



DJAWABU YA KOMORI
HAZI USAWA UMODJA
LE SECRETARIAT NATIONAL

Lettre de mission

I. Contexte et justification :

A l'avènement de la révolution du 3 août 1975, la problématique de l'information et de la communication a toujours été au centre de la préoccupation d'Ali Soilih, feu notre Mongozi. Celui-ci s'était beaucoup investi pour que le peuple soit au cœur de l'information en tant qu'acteur. Et en même temps, il tenait que notre peuple sache tout ce qui se passait dans le pays mais aussi à l'extérieur.

Il avait fait de notre radio nationale un vecteur important pour la formation, l'éducation et la sensibilisation des auditeurs : des émissions en tout genre notamment téléphoniques en direct entre les auditeurs et le Président, des magazines, des reportages en direct.

Il avait pris des mesures visant à informer le peuple de son Action et de tout ce qui se passait dans les différents coins du pays : journal à partir des régions (saya shirine nane harmwa ze bavu), les éditions du journal parlé en malgache, swahili, français.

La radio nationale avait pris une dimension internationale et était suivie de l'extérieur.

En dépit de toutes ces actions, la révolution a été victime de la désinformation entreprise par ses adversaires.

Après sa chute, les diverses organisations qui avaient vu (Organisation de la jeunesse comorienne, Coordination nationale pour un parti Alternatif aux Comores, Maecha Bora, Djawabu) le jour ont fait du problème de l'information et de la communication une priorité.

Durant les années 80, des journaux ont été créés : watwaniya, organe d'information de l'Organisation de la jeunesse comorienne qui avait géré des années durant des émissions hebdomadaires organisées à Marseille dans trois radios différentes : radio La Marseillaise, radio Provence, radio Galère.

Des conférences sur Mayotte, des symposiums sur l'expérience révolutionnaire, des débats contradictoires ont eu lieu dans l'objectif d'expliquer la révolution et de corriger l'image négative que certains des adversaires faisaient circuler à propos du projet et de l'expérience révolutionnaire des Comores.

Depuis la naissance de Djawabu, des actions ont été faites, mais malheureusement, elles ne se sont pas pérennisées : site web très actif animé à partir de France par la délégation, presse écrite (mwanantsi dont un numéro est sorti, journal édité par la section de djawabu au Niger), radio propre de Djawabu dont l'équipement a été acheté, acheminé aux Comores mais n'a pas beaucoup servi, émissions radiophoniques avec certains médias aux Comores.

Le succès, en dépit des moyens importants déployés à cette fin, n'ont pas toujours été au rendez-vous.

Des questions subsistent portant sur les raisons de cet échec. Des réponses devront être portées. Par les responsables concernés pour permettre une analyse pertinente des raisons de cet échec.

L'expérience vécue aux Comores durant la décennie 2000 indique que le déficit d'information des activités de Djawabu est criant, que le coût de la communication est trop élevé en période de campagne électorale, que des équipes de communicateurs font défaut, que les besoins de moyens en communication et de définition d'une politique appropriée se font pressants.

Maintenant que le parti se relance avec vigueur, que sa croissance est perceptible, que son développement en France et son implantation en Afrique se confirment, que des équipes compétentes, dynamiques et volontaires prennent place, que des ambitions s'affichent pour les temps à venir, il est opportun de mener une réflexion approfondie sur les politiques, les stratégies et les moyens appropriés en matière d'informations et de communication du parti.

D'où la mise en place d'une commission nationale chargée de faire des propositions budgétisées en la matière.

II. Termes de référence :

L'équipe qui va être mise en place sera chargée de :

- Faire une analyse de la situation du parti en matière d'informations et de communication tant interne qu'externe.
- Définir les orientations politiques relatives à l'information et à la communication ainsi que la stratégie et les moyens matériels (incluant l'acquisition de l'équipement numérique) et humains ainsi que le fonctionnement y afférents en matière de presse radiophonique et télévisuelle
- Proposer un mode d'alimentation et d'administration du site web du parti
- Proposer des outils de propagande (tee short, affiches, lessos badges etc.)
- Proposer l'organisation d'émissions communautaires en France notamment à Marseille pour lesquelles il y a lieu de concevoir la programmation, de définir la fréquence et le profil des gens appelés à les assurer.
- Proposer le mode d'organisation et de fonctionnement du département de l'information et de la communication du parti et à tous les échelons.

III. Durée de la mission : trois mois.

IV. L'équipe chargée d'effectuer cette mission sera mise en place par un acte du Président.

Paris le 3 avril 2013.
Le président,
Dr Youssouf SAID SOILIH