

Campagne Souveraineté Alimentaire

Point sur les préparatifs Et Agenda de lancement de la campagne

1. Etat d'avancement des études

- a. **Etudes sur les filières** : les études sur quatre filières sont terminées (Riz, maïs, oignon, lait). Deux filières sont en cours (tomate et huile de palme) et doivent être terminées à la fin du mois de mai.
- b. **Enquêtes de consommation** : la collecte et le traitement des données sont terminés et le rapport doit être déposé par le CRETES à l'ACDIC le mercredi 11 mai.
- c. **Rapport sur la gestion des sociétés d'Etats en charge de la promotion des filières** : Plusieurs des sociétés sont déjà traitées et l'enquête est en cours de finalisation. Le rapport de cette enquête doit être remis le 19 mai.
- d. **Enquête sur l'état du producteur en milieu rural** : l'enquête a été confiée à l'Association des ... et le rapport doit être déposé le ...

2. La dimension sous régionale de la campagne :

- a. Afin de donner à la campagne une dimension véritablement sous régionale, un atelier de réflexion est organisé à l'intention des organisations de la société

civile de l'espace CEEAC. Le choix de l'espace CEEAC est motivé par la taille du marché que représente cet espace, et la configuration des organisations membres du réseau DAC qui pourraient être impliqués.

- b. L'atelier aura lieu les 24 et 25 mai à Yaoundé au Cameroun
- c. Les participants seront les organisations de la société civile membres du réseau DAC, les autres organisations travaillant sur la problématique de la souveraineté alimentaire.
- d. L'atelier a pour objectif global d'échanger sur l'opportunité de la campagne et la stratégie commune.
- e. Au terme de l'atelier, les participants devront avoir été suffisamment sensibilisés sur :
 - i. La nécessité d'une campagne sous régionale ;
 - ii. la démarche de plaidoyer de l'ACDIC
 - iii. les choix d'orientation stratégique opérés par l'ACDIC pour la campagne Souveraineté Alimentaire
 - iv. l'état actuel des travaux préliminaires en vue de la campagne souveraineté alimentaire
 - v. l'agenda prévisionnel des activités de lancement public de la campagne et l'état d'avancement des préparatifs desdits événement
 - vi. les outils de campagne choisis et l'état d'avancement de leurs réalisations
- f. De même une stratégie d'action commune basée sur des activités concrètes devra être adoptée par l'ensemble des participants.

3. Production des supports

- a. **Signe visuel** : Un travail de production des signes visuels de la campagne est en cours : un logo et des couleurs. Tous les outils produits dans le cadre de la campagne doivent être fait à ces couleurs.
- b. **Le livre blanc** : un seul livre sera produit pour toutes les filières avec une chute sur les objectifs de la campagne. Dans la première semaine du mois de juin, ledit livre doit être prêt pour l'imprimerie.
- c. **Le film documentaire** : l'équipe qui a travaillé sur le documentaire intitulé « Importation des denrées alimentaires : l'Afrique s'enfoncé ! » doit être remise sur le terrain pour compléter les images et donner au document la dimension complète des études intégrant toutes les sociétés et toutes les filières. Ce document doit être prêt pour la première semaine de juin.

- d. **Animation théâtrale** : Les humoristes doivent être contactés pour qu'ils puissent préparer un sketch sur la nouvelle campagne. L'échéance reste ouverte et dépend des entretiens que nous aurons avec les acteurs.
- e. **La musique populaire sur la campagne** : elle est produite et nous disposons des échantillons de promotion. Le vidéoclip est en cour de confection et sera disponible dans la troisième semaine de mai. Il reste à être dupliqué pour une large distribution et diffusion.
- f. **Préparation des diapositives** : sur la base des premiers rapports disponibles, les diapositives ont commencé à être construites.
- g. **Production des gadgets** : d'ici la fin du mois de mai les éléments pour la production des gadgets doivent être réunis. Les gadgets à produire sont :
 - i. 01 dépliant de présentation de l'ACDIC, qui pourra être imprimé à 10 000 exemplaires
 - ii. 01 dépliant de présentation de la synthèse des arguments de la campagne, imprimé à 70 000 ou 100 000 exemplaires
 - iii. Des tee-shirts, casquettes, sacs, bics aux couleurs de l'ACDIC
 - iv. Un pagne aux couleurs de l'ACDIC
- h. Les rapports d'études doivent être photocopiés et mis sur CD.

4. **Agenda des événements de lancement de la campagne**

- a. **L'Assemblée Parlementaire Paritaire** qui se tiendra en Autriche du 16 au 22 juin 2006.
- b. **Le Dîner Parlementaire à Yaoundé** dans la semaine du 02 au 09 juillet 2006
- c. **La conférence de presse à Yaoundé** dans la semaine du 02 au 09 juillet 2006
- d. **Le setting au siège de la Banque Mondiale à Yaoundé** dans la semaine du 02 au 09 juillet 2006

N.B : ces événements se dérouleront dans l'ordre énoncé ci-dessus, mais les jours précis restent à être fixés.