

OBSERVATOIRE ECONOMIQUE ET STATISTIQUE D'AFRIQUE
SUBSAHARIENNE

AFRISTAT

ATELIER SUR LES STRATEGIES DE DIFFUSION ET DE COMMUNICATION
BAMAKO, 17-19 MAI 1999

RAPPORT DES TRAVAUX

Du 17 au 19 mai 1999, s'est tenu à Bamako, un atelier sur le thème "**Stratégies de diffusion et de communication d'un Institut national de statistique**".

Organisée dans le cadre du Programme d'appui du Fonds européen de développement à AFRISTAT (Projet Prosmic), cette rencontre regroupait les responsables des instituts nationaux de statistique (INS) des Etats membres d'AFRISTAT. Les Etats suivants y ont participé : Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Centrafrique, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée-Bissau, Guinée Equatoriale, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal, Tchad et Togo.

Y ont également assisté les représentants des institutions et pays suivants : Communauté économique et monétaire des Etats de l'Afrique centrale (CEMAC), Banque centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO), Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE - France), France (Ministère des Affaires étrangères), Ecole nationale de statistique et d'économie appliquée (Abidjan – Côte d'Ivoire).

La liste des participants figure en annexe 4.

La cérémonie d'ouverture des travaux de l'atelier était présidée par Monsieur Nouhoum Sankaré, Secrétaire Général du Ministère de l'Economie, du Plan et de l'Intégration de la République du Mali, en présence de Monsieur Vincent G. Dowd, Ambassadeur, Délégué de la Commission de l'Union européenne et Monsieur Christian Girier, représentant le Ministère français des Affaires étrangères (Coopération et Francophonie).

Dans son discours d'ouverture, Monsieur Sankaré, après avoir adressé les souhaits de bienvenue aux participants, a présenté l'objectif visé par l'atelier, à savoir, sensibiliser les responsables des INS sur l'importance des questions de diffusion et de communication. Il a ensuite invité les responsables des

INS à bâtir des stratégies et à mener des actions pour revaloriser les productions statistiques de leurs instituts.

Le texte du discours d'ouverture figure en annexe 1.

Le présent rapport résume l'organisation des travaux, donne un aperçu du contenu des présentations et communications, dégage les principaux points saillants des discussions et expose les principales recommandations et actions formulées par les participants. Enfin, il reprend en annexe 3 les opinions des participants sur la conduite et le contenu de l'atelier.

A. ORGANISATION DES TRAVAUX

Les travaux proprement dits de l'atelier étaient présidés par Monsieur Lamine Diop, Directeur Général d'AFRISTAT.

L'équipe d'encadrement était composée de :

Mme Awa Thiongane, Conseiller régional en matière d'organisation et de gestion des systèmes statistiques (Commission économique des Nations unies pour l'Afrique, Addis-Abeba) ;

MM Laurent Probst, Expert, Office statistique des Communautés européennes (EUROSTAT) ;

José Pessanha, Expert, Office statistique des Communautés européennes (EUROSTAT) ;

Souleymane Drabo, Rédacteur en chef du quotidien *L'Essor* (Bamako) ;

Martin Balépa, Directeur Général Adjoint d'AFRISTAT.

Les travaux de l'atelier étaient organisés autour de trois sous-thèmes :

- la problématique et les objectifs de l'atelier ;
- la place de la fonction *diffusion* dans les activités d'un INS ;
- la fonction *communication* dans les activités d'un INS

Enfin, des groupes de travail ont été organisés sur des sujets de discussion en rapport avec les sous-thèmes traités. Ils ont été précédés par une présentation succincte de la situation et des perspectives en matière de diffusion et de communication dans les INS.

Au cours de ces travaux de groupe et en puisant dans les conclusions et suggestions tirées des débats largement partagés sur les communications et les présentations des encadreurs, les participants ont formulé des recommandations et dégagé un certain nombre d'actions pour une meilleure appropriation des fonctions diffusion et communication par les INS.

Le programme et le calendrier des travaux de l'atelier sont présentés en annexe 2.

B. BREF RESUME DES COMMUNICATIONS ET PRESENTATIONS

Sous-thème 1 : La problématique et les objectifs de l'atelier

La problématique et les objectifs de l'atelier ont été présentés par Mme A. Thiongane.

Dans sa présentation, Mme Thiongane a insisté d'abord sur l'importance de la diffusion et de la communication. En particulier, la diffusion est le but ultime de toute activité statistique. Cette activité permet aux divers utilisateurs de disposer des données produites par les INS sur des supports appropriés.

Elle a relevé ensuite des insuffisances et lacunes qui ne permettent pas aux INS de répondre aux attentes des utilisateurs. Il a été noté que la fonction *diffusion* n'est pas convenablement prise en compte dans les activités des INS : les données sont publiées avec beaucoup de retard sous des formes et modalités et sur des supports sans rapport avec les besoins des utilisateurs.

Après avoir établi ce bref état des lieux, elle a rappelé les deux objectifs principaux visés par l'atelier :

- **Prendre conscience des exigences de la fonction diffusion au sein d'un INS.**
- **Bâtir une stratégie de diffusion et de communication qui tient compte des évolutions technologiques et des besoins en informations ainsi que des réalités de la sous-région et des différents INS.**

Pour atteindre ces objectifs, trois axes de réflexion ont été proposés aux participants :

- i. Comprendre le marché de l'information statistique à diffuser ;

- ii. Concevoir des produits statistiques répondant aux besoins des clients et les véhiculer sur des supports diversifiés ;
- iii. Conduire une stratégie de communication externe en appui.

Ces trois axes ont fait l'objet de développements dont la quintessence apparaît également dans les présentations du deuxième sous-thème.

Sous-thème 2 : La place de la fonction *diffusion* dans les activités d'un INS

La fonction *diffusion* dans les activités d'un INS a été présentée successivement par MM. J. Pessanha et L. Probst. Ils se sont largement appuyés sur l'expérience d'EUROSTAT en la matière.

La première présentation a porté sur **le concept de diffusion et l'identification des utilisateurs**. La deuxième présentation d'EUROSTAT a porté sur la politique de diffusion.

Enfin, un bref aperçu du **Système général de diffusion des données (SGDD)** du Fonds monétaire international ainsi que ses implications pour un INS ont été présentés par M. M. Balépa et Mme Thiongane.

Le concept de diffusion

Le rôle d'un INS est de fournir des statistiques indépendantes, objectives et transparentes :

- au gouvernement pour lui permettre d'opérer de meilleurs choix politiques ;
- aux entreprises pour leur permettre également d'opérer de meilleurs choix stratégiques et opérationnels ;
- aux citoyens pour leur permettre de faire des jugements sur des politiques mises en œuvre et contribuer ainsi à l'affermissement de la démocratie.

Ainsi, un des objectifs visés des INS doit être de faciliter l'accès des données statistiques produites à un large public. Atteindre cet objectif exige de développer une approche orientée vers l'utilisateur, en somme une stratégie de la **culture de service** reposant sur les principes suivants :

- satisfaction de l'utilisateur présent et futur ;
- ouverture, indépendance et impartialité de l'INS ;

- confidentialité pour garantir la confiance des répondants et des utilisateurs ;
- responsabilité et engagement du personnel de l'INS.

L'identification des utilisateurs

Les INS devraient identifier clairement les utilisateurs pour qui ils diffusent. (administrations nationales et régionales, organisations internationales, écoles/universités, organisations professionnelles, entreprises, média, INS, citoyen, etc.).

D'une manière générale, on peut distinguer deux catégories d'utilisateurs : les généralistes et les spécialistes. Leurs préoccupations sont différentes comme l'indique le tableau 1 ci-après.

Tableau 1: Besoins par catégorie d'utilisateurs

Généralistes	Spécialistes
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ont besoin de tableaux avec une description simple permettant de comprendre facilement les principales conclusions ; ✓ Ont besoin des métadonnées claires ; ✓ Veulent savoir où trouver plus d'informations ; ✓ Ne veulent pas passer du temps à chercher l'information. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dans un premier temps, ont besoin de la même information que les généralistes ; ✓ Dans une étape plus avancée, ont besoin de toute information disponible sur un sujet (données et métadonnées) en format électronique ; ✓ Investissent du temps pour améliorer leurs connaissances sur les données ; ✓ Ont un intérêt permanent pour les statistiques qui constituent une source d'information importante.

La deuxième présentation d'EUROSTAT a porté sur la politique de diffusion d'un INS. Deux points importants ont été exposés :

- les erreurs à ne pas commettre pour assurer une bonne diffusion ;
- le contenu d'une politique de diffusion.

Enfin, un éventail de meilleurs produits/services a été dressé.

Les erreurs à ne pas commettre

En matière de diffusion, le vrai problème est de veiller à la **qualité des données et à l'intérêt que les utilisateurs portent à ces données ainsi que le message qu'elles véhiculent** (opinion de celui qui a produit les données) **selon les utilisateurs**.

Les données diffusées doivent revêtir les qualités suivantes :

- la pertinence ;
- la précision ;
- la fraîcheur et la ponctualité ;
- l'accessibilité et la clarté ;
- la comparabilité ;
- la cohérence.

Enfin, elles doivent être complètes.

Quant au message, il doit être clair, simple, précis et court.

Pour une bonne diffusion, les erreurs suivantes ne doivent pas être commises :

- privilégier le **produit** par rapport au **service** ;
- privilégier la stratégie **papier** par rapport à l'**électronique** ;
- accorder peu d'attention à la chaîne de production ;
- croire que la qualité du papier et les couleurs influent fortement sur la diffusion (*Whaooo effect*).

Ces erreurs peuvent être évitées en développant une forte communication interne, en maîtrisant les coûts et en rencontrant les utilisateurs pour mieux connaître leurs besoins.

La politique de diffusion

Bâtir une politique de diffusion consiste d'abord à changer de culture. Il s'agit de passer d'une **logique de produit** à une **logique de service**. Cette politique consiste à abandonner petit à petit les produits de type publications pour adopter les **communiqués de presse**, les "**statistiques en bref**" et les **bases des données**. En effet, la publication, avec son *Whaooo effect*, est un outil de reconnaissance du travail du statisticien et non de la satisfaction de l'utilisateur.

Par ailleurs, une bonne politique de diffusion doit être structurée de manière à fixer des objectifs stratégiques qui tiennent compte d'un système de prix cohérent des services offerts.

Trois niveaux d'offre peuvent être identifiés. Ils sont présentés dans le tableau 2 ci-après avec les indications sur le public visé, les produits et services correspondants et le système des prix.

Tableau 2 : Offre de produits et de services

	Public	Produits	Services	Prix
Le service d'information de base	Public général	Brochures, dépliant, communiqués de presse	Renseignements, service visiteurs, service de presse, bibliothèque, vidéothèque, Internet, foires	Gratuit, prix symbolique
Offre standard axée sur la demande et les groupes cibles	Groupes d'utilisateurs spécifiques, institutionnels	Publications	Banques de données, Internet	Prix du marché (sur demande).
Conseils, travaux adaptés aux clients	Utilisateurs spécifiques	Produits sur mesure	Service sur mesure	Prix sur mesure

En matière de diffusion, chaque INS devrait posséder ses "règles d'or" en fonction des besoins de ses clients et de ses moyens. A titre d'exemple, on donne ci-après les règles d'or suivies par EUROSTAT :

- L'électronique en premier, le papier ensuite.
- Une publication de référence ou un "livre de poche" par thème.
- Chaque mise à jour importante ou nouvelle publication devrait être accompagnée d'une "Statistique en bref".
- Douze "Statistique en bref" par an pour chaque thème.

Dans tous les cas, la qualité doit primer sur la quantité (99% de qualité et 1% de quantité).

D'une manière générale, la diffusion est un excellent moyen pour améliorer la production statistique. L'efficacité des prestations rehausse l'image de marque de l'INS.

En conclusion, la diffusion doit être planifiée parmi les activités de l'INS. En particulier, les charges récurrentes doivent être prises en compte dans le budget de l'INS afin d'assurer une bonne diffusion.

Le SGDD et ses implications

Le premier exposé a fait un bref aperçu du SGDD¹ (contexte et historique, modalités de participation au système, contenu). L'accent a été surtout porté, en ce qui concerne le secteur réel (comptes

¹ L'exposé s'est inspiré du Module 2: LE SYSTEME GENERAL DE DIFFUSION DES DONNEES – version préliminaire (juin 1998), Fonds monétaire international (Washington, D.C).

nationaux) et les indicateurs socio-démographiques, sur les dimensions “**données**” et “**qualité**”, **l’intégrité** et **l’accès du public aux données**.

La deuxième présentation s’est appesanti sur le rôle du SGDD pour les INS en tant que “*processus structuré centré sur la qualité des données qui aide les pays à adapter leurs systèmes statistiques aux besoins des utilisateurs dans les domaines de la gestion et du développement économiques*”

Les deux exposés ont montré que le SGDD est un cadre cohérent de développement statistique pour les Etats membres d’AFRISTAT.

La mise en œuvre du SGDD devrait donc avoir conséquences favorables pour les INS. Il s’agit entre autres de :

- plus d’indépendance et de plus de transparence dans la conduite des activités statistiques ;
- une programmation plus rigoureuse et le respect des délais dans l’exécution des activités statistiques ;
- une meilleure organisation des délais à diffuser ;
- une modernisation et une diversification des supports de diffusion ;
- une utilisation plus méthodique des cadres conceptuels statistiques (SCN 93, Manuel de balance des paiements du FMI, etc.) ;
- etc.

Cependant, la question complexe de la coordination statistique doit être résolue au préalable dans le sens qui ne pénalise pas les INS.

Sous-thème 3 : La place de la fonction *communication* dans les activités d’un INS

Le troisième sous-thème a fait l’objet d’une communication sur les exigences d’une bonne communication par M. S. Drabo et d’une présentation de Mme A. Thiongane sur la communication interne et la communication externe d’un INS.

Les exigences d’une bonne communication

“**Communiquer, c’est s’adresser à un public pour susciter en retour un comportement.**” Le but de la communication est donc “ **de faire connaître et de valoriser un produit, un service, ... à des**

consommateurs'. Ces consommateurs réagiront en retour en achetant ou en utilisant le produit ou le service en question. Après cette définition, la communication développe les points suivants : le plan de communication (les faits, la cible les objectifs, la conception et l'exécution et l'évaluation), la médiatisation (l'affichage, la radio, la télévision et la presse), l'importance des relations avec la presse (organisation, les techniques – communiqué de presse, le dossier de presse, les vidéos, la conférence de presse, le publi-rédactionnel ou le microprogramme radio/télé).

La communication interne et la communication externe

La communication interne vise à garantir une certaine harmonisation des actions du personnel, à mieux le motiver, le mobiliser, le former et à accroître sa capacité d'initiative. Elle doit s'appréhender à un double niveau institutionnel et interpersonnel

La communication interne se manifeste à travers de multiples supports : réunions régulières du personnel, affichage, Intranet, etc.

Quant à la communication externe, elle a pour objectifs de faire connaître l'INS dans toutes ses dimensions pour mieux s'impliquer dans les actions extérieures. Elle demande des moyens appropriés (édition, relations extérieures dont celles avec la presse, création d'évènements, relations avec la presse, etc.) et des supports de communication appropriés (documents administratifs, plaquettes, brochures, bulletins d'information, journal de l'INS, etc.).

C. POINTS SAILLANTS DEGAGES LORS DES DISCUSSIONS

Les communications et présentations ont fait l'objet de discussions très enrichissantes qui ont permis de dégager les points saillants suivants :

Les rôles de la diffusion et de la communication dans un INS

1. Les participants ont reconnu l'importance de la diffusion et de la communication pour un INS. Les insuffisances de ces deux fonctions relevées auprès des INS des Etats membres d'AFRISTAT, justifient l'organisation et la tenue de cet atelier.
2. La diffusion et la communication reflètent l'image des INS. La mission d'un INS est de fournir aux autorités nationales et aux autres utilisateurs un service d'information statistique de qualité.
3. Dans tout projet statistique, la diffusion et la communication sont prises en compte au même titre que la collecte des données, le traitement et l'analyse. Leur financement doit être prévu.

Les exigences d'une bonne diffusion

4. La diffusion doit être adaptée aux besoins des utilisateurs qui sont du reste mouvants. Les INS doivent donc, en matière de diffusion, développer une approche tournée vers l'utilisateur : la culture de service doit être privilégiée par rapport à l'optique de producteurs.
5. En amont d'une bonne diffusion, une attention particulière doit être accordée à l'amélioration des produits et des services offerts. L'amélioration de la qualité passe par l'adhésion de l'INS à de nouveaux principes de travail de nature à développer l'appareil de production tout en donnant satisfaction aux utilisateurs (cf. Principes fondamentaux de la Statistique officielle des Nations unies et SGDD du FMI).
6. Le message à faire passer doit être clair, simple, précis et court.
7. Les supports de diffusion doivent être adaptés aux besoins des utilisateurs : privilégier de plus en plus l'électronique par rapport au papier.
8. L'annonce préalable d'un calendrier de mise à disposition des produits et services statistiques est essentielle pour une bonne diffusion. Même si l'Etat est le principal client des INS, il existe une demande résiduelle à satisfaire.
9. Même si les autorités hiérarchiques ont droit à la primeur de l'information, la diffusion de celle-ci doit revêtir un caractère indépendant.

Autres considérations sur la diffusion

10. Sous certaines conditions que les INS peuvent définir, les **données de base**² (apurées et prêtes à la tabulation) peuvent faire l'objet de diffusion auprès des utilisateurs spécialistes sur des supports électroniques (CD-ROM par exemple). Au moment de leur élaboration, les INS ont intérêt à associer ces utilisateurs potentiels (instituts de recherche, universitaires, etc.).
11. La politique tarifaire des produits et des services offerts ne doit pas viser nécessairement le recouvrement des charges engagées à la production. Elle doit être incitative pour les utilisateurs.
12. La mise en œuvre du SGDD, comme cadre de développement statistique, pose une fois de plus avec acuité le problème de **coordination statistique**. Il existe aujourd'hui beaucoup de cadres de références que les INS doivent s'approprier. La pertinence de la question implique la mise en place ou la dynamisation des procédures de coordination nationale en matière statistique. En

² A ne pas confondre avec les données brutes dans lesquelles on peut identifier aisément des informations individuelles.

accord avec les INS et le FMI, AFRISTAT est disposé à apporter son appui pour l'élaboration des métadonnées.

Les exigences d'une bonne communication

13. La communication commence à l'intérieur et se répand au dehors.
14. Une bonne communication obéit à un plan établi en fonction des produits et services et des cibles.
15. En même temps qu'elles sont un moyen de coordination, les réunions internes (coordination, etc.) constituent un puissant moyen de communication interne.
16. L'organisation des ateliers, conférences, colloques, etc. sont autant d'occasions pour mieux faire connaître l'INS et ses produits et services.
17. Les INS doivent entretenir de bonnes relations avec la presse.
18. Afin d'éviter la déformation des messages à transmettre, les INS pourraient organiser des ateliers de formation des journalistes à l'approche statistique. De même, des statisticiens pourraient s'initier aux techniques de communication.
19. Dans la mesure du possible, l'institution d'un bulletin de liaison au sein d'un INS est un outil qui peut favoriser la communication interne. Mais, il doit être régulier et de lecture facile.

Autres considérations sur la communication

20. Le personnel des INS africains est très homogène (statisticiens); aujourd'hui, l'expérience d'autres INS montre qu'il est possible de le diversifier (juristes, communicateurs, sociologues, etc.).
21. La généralisation de la rédaction et de la circulation des rapports d'activités et de mission et comptes rendus de réunion favorise la communication interne.
22. La Journée africaine de la Statistique est une occasion pour les INS de faire connaître le rôle de la Statistique. Elle doit donc être préparée avec beaucoup de minutie. Le Secrétariat exécutif de la Commission économique des Nations unies pour l'Afrique est invité à appuyer les Etats, notamment en leur communiquant le thème central de la Journée dans les meilleurs délais.

D. TRAVAUX DE GROUPE, RECOMMANDATIONS ET ELEMENTS DE STRATEGIE (ACTIONS)

Les travaux de groupe ont été précédés par une brève présentation, par M. M. Balépa, de la situation et des perspectives des INS dans les domaines de la diffusion et de la communication. D'une manière générale, des insuffisances ont été relevées pour la plupart des INS dans la conduite de ces deux activités.

Les participants, répartis en quatre groupes ont eu à travailler sur les deux questions suivantes :

(a) Quel plan d'action pour améliorer l'efficacité de la diffusion de l'information statistique ?

(b) Comment améliorer l'efficacité de la communication interne et externe de l'INS ?

Au regard de la situation des INS en matière de diffusion et de communication et à partir des éléments de réponse apportés à ces deux questions, les participants ont formulé des recommandations et dégagé un certain nombre d'actions pouvant constituer les éléments de stratégie d'un plan de diffusion et de communication d'un INS.

RECOMMANDATIONS

Sur le plan général

1. Les participants reconnaissent l'importance des fonctions *diffusion* et *communication* pour un INS. Ils recommandent aux INS des Etats membres d'AFRISTAT de bâtir des plans d'ensemble de diffusion et de communication qui tiennent compte des relations entre producteurs et utilisateurs de l'information statistique et des priorités en fonction des moyens à mettre en œuvre.
2. Compte tenu de l'existence de plusieurs cadres de référence pour le développement de la statistique et de la nécessité d'impliquer les acteurs nationaux et les partenaires au développement, les participants recommandent la mise en place ou la dynamisation des organes nationaux de coordination statistique qui prendront également en charge les questions de diffusion et de communication de l'information statistique. Par la même occasion, ils invitent les INS des Etats qui n'ont pas encore adhéré au SGDD à encourager leurs gouvernements respectifs à le faire pour promouvoir la statistique dans leurs Etats respectifs.
3. Dans le cadre de l'adoption ou de la mise en œuvre d'une procédure de révision de la loi organique des activités statistiques, les participants recommandent la prise en compte des fonctions diffusion et communication d'un INS dans les dispositions de cette loi. D'ores et déjà, ils invitent les INS, dans le cadre des mécanismes qui leur sont propres, à créer et à mettre en

œuvre une cellule chargée des questions de diffusion et de communication. Cette cellule, dotée d'attributions précises et claires, sera placée sous la responsabilité d'un cadre d'un niveau hiérarchique suffisamment élevé pour la conduite de ces activités.

Sur la diffusion

Sur la diffusion, les participants recommandent aux INS :

4. De conduire une enquête de marché pour mieux connaître les besoins des utilisateurs. AFRISTAT est invité à apporter l'appui méthodologique nécessaire à la conduite d'une telle opération.
5. De développer un service d'information relative au produit statistique.
6. De privilégier les services par rapport aux produits.
7. De diversifier les canaux et supports de diffusion.
8. D'élaborer et d'annoncer préalablement le calendrier de mise des produits et services statistiques à la disposition des utilisateurs.
9. De créer ou de renforcer des échanges de publications entre les INS des Etats membres d'AFRISTAT d'une part, et d'autre part entre les INS et la Direction Générale d'AFRISTAT.

Sur la communication

10. Les participants reconnaissent l'importance de la communication pour un INS. Ils encouragent les INS à s'engager à élaborer et mettre en œuvre un plan de communication ainsi qu'à à mettre en place un programme de financement des actions de communication et de formation en la matière.
11. En particulier, ils préconisent l'organisation, au bénéfice des cadres, d'ateliers axés sur le développement des aptitudes et des capacités nécessaires à la gestion des hommes (techniques de négociation, gestion de conflits, conduite de réunions, etc.). A cet effet, ils invitent la Direction Générale d'AFRISTAT à organiser, à l'intention des Directeurs des INS, une journée de réflexion sur l'un de ces thèmes en marge d'une prochaine réunion du Comité de direction d'AFRISTAT.
12. Dans le même ordre d'idées, ils encouragent les INS à identifier et à former les hommes de médias en vue de créer un réseau de correspondants.
13. Ils recommandent l'établissement des liens de collaboration entre les professionnels de la communication et les responsables des INS.

14. Ils préconisent un réel effort de changement des attitudes des INS vis-à-vis de la communication (plus d'ouverture, de clarté dans le message, recherche systématique de feed-back, etc.).

ACTIONS

Les actions ci-après ont été préconisées pour bâtir des stratégies de diffusion et de communication :

Sur la diffusion

1. Créer des bases de données et des réseaux locaux.
2. Etudier et éditer des publications synthétiques et périodiques (4 pages) disponibles simultanément sur papier, télécopie et Internet.
3. Elaborer et publier un calendrier de diffusion des produits et services.
4. Restructurer et moderniser le système d'archivage.
5. Organiser des lieux d'accueil adaptés au public.
6. Suivre les relations avec la clientèle et créer un guichet de consultations.
7. Mettre en place un dispositif de suivi des consultations des données statistiques (par catégorie de client, type de données, etc.).
8. Mettre en place un fichier individuel d'utilisateurs et créer un fichier contenant les coordonnées et les centres d'intérêt des utilisateurs.
9. Se doter d'un logo et créer des signes distinctifs pour chaque catégorie de produits.
10. Présenter un exposé sur la prise en compte de la fonction diffusion au sein de l'INS.

Sur la communication

11. Systématiser les réunions de coordination au sein des INS et à tous les niveaux significatifs.
12. Editer un bulletin pour assurer une meilleure communication interne.
13. Créer au sein de l'INS un cadre de dialogue et de discussion des problèmes sociaux des agents.

14. Systématiser la rédaction des notes thématiques et méthodologiques, des programmes de travail, des rapports d'activités, de missions et de toutes rencontres interne et extérieure où l'INS est représenté et les faire circuler pour information du personnel compétent.
15. Mettre en place un tableau d'affichage pour annonces, notes de services, etc.
16. Organiser les relations avec la presse.
17. Doter la cellule de communication de personnel qualifié.
18. Recourir à des services professionnels pour la rédaction des communiqués de presse.
19. Créer des signes distinctifs et indicatifs INS (Logo, enseigne, panneaux).
20. Elaborer une plaquette de présentation de l'INS.
21. Elaborer ou mettre à jour le catalogue des publications et des services disponibles et les tarifs correspondants

CONCLUSION

Au cours des trois jours de travaux, les participants ont eu à discuter de thèmes nouveaux. Bien que les concepts *diffusion* et *communication* leur soient familiers, ces deux activités ne font pas généralement l'objet d'une grande préoccupation dans les programmes de travail des INS (cf. notes des INS sur la situation et les perspectives dans le domaine de la diffusion et de la communication).

Au terme de l'atelier, l'intérêt manifesté par les participants au cours des discussions et les opinions exprimées (cf. annexe 3) montrent que les objectifs de l'atelier ont été atteints. Les responsables des INS sont sensibilisés sur l'importance de ces deux fonctions pour leurs institutions. En effet, les responsables des INS sont conscients de l'importance de la production statistique mais surtout de la nécessité de mettre une information statistique de qualité à la disposition des utilisateurs selon leurs besoins.

Des recommandations ont été formulées et des actions identifiées pour mettre en place des stratégies adaptées à chaque INS. AFRISTAT et les autres partenaires ont été invités à appuyer les INS pour mettre en pratique les suggestions dégagées et contribuer ainsi au développement de la statistique dans ces pays. Il reste aux différents participants de réunir les conditions de mise en application de ces recommandations.

ANNEXES

Annexe 1 : Discours d'ouverture de Monsieur Nouhoum Sankaré, Secrétaire Général du Ministère de l'Economie, du Plan et de l'Intégration du Mali
Bamako, le 17 mai 1999

**Monsieur l'Ambassadeur, Délégué de l'Union européenne,
Monsieur le représentant du chef de la Mission française de coopération et d'action culturelle,
Monsieur le Directeur Général d'AFRISTAT,
Mesdames et Messieurs les Directeurs des Instituts nationaux de statistique,
Mesdames, Messieurs,**

C'est avec un plaisir renouvelé que je vais présider ce matin, au nom de Monsieur le Ministre de l'Economie, du Plan et de l'Intégration empêché, la cérémonie d'ouverture de l'atelier sur les stratégies de diffusion et de communication d'un institut national de statistique. Je voudrais, en cette occasion, souhaiter à l'ensemble des délégations ici présentes, la bienvenue dans cette belle salle de l'hôtel Mandé et un agréable séjour à Bamako. Je salue tout particulièrement la présence de Mme Awa Thiongane, Conseiller régional en matière d'organisation des systèmes statistiques de la Commission économique des Nations unies pour l'Afrique (CEA) et de Messieurs Laurent Probst et José Pessanha de l'Office statistique des Communautés européennes (EUROSTAT), qui ont bien voulu accepter de rester pendant quelques jours parmi nous pour animer les travaux de cet atelier. Qu'ils en soient vivement remerciés !

Mesdames, Messieurs,

En organisant cette rencontre, la Direction Générale d'AFRISTAT répond à une obligation contractuelle inscrite au Projet d'appui du Fonds européen de développement à AFRISTAT.

Au nom des Etats membres de notre institution, je voudrais profiter de cette tribune pour exprimer, une fois de plus, ma reconnaissance à l'Union européenne ainsi qu'à tous les partenaires techniques et financiers pour les encouragements et le soutien qu'ils apportent à AFRISTAT. Grâce notamment à ces encouragements et à ce soutien, AFRISTAT a su, en quelques années d'activités, s'imposer comme un outil qui contribue d'une manière efficace à la réalisation de politiques sous-régionales et régionales d'intégration économique et sociale de nos Etats.

Mesdames, Messieurs les participants,

L'objectif visé par la Direction Générale d'AFRISTAT au cours de ces journées de réflexion, est de sensibiliser les responsables des instituts nationaux de statistique sur l'importance et la nécessité de la mise à la disposition des utilisateurs des données statistiques qu'ils produisent. Cet objectif répond à la fois à un besoin et à un devoir.

Besoin pour les décideurs, les partenaires au développement et les utilisateurs de tous ordres, de disposer de l'information, la bonne information, celle-là même qui constitue aujourd'hui la clé de voûte de toutes les actions entreprises, en ce sens qu'elle seule permet, tant à l'individu qu'à l'entreprise ou à l'administration de cerner les problèmes et d'entrevoir les solutions.

Devoir pour nos instituts de statistique d'élaborer nos productions selon les règles de l'art, sans parti pris et de les livrer dans les délais et les normes et formes autorisant des décisions judicieuses, c'est-à-dire justes, utiles et équitables.

C'est dire toute la pertinence du thème choisi par les organisateurs du présent atelier.

Cette pertinence est d'ailleurs confirmée par la situation de la diffusion des produits des instituts nationaux de statistique, décrite en 1996 dans une étude conduite par la Direction Générale d'AFRISTAT. Cette étude a mis en lumière les difficultés et les lacunes de nos services de statistique en matière de diffusion. Il est vrai que, depuis cette étude, quelques progrès ont été enregistrés, mais ils restent encore insuffisants.

J'ose espérer que le présent atelier offrira l'occasion aux participants de prendre la juste mesure de l'importance de la fonction diffusion dans les activités d'un institut national de statistique, qu'il sera le cadre approprié pour cerner les exigences d'une bonne communication tant au sein d'un INS qu'en direction des autres utilisateurs, qu'il permettra un échange fécond sur les politiques nationales en matière de production et de diffusion et qu'en définitive, il débouchera sur des recommandations pertinentes pour l'élaboration d'une stratégie et un plan d'action.

La tâche peut sembler hardie. Mais la qualité de vos encadreurs et votre engagement habituel m'incitent à croire qu'elle est à votre portée.

En renouvelant l'engagement des autorités maliennes à apporter son appui à AFRISTAT, je souhaite plein succès à vos travaux et déclare ouvert l'atelier sur les stratégies de diffusion et de communication d'un institut national de statistique.

Je vous remercie.

Annexe 2 : Programme et calendrier des travaux de l'atelier

Lundi, 17 mai 1999

8 h 30 – 9 h 25	Mise en place des participants
9h 30 -10 h	Cérémonie d'ouverture
10 h – 10 h 30	Pause-café
10 h 30- 12 h 30	Problématique et objectifs de l'atelier [<u>Awa THIONGANE</u>]
12 h 30 – 15 h	Pause
15 h – 16 h 30	La place de la fonction <i>diffusion</i> dans les activités d'un INS [<u>PESSANHA</u>]
	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion : concept • Les utilisateurs de l'information statistique <ul style="list-style-type: none"> - Qui sont-ils ? - Quels sont leurs besoins ? - Sous quelles formes diffuser l'information statistique ? - Comment promouvoir l'information statistique ?
16 h 30 – 16 h 45	Pause-café
16 h45 – 18 h	La place de la fonction <i>diffusion</i> dans les activités d'un INS [<u>PROBST</u>]
	<ul style="list-style-type: none"> • Le contenu <ul style="list-style-type: none"> - Quels produits diffuser ? - Quels supports utiliser pour quel produit et pour quel public ?

Mardi, 18 mai 1999

8 h 30 – 10 h	Les implications du SGDD dans la diffusion de l'information statistique pour un INS (secteur réel et domaine des statistiques socio-démographiques) [<u>BALEPA/THIONGANE</u>]
10 h – 10 h 30	Pause-café
10 h 30 – 12 h 30	La fonction <i>communication</i> dans un INS Les exigences d'une bonne communication (contenu des messages, supports, lisibilité des messages, l'auditoire, etc.) [<u>Souleymane DRABO</u>]
12 h 30 – 15 h	Pause
15 h – 16 h 30	La fonction <i>communication</i> dans un INS [<u>THIONGANE</u>] La communication interne au sein d'un INS (supports, etc.) La communication externe d'un INS
16 h30 – 16 h 45	Pause-café
16 h 45 – 18 h	Les expériences nationales en matière de publication et de diffusion [<u>BALEPA</u>]

Mercredi, 19 mai 1999

8 h 30 – 12 h 30	Groupes de travail [<u>Tous les intervenants</u>]
13 h 30 – 14 h	Pause
14 h – 15 h 30	Recommandations pour l'élaboration d'une stratégie en matière de diffusion et de communication et établissement d'un plan d'action et clôture. [<u>Tous les intervenants</u>]

Annexe 3 Rapport d'évaluation

A la fin des travaux, les opinions des participants ont été recueillies sur le degré de satisfaction qu'ils tirent de l'atelier, sur leurs attentes et sur le suivi des propositions de l'atelier. Ils ont également formulé des recommandations³ quant à l'avenir.

D'une manière générale, les participants ont été satisfaits des travaux de l'atelier⁴.

L'exploitation des questionnaires a permis de faire le constat suivant :

S'agissant des attentes, ils souhaitent au cours de cet atelier :

- Connaître les bonnes pratiques en matière de diffusion et de communication pour arriver à des propositions concrètes d'amélioration de la situation de la diffusion et de la communication dans un INS ;
- Avoir la possibilité de comparer les situations en matière de diffusion dans les différents pays ;
- Définir un guide de bonne conduite en matière de communication ;
- Adopter un plan d'action pour la diffusion et la communication ;
- Avoir des éléments pour mener la réflexion sur la diffusion et la communication au niveau national afin d'élaborer une stratégie de diffusion et de communication pour un INS ;
- Recueillir les informations sur la proposition d'AFRISTAT de mise en place du Programme statistique minimum commun (PROSMIC) dans les Etats membres d'AFRISTAT à partir de janvier 2000 ;
- Voir présenter un schéma théorique de stratégie de diffusion et de communication d'un INS ;
- Examiner ou appliquer un tel schéma à une organisation différente d'un INS ;
- Etudier le cas d'un INS précis avec :
 - bilan diagnostic de l'existant ;
 - proposition des outils d'amélioration ;
 - méthodes/critères d'évaluation de la nécessité des actions engagées dans le domaine ;
- Disposer d'une approche méthodologique pour mettre en place ou améliorer la diffusion et la communication au sein d'un INS (étapes séquentielles) ;
- Avoir une documentation suffisante sur la politique de diffusion et de communication d'un INS ;
- Savoir organiser un service de diffusion ;
- Faire connaître un INS à partir de sa fonction de diffusion ;
- Savoir diffuser l'information statistique.

Ce qui a le plus intéressé les participants

- La publication d'un « 4 pages » ;
- La place que doit occuper un département de la diffusion au sein d'un INS ;
- Les pratiques et méthodes d'EUROSTAT en matière de diffusion et communication ;
- La diffusion électronique : site Web, bases de données ;
- Les stratégies de communication interne et externe ;
- L'échange des expériences entre les INS et les discussions entre les différents participants ;
- Le haut niveau des animateurs ;
- Tous les thèmes abordés ;
- Le point sur les erreurs couramment commises par les INS dans les actions de diffusion et de communication ;
- Les recommandations des Etats ;
- L'atelier a réussi à montrer l'importance de la diffusion dans la promotion de la science statistique ;
- Les travaux en groupes qui ont été un grand moment de partage d'expériences ;

³ Certaines propositions ont été réécrites pour éviter des redites.

⁴ Sur 13 participants ayant répondu au questionnaire d'évaluation 11 ont été satisfaits et 2 moyennement satisfaits.

- Les exposés sur les expériences, comme celui de M. Souleymane Drabo ;
- La définition de concepts de diffusion et communication ;
- La proposition de création d'un service de diffusion avec un rang hiérarchique suffisamment élevé ;
- Les supports de la diffusion et les nouvelles techniques ;
- Les techniques de la communication ;
- L'approche de la communication sous l'angle de marketing des produits statistiques ;
- Aspects organisationnels d'un dispositif de diffusion ;
- Avantages offerts à un INS par une bonne politique de diffusion ;
- Les contraintes de la mise en place d'une politique de communication dans un INS ;
- Les développements faits par les présentateurs sur la communication interne et surtout externe.
- Les informations en marge du séminaire sur les appuis éventuels que la CEA peut apporter à nos instituts ;
- La référence à la qualité des ressources affectées à la diffusion (spécialisation) ;
- L'exemple d'organisation d'un service de diffusion et de communication à EUROSTAT ;
- La qualité des exposés ;
- L'expérience de la Côte d'Ivoire.

Ce qui a le moins intéressé les participants :

- La salle de réunion (mal climatisée) ;
- De ne pas avoir approfondi le point sur la manière d'organiser un INS en fonction d'une politique de diffusion et d'un politique de communication ;
- Les relations entre production et diffusion dans les INS sont restées sommaires ;
- Les expériences des pays n'étaient pas assez développées ;
- Le manque de référence aux INS des Etats d'Afrique centrale membres d'AFRISTAT ;
- Les redites.

Ce que proposent les participants pour un suivi de l'atelier

- Organiser un atelier de suivi et d'évaluation de la mise en œuvre des recommandations du séminaire ;
- Entretenir (AFRISTAT) un contact permanent avec les INS pour suivre l'application des connaissances acquises ;
- Elaborer une synthèse des actions et des recommandations proposées par les groupes de travail et présentation de cette synthèse à une prochaine réunion du Comité de direction ;
- Organiser périodiquement (tous les 3 et 5 ans) de tels séminaires ou ateliers pour faire le point sur la question ;
- Définir les objectifs de la politique de diffusion et de communication en fonction des particularités de chaque pays ;
- Poursuivre la réflexion sur la diffusion et la communication dans les pays ;
- Mettre en place des structures de diffusion et de communication ;
- Inclure des cours et séminaires sur la diffusion et la communication dans les programmes de formation des centres de formation statistique des pays en développement ;
- Faire une enquête d'évaluation de la publication dans les INS afin de déceler les facteurs de blocage et proposer des correctifs ;
- Inscire en marge des autres ateliers qu'AFRISTAT organisera ultérieurement et en divers, le point sur la conduite du processus de mise en place d'une nouvelle politique de diffusion et de communication dans les pays membres d'AFRISTAT ;
- Instituer des rencontres périodiques au sein des INS pour améliorer la communication interne ;
- Etablir une liaison avec la presse officielle et la presse privée ;
- Envisager des rencontres entre responsables de diffusion et de communication des INS pour échanges d'expériences ;

- Une mission de la CEA dans les INS afin de mieux faire comprendre l'importance et la nécessité d'une bonne diffusion et d'une bonne communication. En somme mieux faire comprendre la formule 80% de diffusion / communication et 20% de production statistique ;
- Instituer un atelier annuel sur les aspects de diffusion, communication, marketing.

Recommandations

Les participants ont formulé les recommandations suivantes :

- Organiser un atelier sur la qualité et la dimension sociologique du management ;
- Multiplier ce genre de rencontre ;
- Organiser un atelier sur la gestion d'un INS⁵ ;
- Créer un réseau d'échange de publications entre les Etats membres d'AFRISTAT ;
- Proposer (AFRISTAT) un cadre de référence pour l'élaboration des politiques de diffusion et de communication ;
- Organiser d'autres réunions d'évaluation de ces politiques ;
- Organiser un séminaire similaire pour les agents s'occupant de la diffusion dans les pays ;
- Améliorer (AFRISTAT) la situation en matière de diffusion et de communication, notamment par un appui pour mettre les données des INS sous forme de bases des données, une accélération de la mise en place des outils de normalisation dont l'absence freine parfois la communication ;
- Assurer le rôle de suivi de la mise en œuvre des recommandations de l'atelier ;
- Rechercher des voies et moyens nécessaires à la mise en place d'un programme de formation en communication à l'intention des responsables de la diffusion et de la communication ;
- Assurer un suivi individuel des INS (AFRISTAT) pour l'amélioration de la situation de la diffusion et de la communication ;
- Auditer de manière approfondie (AFRISTAT) la situation dans chaque INS ;
- Proposer (AFRISTAT), à la lumière des discussions de l'atelier, un cadre de référence pour les politiques de diffusion et de communication ;
- Initier une «étude de cas» lors des futurs ateliers ;
- Mettre en place un bulletin de liaison des INS ;
- Mettre en place l'association africaine des statisticiens⁶ ;
- Harmoniser le statut du statisticien.

⁵ Un tel atelier regroupant les INS des Etats membres d'AFRISTAT a eu lieu en mai 1998 à Bamako.

⁶ Elle existe déjà.

Annexe 4 : Liste des participants

Nom et Prénom	Pays ou Institution	Fonction	Adresse	Téléphone / Fax / E-mail
Henri C. CASSEHOUI	BENIN	Directeur Général Adjoint de l'Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique (INSAE)	B.P. 323 COTONOU	tél. : (229) 31 34 31 Fax : (229) 31 34 31 E-mail : insae-ci@planben.intnet.bj
Maxime BONKOUNGOU	BURKINA FASO	Directeur des Etudes Economiques, Institut National de la Statistique et de la Démographie (INSD)	01 B.P. 374 OUAGADOUGOU 01	tél. : (226) 32 42 69 Fax : (226) 32 42 69 Email : insd@cenatrin.bf
Apollinaire KINGNE	CAMEROUN	Sous-Directeur des Etudes et de la Normalisation Statistique à Direction de la Statistique et de la Comptabilité Nationale (DSCN)	B.P. 660 YAOUNDE	tél. : (237) 22 04 45 Fax : (237) 23 24 37 Email :
PADOUNDI-YADJOUA Dieudonné	CENTRAFRIQUE	Chargé de mission à la Division des Statistiques et des Etudes Economiques (DSEE)	B.P. 696 BANGUI	tél. : (236) 61 72 61 / 61 45 74 Fax : (236) 61 03 90 Email :
Nailane MHADJI	COMORES	Directeur Général de la Statistique	B.P. 131 MORONI	tél. : (269) 74 42 34 Fax : (269) Email : Nailane@zdnetmail.com
Dorothee OUISSIKA (Mme)	CONGO	Directrice Générale du Centre National de la Statistique et des Etudes Economiques (CNSEE)	B.P.2031 BRAZZAVILLE	tél. : (242) 81 59 09 Fax : (242) 81 41 45 Email
Alassane SOGODOGO	COTE D'IVOIRE	Directeur des Statistiques Economiques - Institut National de la Statistique (INS)	01 B.P. V55 ABIDJAN 01	tél. : (225) 21 05 38 Fax : (225) 21 44 01 Email :
Jean Nestor NGUEMA	GABON	Directeur des Etudes, de la Coordination et de l'information, Direction Générale de la Statistique et des Etudes Economiques (DGSEE)	B.P. 2119 LIBREVILLE	tél. : (241) 76 06 71 Fax : (241) 72 04 57 E-mail : plandgsee@internetgabon.com
Carlos MEMDES DA COSTA	GUINEE BISSAU	Responsable des Comptes Nationaux à l'Institut National de la Statistique et des Recensements (INEC)	C.P. 6 BISSAU	tél. : (245) 22 20 54 Fax : (245) 22 21 22 Email
Julio MEMBA MANGA	GUINEE EQUATORIALE	Direction Générale des Statistiques	A.C. 607 MALABO	tél. : (240) 9 2884 Fax : (240) 9 29 35
Seydou Moussa TRAORE	MALI	Directeur National Adjoint de la Statistique et de l'Informatique (DNSI)	B.P. 12 BAMAKO	tél. : (223) 22 24 55 Fax : (223) 22 71 45

Nom et Prénom	Pays ou Institution	Fonction	Adresse	Téléphone / Fax / E-mail
Sidna Ould N'DAH	MAURITANIE	Directeur Général de l'Office National de la Statistique (ONS)	B.P. 240 NOUAKCHOTT	tél. : (222) 25 50 31 Fax : (222) 25 51 70 Email : dq-ons@iiaridd.mr
Adamou BOUZOU	NIGER	Directeur de la Statistique et des Comptes Nationaux	B.P. 862 NIAMEY	tél. : (227) 72 35 60 Fax : (227) 72 22 89
Ibrahima SARR	SENEGAL	Conseiller Technique du Directeur –Direction de la Prévision et de la Statistique (DPS)	B.P. 116, DAKAR	Tel. (221) 824 03 01 / 824 68 53 Fax (221) 825 07 43 Email : asdily@telecom-plus.sn
Gomdigue GOGNIN	TCHAD	Directeur de la Statistique, des Etudes Economiques et de la Démographie (DSEED)	B.P. 453 N'DJAMENA	tél. : (235) 51 45 49 / 52 31 64 Fax : (235) 51 51 85 Email :
Nouridine BOURAIMA	TOGO	Directeur de la Statistique (DS)	B.P. 118 LOME	tél. : (228) 21 27 75 Fax : (228) 21 37 53 Email : Edst2@cafe.tg

Nom et Prénom	Pays ou Institution	Fonction	Adresse	Téléphone / Fax / E-mail
Koffi N'GUESSAN	ENSEA	Directeur Général	08 B.P. 03 – ABIDJAN	Tél. (225) 44 08 42 Fax (225) 44 39 88 Email : nquessan@ensea.ed.ci
DOSSA Kodzo Mawuna	BCEAO	Adjoint au Directeur de la Recherche et de la Statistique	Avenue Abdoulaye Fadiga B.P. 3108 DAKAR (Sénégal)	tél. : (221) 839 05 00 Fax : (221) 823 93 35 Email : kdossabceao.int
NDEFO	CEMAC	Expert Principal du Département de la Recherche, des Statistiques et de la Prospective	B.P. 969 Bangui	Tel (236) 61 13 59 Fax (236) 61 21 35 Email : Squdeac@intnet.cf
Xavier CHAROY	INSEE	Chargé de Mission auprès du chef du Département des Relations Internationales et de la Coopération	18 Boulevard A. Pinard 75675 PARIS Cedex 14	tél. : (33) 1 41 17 52 50 Fax : (33) 1 41 17 66 44 Email : xavier.charoy@insee.fr
Christian GIRIER	Ministère des Affaires Etrangères France	Chargé de mission au Département des Appuis Economiques et Financiers	Ministère des Affaires Etrangères (Coopération et Francophonie) 20, rue Monsieur 75700 PARIS	tél. : (33) 1 53 69 42 60 Fax : (33) 1 53 69 43 85 E-mail : christian.girier@diplomatie.fr
Awa THIONGANE (Mme)	CEA	Conseiller Régional en organisation des systèmes statistiques	P.O. Box 3001 ADDIS ABEBA (Ethiopie)	tél. : (2511) 51 72 00 Fax : (2511) 51 44 18 Email : thiongane@un.org
Laurent PROBST	EUROSTAT		EUROSTAT – Bâtiment Jean Monnet rue Alcide De Gasperi Luxembourg - Kirchberg L-2920 LUXEMBOURG	Tel. (352) 4301 33 556 Fax (352) 4301 32 769 Email : Laurent.probst@eurostat.cec.be
José PESSANHA	EUROSTAT		EUROSTAT - Bâtiment Jean Monnet rue Alcide De Gasperi Luxembourg - Kirchberg L-2920 LUXEMBOURG	Tel. (352) 4301 33 556 Fax (352) 4301 32 769 Email : Jose.pessanha@eurostat.cec.be
Lamine DIOP	AFRISTAT	Directeur Général	AFRISTAT - B.P. E 1600, BAMAKO MALI	Tel. (223) 21 55 00 ; 21 55 80 Fax (223) 21 11 40 Email afristat@malinet.ml
Martin BALEPA	AFRISTAT	Directeur Général Adjoint	AFRISTAT - B.P. E 1600, BAMAKO MALI	Tel. (223) 21 55 00 ; 21 55 80 Fax (223) 21 11 40 Email afristat@malinet.ml