



## **INSTITUT HAÏTIEN DE STATISTIQUE ET D'INFORMATIQUE**

### **V<sup>e</sup> RECENSEMENT DE LA POPULATION ET DE L'HABITAT**

#### **TERMES DE RÉFÉRENCE**

#### **Firme de Sensibilisation et de Communication**

#### **I- CONTEXTE**

L'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique poursuit résolument les travaux techniques préparatoires à la réalisation du projet du V<sup>e</sup> Recensement Général de la Population et de l'Habitat (V<sup>e</sup> RGPH). Plus d'une décennie après le recensement de 2003, et en absence de réalisation d'opération intercensitaire et de données administratives d'état civil exhaustives et de qualité, les statistiques démographiques existantes se révèlent plutôt vieilles. Les données utilisées jusqu'à présent, issues des projections, ne reflètent plus la réalité socio démographique du pays. Ce V<sup>e</sup> Recensement aura donc pour vertu de mettre à la disposition des pouvoirs publics et d'autres acteurs impliqués dans des activités de développement économique et social du pays, des statistiques de base sur la population résidante et sur l'habitat. Ces informations qui couvriront, entre autres, les caractéristiques de la population, les mutations sociales et géographiques, le nombre et la typologie des bâtiments faciliteront la conception et la mise en œuvre des politiques publiques de développement et contribueront au suivi des Objectifs de Développement Durable (ODD).

Il s'agit d'un recensement de droit avec une innovation majeure, l'utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). En effet, le dénombrement sera réalisé à l'aide des équipements et des matériels électroniques qui, munis d'applications

informatiques, faciliteront la gestion intégrée des opérations de terrain, du personnel et de la logistique. Cette nouvelle approche que beaucoup d'autres pays ont déjà expérimentée, notamment en Amérique latine et en Afrique, offre l'avantage de réduire considérablement le délai de publication des résultats, de garantir une meilleure qualité des données collectées et d'éliminer dans le processus une étape longue, complexe et coûteuse, celle consistant en la saisie des données.

La conception, l'organisation et la mise en œuvre d'une telle opération vont mobiliser d'importantes ressources humaines, matérielles et financières et donneront lieu à l'installation d'une infrastructure informatique très sophistiquée.

Pour garantir le plein succès du Ve Recensement Général de la Population et de l'Habitat (Ve RGPH), il importe que la population toute entière, dans toutes ses composantes, soit bien imbue du processus pour apporter toute sa collaboration. De ce fait, l'IHSI devra disposer les services d'une firme spécialisée en matière de sensibilisation et de communication.

## **II-OBJECTIFS**

### **1- Objectif Principal**

L'objectif principal de l'IHSI est de mettre en place un système de Communication articulé autour de trois axes :

i- Communication externe.

- a. Obtenir la collaboration pleine et entière de la population, constituant l'ensemble des répondants, par une campagne de sensibilisation riche et diversifiée;
- b. Informer le grand public, les autorités nationales et locales, la société civile et les utilisateurs de statistiques sur les méthodes, les choix stratégiques, le déroulement du recensement et sur l'utilité des données statistiques, à travers une campagne de communication sur toute la durée de l'opération censitaire.
- c. Promouvoir la construction d'une culture statistique auprès du grand public et des utilisateurs publics ou privés en la présentant en tant que domaine du savoir et intersection avec d'autres espaces d'élaboration des connaissances.

ii- Communication de concertation

- a. obtenir, maintenir et dynamiser la collaboration entre l'IHSI, les institutions publiques ou privées, les organisations de la société civile pour l'organisation et la facilitation des activités du recensement.

iii- Communication interne.

- a. s'assurer que le personnel de l'IHSI (aussi bien que celui engagé formellement dans le RGPH que celui impliqué dans les activités courantes de l'IHSI, tant au bureau central que dans les représentations départementales), dispose et s'approprie des informations-clés sur le Ve RGPH,
- b. Assurer la motivation et l'émulation du personnel de l'IHSI autour du Ve RGPH.

**2.- APPUI TECHNIQUE :**

La conceptualisation de ce système de communication requiert un appui technique pour :

- a. La révision de la stratégie de communication selon les trois axes décrits (communication externe, de concertation et de communication interne). Cette stratégie devra inclure les principaux messages à faire passer en fonction des publics cibles ;
- b. L'élaboration et la finalisation du Plan de communication, incluant la révision du plan de sensibilisation disponible ;
- c. L'élaboration d'un système de suivi - évaluation des activités de la communication (instruments et modèle organisationnel) ;
- d. La réalisation de la sensibilisation du recensement pilote, y compris de l'enquête post censitaire Pilote;
- e. L'actualisation de la stratégie et du plan de communication en fonction des leçons tirées du Recensement pilote.

Ainsi, pour les phases de préparation et de mise en œuvre du plan de communication, l'IHSI a jugé nécessaire de recruter, une Firme de consultation en communication pour effectuer la conceptualisation et l'élaboration d'un Plan rigoureux de sensibilisation de masse, incluant des actions, des instruments, un chronogramme d'activités et un budget détaillé pour la mise en œuvre de la Campagne de sensibilisation et le suivi systématique des activités de communication.

### **3.- TACHES DE LA FIRME CONSULTANTE**

Conformément aux objectifs de l'IHSI et de l'opération censitaire, la Firme Consultante en communication devra réaliser les activités suivantes :

- Donner son avis sur le document de « Stratégie de Communication » préparé par l'IHSI,
- Préparer à la lumière du document de « Stratégie de Communication », un « Plan opérationnel de sensibilisation de la population et des instances de décision ».
- Concevoir des outils d'information visant la presse et le grand public et préparer tous les spécimens des supports publicitaires (CD ou DVD, vidéo, encarts, dépliants etc.)
- Mettre en œuvre le plan adopté par l'IHSI
- Appuyer l'IHSI dans l'élaboration du site WEB du recensement notamment en ce qui a trait au contenu des messages
- Faire le suivi de la mise en œuvre des activités de vulgarisation, conformément au Plan de Communication
- Préparer une programmation budgétaire systématique et réaliste pour la sensibilisation
- Rédiger des rapports de suivi et d'évaluation à toutes les étapes clés du processus du recensement Pilote
- Rédiger le rapport final de la sensibilisation du recensement Pilote,
- Elaborer et mettre en œuvre le plan de sensibilisation et de communication pour le recensement pilote, ainsi que celui post censitaire pilote,
- Porter, à la lumière des leçons tirées du recensement pilote, les corrections nécessaires à la stratégie, au plan, aux documents techniques et autres outils de sensibilisation et de communication.

### **III- RESULTATS ATTENDUS.**

Les résultats attendus de la consultation sont :

- Commentaires sur la Stratégie de communication ;
- Plan opérationnel de sensibilisation ;
- Prototypes des supports publicitaires ;
- Communiqués de presse à diffuser,
- Conférences de presse et entrevues à organiser ;
- Contenu du site WEB finalisé et validé
- Rapports de suivi et d'évaluation de la campagne de sensibilisation ;
- Rapports sur les rencontres et présentations,
- Rapport final et recommandations ;

### **V- DUREE ET SUPERVISION**

La consultation s'étalera sur quatre (4) mois :

- Les quatre (4) mois serviront à la revue de la stratégie, l'élaboration du plan de sensibilisation et de communication qui seront testés dans la réalisation du Recensement Pilote, Post-Censitaire Pilote et à porter les corrections ou mises à jour nécessaires, le cas échéant ;
- Les quatre (4) autres mois pour la réalisation du Recensement Général, Post-Censitaire Général et la publication des résultats.

La supervision de la consultation sera assurée par la Direction Générale via la Direction du projet. Les travaux sur l'élaboration des documents et la mise en œuvre des activités de communication et de sensibilisation seront réalisés en parfaite concertation avec la Cellule de Communication.

## VI.- Calendrier d'activités/produits

NO	Activités/ Produits	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4
1	Chronogramme détaillé relevant toutes les activités de sensibilisation et de publicité et budget détaillé des activités incluant le proforma				
2	Plan de communication disponible et validé par le CATP				
3	Calendrier des activités prévues à partir de Février 2018				
4	Spécimen des supports publicitaires, de communiqués de presse diffusés, Conférences de presses et entrevue				
5	Rencontre avec les organisations à caractère social, professionnel, les organisations de la société civile, les Associations patronales et syndicales, les Associations religieuses, les Universités, etc.				
6	System de suivi des activités (Stratégies, procédures et instruments informatiques				
7	Campagne de sensibilisation et rapports de suivi de la campagne				
8	Rapport d'évaluation de la campagne				