIA-CARP (formations en techniques de sensibilisation communautaire, introduction à la GDS, montage de projet et gouvernance associative), l'objectif était

aussi d'aller un cran plus loin en permettant cette fois aux OCB de proposer des activités et mettre en pratique les acquis des formations.

En quelque sorte, sous notre supervision, les OCB ont pu se glisser dans notre peau et jouer le rôle d'ONG professionnelles (rédaction d'offres techniques et financières suivant des guidelines, respect d'une deadline, contraintes budgétaire).

Les ONG ayant pris part aux précédentes activités (création de pochoirs, repeinte des tricycles, etc) ont été invitées à participer de façon prioritaire. Afin de compléter notre quorum, d'autres OCB faisant partie de notre base de données ont également été invitées.

Cette activité à tout d'abord commencé par une formation sur « l'Art'ivisme » : l'utilisation de l'art et la culture au service de l'engagement social. L'objectif de cet atelier était principalement d'inspirer les OCB et de les mettre sur la bonne voie afin de lancer le concours. Un consultant expérimenté (Directeur d'un centre d'incubation culturelle) a été recruté à cet effet. Il était question d'expliquer aux participants les moyens d'exploiter les formes d'art pour véhiculer des revendications d'ordre social, la force de l'art et de la culture comme moyens de sensibilisation doux (soft power) pour changer les mentalités et leur faire l'inventaire d'un ensemble d'actions artistiques et culturelles adaptées pour faire passer un message, abordables et reproductibles pour « des profanes » (personnes n'étant pas des artistes). Il était question d'activités utilisant la sculpture, la danse, la musique et le chant, le théâtre, le slam, le dessin et le graffiti, la production de capsules-vidéos destinées aux réseaux-sociaux, les conférences gesticulées ou encore les happenings.



Lors de cette même phase, les étapes et le fonctionnement du concours ont été présentés aux participants. Le choix de l'organisation d'un concours repose sur le fait que, d'après nous, cette formule, en étant associée à un « prize money » adapté, permet de stimuler une forte implication des participants. Au-delà de la participation « de corps » (fait d'être présent), les participants sont amenés à appliquer les enseignements de la phase de formation, faire preuve de créativité et fournir un effort dans un esprit de concurrence sain. L'enjeu apporté par le concours a également comme avantage de stimuler l'attention et la participation des participants lors de la formation.

Un règlement du concours a été élaboré par l'équipe projet et a été présenté à tous les participants qui savaient à quoi s'en tenir : seuls les plus méritants seront récompensés. Par l'évaluation des propositions élaborées par les participants, la comparaison et la sélection, nous garantissons la qualité des activités qui seront réalisées.

Les OCB ont donc eu 30 jours pour élaborer et soumettre leurs propositions d'activités de sensibilisation sur la GDS via les leviers de l'art et la culture au niveau de leur quartier. Afin d'accompagner les OCB, il a été demandé au prestataire recruté pour dispenser la formation d'apporter son soutien aux OCB demandeuses afin de les aider à formaliser leurs idées par écrit, de façon réaliste et concrète, et élaborer les budgets des activités en question.

Un formulaire vierge d'offres technique et financière simplifiées a également été élaboré afin de faciliter et harmoniser les propositions des participants. Tous les participants ne disposant pas d'ordinateur, les offres pouvaient être soumises manuscrites. Les OCB avait la possibilité de nous retourner le formulaire rempli soit par voie électronique, soit par dépôt de la copie physique au siège du projet.

Après le dépôt des propositions, les OCB ont ensuite été invitées à présenter leurs propositions d'activité à un jury de 3 personnes composé de :

- 1 Représentant l'AGS (Ministère de la culture) ;
- 1 Représentant de l'ANASP ;
- 1 Représentant de la CONAAG.

Le jury a eu la responsabilité de départager et d'élire les 10 meilleures propositions. A nouveau, l'équipe projet avait préparé des grilles d'évaluation afin d'assurer que les critères indispensables soient pris en compte et que l'évaluation soit objective.



Les 24 propositions d'activités déposées peuvent être classées en 6 catégories (voir Annexe 10) :

- 4 activités reposant sur des caravanes de sensibilisation avec confection de déguisements à base de déchets ;
- 5 activités reposant sur de la danse traditionnelle ;
- 4 activités reposant sur du théâtre de rue ;
- 8 activités reposant sur de la sensibilisation à travers la création d'objets artistiques et la distribution de poubelles aux ménages ;
- 1 activités reposant sur du graffiti ;
- 2 activités de sensibilisation digitale (production de capsules-vidéos).

Accompagnement d'OCB pour la réalisation d'activités culturelles et artistiques sur la GDS dans les quartiers :

Cette seconde phase a consisté à accompagner les OCB lauréates pour la réalisation de leurs activités. Les 10 OCB sélectionnées ont bénéficié d'un petit appui financier (3.000.000 GNF) de la part du projet pour leur mise en œuvre. Il est à noter à ce niveau que l'ensemble des achats a été réalisé par l'équipe projet après validation des budgets proposés.

Des réunions de cadrage ont tout d'abord été réalisées avec les responsables des OCB sélectionnées. Il était question de réfléchir à la préparation des activités (information des autorités locales, étapes préalables, matériels et achats nécessaires, etc) et de les programmer dans le temps (élaboration d'un chronogramme). Il est à noter que cette étape fut indispensable car, malgré l'appui proposé lors de la phase d'élaboration des offres, la plupart des budgets n'étaient pas réalistes.

Concernant la mise en œuvre, nous avons exigé que chacune des 10 activités soit suivie par un animateur du projet.

Des fiches de suivi ont été élaborées et remises aux responsables des OCB afin que les données concernant le nombre de personnes impliquées et le nombre de personnes touchées soit collectées.

Le travail avec les OCB qui avait commencé avec le projet de « Coaching » a donc été poursuivi et poussé un cran plus loin, sous la forme d'une collaboration et non de prestations. Ce parcours d'accompagnement des OCB, avec passage de la théorie à la pratique, participe non seulement de façon innovante à renforcer les OCB mais aussi à identifier celles possédant le plus de potentiel.

Les résultats des activités réalisées sont les suivants :

Nom OCB	Activité réalisée
Kaloum	
Jeunesse 21	Réalisation d'une activité de sensibilisation porte à porte tout en étant déguisé avec des tenues d'ordure et esquissant des pas de danse et de folklore traditionnels
Matam	
Agir pour ma communauté dans le développement social	Organisation d'une campagne de sensibilisation des ménages, des commerces et des écoles pour expliquer comment accéder au service d'une PME de pré-collecte à travers la danse traditionnelle scénique
Association des jeunes leaders pour le développement de Matam	Sensibilisation par l'intermédiaire de la transformation de déchets plastiques en sacs d'écoliers et la valorisation de chutes de textile issues des ateliers de couture du quartier
Association des jeunes pour le développement	Organisation d'une journée de sensibilisation des populations sur la GDS et la protection de l'environnement à travers le graffiti. Réalisation de deux œuvres en graffiti sur une place publique en lien avec la GDS
Matoto	
Association des jeunes pour l'entraide et le développement	Sensibilisation pour l'adoption des bonnes pratiques de GDS à travers des représentations de danse populaire. Les représentations servaient à attirer l'attention et ont été suivies d'activités de sensibilisation porte à porte pour l'abonnement des ménages riverains
Culture de ma Guinée	Organisation d'une caravane de sensibilisation des citoyens sur la GDS tout en étant déguisé avec des tenues composées de déchets recyclés
Association sociale et environnementale de Guinée	Sensibilisation à travers la danse traditionnelle (faré gnakhé). Ce type d'évènement permet de rassembler beaucoup de monde, principalement des femmes, et de distiller des messages entre deux shows (danses, chant, etc) dans une ambiance de fête
Ratoma	
Appui jeunes pour le développement	Campagne de sensibilisation digitale sur les réseaux-sociaux grâce à la production de capsules-vidéos. Les capsules mettaient en scène les membres de l'OCB dans un style théâtrale afin de transmettre des messages liés au respect des espaces publics. Les capsules produites ont été diffusées par l'OCB
Collège des acteurs pour l'émergence communautaire	Sensibilisation des populations du quartier Kobaya sur la GDS des ménages. Confection d'objets d'art à base de déchets recyclés offrant ainsi une sensibilisation concrète et créative sur la valorisation des déchets. Un poisson géant en bois a été créé afin de sensibiliser les commerçantes du marché de Kobaya sur les conséquences du dépotage sauvage des ordures en mer et le fait que les ordures finissent par polluer la mer d'où provient le poisson que nous mangeons
Association des jeunes pour le développement de Koloma	Sensibilisation sur la GDS à travers le théâtre de rue. Réalisation de deux sketches dans deux lieux publics sur l'abonnement des ménages en compagnies des PME/GIE de la zone ainsi que des OCB partenaires

Les OCB lauréates du concours qui ont bénéficié de l'appui financier ont touché plus de 3.875 personnes dont 1.945 femmes dans la mise en œuvre de leurs activités.



Enfin, au terme des activités, un rapport d'activité a été rédigé par chacune des OCB suivant un template préparé par l'équipe projet. Ce rapport devait être envoyé accompagné des fiches de collecte de données.

2.3 Aspects transversaux

Genre : LVIA a toujours porté attention à la mixité et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes dans le cadre de ses activités. Etant conscients que la GDS possède par tradition une connotation masculine, et que de ce fait le secteur est actuellement majoritairement composé d'hommes, la participation des filles et femmes a toujours été recherchée et soutenue.

Droits des enfants : LVIA dispose d'un Code éthique et de conduite interne et d'une Politique de protection des enfants et des adultes vulnérables. Ces dispositions font partie intégrante des obligations contractuelles des membres de l'équipe projet, directement employés par LVIA ou par CARP, à l'égard de LVIA.

LVIA assure une large diffusion du Code et de la Politique. La diffusion inclut le personnel de LVIA, les bénévoles et le personnel des organisations partenaires. La diffusion est gérée de manière à garantir que la Politique et le Code sont pleinement compris et appliqués.

Des vérifications d'usage pré-emploi ont également été effectuées lors du recrutement des membres de l'équipe (authenticité du diplôme, extrait casier judiciaire vierge, éventuels antécédents, etc).

Ensuite, les membres de l'équipe projet ont été informés des règles contraignantes et formés par le Représentant pays sur les principes directeurs de l'action de LVIA en matière de protection des mineurs et des adultes vulnérables, sur le respect du Code d'éthique ainsi que sur la Politique anti-fraude de LVIA.

Les activités impliquant des enfants (principalement celles liées à la mise en œuvre du concours « Si j'étais Maire ») ont systématiquement été supervisées par les membres de l'équipe projet qui avaient été préalablement formés afin de pouvoir anticiper les risques et reconnaître les cas d'abus.

Aucun abus n'a été signalé durant la période de mise en œuvre du projet.

Environnement : L'action dans son ensemble participe au dispositif de professionnalisation du secteur de la GDS dans les 5 Communes de Conakry soutenu par SANITA – Villes propres 1 pour réduire l'impact des activités humaines sur l'environnement, promouvoir la responsabilité environnementale de la population et le changement de comportements en matière de GDS dans les espaces privés et publics.

L'ensemble des activités de sensibilisation menées a participé à changer les mentalités et à l'adoption de bonnes pratiques de GDS par les ménages afin de contribuer à lutter contre la pollution.

2.4 Suivi-évaluation

Le processus de suivi-évaluation a été continu. Le Coordinateur du projet, en lien avec le support du siège LVIA et le Responsable C4D/IEC de SANITA, a produit les outils de suivi-évaluation, d'apprentissage, plans de collecte de données et de communication, coordonné la récolte des données,

les a consolidées et a produit des états d'avancement de l'action basés sur des rapports mensuels et trimestriels pour le partage avec le Représentant pays de LVIA et le Desk pays LVIA (basé au siège en Italie).

Des séances de coordination interne étaient tenues tous les lundis avec l'ensemble de l'équipe ainsi que le Représentant pays LVIA et le Coordinateur technique du CARP. Hebdomadairement, ces séances permettaient de faire le point de façon très pratique sur les avancées et sur les activités prévues.

Au-delà de ces séances en interne, des réunions de coordination étaient tenues une fois par mois autour du Responsable C4D/IEC de SANITA. Ces moments étaient prévus afin de rendre compte, présenter les résultats, la planification mensuelle et échanger par rapport aux éventuelles difficultés rencontrées. Ces séances de travail ont permis à tous les membres de l'équipe d'être au même niveau d'information et de suivre l'avancée des activités en temps réel.

Des séances de retour d'information ont été organisées avec les bénéficiaires pour recueillir leurs impressions et leurs suggestions. Des évaluations par l'intermédiaire de tests pré- et post- formations ont notamment été administrés dans le cadre des formations réalisées afin de recueillir leurs avis.

Des adaptations au niveau des stratégies ou des approches ont été appliquées suite à l'analyse de la mise en œuvre des activités au cas par cas (ex : difficultés insoupçonnées, retard, manque de collaboration de la part d'acteurs de terrain, etc).

A mi-parcours, avec le support méthodologique du siège LVIA, une session d'évaluation intermédiaire interne a été conduite pour analyser les processus et l'avancement de l'action par rapport au Cadre logique et au plan d'action du projet.

Cette mission a permis de définir des mesures de renforcement de l'action. Il a été principalement question de réadapter le PAO afin de faire face à un retard accumulé au cours des premiers mois.

Au terme de l'action, une évaluation interne a été menée avec le support du siège LVIA. Elle s'est basée sur les 5 critères d'évaluation de l'OCDE-CAD (pertinence, efficacité, efficience, impact et durabilité) et a servi à identifier les leçons apprises (forces et faiblesses dans la conception et la mise en œuvre du projet), identifier les produits et bonnes pratiques qui pourront être transférées à des cas similaires et les recommandations.

2.5 Capitalisation

Notre organisation a appris plusieurs choses importantes de notre action, notamment l'importance de la collaboration intersectorielle, la nécessité de la communication claire et efficace avec toutes les parties prenantes et l'importance de l'adaptabilité et de la flexibilité dans la mise en œuvre de projets.

Cette expérience a été largement diffusée au sein de notre organisation et au sein de notre réseau de partenaires.

Nous avons également produit un rapport de capitalisation (voir Annexe 11) pour partager les leçons apprises et les bonnes pratiques avec d'autres organisations et parties prenantes intéressées par des actions similaires.

Une séance de présentation des résultats du processus de capitalisation a été réalisée avec l'ensemble des parties prenantes. Cette séance a permis de partager les connaissances et leçons apprises issues du projet avec un large éventail d'acteurs impliqués (SANITA, UE, CONAAG, ANASP, PME/GIE, OCB, SeCAGeD, AGS, etc). Les participants ont pu découvrir les conclusions clés, les bonnes pratiques identifiées et les outils développés dans le cadre du projet.

Le rapport de capitalisation a ensuite été transmis à tous les représentants des parties prenantes. Ce rapport complet fournit une documentation détaillée du processus de capitalisation, y compris les résultats obtenus et les recommandations pour d'éventuelles futures répliques du projet. Il constitue une ressource précieuse pour tous ceux qui souhaitent approfondir leur compréhension du projet et de ses impacts.

Afin de garantir une large diffusion des connaissances et savoirs générés par le projet, l'ensemble des supports, médias et outils produits par le projet sont disponibles en ligne en libre accès et les liens d'accès ont été partagés avec l'ensemble des parties prenantes. Les liens sont présents en fin du Rapport de capitalisation. Cela permet à tous les intéressés de les consulter et de les utiliser à leur guise.

Cette démarche participative et transparente a contribué à assurer la durabilité des acquis du projet et à maximiser son impact positif pour les différentes parties prenantes.

Nous sommes convaincus que la diffusion de notre expérience contribuera à renforcer les capacités des autres organisations et à améliorer l'efficacité des actions menées dans le domaine de notre action.

2.6 Information, Education, Communication

Les supports IEC produits dans le cadre du projet et les nombres d'exemplaires sont :

- Scripts des sketches des représentations théâtrales de rue (x3) ;
- Emissions TV (x2) ;
- Emissions radio (x3) ;
- Série audio (x12 épisodes) ;
- Capsules micros-trottoirs (x4) ;
- Tricycles relookés en chars (x2) ;
- Capsule-vidéo des représentation théâtrales (x1) ;
- Capsule-vidéo des tournées avec le char mouche (x1) ;
- Capsule-vidéo des tournées avec le char caïman (x1) ;
- Capsule-vidéo concours « Si j'étais Maire » (x1) ;
- Capsules-vidéos d'amorce des influenceurs dans le cadre du concours sur les réseaux-sociaux (x5) ;
- Vidéos des candidats au concours sur les réseaux-sociaux (x27).

Les versions numériques de l'ensemble des supports IEC produits pendant le projet sont hébergées sur un Cloud de LVIA et téléchargeables en libre accès (voir Annexe 12).

Les supports IEC produits ont être diffusés de différentes manières en fonction de leur nature et des activités dans le cadre desquelles ils ont été créés :

En général, les outils/supports ont été transmis numériquement (par mails, Cloud ou plateforme de téléchargement (WeTransfer)). Cela est le cas des supports qui devaient être partagés avec SANITA pour diffusion (capsules-vidéos, émissions, etc).

Les scripts sketches produits ont été utilisés par le metteur en scène membre de l'équipe projet pour former la troupe de comédiens recrutée. Ceux-ci sont à présent disponibles en libre accès afin que d'autres acteurs puissent reproduire les sketches.

Les chars ont été déployés sur le terrain dans le cadre des tournées de pré-collecte avec les GIE/PME. Les capsules-vidéos des activités du projet ont été diffusées sur les réseaux-sociaux afin de visibiliser le projet et ses résultats vers le grand public. Nous avons utilisé à cet effet la page Facebook de LVIA en Guinée.

Enfin, les capsules-vidéos d'amorce ainsi que les capsules produites par les participants dans le cadre du concours sur les réseaux-sociaux ont été diffusées sur la page Facebook de la campagne MQP qui était utilisée pour le concours.

2.7 Marchés

Aucun marché n'a été attribué pour plus de 30.000 € dans le cadre cette action.

3. Bénéficiaires contractants et autres partenaires

3.1 Evaluation des relations avec les différents partenaires du contrat de subvention

Les relations avec le co-demandeur, l'ONG CARP, sont très bonnes. LVIA et le CARP ne sont pas à leur première collaboration. Outre ce projet, d'autres projets, portant la GDS comme d'autres thématiques, ont déjà été menés conjointement par les deux organismes partenaires.

Le CARP fait partie des partenaires principaux de LVIA en Guinée depuis plusieurs années. Les cadres du CARP sont bien connus par LVIA et l'expertise et l'expérience de l'ONG ne sont plus à prouver. La relation entre les deux organismes jouit donc d'une solide confiance réciproque.

LVIA est satisfait de la contribution de son partenaire CARP.

3.2 Evaluation des relations avec les autorités publiques

Les relations entre l'équipe projet et les autorités publiques ont été bonnes, notamment grâce à une forte implication de celles-ci dans la réalisation des activités du projet.

Dans la mise en œuvre des activités sur le terrain, les animateurs du projet ont entretenu de bonnes relations avec les Chefs de quartiers, les Chefs de secteurs, les Administrateurs des marchés et les Responsables des syndicats de chauffeurs/transporteurs auxquels ils se référaient pour organiser les représentations théâtrales et les tournées des tricycles dans les quartiers.

Des ordres de mission, qui facilitaient les mises en relation avec les acteurs cités plus haut, étaient à chaque fois délivrés aux animateurs.

Ces autorités ont été rencontrées avant le début des activités au niveau de leur circonscription.

Le Coordinateur du projet a entretenu la communication à distance à travers des mails, correspondances et appels téléphoniques tant au niveau stratégique qu'au niveau opérationnel avec les Maires, les DMR, les Responsables de SeCAGeD et l'ANASP.

Pour toutes ces raisons, les autorités communales et les services techniques déconcentrés et décentralisés de l'Etat ont adhéré parfaitement à l'esprit du projet et ont collaboré étroitement avec les animateurs de terrain et la coordination.

Un Comité de pilotage du projet (COPIL) a également été créé en début de projet afin de formellement rendre compte aux autorités compétentes et les inviter à s'impliquer dans l'orientation des stratégies.

Ce comité était présidé par le Directeur de l'Agence Guinéenne des Spectacles (AGS). Les autres membres étaient :

- Agence Nationale de l'Assainissement et de la Salubrité Publique (ANASP) ;
- Confédération Nationale des Acteurs de l'Assainissement de Guinée (CONAAG) ;
- Représentants des SeCAGeD ;
- Secrétariat Général des Affaires Gouvernementales et de l'Administration Territoriale (SECGAT) ;
- SANITA - Villes propres 1.

Le rôle du Comité de pilotage était de :

- Orientation stratégique : Le COPIL a fourni à chaque occasion une orientation stratégique globale au projet et veillait à ce qu'il soit aligné sur les objectifs nationaux de GDS et de développement durable ;
- Prise de décision : Le COPIL prenait des décisions éclairées concernant le projet, telles que l'approbation du plan de travail, du budget et des activités principales ;
- Supervision et suivi : Le COPIL supervisait la mise en œuvre du projet et assurait le suivi des progrès réalisés par rapport aux objectifs fixés ;
- Résolution des problèmes : Le COPIL identifiait et résolvait les problèmes ou les obstacles qui entravaient la progression du projet ;
- Communication et plaidoyer : Le COPIL assurait la communication et le plaidoyer en faveur du projet auprès des parties prenantes clés, telles que SANITA, les Mairies, l'ANASP, la CONAAG et le MATD.

Le COPIL se réunissait généralement de manière trimestrielle. Au total, 4 COPIL ont été tenus.

3.3 Description des relations avec toute autre organisation prenant part à la mise en œuvre de l'action

Avec les bénéficiaires finaux et les groupes cibles, nous avons entretenu des relations étroites et collaboratives qui nous ont permis de mieux comprendre leurs besoins et attentes et de nous assurer que nos actions y répondaient efficacement.

Ils ont été impliqués activement dans la conception, la mise en œuvre et la supervision de nos actions afin de garantir une approche participative et inclusive.

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec les partenaires impliqués dans la mise en œuvre de nos actions, tels que les OCB et les GIE/PME.

Avec les GIE/PME, la relation a été globalement bonne même si ceux-ci ne se sont pas toujours montrés collaboratifs alors qu'ils faisaient parties des premiers bénéficiaires des activités réalisées. Par exemple, nous avons eu des difficultés pour qu'un représentant des GIE/PME participe systématiquement aux représentations théâtrales pour co-animer les mini-forums avec nos animateurs. Il a été aussi quasi impossible d'obtenir des données claires quant aux nouveaux abonnés et à leurs taux de pénétration.

Les relations avec les OCB ont été très bonnes. Aucun souci à noter de ce côté. Celles-ci se sont montrées disponibles à chaque fois que nous leur avons fait appel et se sont fit ravies d'être impliquées à des activités au niveau de leur quartier. Bien sûr, le projet nous a permis de voir que toutes les OCB ne se valaient pas (niveau de structuration, nombre de membres, fiabilité, etc). Grâce au projet, nous disposons à présent d'une base de données des OCB dynamique sur qui nous pouvons nous reposer dans la majorité des quartiers.

Les jeunes ont essentiellement été touchés via les activités sur les réseaux-sociaux. Les interactions avec ce public n'ont donc pas été directes. Rien de spécial n'est à signaler à ce niveau.

Les femmes ont principalement été touchées au travers des représentations théâtrales de rue. Les relations avec les femmes ont été très bonnes. Celles-ci ont montré beaucoup d'enthousiasme et ont souvent été demandeuses afin que plus d'activités de ce genre soient réalisées dans leur zone. Dans le cadre des marchés, les horaires des représentations étaient définis avec les Administrateurs des marchés afin de ne pas nuire aux activités commerciales des femmes.

Pareillement concernant les ménages, les activités du projet ont très bien été reçues. L'engouement créé par les activités (théâtres, tournées en char, initiatives locales des OCB, etc) a même convaincu nombre de ménages de s'abonner sur le champ.

3.4 Description des liens et synergies mis en place avec d'autres actions

Des liens et des synergies ont été mis en place avec l'action de sensibilisation en milieu scolaire mise en œuvre par l'ONG ODIC. En effet, cette action a été exécutée dans le cadre d'un second subside qui a débuté sensiblement en même temps que notre projet et qui couvrait la même zone d'intervention.

L'ONG ODIC a mené conjointement son projet complémentaire au notre visant à sensibiliser la jeunesse en milieu scolaire pour l'adoption des bons comportements en matière de salubrité publique. Bien que menés par des organisations distinctes, ces projets présentaient des objectifs et des approches similaires, ce qui a créé des opportunités de collaboration et de synergie.

Les deux organisations ont pu partager leurs ressources, telles que le matériel pédagogique, rapports, planning, supports de formations, les expertises et les idées, ce qui a permis d'accroître l'efficacité.

Les deux ONG ont collaboré à l'élaboration de plans de sensibilisation lors des journées d'assainissements organisées par SANITA au niveau des plages (UE beach clean up) ou encore lors de l'inauguration des routes pavées.

3.5 Complémentarité de l'action avec les actions précédentes à destination des mêmes groupes cibles

Le projet intitulé « Coaching des acteurs de gestion des déchets solides », financé par l'UE à travers le programme SANITA - Villes propres exécuté par Enabel, s'est achevé en août 2023. Ce projet a également été exécuté par le consortium LVIA-CARP dans les Communes de Ratoma et Dixinn. Ce projet partageait beaucoup de similitudes avec le projet « Culture et développement ». Débuté en 2020, l'expérience acquise par l'équipe du Coaching a fortement profité à l'équipe projet afin de prendre ses marques et s'intégrer au réseau d'acteurs.

LVIA a déjà bénéficié dans le passé d'autres subsides en vue d'appuyer et/ou renforcer des acteurs de la GDS à Conakry.

Le projet INSTRADA avait pour objectif de concourir à la réduction de la pauvreté et à l'amélioration des conditions de vie des groupes vulnérables dans les villes de Conakry, Kindia et Labé par le renforcement des mécanismes de protection sociale. Les collecteurs informels de déchets (CID) faisaient partie des populations vulnérables ciblées.

Au cours de l'année 2020, le CARP de son côté a mené des activités de mise en place d'une filière de récupération des déchets plastiques (PELD) dans le cadre du projet PRAO (financement Banque Mondiale).

LVIA, en partenariat avec le CARP, a également mené des activités dans le secteur de la GDS avec la Commune de Ratoma. C'est le cas du projet de mise en place d'un Centre de traitement et de valorisation des déchets plastiques à Sonfonia (Conakry) et d'autres actions d'inclusion sociale et de formation professionnelles des CID mises en œuvre en partenariat avec la DNAS.

Ainsi, des actions à destination des acteurs de la gestion des déchets, quels qu'ils soient (collecteurs informels ou société de revalorisation), ont déjà été entreprises par LVIA et le CARP.

3.6 Coopération avec les services de l'autorité contractante

La coopération avec les services de l'autorité contractante, l'équipe de SANITA – Villes propres 1, a été essentielle pour assurer le bon déroulement du projet. La coopération en étroite collaboration avec SANITA a permis d'assurer que les activités mises en œuvre concordaient précisément avec les résultats attendus par SANITA.

La communication avec SANITA a été continue. Cela a permis de faciliter la prise de décisions éclairées et d'adapter le projet en fonction des besoins et des contraintes rencontrées. Tous les soucis et problèmes qui ont fait obstacle à la bonne avancée du projet ont pu être identifiés et résolus rapidement. La réussite du projet fut en grande partie de la qualité de la coopération avec les services de l'autorité contractante.

Le point central de cette bonne coopération se trouve d'après nous au niveau de la tenue de réunions de coordination mensuelles autour du Responsable C4D/IEC de SANITA, responsable du suivi du subside.

Tous les mois, suivant une matrice simple et harmonisée, les Coordinateurs des projets subsides (LVIA et ODIC) produisaient un compte-rendu de leurs activités réalisées au cours du mois passé et le PAO du mois nouvellement entamé. Ce document était transmis au Responsable C4D/IEC de SANITA en amont de la réunion afin qu'il puisse en prendre connaissance et préparer la réunion. Ce document permettait au Responsable C4D/IEC de suivre l'avancement des projets et de prendre les décisions nécessaires pour assurer leur bonne exécution.

L'ensemble des produits médias (émissions TV/radio, série audio, etc) étaient envoyés à SANITA pour revue et validation avant d'être finalisés. Il en a été de même pour les autres outils élaborés par LVIA-CARP (contenus de formation, scripts des sketches, etc).

Ainsi, SANITA était informé sur tout ce que nous faisons. Cette procédure a permis de garantir la qualité des produits et leur conformité avec les objectifs de SANITA.

4. Pérennisation de l'action

L'action a mis en place des mécanismes de réplique et de pérennisation par l'intermédiaire des formations réalisées et du soutien aux acteurs bénéficiaires (principalement les GIE/PME et OCB).

Par l'intermédiaire des formations (création de pochoirs et Art'ivisme), le projet a œuvré à renforcer les OCB environnementales de quartier. Par leur participation, les associations de quartier ont gagné en expérience et en légitimité dans leur quartier. Le projet leur a transmis des techniques et des outils abordables afin de leur permettre de reproduire ce genre d'activité par elles-mêmes une fois le projet achevé.

L'objectif du projet était de leur montrer qu'il est possible d'agir au niveau local sans que cela ne nécessite des moyens financiers importants.

Des synergies ont été établies entre les collectivités locales (via les SeCAGeD), les GIE/PME et les OCB pour assurer la continuité des actions et favoriser leur intégration dans d'autres projets.

L'action a favorisé la mise en réseau des acteurs locaux et encouragé la participation citoyenne.

C'est également avec cette volonté de durabilité que le projet a décidé de mettre en contact les GIE/PME et les OCB de leur quartier. Notre volonté est que ces acteurs continuent de mettre en place des activités ensemble dans l'intérêt commun d'aboutir à des quartiers propres.

Les deux tricycles relookés reviennent à la CONAAG à la fin du projet. La CONAAG pourra donc les utiliser dans le cadre d'activités de sensibilisation.

La formation des GIE sur la création de logo s'est volontairement basé sur l'emploi d'une App gratuite et simple d'utilisation. L'objectif n'était pas seulement que les GIE disposent de logos à la fin de l'atelier mais bien que ceux-ci maîtrisent le procédé et soient capables de le reproduire par la suite ou l'enseigner aux autres GIE.

Il en est de même avec les jeunes influenceurs sur les réseaux-sociaux. L'objectif était aussi de leur démontrer à quel point leurs voix est écoutées et qu'ils disposent d'un véritable pouvoir pour éveiller les consciences de leurs pairs.

Les capsules-vidéos diffusées sur les réseaux-sociaux (vidéos d'amorce et des participants) continuent d'être visionnées et partagées. Ces vidéos ne disparaîtront pas et les plus populaires peuvent refaire surface, toucher des dizaines de personnes à chaque partage et faire des émules.

Par rapport au concours « Si j'étais Maire », celui-ci a volontairement été réalisé avec la coopération des Points de lecture. LVIA travaille régulièrement avec ces petites bibliothèques de proximité dans le cadre d'autres projets. Notre volonté était de les impliquer et de montrer aux associations de jeunes bénévoles qui sont responsables de leur gestion que des activités innovantes avec des enfants sur la thématique de la GDS étaient à leur portée et n'impliquaient pas un budget important.

Enfin, tous les outils produits sont en libre accès et ont été présentés aux parties prenantes du projet dans le cadre de la séance de présentation du processus de capitalisation

Donc tous les outils peuvent continuer à être exploités et faciliter l'organisation d'activités de sensibilisation sur la GDS.

Au niveau des recommandations, nous pensons qu'il est essentiel de garantir la pérennité des activités ou composantes ne dépendant pas de support extérieur afin de maintenir leur fonctionnement même en l'absence de financement extérieur. Pour y parvenir, il est possible de diversifier les sources de

revenus, de développer des partenariats avec des acteurs locaux, de mobiliser des ressources internes et de renforcer les compétences en gestion et en levée de fonds des différents acteurs (OCB, GIE, etc). Si ces activités ou composantes ne peuvent pas se maintenir sans support extérieur, les recommandations de soutien pourraient inclure :

- Le développement de stratégies de financement durable, tels que la mise en place de campagnes de levée de fonds, de partenariats stratégiques avec des entreprises, des institutions publiques ou des organismes philanthropiques ou encore la recherche de subventions à plus long terme ;
- L'intégration d'une approche de responsabilité sociale et environnementale (RSE) dans les activités de l'organisation pourrait attirer des partenaires et des financements complémentaires.

En favorisant des options pérennes non liées à des subsides supplémentaires, il est possible d'assurer la viabilité à long terme des activités ou composantes et de garantir leur maintien, même en cas de fluctuation des financements extérieurs.

5. Lieu d'archivage des dossiers, documents comptables et pièces justificatives

Archivage des documents comptables	
Bénéficiaires	Lieux d'archivage
LVIA	Siège LVIA en Guinée (Wareya, Commune de Lambanyi, Conakry)
CARP	Siège CARP (Sonfonia centre 1, Commune de Sonfonia, Conakry)

6. Annexes

Annexe 1 : PV de l'accord de revue des activités du projet « Culture et développement »

https://lviacn-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/rp_guinea_lvia_it/EafKI8sxpFVfKghk6R3HppoBAQVtnHBWiEp2Wt6uYgwz3A?e=00XCDY

Annexe 2 : Rapport de la Résidence d'artistes

https://docs.google.com/document/d/1aA072HUmFwl_4MqciEWUIjgf7ELM4um/edit?usp=sharing&oid=106451472949767744866&rtpof=true&sd=true

Annexe 3 : Lien vers les 3 sketches des représentations théâtrales

https://drive.google.com/drive/folders/15iqO0ig1_f7vu4jFbx-BqS33MQIa5Ce1?usp=share_link

Annexe 4 : Liste des 20 GIE bénéficiaires formées en création de logos

<https://docs.google.com/document/d/1kU5AtE5EJYBalJsLzCQ9GAz9bVdTeF4x/edit?usp=sharing&oid=106451472949767744866&rtpof=true&sd=true>

Annexe 5 : Règlement du concours sur les réseaux-sociaux

<https://drive.google.com/file/d/1DFTZn9cG-Ao3GA3rb5727uyilTnctJml/view?usp=sharing>

Annexe 6 : Vidéos d'amorce

Petit Tonton : <https://www.facebook.com/monquartierpropregn/videos/314582727829826>

Sow Pedro : <https://www.facebook.com/monquartierpropregn/videos/1120247618943889>

Babemba Barry (BAD) : <https://www.facebook.com/monquartierpropregn/videos/280975511433163>

Gawa Compétent : <https://www.facebook.com/watch/?v=1135259340785372>

Kabakoudou : <https://www.facebook.com/watch/?v=561851922818183&ref=sharing>

Annexe 7 : Rapport final du concours sur les réseaux-sociaux

<https://drive.google.com/file/d/1X9hwjneeTBQAKQOyYD7-8UInePx5kWBQ/view?usp=sharing>

Annexe 8 : Compte-rendu du concours « Si j'étais Maire »

<https://docs.google.com/document/d/1UMbRp7SmuF7gQIe8ASYYSMw8Dm2pVpZQ/edit?usp=sharing&ouid=106451472949767744866&rtpof=true&sd=true>

Annexe 9 : Liste des 50 OCB formées sur l'art au service de l'engagement social

<https://docs.google.com/document/d/16eanCoKnmPcoD0gVcEs-2RoFu9T1I2iJ/edit?usp=sharing&ouid=106451472949767744866&rtpof=true&sd=true>

Annexe 10 : Compte-rendu du concours de propositions d'initiatives environnementales par les OCB

<https://docs.google.com/document/d/1LLLDqZlkZ3bggd2ov3dKDvSKysxWZKGJ/edit?usp=sharing&ouid=106451472949767744866&rtpof=true&sd=true>

Annexe 11 : Rapport capitalisation

<https://drive.google.com/file/d/1z8Ndasg1BmUWwbbVMgl1tmALmjvDePmP/view?usp=sharing>

Annexe 12 : Lien Drive pour accès aux photos, vidéos et autres productions du projet

https://lviacn-my.sharepoint.com/:f/g/personal/rp_guinea_lvia_it/Erkp3DeLLdlPvFjNC49DbcQBttqwtRO72iGJw3ZcV7pDAG?e=HVlyzL

Nom de la personne de contact pour l'action : Ibrahima DIALLO – Coordinateur du projet

Signature :

Localité : Conakry

Échéance prévue du rapport : 31 mars 2024

Date d'envoi du rapport :