

DOCUMENT DE PROJET DU PBF

<b>Pays : Mali</b>	
<b>TITRE DU PROJET : “FOKABEN !” (Trouvons une Solution) - Mobiliser les jeunes influenceurs contre la propagation des fausses informations et des messages de haine au Mali</b> <b>NUMERO de Projet : IRF 515 / portail Gateway du MPTF-O (pour les projets en cours) : 00140021</b>	
<b>Modalité de financement du PBF :</b> <input checked="" type="checkbox"/> IRF <input type="checkbox"/> PRF	<b>Indiquer si les fonds doivent être déboursés dans un fonds d’affectation spéciale (“Trust Fund”) (au lieu des comptes des organisations bénéficiaires) :</b> <input type="checkbox"/> Fonds d’affectation spéciale national <input type="checkbox"/> Fonds d’affectation spéciale régional <b>Nom du fonds d’affectation spéciale :</b>
<b>Liste de l’ensemble des agences bénéficiaires directes des fonds du PBF (en commençant par l’agence chef de file), type d’organisation (ONU, ONG etc.) :</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● Search for Common Ground (ONG)</li> </ul>	
<b>Liste des partenaires d’exécution supplémentaires, gouvernementaux et non gouvernementaux: spécifiez le type d’organisation (gouvernement, ONGI, OSC locale) :</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● <del>Doniblog</del> Think Peace (OSC locale)</li> <li>● Association des blogueurs du Mali (OSC locale)</li> <li>● Le Jalon (média local)</li> <li>● Benbere (OSC locale)</li> <li>● Maison de la Presse (OSC locale)</li> <li>● Association des professionnels de la Presse en Ligne-Mali (OSC locale)</li> <li>● <del>Africa Check</del> Code for Africa (OSC régionale)</li> <li>● UNESCO-Mali (ONU)</li> </ul>	
<b>Durée du projet en mois<sup>1 2</sup> :</b> 24 mois + 8 mois (nouvelle date de fin du projet 30 Septembre 2025)	
<b>Zones géographiques (à l’intérieur du pays) de mise en œuvre du projet :</b> Bamako, Kayes/Nioro, Mopti/Bandiagara, Gao	
<b>Le projet relève-t-il d’une ou plusieurs des fenêtres de priorité PBF spécifiques ci-dessous :</b> <input type="checkbox"/> Initiative de promotion de l’égalité des sexes <sup>3</sup>	

<sup>1</sup> La durée maximum des projets IRF est de 18 mois et PRF de 36 mois.

<sup>2</sup> Le commencement officiel du projet est la date du premier transfert du budget du projet de la part de MPTFO aux() entité(s) récipiendaire(s), comme indiqué sur la page du MPTFO Gateway.

<sup>3</sup> Cochez cette case uniquement si le projet a été approuvé dans le cadre de l’appel à propositions spécial du PBF,

X Initiative de promotion des jeunes<sup>4</sup>

Transition entre différentes configurations de l'ONU (e.g. désengagement d'une mission de maintien de la paix)

Projet transfrontalier ou régional

**Budget total du projet PBF\* (par agence bénéficiaire) :**

Search for Common Ground (Search): \$2,000,000

Total: \$2,000,000

*\*Le budget total approuvé et le versement de la deuxième tranche, ou toute tranche supplémentaire, sont soumis à la condition d'être approuvés par PBSO, et à la disponibilité des fonds sur le compte du PBF.*

*L'agence coordinatrice doit démontrer la dépense/engagement d'au moins de 75% de la tranche précédente et la soumission de tous les rapports PBF dus dans la période écoulée.*

**Toute autre source de financement destinée au projet (montant et source) :**

**PBF 1<sup>ère</sup> tranche (35%) :**

Search : \$700,000

Total : \$ 700,000.0

**PBF 2<sup>ème</sup> tranche\* (35 %) :**

Search : \$700,000

Total : \$ 700,000.0

**PBF 3<sup>ème</sup> tranche\* (30%) :**

Search : \$600,000

Total : \$600,000

***Fournir une brève description du projet (décrire le principal objectif du projet ; ne pas énumérer les résultats et les extrants) :***

Ce projet a été développé en prenant en compte la situation politique, sociale et sécuritaire du Mali dans le but d'améliorer la participation active de la jeunesse dans l'espace civique et au processus de consolidation de la paix dans le pays. Dans les zones les plus touchées par la crise et les conflits (nord, centre et sud), la circulation sur les réseaux sociaux des fausses informations, des rumeurs et des messages de haine ont contribué ces dernières années à exacerber les tensions et conflits communautaires, à polariser les acteurs politiques et à délégitimer l'Etat. Les multiples réformes politiques et institutionnelles et scrutins (élections couplées des collectivités territoriales, élections législatives et élection présidentielle) planifiés durant la période de transition de 24 mois (2022 - 2024) pourraient comporter des risques pour la fragile cohésion sociale et la stabilité du pays. Elles sont également susceptibles de générer de fausses informations et rumeurs, notamment autour des réformes, risquant de conduire les populations dans un cycle de violence et/ou à la décredibilisation du processus électoral et démocratique, détournant ainsi l'attention et les efforts du gouvernement et des partenaires vis-à-vis des défis sécuritaires (menace des groupes extrémistes violent, etc.), sociaux (pauvreté, accès à l'éducation, inclusion des femmes et des jeunes, égalité de genre, besoins humanitaires importants) et politiques (présence de l'Etat sur tout le territoire, relations internationales, etc.).

Le projet proposé contribuera au renforcement des capacités des jeunes femmes et hommes activistes, blogueurs et professionnels des médias pour lutter contre la désinformation, tout en les positionnant comme des actrices et acteurs crédibles de la cohésion sociale. A travers le renforcement de capacités, le financement d'initiatives jeunes et le plaidoyer, ces jeunes influenceurs vont œuvrer à déconstruire les discours de haine et les fausses informations qui entretiennent les conflits et mènent à la violence dans un contexte de bouleversement et de transition politique.

Ce projet contribuera également à renforcer la cohésion sociale et à amplifier les voix des jeunes femmes et hommes sur les enjeux sécuritaires, sociaux et politiques du pays. Cela s'inscrit dans la dynamique du document de la Stratégie Nationale de la Communication (en cours sur l'élaboration<sup>5</sup>), de l'application du Schéma Directeur de la Réconciliation Nationale<sup>6</sup>, de la Politique Nationale de la Jeunesse (2022), de la mise en place du Mécanisme d'Alerte Précoce, ainsi que les Résolutions 2250 et 1325 des Nations Unies.

<sup>1</sup> Initiative de promotion de l'égalité des genres (GPI).

<sup>4</sup> Cochez cette case uniquement si le projet a été approuvé dans le cadre de l'appel à propositions spécial du PBF, l'Initiative de promotion de la jeunesse (YPI).

<sup>5</sup> Source: Ministère de la Communication et de l'Economie Numérique

<sup>6</sup> Source: Ministère de la réconciliation, de la Paix, de la Cohésion Nationale, Chargé de l'Accord pour la Paix et la Réconciliation Nationale

**Résumez le processus de consultation du projet dans le pays avant la soumission au PBSO, y compris avec le Comité de pilotage du PBF, la société civile (y compris les organisations de femmes et de jeunes) et les communautés de parties prenantes (y compris les femmes, les jeunes et les groupes marginalisés) :**

Des consultations ont été organisées en mai 2022 avec les partenaires locaux et les principales parties prenantes maliennes (La Maison de la Presse, Doniblog, Association des Blogueurs du Mali, Le Jalon) et internationales (AfricaCheck) afin d'analyser précisément les dynamiques auxquelles le projet se propose de répondre, identifier les besoins de ces acteurs en première ligne dans la lutte contre la désinformation et esquisser les rôles et responsabilités mutuels dans le cadre du projet. Ces organisations, avec lesquelles Search a collaboré de façon informelle dans le cadre d'autres projets, ont été sélectionnées sur la base de leur expertise, de leur audience et de leurs réseaux, y compris dans les régions ciblées. D'autres concertations ont été menées avec l'UNESCO (24 mai 2022) ayant permis d'identifier des synergies d'action: il a été convenu que l'UNESCO joue un rôle d'assistance technique (~~sans contrepartie financière~~) pour certaines formations prévues dans le cadre du projet, mette à disposition des jeunes ambassadeurs les réseaux de ses "clubs-UNESCO" dans les zones d'intervention et participe à l'organisation des conférences prévues sur la question de l'information et de la cohésion sociale. Par ailleurs, une rencontre a été organisée le 22 août 2022 avec le ministère de tutelle, le Ministère de la Communication et de l'Economie Numérique, afin d'identifier et de s'accorder sur la stratégie du projet en matière de consolidation de la paix numérique. Afin de garantir la prise en compte des perspectives de femmes et des jeunes dans le projet, Search a utilisé pour le développement du projet les résultats d'une [analyse de la désinformation](#) produite en juillet 2022 sur la base d'études réalisées avec la participation des jeunes femmes, des jeunes hommes, des médias et acteurs de la société civile des pays du Sahel et du Mali.

**Degré de contribution à la promotion de l'égalité des sexes<sup>7</sup> : 31.88% (\$ 637,643)**

*Spécifiez le pourcentage (%) et le montant (\$) du budget total du projet alloués aux activités directement liées à l'égalité entre les sexes / le renforcement des capacités des femmes :*

**Expliquez brièvement par quelle (s) intervention (s) principale (s) le projet contribuera à l'égalité des sexes et à l'autonomisation des femmes<sup>8</sup> :**

Le Mali fait partie des pays où les inégalités entre les femmes et les hommes sont les plus importantes au monde. Le pays se classe au 157<sup>e</sup> rang sur 160 pays selon l'Indice d'Inégalité de Genre<sup>9</sup>. Ces inégalités sont plus marquées dans l'accès à l'éducation, l'emploi, aux ressources naturelles (terres). Dans ce contexte, il reste difficile pour les femmes, particulièrement les plus jeunes, de s'impliquer en tant qu'actrices de la transformation des conflits et des efforts pour la promotion de la paix. A l'échelle locale, les femmes jouent des rôles importants en matière de résolution des conflits, bien que leur participation soit rarement mise en avant et reste en grande partie circonstancielle et irrégulière<sup>10</sup>. Compte tenu du fait que les mécanismes de résolution de conflits traditionnels sont des facteurs qui empêchent les femmes de participer aux processus de paix et de réconciliation de manière significative, il est ainsi important de s'assurer du soutien des autorités traditionnelles et religieuses et des hommes de la famille dans l'objectif d'encourager la participation des femmes aux processus de paix et de réconciliation.

Devant ces défis clés, le projet veillera à ce que le genre soit intégré dans toutes les composantes et à ce que les femmes soient représentées à hauteur d'au moins 40% des bénéficiaires et participants aux activités. Le projet tiendra compte des barrières structurelles qui les affectent dans le secteur des médias et dans la société en général et veillera à ce qu'elles soient largement représentées dans le réseau d'influenceurs et qu'elles participent activement aux activités. L'étude de base permettra d'identifier les lieux de socialisation et moyens de communication privilégiés par les femmes pour échanger des informations. Les activités seront organisées dans des lieux facilement accessibles et à des horaires appropriés de façon à assurer leur participation pleine et entière, y compris à travers des sessions réservées. Pour amplifier le résultat des initiatives menées par des femmes leaders, notamment les jeunes influenceuses et journalistes, et renforcer leur crédibilité en tant que actrices de

<sup>7</sup> **Score 3** pour les projets qui ont l'égalité entre les sexes comme objectif principal (minimum 80% du budget total est alloué à l'égalité entre les sexes et le renforcement des capacités des femmes). **Score 2** pour les projets qui ont l'égalité entre les sexes comme objectif significatif (minimum 30% du budget qui va à l'égalité entre les sexes et le renforcement des capacités des femmes). **Score 1** pour les projets qui contribuent d'une certaine manière à l'égalité entre les sexes, mais pas de manière significative (moins de 30% du budget total).

<sup>8</sup> Veuillez consulter la note d'orientation du PBF sur les calculs de marqueurs de genre et la consolidation de la paix sensible au genre

<sup>9</sup> A titre de comparaison, le Burkina Faso et le Niger se placent respectivement au 145 et 151 rangs ([lien](#))

<sup>10</sup> PRIO, Participation des femmes aux processus de paix et de réconciliation au Mali ([lien](#))

changement positif, Search veillera à ce que les voix des jeunes femmes soient mises en avant dans la programmation médiatique du projet. L'Association des Femmes de la Presse du Mali sera une partie prenante clé dans la mise en œuvre du projet et participera à la validation des critères de sélection des bénéficiaires.

Les principes de l'Approche *Common Ground* contribueront également à éviter de nuire, car elle transformera progressivement les relations entre les femmes, leurs pairs, les communautés, les dirigeants locaux et religieux et les autorités, de sorte que la valeur ajoutée de la contribution des jeunes femmes influenceuses et journalistes à la stabilité et à la prévention des conflits soit reconnue par tous comme un facteur de cohésion sociale.

Pour mesurer l'intégration de l'égalité de genre, les indicateurs du projet seront ventilés par genre et par âge, permettant à l'équipe d'évaluer l'impact de l'initiative sur les femmes et les hommes, les filles et les garçons, et d'adapter les activités en conséquence. Ainsi, l'action contribuera à transformer durablement les perceptions des femmes et des jeunes au sein des familles, des communautés, de la société civile et des institutions et à relever des défis liés à l'insécurité dans une optique inclusive en favorisant des relations constructives entre toutes les parties prenantes.

### Degré de risque du projet<sup>11</sup> : 1 (risque moyen)

**Sélectionner le domaine de priorité de l'intervention (« focus area ») du PBF résumant au mieux l'objet du projet (choisir un domaine seulement<sup>12</sup>) :** Prévention/gestion des conflits

Le cas échéant, les résultats du **SDCF / UNDAF** auxquels le projet contribue :

- UNSDCF<sup>13</sup> Effet 1.1: *D'ici 2024, les populations vivent dans un état de droit, un environnement de paix et de redevabilité grâce à des institutions publiques fortes, des médias et une société civile exerçant leurs droits et responsabilités pour une gouvernance efficace et inclusive*
- UNSDCF Effet 1.2: *D'ici 2024, les populations sont résilientes face aux conflits, vivent réconciliées et en harmonie dans un environnement de paix, sécurisé et respectueux des Droits de l'Homme, et des traditions culturelles positives*

**Objectifs et cibles de développement durable** auxquels le projet contribue :

Objectifs du Développement Durable (ODD)16: *Promouvoir l'avènement des sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.*

**Type de demande :**

Nouveau projet :

Révision de projet :

**Pour les révisions de projet, sélectionnez tous les changements pertinents et fournir une brève justification à la fin du document :**  
N/A

**Extension de la durée :**  Durée additionnelle du projet en mois : **8 mois supplémentaires pour une durée totale de 32 mois jusqu'au 30 Septembre 2025**

**Changement de résultat / sujet :**

**Changement de l'allocation budgétaire entre résultats ou augmentation de plus de 15% par catégorie de budget :**

**1. Staff and other personnel : 21,05%**

**2. Supplies, Commodities, Materials : 25.41%**

**4. Contractual services : -23,22%**

<sup>11</sup> 0 = risque faible pour la réalisation des résultats

1 = risque moyen pour la réalisation des résultats

2 = risque élevé pour la réalisation des résultats

<sup>12</sup> (1.1) Réforme du Secteur de la Sécurité, (1.2) État de droit, (1.3) DDR, (1.4) Dialogue politique

(2.1) Réconciliation nationale ; (2.2) Gouvernance démocratique ; (2.3) Prévention/gestion des conflits

(3.1) Création d'emplois ; (3.2) Accès équitable aux services sociaux

(4.1) Renforcement des capacités nationales de l'État ; (4.2) Prolongement de l'autorité de l'État/de l'administration locale ; (4.3) Gouvernance des ressources de consolidation de la paix et Secrétariat PBF

<sup>13</sup> Nations Unies, [Cadre de Coopération des Nations Unies pour le Développement Durable \(UNSDCF\) 2020 - 2024 Mali](#), avril 2020

**Budget PBF supplémentaire :**  Budget supplémentaire par agence bénéficiaire :  
**USD XXXXX**

**Brève justification de la révision:**

Entre 2022 et 2024, le Gouvernement du Mali a exigé que les Organisations de la Société Civile obtiennent un avis de non-objection (ANO) avant de lancer de nouveaux projets. Après un lancement interne, le projet a rencontré des retards dans le démarrage de ses activités, notamment dans la formation des jeunes bénéficiaires, les séances de coaching, l'organisation des forums d'échange et de partage d'expérience entre les professionnels des médias et influenceurs communautaires dû au processus complexe de signature des contrats des organisations de la société civile (OSC) chargé de la mise en œuvre de ces actions, ainsi que le délai pour l'obtention de leur ANO.

De plus, suite à l'évaluation de capacités des trois partenaires initialement prévus dans la proposition (Le Jalon, ABM et Doniblog), Search a dû relancer un avis à manifestation d'intérêt des OSC pour les raisons suivantes: entre le moment de l'écriture du projet et le lancement effectif, Doniblog était en cours de séparation (division interne) et n'avait donc plus en son sein les capacités nécessaires pour la mise en oeuvre de ce projet.

Par ailleurs, les faibles capacités financières initiales des partenaires Le Jalon et ABM ne pouvaient permettre de leur octroyer que de faibles avances (\$15000) ne leur permettant pas d'avoir un taux d'absorption et une capacité de mettre en oeuvre un grand nombre d'activités tel que initialement planifié. La stratégie de Search a donc été multiple face à cette situation: renforcement de capacités des OSC pertinentes (Le Jalon, ABM) surtout en termes de capacités financières; ouverture à la collaboration avec d'autres OSC via un nouvel avis à manifestation d'intérêt pour avoir plus de partenaires, et des partenaires avec des capacités d'absorption et financières plus importantes. Malgré l'engagement de quatre partenaires (Le Jalon, l'ABM, Think Peace et Benbere) et le soutien du Ministère de la Communication et de l'UNESCO, le projet a été freiné par des lenteurs administratives et des capacités opérationnelles limitées des premiers partenaires OSC et négocier les modalités de partenariat avec le Ministère et l'UNESCO, notamment sur le plan financier. En réponse, Search a intensifié son soutien pour renforcer leurs compétences, mais cela a également entraîné des retards dans la mise en œuvre.

Pour ces raisons, Search sollicite une extension sans coûts additionnels dudit projet d'une durée de quatre mois jusqu'au 30 Septembre 2025 et un réalignement budgétaire (voir annexe). Cette extension sans coûts additionnels permettrait de prendre les actions nécessaires afin de couvrir la réalisation des activités ci-dessous mentionnées :

- Fournir un soutien accru aux partenaires pour gérer et finaliser leurs activités,
- Octroi des mini subventions dédiées à l'innovation digitale à 60 jeunes influenceurs et influenceuses communautaires,
- Organisation des activités nationales de pilotages et de partages

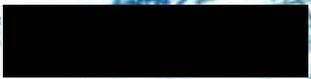
des leçons apprises à travers l'organisation du deuxième forum national et de l'atelier de capitalisation,

- La réalisation des activités par les partenaires stratégiques du projet dont le ministère de tutelle et l'UNESCO avec lesquels les accords se trouvent en cours de signature, mais nécessitant plus de temps pour une réalisation pouvant impacter.

En addition aux activités susmentionnées, l'extension sans coûts additionnels permettra d'apporter des réponses aux insuffisances relevées au cours des visites programmatiques et de suivi. Il s'agit notamment d'accompagner les OSC à financer les 60 initiatives innovantes des jeunes influenceurs retenus en raison de dix par zone d'intervention axé sur les activités de lutte contre la désinformation et de messages haineux pour promouvoir la cohésion sociale ; ainsi que le coaching continu des jeunes pour la production de contenus contribuant à la paix et à l'apaisement du climat numérique et civique.

*NB : s'il s'agit d'une révision, indiquer chaque changement du document de projet en rouge ou en MODE RÉVISION. Inclure également un nouveau cadre de résultats et un budget en indiquant clairement les changements apportés. Les parties sans modifications restent les mêmes. De nouvelles signatures seront requises.*

**SIGNATURES DU PROJET :**

<p><b>AGENCE RECIPIENDAIRE**</b></p> <p>Nom : Shamil Idriss</p> <p>Signature </p> <p>Nom de l'agence : Search for Common Ground</p> <p>Ground</p> <p>Date et visa : Feb 28 2025</p> 	<p><b>Représentant du gouvernement national</b></p> <p>Nom : Ministère de la Communication, de l'Economie numérique et de la Modernisation de l'Administration</p> <p>Signature </p> <p>Titre :</p> <p>Date et visa : 18/03/2025</p> 
<p><b>Coordinateur/Coordinateuse par intérim</b></p> <p>Nom : Elizabeth Spehar</p> <p></p> <p>26/03/2025</p> 	<p><b>Bureau d'appui à la consolidation de la paix (PBSO)</b></p> <p>Elizabeth Spehar</p> <p>Signature </p> <p>Sous-Secrétaire générale chargée du Bureau d'appui à la consolidation de la paix</p> <p>Date et visa : 21 March 2025</p>

\*\* Veuillez inclure un bloc de signature dans le tableau pour chaque agence bénéficiaire du projet.

## **I. Contexte de consolidation de la paix et justification de l'appui de PBF (4 pages max)**

a) *Décrire brièvement les conclusions principales de l'analyse de conflit en ce qui concerne les principales thématiques du projet.*

Depuis plus de dix ans, le Mali fait face à une série de défis sécuritaires, politiques et humanitaires d'une ampleur exceptionnelle, touchant particulièrement les régions du nord et du centre et ayant des répercussions jusqu'au sud. Les actions des groupes armés non étatiques ainsi que les affrontements avec les forces armées maliennes ont provoqué des déplacements importants de populations, intensifiant une situation humanitaire déjà fragile. Actuellement, environ 330 713 personnes sont déplacées à l'intérieur du pays, tandis que 288 471 réfugiés sont accueillis dans des pays voisins.<sup>14</sup>

Dans ce contexte, les défis de cohésion sociale entre les populations d'accueil et les déplacés internes se renforcent, en raison de pressions économiques et de compétition accrue pour des ressources naturelles déjà limitées, alimentant la stigmatisation et les incompréhensions mutuelles. Par ailleurs, les fortes inondations de 2024 ont affecté 260 000 personnes,<sup>15</sup> intensifiant les besoins humanitaires dans certaines régions comme Ségou, Gao, Mopti et le district de Bamako, et ajoutant une pression supplémentaire sur les efforts d'assistance.

Sur le plan politique, la fin de l'année 2023 a marqué un tournant important avec le retrait coordonné et sécurisé de la MINUSMA, conformément à la résolution 2690 du Conseil de sécurité des Nations Unies, ouvrant la voie à une gestion nationale des enjeux de paix et de sécurité.

Le lancement du Dialogue Inter-Malien (DIM) en mai 2024 constitue une étape significative vers la résolution des tensions internes et la relance des activités politiques et associatives. En parallèle, les élections prévues pour 2024 ont été reportées pour des raisons techniques, afin de garantir un processus électoral inclusif. En juillet 2024, le Mali a renforcé sa coopération avec ses voisins, le Burkina Faso et le Niger, en formant la Confédération des États du Sahel, une initiative stratégique visant à relever les défis de sécurité, de stabilité et de développement dans la région.

Les répercussions de cette crise sont particulièrement marquées chez les jeunes et les femmes, qui se trouvent déjà dans des situations de vulnérabilité. Les femmes et les filles représentent environ 55 % des personnes déplacées, confrontées à des défis spécifiques d'accès à la sécurité et aux services essentiels. La fermeture temporaire de 1 743 écoles, affectant 522 000 élèves, a limité l'accès à l'éducation, particulièrement pour les jeunes filles, renforçant ainsi leurs vulnérabilités. Dans des régions comme Mopti, l'accès aux services de base reste difficile, touchant particulièrement les femmes enceintes et d'autres groupes vulnérables.

Après plus de dix ans de crise, le Mali poursuit son processus de stabilisation, avec des besoins urgents en matière de protection des civils et de gestion des conflits. Les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre de l'Accord pour la paix et la réconciliation de 2015, exacerbées par la persistance des tensions dans les régions du Centre, ont conduit à une révocation de cet accord par le gouvernement de transition. Par ailleurs, le retrait du Mali de la CEDEAO, tout en renforçant ses relations avec ses voisins et en diversifiant ses partenariats internationaux, témoigne de la volonté d'adapter les stratégies de gestion des défis sécuritaires.

**Les jeunes, et plus particulièrement les jeunes femmes, sont parmi les plus touchés par la crise.** L'aperçu des besoins et le Plan de Réponse Humanitaire du Mali publié par OCHA en janvier 2024 estime qu'en 2024, 7,1 millions de personnes au Mali seront en besoin d'assistance, dont 23% des femmes et 54% des enfants. Au plan socio-économique, ils ont un faible accès à l'éducation et sont les plus touchés par la

---

<sup>14</sup> Organisation Internationale pour les Migrations (OIM) – [Rapport DMT Mali, mai 2024](#)

<sup>15</sup> [OCHA Mali](#)

précarité et le chômage. Dans un contexte caractérisé par le manque d'opportunités, ces jeunes sont les cibles des groupes armés non étatiques et extrémistes en quête d'influence et d'expansion. D'autres jeunes non scolarisés ou déscolarisés s'adonnent au banditisme armé, ou, pour les jeunes filles, sont victimes du mariage précoce. Au plan politique, bien que majoritaires au sein de la population, les jeunes (hommes et femmes) sont le plus souvent marginalisés par les élites politiques et les autorités coutumières. Leur participation dans les mécanismes de gestion des conflits ou dans la gouvernance locale se résume généralement à l'organisation logistique des activités communautaires. Les associations ou structures de jeunes auxquels sont affiliés plus de 40% des jeunes de 15 et 29 ans<sup>16</sup> ne sont pas suffisamment consultées dans les processus de prise de décisions ou dans les actions de consolidation de la paix et de gouvernance. Ainsi, il leur est difficile, particulièrement pour les jeunes femmes, de s'impliquer pleinement pour influencer les prises de décision au niveau local et national. Par ailleurs, il est devenu de plus en plus difficile pour les jeunes de s'exprimer librement à des débats publics, particulièrement les blogueurs et professionnels des médias qui sont font parfois l'objets d'accusations pour s'être exprimés en ligne ou dans les médias<sup>17</sup>. Des actions doivent être entreprises pour promouvoir le respect de la liberté d'expression et des médias afin de permettre aux journalistes et commentateurs d'assurer une couverture de qualité et s'exprimer sans crainte de représailles pendant la période de transition politique visant à rétablir un régime civil. En effet, la question de la tenue des élections, autour de laquelle circulent de nombreuses fausses informations et rumeurs sur les réseaux sociaux, pourrait engendrer des tensions et accentuer les risques de violences, dans un contexte déjà marqué par des défis sécuritaires et économiques complexes. .

**Cette crise multidimensionnelle offre un terreau favorable à la désinformation qui polarise les acteurs politiques et les communautés locales.** La circulation de fausses informations attise les discours de haine qui contribuent eux-mêmes aux dynamiques de conflits. La désinformation expose les jeunes à l'influence des groupes extrémistes violents qui utilisent les réseaux sociaux pour lancer des offensives informationnelles visant à dé-légitimer l'Etat en surfant sur le sentiment d'abandon et d'exclusion des populations. Au plan communautaire, les messages de haine qui circulent sur les réseaux sociaux jouent un rôle significatif dans la spirale de violence qui touche le Centre<sup>18</sup>. Au plan politique, la désinformation incite à des discours clivants entre les partisans de la transition actuelle et ses opposants, aussi bien à Bamako que dans les régions et au sein de la diaspora. La propagation de fausses informations est également l'un des facteurs aggravants de la crise diplomatique entre le Mali et ses partenaires internationaux, y compris certains Etats de la sous-région, au détriment de la recherche de solutions de sortie de crise. Enfin, les acteurs de la désinformation exploitent les dynamiques culturellement sensibles comme les droits des femmes et des minorités, ou encore les questions sociétales comme la migration, l'environnement (y compris le mythe autour de l'exploitation des ressources minières) et les questions ethniques et raciales (en particulier sur l'esclavage par ascendance).

**Entre début 2022 et 2024, les utilisateurs d'Internet ont augmenté de 14,1 % au Mali, et plus de la moitié des usagers ont moins de 35 ans**, bien que l'accès à l'internet soit plus important en milieu urbain qu'en milieu rural (55 % contre 15%)<sup>19</sup>. Les fausses informations sont relayées sur les réseaux sociaux particulièrement prisés des jeunes, qu'ils soient alphabétisés ou non: un message vocal peut devenir viral lorsqu'il est partagé sur WhatsApp et accompagné des photos sorties de leur contexte. A cela s'ajoutent des nouvelles méthodes utilisant des moyens technologiques très avancés comme le clonage des voix humaines, la falsification des images et l'usage d'algorithmes puissants.<sup>20</sup> Dans ces conditions, les fausses informations peuvent être relayées par des professionnels des médias ou des blogueurs qui ne maîtrisent pas suffisamment les techniques de vérification de l'information et les technologies de l'information et de la communication (TIC).

**Dans les pays du Sahel, les femmes qui accèdent aux espaces en ligne sont davantage exposées au harcèlement** et autres pratiques discriminatoires (dénigrement et propos sexistes, perpétuation de modèles genrés, stéréotypes et violences verbales). Elles sont souvent les victimes de comportements prédateurs,

---

<sup>16</sup> Organisation Internationale de la Francophonie, Rapport sur la situation des jeunes de l'espace francophone, 2018 (lien)

<sup>17</sup> Human Right Watch, [Mali : Des réformes concernant les droits humains sont cruciales pour un régime civil au cours de l'année 2022](#)

<sup>18</sup> Ibrahim Abdoul Hayou Cisse, Ph.D. [Dangerous Speech In Central Mali. A critical Discours Analysis of the Dogon-Fulani Relationship](#)

<sup>19</sup> Les données spécifiques au Mali peuvent être trouvées ici.

<sup>20</sup> C'est le cas d'une note vocale entre le président de la côte d'ivoire et de l'ancien premier ministre du Mali (Boubou Cissé) sous IBK que la justice malienne a prise en main pour vérifier l'authenticité de l'enregistrement audio présenté comme un échange entre l'ancien Premier ministre malien, Boubou Cissé, et le Président ivoirien, Alassane Ouattara. Il s'agit d'un supposé échange entre les deux hommes qui a porté sur la situation actuelle au Mali, suite aux sanctions infligées par la CEDEAO, l'UEMOA et l'UA. Le détournement des photos et vidéos et même des audios sortis de leurs contextes attisent les tensions entre les acteurs.

notamment d'abus et d'exploitation sexuels qui peuvent se transformer en violence hors ligne. Dans un contexte où la violence sexuelle et sexiste est exacerbée par la crise et les pesanteurs socioculturelles, la moitié des femmes maliennes âgées de 15 à 49 ans ont subi des violences physiques ou sexuelles<sup>21</sup>, et ces dynamiques se reproduisent et s'accroissent dans les espaces en ligne. Cela constitue un obstacle significatif à leur participation en ligne, puisque les familles tentent de protéger les femmes en restreignant leur utilisation de l'Internet ou des outils numériques.

**En outre, la marginalisation de certaines opinions dans les médias contribue à la prolifération de fausses informations et de rumeurs.** En effet, dans un contexte de menace terroriste, les journalistes et web-activistes s'exposent à des poursuites judiciaires "pour propos démoralisateurs de troupes" ou pour "diffamation" suite à leurs publications sur la situation politico-sécuritaire et sont couramment victimes de harcèlement, voire même de détention arbitraire.<sup>22</sup>

**Malgré ces défis, l'utilisation des TIC par un nombre croissant de jeunes présente un énorme potentiel** pour rassembler au-delà des clivages, renforcer la participation des jeunes dans l'espace civique et rapprocher les jeunes et les autorités, que ce soit à travers des campagnes d'information et de sensibilisation touchant des centaines de milliers de personnes, l'organisation de débats informés ou le lancement de campagnes de plaidoyer constructives sur des sujets d'intérêt pour les jeunes les plus marginalisés n'ayant pas l'opportunité de participer à la gouvernance démocratique et à la construction de la paix.

- b) *Une brève description de la façon dont le projet s'aligne avec / soutient les cadres stratégiques gouvernementaux et des Nations Unies existants<sup>23</sup>, et comment il garantit l'appropriation nationale. Si ce projet est conçu dans un pays PRF, décrivez comment l'objectif principal fait progresser un objectif stratégique pertinent identifié par le processus d'éligibilité.*

Les objectifs du projet sont alignés sur les cadres des Nations Unies, notamment, sur **les résolutions 2250 et 1325**. Les renforcements de capacités des jeunes influenceuses et influenceurs pour prévenir et répondre à la désinformation en menant des campagnes de plaidoyer et de réponse à la désinformation donneront les moyens et conféreront plus de responsabilité aux jeunes femmes et jeunes hommes pour avoir un meilleur accès à l'espace civique et participer de façon constructive à la vie de la société, aux activités politiques telles que élections et les débats publics et à la consolidation de la paix (*recommandations 2.c et 12 de la résolution 2250, recommandation 8.b de la résolution 1325*). Les partenariats avec 3 organisations de la société civile (OSC) composées de blogueurs et journalistes permettront à l'initiative de renforcer les capacités de ces organisations de jeunes femmes et des jeunes hommes pour contribuer à prévenir les conflits et les violences électorales (*recommandation 17.c de la résolution 2250*).

En mobilisant les jeunes influenceuses et influenceurs contre la propagation de fausses informations et de discours de haine pour contribuer au renforcement de la cohésion sociale et à la participation active de la jeunesse dans l'espace civique au Mali, l'initiative est également alignée sur la **Politique Nationale de la Jeunesse (PNJ) du Mali de 2022<sup>24</sup>** dont le but est de contribuer au bien-être des jeunes en faisant d'eux des acteurs majeurs du changement notamment en faveur de la paix. Les initiatives des jeunes visant à déconstruire les fausses informations et à renforcer leur place dans la gouvernance démocratique permettront de réaliser des campagnes de communication sur la prévention des conflits (*PNJ, OS5.3 Mise en place de cadres pour une participation active des jeunes aux mesures de consolidation de la paix et à la prévention de la violence*). Ces actions contribueront également directement à la mise en œuvre du **Schéma Directeur de la Réconciliation Nationale<sup>25</sup>** notamment pour les Axes 2 - *Soutenir la prévention et la gestion des conflits (prévenir les conflits inter et intracommunautaires)* et 7 - *Communication sensible aux conflits (réduire l'impact négatif de la communication dans un contexte de conflit)*.

- c) *Une brève explication de la façon dont le projet comble les lacunes stratégiques et financières et complémente toute autre intervention pertinente, financée par le PBF ou autrement. Fournissez*

---

<sup>21</sup> « Mali », *Enquête démographique et de santé*, 2018, <https://dhsprogram.com/pubs/pdf/SR261/SR261.pdf>

<sup>22</sup> Liberté de la presse : des interrogations sur la situation des hommes de médias « enlevés » ou « disparus » - Studio Tamani Mai 2021.

<sup>23</sup> Y compris les stratégies et engagements nationaux en matière de genre et de jeunesse, tels qu'un plan d'action national sur 1325, une politique nationale de la jeunesse, etc.

<sup>24</sup> Cette politique a été élaborée en mars 2022 en collaboration avec le Ministère de la Jeunesse, avec l'appui financier du PBF et le soutien technique de l'UNICEF et Search for Common Ground.

<sup>25</sup> Le document a été élaboré en 2022 par le Ministère de la Réconciliation, de la Paix et de la Cohésion Nationale, Chargé de l'Accord pour la Paix et la Réconciliation Nationale.

également un bref **résumé des interventions existantes** dans le secteur de la proposition en remplissant le tableau ci-dessous.

Le PBF finance le « Projet d'appui à la prévention de la violence électorale et promotion de la gouvernance démocratique au Mali » mis en œuvre par le PNUD et ONU FEMMES. Cette initiative de \$2,000,000 a démarré en janvier 2022 pour une durée de 24 mois. L'objectif est d'élaborer avec la Maison de la presse une stratégie médias pour prévenir les risques de conflits et de violences électorales et promouvoir la gouvernance démocratique. Le projet "Fokaben" complétera celui du PNUD et ONU FEMMES en intégrant les outils de vérification des faits portés par la société civile dans la stratégie médias qui sera développée en collaboration avec les autorités. Des synergies seront également développées avec plusieurs projets en cours de mise en œuvre, ci-dessous cités:

<b>Nom du projet (durée)</b>	<b>Donateur et budget</b>	<b>Orientation du projet</b>	<b>Différence / complémentarité avec la proposition actuelle</b>
<p><u>Autre projet PBF dans le sud</u> Search for Common Ground, UNICEF et PNUD, « An be gnokon bolo» (on est ensemble !) : La jeunesse unie pour un Mali stable, (janvier 2020 - décembre 2022)</p>	<p>United Nations Peacebuilding Fund (\$ 1 092 470)</p>	<p>Le projet contribue au renforcement des capacités des jeunes filles et garçons âgés de 12-17 ans et 18-35 ans et leur fournira des outils de prévention et de gestion des conflits tout en changeant les perceptions des adultes, notamment des autorités étatiques, politiques, traditionnelles/coutumières et religieuses, quant à leur rôle et valeur ajoutée en tant qu'acteurs et actrices pour accompagner les processus de consolidation de la paix.</p>	<p>Le projet "Fokaben" pourra s'appuyer sur les réseaux développés dans le cadre de ce projet, y compris avec les autorités locales et certains jeunes influenceurs communautaires préalablement formés dans la région de Kayes.</p>
<p>Search for Common Ground, "Tabale Kunkan" (24 mois) - Renforcer la résilience communautaire contre la désinformation dans les régions du Nord et du Centre du Mali (décembre 2020 - décembre 2022)</p>	<p>Gouvernement du Canada - Programme pour la stabilisation et les opérations de paix) ( 2,608,627.60 \$ CAD)</p>	<p>Le projet veille à renforcer la coordination et la collaboration multi-acteurs pour la communication de messages et d'informations vérifiées, impartiales et sensibles aux conflits qui encouragent le dialogue et contribuent à la prévention des conflits violents à Bamako et dans les régions du Nord et du Centre du Mali (Gao, Mopti, Ségou).</p>	<p>Le projet Fokaben! bénéficiera des relations et des réseaux noués dans le cadre de ce projet (plateformes de blogueurs, web-activistes, influenceurs communautaires), en particulier dans les régions de Gao et Mopti.</p>
<p>Search for Common Ground, « Engagés pour la réconciliation ! (Phase II) » (juillet 2021 - septembre 2022)</p>	<p>Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) (199,474,30 EUR seulement Phase II)</p>	<p>Renforcer les capacités des Equipes Régionales d'Appui à la Réconciliation (ERAR) de Kayes et Sikasso et les Comités Locaux de Réconciliation (CLR) des régions les plus affectées par les conflits à développer et mettre en œuvre des processus</p>	<p>Le projet "Fokaben" pourra mobiliser les ERAR préalablement formées en médiation dans les initiatives menées par les jeunes influenceurs au niveau local dans la région de Kayes.</p>

		de réconciliation inclusifs et sensibles aux conflits	
Search for Common Ground “ <i>Youth Talk (parlons jeunesse)</i> ” (juin 2019 - septembre 2022)	Bezos Family Foundation (\$824,543.00)	Autonomiser les jeunes à travers les médias au Mali, en République centrafricaine et au Soudan du Sud, y compris à travers le renforcement des capacités des garçons et filles (14 -17 ans) sur les techniques du journalisme et la production d’émissions pour amplifier leurs voix sur les enjeux socio-politiques, dialogues intergénérationnels, coaching et plaidoyer.	Certains des jeunes journalistes formés dans le cadre de Youth Talk pourraient faire partie du réseau de jeunes influenceurs soutenus dans le cadre de “Fokaben”.
<i>Search for Common Ground, “Joint Initiative for Strategic Religious Action”</i> (mai 2021 - décembre 2025)	Mensen Met een Missie (MM) (\$ 3,332,531.16)	Renforcement de la liberté de religion au Mali à travers des activités inter-, intra- et extra-religieuses. Le programme renforce également la capacité à traiter les conflits, la radicalisation et l’extrémisme violent liés à la religion et à contribuer à la paix et à la réconciliation dans le pays.	Des synergies pourraient être développées avec cette initiative, y compris à travers des campagnes sur les réseaux sociaux sur la tolérance religieuse.

## II. Contenu du projet, justification stratégique, et stratégie de mise en œuvre (4 pages max plus annexe du cadre des résultats)

### a) Une brève description de l’orientation stratégique et de l’approche du projet -

Actant de la nécessité d’apporter des réponses appropriées aux défis que représente la désinformation pour la cohésion sociale et le processus de paix au Mali, Search propose un projet de 24 mois dont l’objectif global est de ***mobiliser une pluralité de jeunes influenceurs contre la propagation de fausses informations et de discours de haine pour contribuer au renforcement de la cohésion sociale et à la participation active de la jeunesse dans l’espace civique au Mali.*** Plus spécifiquement, le projet vise à appuyer les réseaux des jeunes influenceurs et influenceuses pour prévenir et répondre à la désinformation par le renforcement de capacités et la mise en réseau à Bamako et dans les régions de Kayes, Mopti et Gao. Le projet a également pour objectif de financer les initiatives de jeunes hommes et femmes visant à déconstruire les discours de haine et à renforcer la cohésion sociale et soutenir leurs actions de plaidoyer en faveur de la participation des jeunes influenceurs et influenceuses dans l’espace civique.

Objectifs Spécifiques	Résultats attendus
<b>O1. Appuyer un réseau de jeunes influenceurs composés de journalistes, web-activistes pour prévenir</b>	<p><b>R1.1.</b> Une pluralité de jeunes influenceurs sont formés et mis en réseau pour déconstruire les discours de haine et les fausses informations.</p> <p><b>R1.2.</b> Une pluralité de jeunes influenceurs disposent des outils et des ressources pour lutter contre les fausses informations qui circulent dans les médias et sur les réseaux sociaux.</p>

et répondre à la désinformation	
<b>O2. Soutenir les initiatives visant à déconstruire les discours de haine, renforcer la cohésion sociale et améliorer la place de la jeunesse dans l'espace civique</b>	<b>R2.1</b> Des initiatives visant à mobiliser les communautés contre les discours de haine et des fausses informations sont menées par une pluralité de jeunes influenceurs communautaires. <b>R2.2.</b> Des campagnes de plaidoyer sont menées pour l'adoption de mesures favorisant la participation des jeunes influenceurs dans l'espace civique.

Afin d'atteindre ces objectifs, l'intervention reposera sur plusieurs approches de consolidation de la paix ayant fait leur preuve dans plusieurs pays où Search intervient.

**L'approche Common Ground Approach.** Cette approche permet aux parties en conflit de comprendre leurs intérêts respectifs, d'identifier les obstacles à la collaboration et de faire émerger des solutions de façon collaborative autour d'intérêts communs. A travers le renforcement des capacités, la mise en réseau et la mise à disposition de ressources à une pluralité de jeunes influenceurs communautaires, web-activistes et professionnels des médias, cette approche leur permettra de se positionner comme des champions pour la paix en utilisant les médias et les outils digitaux, permettant d'atténuer les tensions dans un contexte de forte polarisation.

**Approche sensible au conflit.** Cette approche renvoie à une analyse continue des dynamiques des conflits liés à la circulation des fausses informations en ligne qui sera rendu possible grâce aux plateformes et système de monitoring et de vérification des faits mis en place par les partenaires locaux et aux systèmes d'alerte précoce existants au niveau communautaire (Centre National d'Alerte Précoce), ainsi que des missions régulières de suivi qui seront menées pour réaliser des analyses rapides de conflit. Cela passera également par un processus de cartographie des influenceurs et journalistes, à la fois participatif et fortement inclusif, qui contribuera à la compréhension et l'acceptation de l'action par les différentes parties prenantes et par la mise en place de mécanismes de redevabilité vis-à-vis des différents participants au programme.

**Approche participative et Youth 360:** Search s'appuiera sur la méthodologie Youth 360 qui consiste à impliquer les jeunes à toutes les étapes de la mise en œuvre du projet, notamment pour la planification participative et inclusive et le financement d'initiatives dont ils sont les bénéficiaires. Elle leur permet d'analyser et d'apporter eux-mêmes des réponses appropriées à leurs besoins à travers l'organisation des camps d'innovation et le financement d'initiatives via un fonds d'innovation digitale dédié.

**Approche sensible au genre.** L'action apportera un soutien à la participation significative des femmes aux processus de paix et au dialogue et repoussera les barrières de genre dans le contexte du conflit. Ce projet évitera de contribuer à renforcer des normes préjudiciables, en particulier lorsque ces normes ont été accentuées par les conflits actuels, et fera la promotion de l'égalité entre femmes et hommes d'une manière appropriée au contexte local. L'étude de base, de même que les scans de conflit, apporteront une attention particulière aux dynamiques de genre.

**Approche innovante.** Le caractère innovant de ce projet réside dans l'adaptation des structures et approches de prévention de conflit existantes au niveau communautaire aux TIC. Le réseau qui sera mis en place permettra aux jeunes de surveiller et déconstruire les fausses informations en ligne, tout en détectant les signes de polarisation croissante ou les signes avant-coureurs de violence au niveau communautaire.

*b) Fournissez une « théorie du changement » au niveau du projet*

Le projet repose sur la **théorie du changement** suivante:

**SI** une pluralité de jeunes professionnels des médias, de web-activistes et d'influenceurs communautaires sont formés, mis en réseau et outillés pour déconstruire les discours de haine et les fausses informations qui circulent en ligne et sur les réseaux sociaux,

**SI** des espaces de dialogue inter-jeunes et intergénérationnels sont créés en ligne et en présentiel autour des risques que posent la désinformation pour la cohésion sociale

**ET SI** des initiatives locales de paix et des campagnes de plaidoyer visant à mobiliser à la fois les leaders communautaires et les autorités contre les discours de haine et les fausses informations sont menées par ce réseau de jeunes influenceurs,

**ALORS** l'environnement sera plus favorable à la résolution pacifique des conflits et à l'inclusion des jeunes dans la gouvernance démocratique

**CAR** les populations auront accès à des informations vérifiées et sensibles au conflit accompagnées de récits positifs et pluralistes fondés sur le principe d'inclusion de la jeunesse aux débats portant sur le futur du Mali.

*d) Fournir une description narrative des principales composantes du projet (résultats et produits), en veillant à accorder suffisamment d'attention au genre, à l'âge et aux autres différences clés qui devraient influencer l'approche du projet. En décrivant les éléments du projet, assurez-vous d'indiquer les considérations importantes liées à la séquence des activités.*

**Résultat 1: Les capacités des réseaux de jeunes influenceuses et influenceurs (composés de journalistes, web-activistes) sont renforcées pour prévenir et répondre à la désinformation**

**Produit 1.1: Une pluralité de jeunes influenceurs sont formés et mis en réseau pour déconstruire les discours de haine et les fausses informations.** Le projet identifiera 80 jeunes hommes et jeunes femmes web-activistes et 40 jeunes journalistes, blogueurs et blogueuses (A0.1.2) pour renforcer leurs capacités sur les techniques du journalisme sensible au conflit (A1.1.1) et la vérification des faits (A1.1.2). Grâce au coaching des journalistes, blogueurs et blogueuses (A1.1.3) et le renforcement de compétence suivant l'Approche Common Ground, les jeunes bénéficiaires acquerront les compétences nécessaires pour créer des cadres d'échanges et de réflexion (y compris en ligne) (A1.1.4), collaborer plus efficacement et lutter contre les fausses informations et déconstruire les discours de haine de manière sensible au conflit tout en contribuant au renforcement de la cohésion sociale.

**Produit 1.2: Une pluralité de jeunes influenceurs disposent des outils et des ressources pour lutter contre les fausses informations qui circulent dans les médias et sur les réseaux sociaux.** Les jeunes influenceurs et les journalistes et blogueurs produiront à l'issue des formations des rapports de 'fact-checking' sous forme d'articles ou de podcasts (A1.2.1) pour déconstruire les fausses informations. Ces rapports seront publiés sur leur plateforme et pages facebook des partenaires locaux ([Doniblog](#) de Benbere, [An k'a sègèsègè](#) d'ABM et [Mali Check](#) du journal "Le Jalon"). Des outils didactiques (jeu quizz, l'élaboration de guides pratiques et la production de vidéos) sur les dangers des fausses informations seront également développés (A1.2.2) avec l'appui technique des partenaires locaux et du ministère de tutelle (A1.2.5) pour sensibiliser à la lutte contre la désinformation. Search mettra à la disposition du projet ses studios de Bamako et de Mopti pour la co-production de 60 magazines radiophoniques "Fokaben - Les jeunes pour la paix" (A1.2.3) avec 4 stations de radios communautaires, dédiés à la déconstruction des fausses informations en français et en langues locales. Ces magazines pourront comporter des tables rondes avec les autorités locales, les représentants de la jeunesse, les journalistes et seront diffusés (A1.2.4) par 15 radios partenaires et accessibles à tous en ligne sous format podcasts.

**Résultat 2: Les initiatives communautaires des jeunes femmes et jeunes hommes pour déconstruire les discours de haine, renforcer la cohésion sociale et améliorer la place de la jeunesse dans l'espace civique sont financées et soutenues.**

**Produit 2.1: Des initiatives visant à mobiliser les communautés contre les discours de haine et des fausses informations sont menées par de jeunes influenceurs et influenceuses communautaires.** 120 jeunes influenceuses et influenceurs communautaires seront formés sur la transformation des conflits et coachés (A2.1.1) spécifiquement sur les outils de communication pour le changement et de vérification des faits afin de les positionner comme des acteurs de cohésion sociale au sein de leurs communautés. Sur la base des programmes radios et des outils pédagogiques développés et organisés en collaboration avec le réseau de clubs UNESCO situés dans les écoles et les universités, des clubs d'écoute et de dialogues inter-jeunes (A2.1.2) seront mis en place pour permettre à la fois de sensibiliser une masse critique de jeunes sur les dangers de la désinformation et de les mobiliser dans la mise en œuvre de campagnes de sensibilisation. Suivant l'approche Youth 360, des camps d'innovation pour les jeunes influenceurs (A2.1.3) seront organisés dans chaque région. Ils réuniront l'ensemble des jeunes influenceurs (web-activistes, journalistes et influenceurs communautaires) et seront dédiés à la conception d'initiatives visant à déconstruire les fausses informations et à renforcer la place des jeunes dans la gouvernance démocratique et la consolidation de la paix. Des initiatives les plus pertinentes seront financées grâce à un fonds d'innovation mis en place

par le projet (A2.1.4). Les initiatives seront sélectionnées à l'issue d'un processus d'appels à proposition participatif et fortement inclusif et sur la base de critères transparents, élaborés par les jeunes, parmi lesquels la faisabilité et la durabilité de l'initiative, et l'accent sera mis sur les initiatives portées par les jeunes les plus vulnérables et basées sur l'utilisation des TIC.

**Produit 2.2: Des campagnes de plaidoyer sont menées pour l'adoption de mesures favorisant la participation des jeunes influenceurs dans l'espace civique.** Des forums d'échange entre web-activistes et influenceurs communautaires seront organisés afin de préparer le lancement de campagnes de sensibilisation et de plaidoyer vis-à-vis des communautés et des autorités (A.2.2.1). Ces campagnes passeront par la production et la diffusion d'articles et de vidéos en ligne, ainsi que l'organisation de dialogues entre jeunes et autorités dans les chefs-lieux des régions et à Bamako pour permettre aux jeunes de partager les résultats de leurs initiatives avec les autorités et de faire le plaidoyer pour l'adoption de mesures spécifiques au niveau régional et local (A.2.2.2). Deux conférences nationales (A.2.2.3) réunissant toutes les parties prenantes seront également coorganisées avec l'UNESCO pour faire un état des lieux des défis et progrès dans la lutte contre la désinformation, en mettant en avant les initiatives menées par les jeunes influenceurs.

**Utilisez l'annexe C pour lister tous les résultats, produits et indicateurs.**

#### *e) Ciblage du projet*

Dans le cadre de cette initiative, la priorité a été donnée à **quatre régions** : Gao, Mopti/Bandiagara, Bamako et Kayes/Nioro. Dans la région de **Gao**, l'Etat Islamique au Grand Sahara (EIGS) a lancé une série d'offensives d'ampleur au cours des six derniers mois ayant causé de nombreuses victimes parmi les populations civiles. Certains affrontements récents, comme à Talataye le 6 septembre, ont opposé l'EIGS, d'une part, et le Groupe de soutien à l'Islam et aux musulmans affilié à Al Qaida, appuyé par le Mouvement pour le salut de l'Azawad (MSA), un groupe armé signataire et loyaliste à Bamako. Parallèlement, les groupes signataires de l'accord d'Alger, regroupés au sein du Cadre stratégique permanent, se partagent des missions de sécurisation du territoire pour faire front contre cet ennemi commun. Dans ce contexte, certains analystes redoutent un bouleversement des alliances militaires et une reprise des hostilités entre les ex-rebelles indépendantistes et les forces armées maliennes (FAMA)<sup>26</sup>. Cette situation confuse constitue un environnement favorable à la propagation des fausses informations sur la situation sécuritaire, politique et sociale. Dans le Centre, la région **Mopti** est en proie à des conflits violents entre les FAMA et la Katiba Macina, ainsi qu'au niveau communautaire entre Peuls, Dogons et Bambara, contribuant au délitement du tissu social. Ces derniers mois, les exactions contre les populations civiles sont en forte hausse<sup>27</sup>, commises à la fois par les FAMA comme à Moura à la fin du mois de mars 2022<sup>28</sup> et les groupes extrémistes violents. Certains messages de haine, en particulier ceux contribuant à la stigmatisation de la communauté Peul qui est associée aux groupes extrémistes violents, jouent un rôle direct dans les dynamiques de conflits. La région de **Kayes/Nioro** quant à elle a été retenue en raison des fortes tensions sociales qui se manifestent par des affrontement inter-communautaires, en lien avec l'esclavage par ascendance et l'orpillage artisanal en particulier, susceptibles d'être exploités par les groupes extrémistes violents pour s'implanter localement<sup>29</sup>. Enfin, bien que Bamako soit moins affectée par la crise sécuritaire, elle est le centre des affaires administratives, politiques, où résident tous les médias, des influenceurs et des activistes, ayant une influence déterminante sur l'environnement sociopolitique en général, et sur les dynamiques de conflits au niveau régional en particulier.

Dans ces régions où l'État et les médias *mainstream* sont peu présents, les influenceurs communautaires, les blogueurs et les activistes jouent des rôles importants dans la circulation de l'information, particulièrement auprès de la jeunesse qui représente la majorité des internautes. Avec un public pouvant atteindre des dizaines de milliers de personnes sur les réseaux sociaux et leurs pages web, ces acteurs des nouveaux médias ont une grande influence **sociale et politique**. Leurs messages sur les réseaux sociaux (articles, blogs, tweets, messages Facebook ou WhatsApp) sont les sources d'informations privilégiées par

<sup>26</sup> [Article](#) du Monde, 21 septembre 2022. Un incident récent a d'ailleurs opposé les FAMAs avec des éléments de la Plateforme et de la CMA dans la région de Gao (cf. [rapport](#) de la MINUSMA, 1er octobre 2022)

<sup>27</sup> [Mali : la MINUSMA alerte sur la hausse des exactions contre les civils au centre du pays | ONU Info \(un.org\)](#) et [Mali: New Wave of Executions of Civilians | Human Rights Watch \(hrw.org\)](#)

<sup>28</sup> Mali: Massacre by Army, Foreign Soldiers, Human Rights Watch, [Mali: Massacre by Army, Foreign Soldiers | Human Rights Watch \(hrw.org\)](#)

<sup>29</sup> Etude de base, projet "On est Ensemble", mis en oeuvre par Search et UNICEF avec sous financement UNPBF

les communautés et parfois crédibles pour les acteurs locaux, la société civile et les autorités. Cependant, les informations qu'ils relaient sont très souvent non-vérfiées et contiennent parfois des messages de haine, contribuant ainsi à alimenter les rumeurs et attiser les tensions et les conflits, en particulier chez les plus jeunes.

Afin de transformer ces relais efficaces de l'information pour mobiliser les jeunes dans lutte contre la désinformation, le projet ciblera dans les régions de Gao, Kayes/Nioro et Mopti/Bandiagara et le District de Bamako **240 influenceurs**, âgés de 18 à 35 ans, dont 40% de femmes:

- **40 jeunes journalistes/blogueurs** déjà formés à la vérification des faits et membres actifs des OSC partenaires (Benbere, Jalon, ABM). Ce premier groupe sera composé de jeunes leaders diplômés qui sont déjà engagés dans la lutte contre la désinformation et qui ont un pouvoir d'influence au sein des partis politiques, de la société civile et des médias.
- **80 jeunes web-activistes** (20 par région). Ce second groupe sera composé de jeunes web-activistes, très influents dans les médias en ligne et sur les réseaux sociaux, mais n'ayant pas nécessairement les réseaux, les ressources et les opportunités pour contribuer positivement à la déconstruction des fausses informations.
- **120 jeunes influenceurs communautaires** (30 par région), issus de tous les milieux et représentatifs des populations ciblées. Ce troisième groupe sera composé d'**influenceurs communautaires de milieux marginalisés qui ne sont pas nécessairement actifs dans l'espace civique** mais qui ont de nombreux relais au sein des établissements scolaires, des syndicats et des groupes informels de jeunes (grins) au niveau local qui seront identifiés lors de la cartographie des parties prenantes en début de projet. Un certain nombre d'entre eux seront sélectionnés parmi les centaines de jeunes ambassadeurs de paix formés et soutenus par Search au niveau des trois régions dans le cadre de projets en cours ou récemment clôturés.

Ces 240 influenceurs constituent le **premier groupe cible** du projet: ils seront chargés de la mise en œuvre de l'ensemble des activités avec l'appui de Search et de ses partenaires **dans Bamako et les régions de Kayes, Mopti et Gao**. Le **second groupe cible** est composé des autorités (ministère de tutelle, autorités locales et régionales des zones d'intervention et acteurs clés), des professionnels des médias (radio, presse écrite et en ligne, chaînes de télévision, etc.), des OSC et des professionnels des établissements scolaires. Conformément à notre **politique de protection de Search**, la protection des jeunes influenceurs sera garantie tout au long de la mise en œuvre du projet. L'implication de l'UNESCO et des OSC faitières des médias ayant des relais au niveau politique facilitera la mobilisation et le soutien des autorités à tous les niveaux.

### III. Gestion du projet et coordination (4 pages max)

#### a) *Organisations bénéficiaires et partenaires de mise en œuvre*

Présente au Mali depuis 2014, Search met en oeuvre des programmes dans toutes les régions du Mali visant à renforcer l'interdépendance des populations au-delà des lignes de division, prévenir et répondre aux conflits, accroître la confiance et la collaboration entre populations, forces de défense et de sécurité et autorités, favoriser l'inclusion des jeunes et des femmes dans la gouvernance, et promouvoir la paix. Sous la tutelle du Ministère de la Communication et de l'Economie Numérique, Search-Mali pourra s'appuyer sur cette expérience et ses réseaux pour mettre en œuvre ce projet.

Les trois partenaires de mise en œuvre du projet sont Doniblog (OSC), ABM (OSC) et Le Jalon (média d'investigation et de vérification des faits) avec lesquels Search a collaboré dans le cadre de précédents projets. Chacune de ces trois organisations est activement engagée dans la lutte contre les fausses informations au Mali. Elles ont chacune une plateforme dédiée ([Doniblog](#) (Benbere) et [An k'a sègèsègè](#) (ABM) et [Mali Check](#) (Le Jalon) touchant des dizaines voire des centaines de milliers de personnes. Ces trois OSC sont composées de jeunes blogueurs et journalistes, dont certains ont reçu des prix prestigieux, qui animent des réseaux de dizaines de web-activistes moins expérimentés mais présents dans les régions ciblées (Bamako, Kayes, Mopti, Gao). Elles recevront des sous-subsventions pour mettre en œuvre un certain nombre d'activités (sessions d'échange et de coaching, production de rapports de vérification des faits et autres contenus - vidéos, audios, écrits). Par ailleurs, des petites subventions seront allouées aux jeunes influenceurs dans le cadre du fonds d'innovation digitale qui sera mis en place. Suite aux camps d'innovation, ils seront invités à répondre à un appel à propositions en collaboration avec des OSC et/ou des acteurs privés actifs dans les TIC (en particulier de la diaspora).

En outre, Africa Check (OSC) sera spécifiquement chargée d'organiser des formations et coachings à destination des membres de ces OSC et de leurs réseaux. La Maison de la Presse (OSC) et l'Association des professionnels de la Presse en Ligne-Mali (OSC) ne recevront pas de fonds mais seront invités à faire partie du Comité Consultatif du projet et seront mobilisés pour l'organisation des campagnes de plaidoyer vis-à-vis des autorités. Le projet bénéficiera également de l'assistance technique de l'UNESCO-Mali pour les formations sur la sécurité des journalistes, la mobilisation des clubs UNESCO et l'organisation des conférences nationales.

Organisation bénéficiaire	Budget total dans l'année précédente	Sources principales du budget (donateurs etc.)	Emplacement des bureaux dans le pays	Nombre de personnel existant (et combien dans les zones du projet)	Experts techniques existants pertinents au projet
Organisation de convocation : <b>Search for Common Ground</b>	\$ 3,192,077 <del>4,244,520</del>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">UNDP = UN Development Programme</a></li> <li>- <a href="#">UNICEF = United Nations International Childrens Fund</a></li> <li>- <a href="#">Action Against Hunger</a></li> <li>- <a href="#">Facilité G5 Sahel</a></li> <li>- <a href="#">Belgian Government</a></li> <li>- <a href="#">CORDAID</a></li> <li>- <a href="#">European Union/ European Commission</a></li> <li>- <a href="#">Mensen Met Een Missie</a></li> <li>- <a href="#">PATRIP Foundation</a></li> <li>- <a href="#">Fondation BEZOS</a></li> <li>- <a href="#">Canadian Foreign Affairs</a></li> </ul>	Bamako Gao Mopti	60 personnels dont la quasi-totalité dans les zones ciblées.	12
<b>Partenaires d'exécution : Doniblog</b>	\$ 817,691.53	Ambassade du Danemark, Ambassade de France, OSIW	Bamako, Tombouctou, Sikasso, Koutiala,	22 dont 15 dans les zones ciblées	5

		A, Banque Mondiale, NIMD, Institut Panos	Mopti et Kayes		
Benbere	\$ 308,831.80	NED (National Endowment for Democracy), Mali Folk Centre, AmplifyChange, OIF (Organisation Internationale de la Francophonie), FAMOC, Ambassade du Danemark	Bamako, Tombouctou, Kayes, Mopti, Segou, Sikasso, Koutiala et Bla	22 dont les permanents et non permanents	8
Think Peace	\$ 1,267,241	GCERF, FAMOC (Ambassade Royale de Danemark), Save the Children, PNUD	Bamako, Mopti, Gao, Diré	33 dont 4 en dehors du Mali	6
Partenaires d'exécution : <b>ABM</b>	\$ 182. 116 <del>40,771.5</del>	SFCG, UE, CVJR, USAID GRDR, <del>ONU Femmes</del> , Mali Justice, <del>WANEP</del> , Orange Mali	Bamako	49 dont 8 dans les zones d'intervention	5
Partenaires d'exécution : <b>Le Jalon</b>	\$ 222,663.2653, <del>760</del>	Internews Europe, Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), Ambassade des Etats-Unis d'Amérique, Journalistes pour les Droits Humains (JDH) et SFCG	Bamako	13 dont 6 dans les zones d'intervention du projet	3

Ministère de Communication, de l'Economie Numérique et de la Modernisation de l'Administration	17,258,450.00 XOF	Mali Numérique (Fibre optique et caméra de surveillance),	Le ministère, Secrétariat Général, cabinet du ministre, structures centrales (DFM), structures rattachées et organismes personnalisés (ORTM, POSTE, AMAP)	71 personnes (Ministère, le Cabinet et la DAF)	
--	-------------------	---	---	--	--

**b) Gestion et coordination du projet**

Search assurera la coordination, la mise en œuvre et le suivi et évaluation du projet. Afin d'assurer une gestion adéquate de l'action, un Chef de Projet (100%), basé à Bamako, sera recruté pour assurer la gestion programmatique et financière quotidienne du projet. Il/elle sera appuyé par 2 assistants (100%) qui seront également recrutés, par l'ensemble de l'équipe de Search-Mali (Directeur Pays, Finance Manager, Coordinatrice Suivi et Évaluation, Associée aux programmes etc.) et par l'équipe régionale pour l'Afrique de l'Ouest (Directeur régional, Gestionnaires de programmes, Contrôleur financier, Spécialiste suivi-évaluation, Spécialiste communication). Dans le cadre de la composante communication, l'équipe média de Search-Mali sera fortement mise à contribution, notamment le Coordinateur Média et Communication, les formateurs en Journalisme Sensible au Conflits, les Producteurs médias, et le Spécialiste réseaux sociaux. Pour les partenaires (Doniblog, ABM et Le Jalon), la mise en œuvre de projet sera assurée par des Chargés de Projet (100%), de Suivi Évaluation (100%) et Finance (100%), et des Éditeurs (100%) avec l'appui de spécialistes et experts en vérification des faits.

Des réunions de coordination régulières seront tenues avec la participation des représentants du Ministère de la Communication et de l'Economie Numérique, de l'UNESCO et de partenaires de mise en œuvre (Doniblog, ABM et Le Jalon), les parties prenantes clés (La maison de la Presse, l'Association des Professionnels de la Presse en Ligne-Mali, le Centre National d'Alerte Précoce - CNAP), des coordinations nationales de la communication, des représentants des bénéficiaires et des représentants des collectivités territoriales. Ces rencontres permettront de valider les plans de travail régionaux, assurer le suivi de la mise en œuvre des activités du projet à travers l'organisation des missions sur le terrain, la validation des différents rapports d'avancement avant leur soumission à l'unité de coordination nationale du projet. Il convient de préciser qu'un Comité de Pilotage unique pour l'ensemble du portefeuille de projets PBF existe déjà au Mali. Ce Comité donnera les orientations stratégiques à la mise en œuvre du projet, assurera le contrôle qualité, l'orientation stratégique et la prise de décision.

La visibilité du PBF sera assurée non seulement durant la mise en œuvre des activités mais aussi et surtout lors des événements spéciaux organisés dans les localités concernées auxquels nos organisations prendront part. L'implication des autorités locales va jouer un rôle important dans le renforcement de cette visibilité.

**c) Gestion des risques**

Risque spécifique au projet	Niveau de risque (faible, moyen, élevé)	Stratégie d'atténuation (y compris les considérations Ne Pas Nuire)
-----------------------------	---	---

<p>Les bénéficiaires et zones d'interventions deviennent inaccessibles en raison de la détérioration soudaine du contexte sécuritaire.</p>	<p><u>Probabilité</u>: moyenne <u>Gravité</u>: moyenne</p>	<p>Search compte pallier ce risque en suivant de manière continue l'évolution du contexte sécuritaire. Cela s'effectuera pour la consultation régulière des autorités locales, le Ministère de la Communication et de l'Economie Numérique, du groupe de travail de protection, du personnel de terrain, des partenaires et des réseaux de journalistes partenaires et des rapports d'analyses d'INSO (International NGO Safety Organisation). Notre approche flexible nous permettra de faire des ajustements au niveau de la programmation, tels que des changements de dates / lieux, de suspendre temporairement nos diverses activités si la sécurité ne peut être assurée, ou de relocaliser les activités dans des zones plus sûres. En étant présent de manière continue dans les régions d'intervention depuis 2017 (Mopti, Gao et Bamako) et 2020 (Kayes), Search peut s'appuyer sur d'excellentes relations avec les communautés et les autorités locales, permettant de garantir l'accès aux participants du projet.</p>
<p>Les activistes, blogueurs, et journalistes bénéficiaires sont perçus comme une menace et sont pris pour cible en raison de leur travail et leur participation à l'initiative.</p>	<p><u>Probabilité</u>: moyenne <u>Gravité</u>: élevée</p>	<p>Le projet portera une attention particulière à la sécurité de tous les bénéficiaires, du personnel et des parties prenantes. Search appuiera de manière continue les initiatives entreprises par les participants au projet pour assurer qu'ils ne mettent pas en danger, et qu'ils n'exposent pas leurs proches et les autres membres de la communauté à travers une approche sensible au conflit et un suivi de la situation aussi bien sur les réseaux sociaux que dans les communautés. Search organisera des consultations avec les activistes, blogueurs et journalistes pour évaluer les risques d'exposition à des mesures de représailles des groupes armés en réponse aux rapports de fact checking et de signalement de fausses informations et rumeurs. Si les risques sont considérés élevés, des stratégies alternatives seront recherchées.</p>
<p>Les jeunes femmes bénéficiaires se heurtent à des obstacles qui les empêchent de participer de manière significative aux activités du projet en présentiel et en ligne.</p>	<p><u>Probabilité</u>: moyenne <u>Gravité</u>: moyenne</p>	<p>L'équipe de projet veillera à ce que toutes les activités favorisent la participation des jeunes femmes activistes, blogueuses et journalistes. Le personnel du projet assurera une liaison régulière avec l'<a href="#">Association des Femmes de la Presse au Mali</a> afin de répondre aux défis identifiés dans le cadre de leur participation à la lutte contre la désinformation. Cela peut inclure la réalisation d'activités spécifiques au genre, l'adaptation du matériel du projet ou encore un réaménagement de la planification des activités afin de permettre aux jeunes femmes de participer.</p>
<p>Un faible ou manque d'appropriation de l'initiative par les bénéficiaires et les parties prenantes est constatée et met à mal la mise en œuvre et la</p>	<p><u>Probabilité</u>: faible. <u>Gravité</u>: moyenne</p>	<p>Un faible engagement des bénéficiaires et des parties prenantes du projet peut représenter un manque de confiance dans le processus d'identification des bénéficiaires ou la stratégie du projet. En plus des réunions de coordination et ceux du comité de pilotage, des sessions de rencontres et cadres d'échanges pourraient être organisés pour recueillir les avis et recommandations des bénéficiaires et parties prenantes afin d'orienter et de d'accompagner le processus de mise en œuvre du projet pour garantir son appropriation.</p>

durabilité du projet.		
La faible capacité administrative et financière de certains partenaires et leurs exigences procédurales de Search compromet le respect du calendrier de mise en œuvre et peut entraîner un faible niveau d'exécution.	<u>Probabilité:</u> moyenne  <u>Gravité:</u> moyenne	Une faible capacité administrative opérationnelle et financière de certains partenaires de mise en œuvre peut ralentir l'exécution des activités par rapport à la planification prévue. Face à cela, des formations ciblées de renforcement des capacités seront organisées, ainsi qu'un appui technique régulier et un suivi rapproché pour anticiper et résoudre les défis. Veiller également, si nécessaire, à redistribuer certaines tâches aux acteurs plus expérimentés afin d'assurer le bon avancement du projet.

#### d) *Suivi / évaluation*

Tout au long de la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation seront réalisés par le département Design, Monitoring and Evaluation (DM&E) en charge de la conception et de la mise en œuvre des études. Cette unité est composée d'un Coordinateur DM&E, et plusieurs chargés/assistants de DM&E basés dans les différents bureaux. L'équipe est appuyée par un Spécialiste Régional DM&E, membre de l'équipe Institutional Learning Team (ILT) dont l'objectif est d'assurer que les études menées contribuent à la redevabilité et l'apprentissage. L'équipe d'évaluation sera composée d'un Coordinateur régional ILT Régional DM&E; d'un Coordinateur DM&E national; d'un chargé de DM&E; d'un Assistant DM&E. 7.3% du budget du projet sera consacré au suivi, à l'évaluation et l'apprentissage:

**Étude de base sur la perception des médias et le rôle de la circulation de fausses informations, rumeurs et messages de haine.** Une étude de base sera réalisée en début de projet pour établir la situation de référence à partir de laquelle les progrès seront mesurés. Cette étude permettra d'identifier les principaux acteurs clés dans la production et la circulation d'informations (vérifiées ou non) au niveau communautaire et en ligne, ainsi que les réseaux, lieux de socialisation et moyens de communication des jeunes hommes et des jeunes femmes dans les zones cibles. Elle permettra également d'analyser les caractéristiques des fausses informations et des facteurs de leur propagation. Elle permettra enfin de cartographier aussi bien les mécanismes, dispositifs et initiatives de gestion des rumeurs, de lutte contre la désinformation et d'alerte précoce, que les cadres de partage d'information sur la situation sécuritaire et la gestion de l'information existants au niveau local, régional et national.

**Missions de suivi et sessions de réflexion.** Pour s'assurer de la qualité de la mise en œuvre des activités, l'équipe DM&E (Design, Monitoring and Evaluation) effectuera des missions de suivi trimestrielles. Ces missions permettront de collecter les données auprès des bénéficiaires et des parties prenantes clé pour comprendre les dynamiques de conflits dans les zones d'intervention et s'assurer des progrès réalisés vers l'atteinte des objectifs fixés. Elles seront suivies d'ateliers de réflexion permettant de formuler des recommandations pour ajuster les activités et veiller au respect des principes de "Ne Pas Nuire".

**Évaluation finale:** Une évaluation sera réalisée à la fin du projet par un consultant ou un cabinet de consultance externe dans toutes les zones d'intervention. Cette étude permettra d'apprécier la pertinence de l'action, l'efficacité des activités réalisées, les changements attribuables au projet et la viabilité des actions entreprises. Les résultats de cette évaluation permettront de tirer les leçons de la mise en œuvre du projet et capitaliser les bonnes pratiques ayant trait au peacebuilding digital et à la prévention de la désinformation dans un contexte tel que le Sahel.

#### e) *Stratégie de fin de projet / durabilité*

Le projet vise à mobiliser les jeunes influenceurs et professionnels de médias contre la désinformation en les dotant de compétences clés et d'opportunités qu'ils pourront utiliser au-delà de la durée du projet. Ce projet leur permettra de gagner en crédibilité en tant qu'acteurs de la consolidation de la paix aux yeux des autorités et des communautés. Les sessions de formation seront suivies de sessions de coaching et de

soutien matériel et financiers pour la mise en œuvre d'initiatives conçues et dirigées par eux-mêmes leur permettant de mettre leurs compétences en pratique, de les renforcer tout au long du projet et de les transférer vers leurs pairs par un engagement continu et un partage d'expériences. Au-delà du renforcement des capacités, le projet donnera aux acteurs clés l'accès à des ressources et des opportunités leur permettant d'accéder à des dispositifs et des outils de vérification des faits simples et gratuits disponibles au-delà de la durée du projet. La production de contenus médiatiques aura un effet multiplicateur en atteignant un large public dans les régions ciblées. En renforçant les capacités des stations de radios communautaires locales, y compris par le biais de transferts d'équipements, le projet contribuera à améliorer durablement la circulation d'informations crédibles, impartiales et sensibles aux conflits. En plus de servir d'espace de dialogue inclusif et de circulation d'informations précises sur les questions intéressant les communautés ciblées, en particulier sur les questions concernant spécifiquement les femmes et les jeunes, les médias constituent un outil puissant pour transformer les perceptions, les attitudes et les comportements.

En outre, le partenariat stratégique développé avec les organisations de jeunes ABM, Doniblog et le Jalon prévoit un transfert de ressources (mécanisme de sous-subvention à hauteur de 40% du budget total) et de compétences (assistance technique) qui permettront d'assurer la pérennité de leurs actions dans l'espace médiatique malien et au Sahel. Notre collaboration sera guidée par les protocoles de partenariat de Search, qui définissent notre approche pour travailler avec les organisations de la société civile locale de manière éthique et efficace, jetant les bases d'un changement à long terme. Les éléments clés de cette approche comprennent la responsabilité mutuelle, la transparence et le renforcement des capacités. Les accords de partenariat comprendront la définition de critères de référence tant pour l'exécution des activités que pour le renforcement des capacités institutionnelles. Il sera accompagné d'un plan de décaissement et d'un plan suivi et d'évaluation développé par Search et approuvé par les partenaires locaux de mise en œuvre. Ils reflèteront des critères de performance établis conjointement et incorporera des indicateurs clés du programme, ventilés par sexe et groupe d'âge, le cas échéant. Les cibles et résultats seront revus et mis à jour si nécessaire lors de réunion de suivi régulières, sur la base desquels pourront être revus les plans de décaissement. Ce processus permettra de mesurer les progrès accomplis dans le renforcement des capacités des partenaires.

Ce projet s'appuiera sur les plateformes de fact checking existantes au Mali ([Doniblog](#) de Benbere, [An k'a sègèsègè](#) d'ABM et [Mali Check](#) du journal "Le Jalon"), dont les capacités seront décuplées, tout en assurant l'intégration des activités dans les cadres institutionnels pertinent (par exemple la Stratégie Nationale de Communication du Mali qui est en cours d'élaboration) afin contribuer à la durabilité de l'action.

#### **IV. Budget du projet**

*Fournissez de brèves informations supplémentaires sur les coûts des projets, en mettant en évidence les choix spécifiques qui ont sous-tendu la préparation du budget, en particulier pour le personnel, les déplacements ou tout autre soutien indirect au projet, afin de démontrer le rapport qualité-prix du projet. Le budget proposé pour tous les projets doit inclure des fonds suffisants pour une évaluation indépendante. Le budget proposé pour les projets impliquant des bénéficiaires directs non onusiens doit inclure des fonds pour un audit indépendant. Remplissez l'annexe sur l'optimisation des ressources du projet.*

*Veillez noter que dans presque tous les cas, le Fonds pour la consolidation de la paix transfère les fonds des projets en une série de tranches basées sur les performances. L'approche standard du PBF consiste à transférer les fonds du projet en deux tranches pour les bénéficiaires des Nations Unies et en trois tranches pour les bénéficiaires non-ONU, en débloquant les deuxième et troisième tranches dès que les critères de performance ont été atteints. Tous les projets comprennent les deux critères de performance standard suivants: 1) au moins 75% des fonds de la première tranche ont été engagés et 2) toutes les obligations de rapport de projet ont été respectées. En plus de ces indices de référence standard et en fonction de la cote de risque ou d'autres facteurs spécifiques au contexte, des repères supplémentaires peuvent être indiqués pour le déblocage des deuxième et troisième tranches.*

*Veillez préciser ci-dessous tous les facteurs spécifiques au contexte qui peuvent être pertinents pour le déblocage des deuxième et troisième tranches. Celles-ci peuvent inclure le bon déroulement des élections, l'adoption de lois clés, la mise en place d'unités ou de bureaux de contrepartie clés ou d'autres indicateurs de performance nécessaires avant que la mise en œuvre du projet puisse avancer. Dans votre*

*réponse, veuillez indiquer comment les tranches basées sur la performance affectent les considérations de séquençement des projets.*

*Remplissez deux tableaux dans **l'annexe D du budget Excel**.*

*Dans le premier tableau budgétaire Excel de l'annexe D, veuillez inclure le pourcentage d'égalité des sexes et d'autonomisation des femmes (GEWE) pour chaque activité. Fournissez également une justification claire pour chaque allocation GEWE (par exemple, la formation comprendra une session sur l'égalité des sexes, des efforts spécifiques seront déployés pour assurer une représentation égale des femmes, etc.).*

## Annexe A. Liste de contrôle de l'état de préparation de la mise en œuvre du projet

Question	Oui	Non	Commentaire
<b>Planification</b>			
1. Tous les partenaires d'exécution ont-ils été identifiés ? Sinon, quelles sont les étapes restantes et le calendrier proposé ?	x		Tous les partenaires d'exécution ont été identifiés ( <i>Doniblog, ABM, Le Jalon</i> ). L'UNESCO jouera un rôle d'assistance technique (sans contrepartie financière pour certaines formations, et pour l'organisation d'une conférence nationale sur la désinformation. <i>Africa Check</i> interviendra en tant que prestataire externe pour la réalisation de formations et coaching spécifiques sur la vérification de l'information.
2. Les mandats du personnel clé du projet ont-ils été finalisés et prêts à être publiés ? Veuillez joindre à la soumission		x	Les descriptions des postes des personnels à recruter pour le projet seront publiés dès la confirmation du financement par le PBF.
3. Les sites du projet ont-ils été identifiés ? Sinon, quel sera le processus et le calendrier	x		Les régions ciblées ont été identifiées. Les communes où seront organisées certaines activités seront identifiées sur la base des consultations et de l'analyse menées en début de projet.
4. Les communautés locales et les bureaux gouvernementaux ont-ils été consultés / sensibilisés sur l'existence du projet ? Veuillez indiquer quand cela a été fait ou quand cela sera fait.	x		Le Ministère de la Communication et de l'Economie Numérique a été consulté à la date du 22 août 2022. Les consultations avec les communautés et les autorités

			locales, engagées lors de la préparation de la note conceptuelle, se poursuivront lors du démarrage du projet
5. Une analyse / identification préliminaire des leçons apprises / des activités existantes a-t-elle été effectuée ? Sinon, quelle analyse reste-t-il à faire pour permettre la mise en œuvre et le calendrier proposé ?	x		Une analyse des leçons apprises (et des risques liés à la mise en œuvre du projet) a été réalisée en étroite collaboration avec les parties prenantes (partenaires de mise en œuvre, UNESCO, autorités). Par ailleurs, les données d'une analyse réalisée par Search sur la situation de la désinformation au Sahel et plus particulièrement au Mali (basées sur des consultations locales et l'analyse documentaire) ont été utilisées pour le développement de la note conceptuelle et la proposition. Les consultations se poursuivront au démarrage du projet, y compris à travers l'organisation de l'atelier de démarrage avec le ministère de tutelle et la réalisation d'une enquête de base.
6. Les critères des bénéficiaires ont-ils été identifiés ? Sinon, quels seront le processus et le calendrier?		x	Les principaux critères d'identification des bénéficiaires ont été identifiés et sont précisés dans le document de projet. Ils seront validés avec les partenaires locaux de mise en œuvre du projet et les autres parties prenantes au début de la mise en œuvre.

7. Des accords ont-ils été conclus avec les homologues gouvernementaux concernés concernant les sites de mise en œuvre du projet, les approches, la contribution du gouvernement?		x	Le ministère de la Communication et de l'Économie Numérique (ministère de tutelle) a approuvé le document de projet. Les consultations avec les autorités se poursuivront au démarrage du projet, y compris s'agissant des localités ciblées.
8. Des dispositions claires ont-elles été prises sur l'approche de mise en œuvre du projet entre les organisations bénéficiaires du projet ?		x	Les partenaires de mise en oeuvre ont été associés à toutes les étapes de la conception du projet.
9. Quelles autres activités préparatoires doivent être entreprises avant que la mise en œuvre effective du projet puisse commencer et combien de temps cela prendra-t-il?		N/A	
<b>Genre</b>			
10. L'expertise de l'ONU en matière de genre a-t-elle influencé la conception du projet (par exemple, un conseiller / expert / point focal en matière de genre ou un collègue d'ONU Femmes a-t-il apporté sa contribution) ?		x	Search a reçu le soutien du bureau du PBF au Mali pour le développement de la proposition complète. La conception du projet tient compte de l'expérience et des leçons apprises de Search pour renforcer le rôle des femmes dans les efforts de paix.
11. Des consultations avec des femmes et / ou des organisations de jeunesse ont-elles éclairé la conception du projet?		x	
12. Les indicateurs et cibles du cadre de résultats sont-ils ventilés par sexe et par âge ?		x	
13. L'annexe budgétaire comprend-elle des allocations vers GEWE pour toutes les activités et des justifications claires d'allocations GEWE ?		x	

**Annexe B. Liste de contrôle de l'optimisation des ressources du projet PBF (« Value for Money »)**

Question	Oui	Non	Commentaire
1. Le projet a-t-il une justification narrative du budget, qui fournit des informations supplémentaires spécifiques au projet sur tout choix budgétaire majeur ou des coûts de personnel, de fonctionnement ou de déplacement plus élevés que d'habitude, afin d'expliquer comment le projet garantit l'optimisation des ressources ?	x		
2. Les coûts unitaires (par exemple pour les voyages, les services de consultants, l'achat de matériel, etc.) sont-ils comparables à ceux utilisés dans des interventions similaires (soit dans des contextes nationaux similaires, au sein des régions, soit dans des interventions antérieures dans le même contexte national) ? Sinon, cela doit être expliqué dans la section narrative du budget.	x		
3. Le budget proposé est-il proportionné aux résultats escomptés du projet et à la portée du projet (par exemple, nombre, taille et éloignement des zones géographiques et nombre de bénéficiaires directs et indirects proposés) ? Fournissez vos commentaires.	x		
4. Le pourcentage de personnel et de frais de fonctionnement de l'agence des Nations Unies récipiendaire et de tout partenaire d'exécution est-il clairement visible et raisonnable pour le contexte (e.g. pas plus de 20% pour le personnel, et couts raisonnables pour les voyages et coûts opérationnels directs) à moins d'être bien justifiés dans la section narrative) ?	x		
5. Les frais de personnel sont-ils proportionnels à la quantité de travail requise pour l'activité ? Et le projet utilise-t-il du personnel / une expertise locale plutôt qu'internationale lorsque cela est possible ? Quelle est la justification du recours à du personnel international, le cas échéant ?	x		
6. Le projet propose-t-il l'achat de matériaux, d'équipements et d'infrastructures pour plus de 15% du budget ? Dans l'affirmative, veuillez indiquer les mesures prises pour garantir l'optimisation des ressources dans le processus de passation des marchés et leur entretien / utilisation durable pour la consolidation de la paix après la fin du projet.		x	

7. Le projet propose-t-il l'achat d'un ou de plusieurs véhicules pour le projet ? Si oui, veuillez expliquer pourquoi les véhicules / véhicules de location existants ne peuvent pas être utilisés.		x	
8. Les agences d'exécution ou la mission des Nations Unies apportent-elles une source supplémentaire de financement / soutien en nature non PBF au projet ? Veuillez expliquer ce qui est fourni. Et si non, pourquoi pas.		x	

## **Annexe B.1: Project Administrative arrangements for UN Recipient Organizations**

*(This section uses standard wording – please do not remove)*

The UNDP MPTF Office serves as the Administrative Agent (AA) of the PBF and is responsible for the receipt of donor contributions, the transfer of funds to Recipient UN Organizations, the consolidation of narrative and financial reports and the submission of these to the PBSO and the PBF donors. As the Administrative Agent of the PBF, MPTF Office transfers funds to RUNOS on the basis of the signed Memorandum of Understanding between each RUNO and the MPTF Office.

### **AA Functions**

On behalf of the Recipient Organizations, and in accordance with the UNDG-approved “Protocol on the Administrative Agent for Multi Donor Trust Funds and Joint Programmes, and One UN funds” (2008), the MPTF Office as the AA of the PBF will:

- Disburse funds to each of the RUNO in accordance with instructions from the PBSO. The AA will normally make each disbursement within three (3) to five (5) business days after having received instructions from the PBSO along with the relevant Submission form and Project document signed by all participants concerned;
- Consolidate the financial statements (Annual and Final), based on submissions provided to the AA by RUNOS and provide the PBF annual consolidated progress reports to the donors and the PBSO;
- Proceed with the operational and financial closure of the project in the MPTF Office system once the completion is completed by the RUNO. A project will be considered as operationally closed upon submission of a joint final narrative report. In order for the MPTF Office to financially close a project, each RUNO must refund unspent balance of over 250 USD, indirect cost (GMS) should not exceed 7% and submission of a certified final financial statement by the recipient organizations’ headquarters);
- Disburse funds to any RUNO for any costs extension that the PBSO may decide in accordance with the PBF rules & regulations.

### **Accountability, transparency and reporting of the Recipient United Nations Organizations**

Recipient United Nations Organizations will assume full programmatic and financial accountability for the funds disbursed to them by the Administrative Agent. Such funds will be administered by each RUNO in accordance with its own regulations, rules, directives and procedures.

Each RUNO shall establish a separate ledger account for the receipt and administration of the funds disbursed to it by the Administrative Agent from the PBF account. This separate ledger account shall be administered by each RUNO in accordance with its own regulations, rules, directives and procedures, including those relating to interest. The separate ledger account shall be subject exclusively to the internal and external auditing procedures laid down in the financial regulations, rules, directives and procedures applicable to the RUNO.

Each RUNO will provide the Administrative Agent and the PBSO (for narrative reports only) with:

Type of report	Due when	Submitted by
Semi-annual project progress report	15 June	Convening Agency on behalf of all implementing organizations and in

		consultation with/ quality assurance by PBF Secretariats, where they exist
Annual project progress report	15 November	Convening Agency on behalf of all implementing organizations and in consultation with/ quality assurance by PBF Secretariats, where they exist
End of project report covering entire project duration	Within three months from the operational project closure (it can be submitted instead of an annual report if timing coincides)	Convening Agency on behalf of all implementing organizations and in consultation with/ quality assurance by PBF Secretariats, where they exist
Annual strategic peacebuilding and PBF progress report (for PRF allocations only), which may contain a request for additional PBF allocation if the context requires it	1 December	PBF Secretariat on behalf of the PBF Steering Committee, where it exists or Head of UN Country Team where it does not.

#### Financial reporting and timeline

<b>Timeline</b>	<b>Event</b>
<b>30 April</b>	Annual reporting – Report <b>Q4 expenses</b> (Jan. to Dec. of previous year)
<i>Certified final financial report to be provided by 30 June of the calendar year after project closure</i>	

UNEX also opens for voluntary financial reporting for UN recipient organizations the following dates

<b>31 July</b>	Voluntary Q2 expenses (January to June)
<b>31 October</b>	Voluntary Q3 expenses (January to September)

Unspent Balance exceeding USD 250, at the closure of the project would have to be refunded and a notification sent to the MPTF Office, no later than six months (30 June) of the year following the completion of the activities.

#### **Ownership of Equipment, Supplies and Other Property**

Ownership of equipment, supplies and other property financed from the PBF shall vest in the RUNO undertaking the activities. Matters relating to the transfer of ownership by the RUNO shall be determined in accordance with its own applicable policies and procedures.

#### **Public Disclosure**

The PBSO and Administrative Agent will ensure that operations of the PBF are publicly disclosed on the PBF website (<http://unpbf.org>) and the Administrative Agent's website (<http://mptf.undp.org>).

#### **Annexe B.2: Project Administrative arrangements for Non-UN Recipient Organizations**

*(This section uses standard wording – please do not remove)*

**Accountability, transparency and reporting of the Recipient Non-United Nations Organization:**

The Recipient Non-United Nations Organization will assume full programmatic and financial accountability for the funds disbursed to them by the Administrative Agent. Such funds will be administered by each recipient in accordance with its own regulations, rules, directives and procedures.

The Recipient Non-United Nations Organization will have full responsibility for ensuring that the Activity is implemented in accordance with the signed Project Document;

In the event of a financial review, audit or evaluation recommended by PBSO, the cost of such activity should be included in the project budget;

Ensure professional management of the Activity, including performance monitoring and reporting activities in accordance with PBSO guidelines.

Ensure compliance with the Financing Agreement and relevant applicable clauses in the Fund MOU.

**Reporting:**

Each Receipt will provide the Administrative Agent and the PBSO (for narrative reports only) with:

Type of report	Due when	Submitted by
Bi-annual project progress report	15 June	Convening Agency on behalf of all implementing organizations and in consultation with/ quality assurance by PBF Secretariats, where they exist
Annual project progress report	15 November	Convening Agency on behalf of all implementing organizations and in consultation with/ quality assurance by PBF Secretariats, where they exist
End of project report covering entire project duration	Within three months from the operational project closure (it can be submitted instead of an annual report if timing coincides)	Convening Agency on behalf of all implementing organizations and in consultation with/ quality assurance by PBF Secretariats, where they exist
Annual strategic peacebuilding and PBF progress report (for PRF allocations only), which may contain a request for additional PBF allocation if the context requires it	1 December	PBF Secretariat on behalf of the PBF Steering Committee, where it exists or Head of UN Country Team where it does not.

<b>Timeline</b>	<b>Event</b>
<b>28 February</b>	Annual reporting – Report <b>Q4 expenses</b> (Jan. to Dec. of previous year)
<b>30 April</b>	Report <b>Q1 expenses</b> (January to March)
<b>31 July</b>	Report <b>Q2 expenses</b> (January to June)
<b>31 October</b>	Report <b>Q3 expenses</b> (January to September)
<i><b>Certified final financial report to be provided at the quarter following the project financial closure</b></i>	

Unspent Balance exceeding USD 250 at the closure of the project would have to be refunded and a notification sent to the Administrative Agent, no later than three months (31 March) of the year following the completion of the activities.

### **Ownership of Equipment, Supplies and Other Property**

Matters relating to the transfer of ownership by the Recipient Non-UN Recipient Organization will be determined in accordance with applicable policies and procedures defined by the PBSO.

### **Public Disclosure**

The PBSO and Administrative Agent will ensure that operations of the PBF are publicly disclosed on the PBF website (<http://unpbf.org>) and the Administrative Agent website (<http://www.mptf.undp.org>)

### **Final Project Audit for non-UN recipient organization projects**

An independent project audit will be requested by the end of the project. The audit report needs to be attached to the final narrative project report. The cost of such activity must be included in the project budget.

### **Special Provisions regarding Financing of Terrorism**

Consistent with UN Security Council Resolutions relating to terrorism, including UN Security Council Resolution 1373 (2001) and 1267 (1999) and related resolutions, the Participants are firmly committed to the international fight against terrorism, and in particular, against the financing of terrorism. Similarly, all Recipient Organizations recognize their obligation to comply with any applicable sanctions imposed by the UN Security Council. Each of the Recipient Organizations will use all reasonable efforts to ensure that the funds transferred to it in accordance with this agreement are not used to provide support or assistance to individuals or entities associated with terrorism as designated by any UN Security Council sanctions regime. If, during the term of this agreement, a Recipient Organization determines that there are credible allegations that funds transferred to it in accordance with this agreement have been used to provide support or assistance to individuals or entities associated with terrorism as designated by any UN Security Council sanctions regime it will as soon as it becomes aware of it inform the head of PBSO, the Administrative Agent and the donor(s) and, in consultation with the donors as appropriate, determine an appropriate response.

### **Non-UN recipient organization (NUNO) eligibility:**

In order to be declared eligible to receive PBF funds directly, NUNOs must be assessed as technically, financially and legally sound by the PBF and its agent, the Multi Partner Trust Fund Office (MPTFO). Prior to submitting a finalized project document, it is the responsibility of each NUNO to liaise with

PBSO and MPTFO and provide all the necessary documents (see below) to demonstrate that all the criteria have been fulfilled and to be declared as eligible for direct PBF funds.

The NUNO must provide (in a timely fashion, ensuring PBSO and MPTFO have sufficient time to review the package) the documentation demonstrating that the NUNO:

- Has previously received funding from the UN, the PBF, or any of the contributors to the PBF, in the country of project implementation.
- Has a current valid registration as a non-profit, tax exempt organization with a social based mission in both the country where headquarter is located and in country of project implementation for the duration of the proposed grant. (**NOTE:** If registration is done on an annual basis in the country, the organization must have the current registration and obtain renewals for the duration of the project, in order to receive subsequent funding tranches).
- Produces an annual report that includes the proposed country for the grant.
- Commissions audited financial statements, available for the last two years, including the auditor opinion letter. The financial statements should include the legal organization that will sign the agreement (and oversee the country of implementation, if applicable) as well as the activities of the country of implementation. (**NOTE:** If these are not available for the country of proposed project implementation, the CSO will also need to provide the latest two audit reports for a program or project based audit in country.) The letter from the auditor should also state whether the auditor firm is part of the nationally qualified audit firms.
- Demonstrates an annual budget in the country of proposed project implementation for the previous two calendar years, which is at least twice the annualized budget sought from PBF for the project.<sup>30</sup>
- Demonstrates at least 3 years of experience in the country where grant is sought.
- Provides a clear explanation of the CSO's legal structure, including the specific entity which will enter into the legal agreement with the MPTF-O for the PBF grant.

---

<sup>30</sup> Annualized PBF project budget is obtained by dividing the PBF project budget by the number of project duration months and multiplying by 12.

Annexe C : Cadre de résultats du projet (DOIT inclure des cibles de données ventilées par sexe et par âge)

**Résultat 1: Les capacités des réseaux de jeunes influenceuses et influenceurs (composés de journalistes, web-activistes) sont renforcées pour prévenir et répondre à la désinformation**

Indicateurs de résultat	Indicateur de base	Cible de fin de projet	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements (s'il y en a)
<p><b>Indicateur 1.1: % de personnes interrogées qui pensent que les actions des jeunes influenceuses, influenceurs et journalistes sur les réseaux sociaux contribuent à prévenir et répondre à la désinformation</b></p>	<p>39%</p>	<p>60%</p>	<p>N/A (Non applicable)</p>	<p>L'étude de base a permis de renseigner les données de base. Le progrès sera mesuré par l'Évaluation finale car les jeunes, après avoir bénéficié plusieurs sessions de renforcement des capacités réaliseront des initiatives communautaires de lutte contre la désinformation.</p> <p>La mission de suivi réalisée a ciblé spécifiquement la mise en réseau des jeunes avec leurs pairs et le renforcement de leur capacité sur les thématiques proposées.</p>

<p><b>Indicateur 1.2: % des jeunes influenceurs (ses) qui se sentent suffisamment outillés et capables d'entreprendre des actions visant à répondre à la désinformation dans leurs communautés.</b></p>	<p><b>51%</b></p>	<p><b>70%</b></p>	<p><b>81%</b></p>	<p><b>L'étude de base a permis de renseigner les données de base. Le progrès actuel a été évalué lors de la mission de suivi effectuée au cours du dernier semestre par l'équipe interne, qui s'est concentrée sur les impacts des réalisations du projet sur les bénéficiaires et les parties prenantes. Cet indicateur a été collecté auprès de 54 jeunes enquêtés dont 46,3% de femmes.</b></p> <p><b>Le progrès final sera mesuré par l'Évaluation finale</b></p>
---	-------------------	-------------------	-------------------	---

<p><b>Indicateur 1.3: % de jeunes influenceuses, influenceurs et journalistes qui affirment collaborer avec leurs pairs dans le cadre de la lutte contre la désinformation</b></p>	<p><b>44%</b></p>	<p><b>80%</b></p>	<p><b>83%</b></p>	<p>Le progrès a été évalué lors de la mission de suivi menée par l'équipe interne. L'indicateur atteint un niveau satisfaisant, grâce à la stratégie mise en œuvre par l'équipe de coordination et ses partenaires. Des actions coordonnées, comme des formations, coachings, et séances d'échanges, ainsi que des critiques constructives des productions, ont contribué à ce résultat. Cet indicateur a été collecté auprès de 54 jeunes enquêtés dont 46,3% de femmes.</p> <p>L'évaluation finale mesurera le progrès global.</p>
--	-------------------	-------------------	-------------------	--

**Produit 1.1 : Une pluralité de jeunes influenceurs sont formés et mis en réseau pour déconstruire les discours de haine et les fausses informations.**

Indicateurs de produit	Indicateur de base	Cible de fin de projet	Progrès des indicateurs pour la période de référence	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements (s'il y en a)
Indicateur 1.1.1: # d'influenceuses, influenceurs et journalistes formés sur les techniques du journalisme sensible au conflit (tranche d'âge, genre, commune, région)	0	80	116	<b>116 influenceurs, journalistes et blogueurs avec 41% de femmes dans les régions de Mopti, Bandiagara, Kayes, Nioro, Gao et Bamako</b>	120 influenceuses, influenceurs et journalistes ont été identifiés et formés sur les techniques du journalisme sensible au conflit, suite aux 6 formations menées dans le cadre du projet.
Indicateur 1.1.2. # d'influenceuses, influenceurs et journalistes formés sur les techniques de vérification des faits (tranche d'âge, genre, commune, région)	0	80	120	<b>120 influenceurs, blogueurs et journalistes avec 46% de femmes dans les régions de Mopti, Bandiagara, Kayes, Nioro, Gao et Bamako</b>	La contractualisation des partenaires de mise en œuvre était une étape préliminaire à la réalisation de cette activité. Code for Africa a été recruté et les sessions ont été déployées après un transfert de compétence aux acteurs locaux et staffs de Search.

<p><b>Indicateur 1.1.3: # de journalistes, blogueurs et blogueuses expérimentés coachés pour animer les sessions de réflexion et d'échanges (tranche d'âge, genre, commune, région)</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>40</b></p>	<p><b>15</b></p>	<p><b>15 composés des journalistes, blogueurs issus du de 18 à 35 ans issus du réseau des partenaires de mise en œuvre Le Jalon, ABM et Benbere</b></p> <p><b>dans régions de Kayes, Bamako, Mopti et Gao</b></p>	<p><b>Les coachings sont réalisés à l'endroit des 15 formateurs des organisations de la société civile et médias locaux enrôlés par Code for Africa. Le développement d'outils didactique n'a pu se faire avec l'UNESCO</b></p>
---	-----------------	------------------	------------------	---	---

**Produit 1.2 : Une pluralité de jeunes influenceurs disposent des outils et des ressources pour lutter contre les fausses informations qui circulent dans les médias et sur les réseaux sociaux**

Indicateurs de produit	Indicateur de base	Cible de fin de projet	Progrès des indicateurs pour la période de référence	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements (s'il y en a)
Indicateur 1.2.1: # de rapports fact-checking (articles, vidéos ou podcasts) produits et publiés en ligne avec l'appui des partenaires locaux (genre, commune, région)	0	240		<b>171 articles de vérification produits par les partenaires Le Jalon, ABM et Benbere</b>	Grâce à l'engagement de 4 organisations, l'activité est en bonne voie de réalisation. Les publications touchent principalement l'ensemble des régions du Mali
Indicateur 1.2.2: # d'outils didactiques élaborés pour la e sensibilisation à la lutte contre la désinformation (n/a)	0	3		<b>193</b>	Cette activité comporte des sous activités regroupées. Des vidéos et podcasts de différents formats ont été réalisés par les partenaires
Indicateur 1.2.3: # de magazine "Fokaben - les jeunes pour la paix" produits (langues locales)	0	60	61 magazines	<b>61 magazines</b>	Les 15 radios partenaires diffusent les magazines produits par Search. Des rubriques de diffusion des podcasts produits par les partenaires sont créées.

**Résultat 2:** Les initiatives communautaires des jeunes femmes et jeunes hommes pour déconstruire les discours de haine, renforcer la cohésion sociale et améliorer la place de la jeunesse dans l'espace civique sont financées et soutenues.

Indicateurs de résultat	Indicateur de base	Cible de fin de projet	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements (s'il y en a)
Indicateur 2.1: % des personnes interrogées qui affirment que les initiatives des jeunes influenceuses et influenceurs ont contribué à atténuer les tensions et prévenir la violence au niveau communautaire.	25%	40%		Cet indicateur n'a pas pu être collecté lors de la mission de suivi car les initiatives des jeunes influenceuses et influenceurs dans les communautés et en ligne n'ont pas encore commencé. Search propose de mener une évaluation d'impact telle que proposée par Search dans la demande adressée au PBF. Ensuite le progrès final sera mesuré devra être collecté lors de l'évaluation finale.
Indicateur 2.2: % de la population qui estiment que la place des jeunes hommes et jeunes influenceuses et influenceurs s'est améliorée dans l'espace civique suite aux initiatives menées	37%	70%		Cet indicateur devra être collecté lors de l'évaluation finale. Cependant, compte tenu des retards observés dans la mise en œuvre, certains indicateurs NE PEUVENT PAS être mis à jour uniquement lors de l'étape d'évaluation finale. Il serait opportun d'envisager une évaluation d'impact telle que proposée par Search et adressée au PBF.

<p><b>Indicateur 2.3: % de la population visée qui attestent que les autorités ont adopté des mesures de lutte contre la désinformation et les messages de haine à la suite du plaidoyer des jeunes activistes et journalistes</b></p>	<p><b>17%</b></p>	<p><b>60%</b></p>	<p><b>Cet indicateur a été revu à la hausse suite à l'atelier de restitution des résultats de l'étude de base. Il sera collecté lors de l'évaluation finale du projet.</b></p>
--	-------------------	-------------------	--

**Produit 2.1 : Des initiatives visant à mobiliser les communautés contre les discours de haine et des fausses informations sont menées par une pluralité de jeunes influenceurs communautaires.**

Indicateurs de produit	Indicateur de base	Cible de fin de projet	Progrès des indicateurs pour la période de référence	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements (s'il y en a)
Indicateur 2.1.1: Nombre de jeunes influenceuses et influenceurs communautaires formés sur la transformation des conflits (tranche d'âge, genre, commune, région)	0	120 au moins 48 jeunes femmes	119 influenceurs communautaire dont 56 jeunes femmes soit 47% âgés de 18 à 35 ans des régions de Bamako, Kayes, Nioro, Mopti, Bandiagara, Gao	<b>119 influenceurs communautaire dont 56 jeunes femmes soit 47% âgés de 18 à 35 ans des régions de Bamako, Kayes, Nioro, Mopti, Bandiagara, Gao</b>	Un influenceur communautaire de la région de Bandiagara a été victime d'une attaque sur la RN15 lors d'un déplacement familial et n'a ainsi pas pu participer à la formation.

<b>Indicateur 2.1.2:  Nombre de jeunes influenceuses et influenceurs communautaires coachés sur l'utilisation des outils de communication pour le changement de comportement, la vérification des faits et la sécurité (tranche d'âge, genre, commune, région)</b>	<b>0</b>	<b>120</b>			<b>Les formations étant entièrement réalisées, la phase de coaching est en cours avec le Jalon sur le fact checking.</b>
--	----------	------------	--	--	--

<p><b>Indicateur 2.1.3:</b>  <b>Nombre de clubs d'écoute mis en place ou redynamisés et fonctionnels (commune, région)</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>20</b></p>	<p>12 clubs d'écoute et de dialogue inter-jeunes de 10 membres chacun ont été mis en place et coachés (2 clubs par communes)</p>	<p><b>12 clubs d'écoute et de dialogue inter-jeunes de 10 membres chacun ont été mis en place et coachés (2 clubs par communes)</b></p>	<p>Après la révision de la cartographie des zones d'intervention 2 clubs d'écoute sont mis en place par commune avec 10 participants chacun pour un total de 120 participants. âgés de 18 à 35 ans des régions de Bamako, Kayes, Nioro, Mopti, Bandiagara, Gao.</p> <p>Ce nombre se justifie par la prise en compte de l'approche nouvelle qui consiste en la participation d'un point focal des radios prestataires par zone afin d'approfondir l'analyse contextuelle et le climat médiatique et numérique de la zone concernée.</p>
--	-----------------	------------------	--	---	--

**Produit 2.2 : Des campagnes de plaidoyer sont menées pour l'adoption de mesures favorisant la participation des jeunes influenceurs dans l'espace civique.**

Indicateurs de produit	Indicateur de base	Cible de fin de projet	Progrès des indicateurs pour la période de référence	Progrès actuel de l'indicateur	Raisons pour les retards ou changements (s'il y en a)
<p><b>Indicateur 2.2.1: Nombre de jeunes influenceuses, influenceurs, journalistes et internautes ayant participé aux forums de préparation de la campagne de plaidoyer (tranche d'âge, genre, commune, région)</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>100 (au moins 40 jeunes femmes)</b></p>		<p><b>106 participants de 18 à 35 ans avec la participation de 27 femmes</b></p>	<p>Cette activité a été mise en œuvre par les partenaires locaux à travers des campagnes numériques et des actions préparatoires de mobilisation communautaire. Elle a rassemblé toutes les cibles, en ligne et hors ligne, qui ont formulé des recommandations à l'intention des décideurs publics.</p>

<p><b>Indicateur 2.2.2: Nombre de support de plaidoyer (articles, vidéos) produits par les jeunes influenceuses, influenceurs, journalistes (n/a)</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>3</b></p>	<p><b>17 dont 4 articles et 5 vidéos de plaidoyer ont été réalisés et publiés et 8 panneaux publicitaires dans des emplacements stratégiques de la ville, notamment à la sortie de la ville et dans les zones à fort passage. Ces panneaux permettent d'attirer l'attention du public et des autorités sur le phénomène de la désinformation</b></p>	<p><b>La principale activité de capacitation des organisations récipiendaires est en cours de réalisation avec les partenaires Benbere. Des sessions et campagnes diverses ont été réalisées</b></p>
---	-----------------	-----------------	--	--

<b>Indicateur 2.2.3: Nombre de sessions de dialogue entre jeunes et autorités organisées (région)</b>	<b>0</b>	<b>2</b>		<b>2 sessions de dialogues entre les jeunes et les autorités ont été réalisées à Mopti et à Kayes</b>	
---	----------	----------	--	---	--