

# Communicatieplan

## **Achtergrond:**

Sahelgebied is een strook in de kop van Afrika, er heerst een ontzettende droogte en een verwoestijningsprobleem. Grond is onvruchtbaar geraakt en daardoor is het gebied vrijwel onbewoonbaar. Het zuiden van de Sahel moeten preventief zijn om zo niet de onvruchtbaarheid te laten verspreiden.

## **Probleemsituatie:**

Er zijn veel kleine boeren met kleine stukjes land in het Sahel gebied die ze niet efficiënt gebruiken. Het is een groeiend probleem.

## **Doelgroep/stakeholders:**

Arme boeren in het Sahelgebied  
Partnerorganisaties zoals AREN of ORDA  
Nederland als helpende kracht via Oxfam Novib  
De Nederlanders als consument.

## **Doel:**

Arme boeren beter laten samenwerken door het bevorderen van onderlinge communicatie. Waardoor het land efficiënter gebruikt kan worden voor werk.

## **Kern van de communicatie:**

De boeren de voordelen van samenwerken te laten ervaren, vanuit een moment van saamhorigheid die ze al kennen. (om te relateren tot)

## **Media Aid Kit (Strategie):**

De media aid kit zal materialen bevatten om tijdens een sociale conventie die binnen de cultuur valt gespreksstof te laten opwaaien.

De strategie is om eerst te laten zien hoe waardevol grondstoffen zijn die ze voor lief nemen, we focussen ons om de Karitéboom. We laten ze zien wat sheaboter die daaruit gewonnen kan worden voor waarde heeft. De waarde drukken we uit in succesverhalen van andere Afrikaanse landen die al sheaboter produceren en exporteren en wat het financieel oplevert.

Dan komt er een how-to, om sheaboter te maken en ook echt het te kunnen verkopen moet er efficiënt samengewerkt worden. We willen dit d.m.v. beelden zien, passend binnen de cultuur van het gebied. Te weten de oude (muur)tekenstijl die ze al kennen van vroeger en nog steeds gebruiken. Daarna worden de rollen verdeelt op basis van de kit, elk deel van de kit zal een andere rol zijn, er zal dus overlegt moeten worden wie, wat het best kan gaan doen. Men kan onderverdelen op talent, geslacht, leeftijd of families. Uiteindelijk werken de boeren samen met hun burens. Daarom moet er een uitnodiging zijn op basis van sociale conventies die al bestaan, hier zal het de Ethiopische Koffieceremonie zijn.

De uitvoering die daarop volgt wordt gedocumenteerd door ORDA om terug te koppelen aan Oxfam. Achteraf komt er een evaluatie moment om te praten over evt. verbeteringen en andere mogelijkheden voor samen werking, ORDA zal dit coördineren en uiteindelijk overdragen.

**Media Aid Kit (Praktisch):** -- 1 maand in het oogstseizoen.

Stap 0: ORDA betrekken.

D.m.v. De presentatie als efficiënte 'teachtool'

Het moet laten zien wat ze moeten organiseren en wat het oplevert als eindproduct.

Het moet duidelijk worden naar welk gebied ze gaan. ORDA is al in dit gebied geweest en we zitten op een punt waarin ze volgens eigen organisatie terug zullen gaan om te evalueren. Deze tool vult dit moment aan.

Dit door middel van een zelfvertellende powerpoint presentatie.

Deze sturen we mee met de kit, op een USB-stick. Voordat er verzonden wordt is er uiteraard contact met ORDA (mocht de stick sneuvelen o.i.d. kan er nog uitgeweken worden naar het digitaal versturen van de presentatie) Deze vorm gebruiken we omdat deze organisaties met name ORDA gewent is aan pitches en paperwork. Ze hebben een Europese stijl van organisatiestructuur.

Stap 1: Introductie als werkend concept is voor de doelgroep.

De kit wordt geïntroduceerd tijdens de koffiereceremonie.

Karitébomen laten zien en welk product daarvan te maken is.

Waar is sheaboter voor, maar vooral wat het product betekent voor de Nederlandse consument.

Confrontatie in cijfers met andere Afrikaanse landen die hieruit al geld genereren.

*"25 Potjes sheaboter verkopen in Nederland, levert 1 vrouw een jaarsalaris op en zij kan nog 7 anderen ondersteunen."*

De kit vertelt ook dat het alleen haalbaar is als er massale samenwerking is.

Dit verhaal wordt beeldend uitgedrukt aan de binnenkant van de kit.

Stap 2: Rollen verdeling/Productielijn opzetten.

De media aid kit zijn een aantal boxen in een box. Zo'n een box kan je uitklappen totdat het een kaart is, een bouwtekening voor de geven taak. Deze in de Ethiopische tekenstijl.

De boxen zijn:

1. Boom verzorger + Noten rapen Dominique
2. Noten koken, drogen + donker bewaren Mitchel
- 
3. Sorteren Dominique
4. Wassen & drogen Mitchel
5. Hakken & malen Dominique
6. Karnen - Dominique
7. Koken & vuile deeltjes verwijderen Mitchel
8. Filteren en koelen Mitchel

Stap 3: Uitvoering & Verslaglegging.

Na de rollen verdeling kunnen de mensen samen aan de slag.

ORDA kan aanvullen daar waar nodig en zal verslag leggen voor Oxfam en voor hun eigen naam.

Verslaglegging gaat via film of foto beelden. ORDA zal dit lokaal moeten organiseren, dat is het format dat we willen zien. Honesty, want we gaan de beelden ook in Europa gebruiken.

Dit zal in de powerpointbriefing helder worden gemaakt. ORDA heeft al verslaglegging in video en

fotoformaat gedaan.

#### Stap 4: Evaluatie.

We gaan terug naar de koffiecereemonie en bespreken hoe het samenwerken gaat hoe het evt. beter kan. En waar het concept van de boom ook kan passen op andere werkzaamheden. ORDA zal dit coördineren maar dragen het over. De nadruk ligt op de effectiviteit van de samenwerking.

Op de bodem van de kit komt een 4-luik in beeld.

1. Is de koffiecereemonie en hoe ze daar samen zijn.
2. Is werken aan de boom en de boeter en hoe ze daar samen zijn.
3. Is landbouw bouw (wat ze al doen) en hoe ze daar op deze nieuwe manier samen zijn.
4. Is het samen zijn met een silhouette wat alles kan zijn.

#### **Pilot:**

We focussen ons op Wadla; dit is een dorpsgemeente in Ethiopië.

Wadla past perfect in de probleemsituatie, het kampt met droogte, slecht landmanagement.

Wadla is een gebied dat nog niet onvruchtbaar is, maar wel een risico hiervoor is.

De Karitéboom groeit daar, deze groeit overigens over het hele Sahelgebied.

Omdat we in Ethiopië zitten duiken we ook de Ethiopische cultuur in.

Het moment van 'samen zijn' is tijdens de koffiecereemonie.

Er is 1 gastvrouw die deze inleidt en de hele buurt komt dan een paar koppen koffie drinken en praten over van alles en nog wat.

#### **AREN/ORDA:**

ORDA is een belangenorganisatie voor arme boeren in Ethiopië. Net zoals AREN dat is voor Niger en Mali. Het probleem is dat we eigenlijk te weinig awareness hebben voor deze partnerorganisaties. ORDA doet heel veel in het fysiek verbeteren van landbouw maar ook in het lesgeven aan boeren om beter om te gaan met hun land. Dit ook m.b.t. tot co-creatie en het verbreden van banen hierdoor. Wat ook belangrijk is, is dat ze toezien op de uitvoering en het verlenen van ontwikkelingshulp daar waar nodig en weten verslag te leggen van de ontwikkelingen. Ze zullen dus een actieve rol spelen in deze strategie. Zo komen zij eindelijk onder de aandacht. En met hun verslaglegging hebben wij in Nederland een eerlijker beeld wat er met ons geld gebeurd.

#### **Communicatie naar Nederland:**

##### Productverkoop:

Awareness dat de sheaboter, organisch en ambachtelijk gemaakt is maar ook dat je arme boeren heel erg helpt.

Praktisch: "Als u voor € 10 bij ons aan producten koopt, wordt daarvan € 3 aan deze hun betaald."

Dan is er nog geld voor ze om dit project te laten groeien.

Verslaglegging van ORDA kan gebruikt worden in campagnes.

Deze beelden zijn door locals daar gemaakt en ORDA weet dat we doelen op 'eerlijk' beeld.

Dat is ook de kracht van deze beelden, hierdoor wordt het beeld velen malen geloofwaardiger en echter.

**Force-to-Fit:**

Wadla in Ethiopië is slechts een pilot.

De oplossing is gemaakt om te passen op elk ander gebied.

Wat er onderzocht moet worden per gebied buitenom de pilot is:

1. De cultuur. Met name de Sociale conventies.
2. Een actieve partnerorganisatie.
3. In hoeverre Karitébomen een goed voorbeeld zijn.