



PROJET DE REHABILITATION DE LA ROUTE BABADJOU-BAMENDA

**Campagne d'information et de sensibilisation
des populations riveraines sur la protection de
l'environnement, la lutte contre le VIH/SIDA et
la sécurité routière**

Rapport première campagne



SEPTEMBRE 2018

TERRE ET DEVELOPPEMENT

BP : 35 128 Yaoundé

Tél : (237) 242 14 67 02/ (237) 675 17 09 21

E-mail : terredeveloppement@yahoo.fr



1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DU PROJET.....	6
2. OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION.....	6
2.1. Objectif global.....	6
2.2. Objectifs spécifiques.....	6
3. REUNIONS PRELIMINAIRES.....	7
3.1. Réunion de mise au point avant lancement de la campagne de sensibilisation.....	7
3.2. Réunion de lancement	7
3.3. Information des autorités municipales administratives et traditionnelles	8
4. DESCRIPTION DES ACTIVITES MENEES.....	8
4.1. Réception des outils de sensibilisation.....	8
4.2. Formation des animateurs locaux	9
4.2.1. Recrutement des animateurs locaux	9
4.2.2. Déroulement de la formation des animateurs locaux.....	10
4.2.3. Observations et recommandations des participants	13
4.2.4. Remise du matériel de sensibilisation aux animateurs locaux	13
4.3. Organisation des réunions de sensibilisation dans les villages riverains.....	14
4.3.1. Organisation des réunions de sensibilisation dans les villages	14
4.3.2. Campagne de sensibilisation dans les villages et quartiers par les animateurs locaux	20
4.4. Sensibilisation par la radio.....	28
5. RESULTATS OBTENUS	29
6. REACTION DES PERSONNES SENSIBILISEES	30
7. DIFFICULTES RENCONTREES.....	31
CONCLUSION	32

LISTE DES FIGURES

Figure 1:Une vue du matériel de sensibilisation mobilisé	9
Figure 2: Illustration de la formation des animateurs locaux	11
Figure 3:Photo de famille des participants à la formation	12
Figure 4:Une vue de la remise du matériel de sensibilisation aux animateurs	13
Figure 5: Illustration de la sensibilisation à Moforbe	15
Figure 6:Une vue de la réunion de sensibilisation à Babadjou	16
Figure 7:Une vue du déroulement du dépistage volontaire et gratuit du VIH-SIDA ...	18
Figure 8:Illustration des activités des animateurs locaux sur le terrain	27

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Liste des animateurs locaux retenus par village.....	10
Tableau 2: Programme de la formation des animateurs locaux	10
Tableau 3:Répartition des personnes testées par localité et selon le sexe	18
Tableau 4: Programme de sensibilisation des animateurs de Babadjou	22
Tableau 5: Programme de sensibilisation des animateurs de Meforbe.....	23
Tableau 6: Programme de sensibilisation des animateurs de Santa Centre.....	24
Tableau 7: Programme de sensibilisation des animateurs de NJIN-MBEI par Santa	25
Tableau 8: Programme de sensibilisation des animateurs d'Akum.....	26

SIGLES ET ABREVIATIONS

CAMAHOBAC	Cameroon Association of Home Based Care
FMO	Force de Maintien de l'Ordre
IST	Infection Sexuellement Transmissible
MDC	Mission de Contrôle
MINADER	Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural
MINCOMMENCE	Ministère du Commerce
MINEPDED	Ministère de L'Environnement, de la Protection de la nature et du Développement Durable
MINEPIA	Ministère de l'Elevage, de pêches et de l'Industrie Animales
MINFOF	Ministère des Forêts et Faune
MINSANTE	Ministère de la Santé Publique
MINTRANS	Ministère des Transports
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PV	Procès Verbal
PVVIH	Personne Vivant avec le VIH
SIDA	Syndrome de l'Immuno Déficience Aquis
VIH	Virus de l'Immuno Déficience Humaine

ANNEXES

Annexe1: Termes de Références de la prestation

Annexe2: Procès-verbaux des réunions de lancement

Annexe 3: Fiches de décharge des lettres d'information sur le projet

Annexe 4: Liste des personnes rencontrées

Annexe 5: Procès-verbal réception des outils de sensibilisation et maquettes des outils validées par le client

Annexe 6: Liste de présence à la formation

Annexe 7: Liste de présence à la sensibilisation dans les villages

Annexe 8: Rapports des Experts

Annexe 9: Rapports des activités des animateurs locaux

Annexe 10: Horaires, Contenu du messages et spots diffusés

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DU PROJET

Depuis quelques années, le Cameroun s'est résolument tourné sur le chemin de l'émergence. Ainsi, pour atteindre cet objectif, plusieurs projets structurants ont été initiés parmi lesquels le de réhabilitation de la route Babadjou-Bamenda. La réhabilitation de cette route aura des impacts significatifs aussi bien positifs que négatifs sur le plan environnemental et social. Pour atténuer certains impacts négatifs, il est prévu la mise en place des mesures d'accompagnement sociales et environnementales notamment la sensibilisation en hygiène, salubrité et environnement, l'information et éducation sur la prévention de l'infection à VIH, la sécurité routière et la sauvegarde du patrimoine routier.

En effet, les travaux de construction routière, comme tous les grands travaux, génèrent des attitudes nouvelles auprès des populations locales. D'importants brassages des populations, générés par un afflux massif des ouvriers et employés issues de divers horizons, pourraient aboutir à un relâchement du contrôle social, de la prédominance des coutumes, voire à un recul de l'observance des bonnes mœurs. C'est pour faire face à ces situations prévisibles que l'entreprise SOGEA-SATOM a commis, dans le cadre de la réhabilitation de la route Babadjou-Bamenda, une campagne de sensibilisation aux IST/VIH/SIDA, à la protection de l'environnement et du patrimoine routier et à la sécurité routière conformément aux termes de références rappelés en annexe1.

Ce document constitue le rapport de la première campagne de sensibilisation.

2. OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

2.1. Objectif global

Faire prendre conscience aux populations riveraines, ainsi qu'aux usagers de la route, des dangers auxquels ils sont, ou seront exposés au cours des phases de construction, et d'exploitation de l'axe routier.

2.2. Objectifs spécifiques

Plus spécifiquement, il sera question de :

- Sensibiliser les populations cibles sur les risques d'une sexualité irresponsable et précoce ;
- Organiser les causeries éducatives et démonstration sur les modes de transmission des IST/VIH-SIDA, les mesures de prévention et les traitements disponibles ;
- Projeter les films documentaires sur le VIH-SIDA ;
- et distribuer les préservatifs (Masculin et féminin) ;

- Informer et sensibiliser les populations riveraines sur les différentes fonctions et usages de la faune et de la flore, et les conséquences d'une gestion non rationnelle ;
- Proposer aux populations cibles quelques stratégies de gestion durable des ressources naturelles ;
- Entretenir les populations cibles sur les concepts de changement climatique et de développement durable ;
- Sensibiliser les usagers de la route et les populations riveraines sur la sécurité routière et la protection du patrimoine routier ;
- Communiquer et faire des démonstrations sur les méthodes de potabilisation de l'eau.

3. REUNIONS PRELIMINAIRES

Deux réunions préliminaires se sont tenues à l'effet de préparer le démarrage de la campagne de sensibilisation.

3.1. Réunion de mise au point avant lancement de la campagne de sensibilisation

La réunion de mise au point avant lancement des activités a eu lieu le 25 mai 2018. Elle a regroupé le staff dirigeant de SOGEA-SATOM et les experts de Terre et Développement. Il s'est agi d'une réunion de cadrage. Au cours de celle-ci, les attentes de SOGEA-SATOM ont été précisées, de même que les conditions requises pour une meilleure traçabilité des activités et une meilleure transparence dans la mise en œuvre de celles-ci. Ladite réunion a également servi à la planification de l'enquête préliminaire. Il faut rappeler que cette enquête a pour but d'évaluer la situation sur le terrain, de la tryptique « Protection de l'environnement et du patrimoine routier », « Lutte contre les IST/VIH/SIDA » et « sécurité routière ». Une telle évaluation était rendue nécessaire pour la prise en compte des zones accidentogènes et des messages susceptibles de coller à la réalité économique et socio-culturelle des zones traversées.

3.2. Réunion de lancement

La réunion de lancement proprement dite, a eu lieu le 18 juillet 2018. Celle-ci avait pour but la préparation effective des activités de terrain. Il s'agissait en fait, de décider des « hot spots » de la campagne et de voir dans quelle mesure impliquer au maximum les autorités locales et toutes les autres parties prenantes. Il en est ressorti que 3 points focaux devaient rythmer cette première campagne de sensibilisation. Il s'agit des villages Babadjou, pour la zone francophone. Meforgbe (Old tollgate) et Akum pour la zone anglophone. Pour plus d'efficacité, il a été donné à l'ONG, la latitude de segmenter ces trois zones et d'y répartir les animateurs afin que tous les villages en bordure du tronçon routier soient couverts.

Par ailleurs les autres modalités pratiques relatives aux outils de campagne et au reporting journalier et hebdomadaire ont été adoptées. Les procès-verbaux des réunions de lancement sont joints en annexe 2.

3.3. Information des autorités municipales administratives et traditionnelles

La mise en œuvre de la campagne de sensibilisation a été précédée de la prise de contact des experts de Terre et Développement avec les autorités administratives, municipales et traditionnelles locales. Il s'est aussi s'agi de l'information d'autres parties prenantes non moins intéressantes telles les Forces de Maintien de l'Ordre (FMO). Ces prises de contacts avaient pour but de mieux appréhender les situations contrastées au niveau sécuritaires, et de jauger la préparation psychologique des populations vis-à-vis de l'accueil à réserver au projet.

Aussi, les préfets de la Mezam, des Bamboutos, les sous-préfets de Babadjou, de Santa, ont été rencontrés afin de discuter avec eux des mesures à mettre en œuvre pour assurer un succès des activités. Les décharges des lettres d'information des autorités administratives sur le projet font l'objet de l'annexe 3.

Par ailleurs, des discussions se sont poursuivies avec les administrations déconcentrées telles le MINTRANS, le MINTP, le MINADER, le MINCOMMERCE, le MINEPIA, le MINEPAT, le MINSANTE le MINFOF, le MINEPDED etc). La saisie formelle des Forces de Maintien de l'Ordre (FMO) a eu lieu à travers des visites de courtoisies, et des correspondances. La liste des personnes rencontrées se trouve en annexe 4.

4. DESCRIPTION DES ACTIVITES MENEES

Les activités menées sur le terrain tiennent en l'identification et la formation des animateurs locaux, puis leur déploiement sur le terrain en vue de la mise en œuvre de la campagne de sensibilisation. Ces activités ont également concerné la réception du matériel de sensibilisation par le mandant et la mission de contrôle des travaux.

4.1. Réception des outils de sensibilisation

Avant le début de la campagne de sensibilisation proprement dite, SOGEA-SATOM et la mission de contrôle STUDI INTERNATIONAL, ont procédé à la réception des outils de campagne. Il s'agissait pour les parties en présence, de s'assurer que les différents outils validés au terme de la signature du contrat de prestation ont été produits selon les quantités prescrites et respectent les normes édictées. Le Procès-verbal (PV) de réception des outils de sensibilisation est joint en annexe 5 ainsi que les maquettes des dépliants et affiches approuvées par le client. La figure ci-dessous illustre quelques stocks du matériel mobilisé pour la campagne de sensibilisation.

Figure 1: Une vue du matériel de sensibilisation mobilisé



Quelques vues du stock du matériel pendant la réception par SOGEA-SATOM et la MDC

4.2. Formation des animateurs locaux

4.2.1. Recrutement des animateurs locaux

Les animateurs locaux ont été sélectionnés selon une critériologie précise qui devrait donner plus de perspective à la campagne de sensibilisation. Ces critères tiennent entre autre en :

- la résidence permanente dans un des villages/quartiers situés le long de l'axe routier ;
- une bonne connaissance et un bon usage des langues locales (langues vernaculaires, Pidgin, anglais, français) ;
- Un bon encrage social et des prestations avérées dans divers autres projets tels les campagnes de vaccination, de prévention du paludisme, de prévention de l'onchocercose, ainsi que l'implication dans l'élaboration des Plans de Développement des villages et quartiers etc.
- une bonne capacité de mobilisation ;
- une volonté inébranlable à produire des changements dans les communautés,
- des dispositions au leadership affirmées au niveau local.

De plus, pour satisfaire aux exigences de conformation aux us et coutumes locales et faire en sorte que la sélection ne soit frustrante pour certains villages, l'implication des chefs de villages concernés a été sollicitée.

Suite à la mise en œuvre de divers critères énumérés ci-dessus, 15 animateurs locaux ont été retenus. Le tableau ci-dessous dresse la liste complète des personnes retenues.

Tableau 1: Liste des animateurs locaux retenus par village

N°	Noms et prénoms des animateurs	Villages/Quartiers	Contact
01	Tanjong Stephen Kuo	Akum	676 21 95 39
02	Tasog Augustina	Akum	679 33 75 45
03	Ben Mpayin	Mbei/Santa	677 57 90 02
04	Tandah Junior	Mbei/Santa	650 08 76 11
05	Achiri Larissa	Mbei/Santa	650 45 68 20
06	Tatoh Ernest	Santa Centre	677 66 03 54
07	Galabe Elvis Muma	Santa Centre	677 99 64 44
08	Mbah Emmanuela	Santa Centre	670 60 65 03
09	Mofor Augustine	Meforbe	674 81 93 20
10	Marry Maribah	Meforbe	652 68 68 37
11	Foster Irene Manka'a	Meforbe	671 34 51 56
12	Foutsap Florette	Babadjou	651 01 26 65
13	Ndekou Jean Claude	Babadjou	676 47 59 71
14	Brian Kembou	Babadjou	672 51 55 75
15	Yemelong Augustin	Babadjou	679 33 26 77

4.2.2. Déroulement de la formation des animateurs locaux

La formation des animateurs locaux a eu lieu le 23 juillet 2018. Elle avait pour but de donner des outils psychologiques, pédagogiques et intellectuels aux animateurs afin d'armer ces derniers à faire face aux réalités du terrain. Aussi, les experts en matière de protection de l'environnement, de sécurité routière, de lutte contre les IST/VIH/SIDA se sont-ils relayés pour donner de la matière aux uns et aux autres suivant le planning ci-dessous. La liste de présence à la formation est jointe en annexe 6.

Tableau 2: Programme de la formation des animateurs locaux

JOURNEE DU 20 JUILLET 2018	
8h.00-9h.00	Arrivée et inscription des participants
9h-9h 15 mm	Présentation des participants
9h-9h-45 mm	Recueil des attentes et craintes des participants
9h 45 mm-10h	Pause-café

10H-12h	Module 1 sur la sécurité routière
12h-12h30	Discussions
12h30-13h30	Pause –déjeuner
13h30- 15h	Module 2 Protection de l'environnement et du Patrimoine routier
15h-15h30	Discussions
15h30-16h	Pause -café
16h-17h	Module 3 IST/VIH/SIDA
17h-17h30	Discussions
17h30-18h	Evaluation de l'atelier et départ des participants
18h15	Fin de la formation

Figure 2: Illustration de la formation des animateurs locaux



Un animateur local prenant la parole au cours de la formation



Intervention de l'expert environnementaliste



Intervention de l'Expert en sécurité routière



Evaluation de la formation par un participant

La formation s'est déroulée sur un mode plus participatif que magistral, l'important pour les participants étant de capitaliser les expériences, les connaissances et les acquis dans les domaines précités. Des séances de démonstration du port correct des préservatifs masculins et féminins ont été concrétisées avec des discussions à la clé.

A chaque fois, les participants ont été aguerris par des jeux de rôles, des études de cas, ou des présentations par eux préparés et exposés par des pairs.

Figure 3:Photo de famille des participants à la formation



4.2.3. Observations et recommandations des participants

Quelques résolutions ont été prises afin de faciliter la tâche aux participants et mettre en place des solutions idoines pour tous. Pour des raisons de sécurité, les sensibilisations de nuit ont été interdites. Les Participants ont convenu de ce qu'il faudrait mettre en œuvre la campagne le plus rapidement possible, afin qu'ils aient la possibilité de pratiquer effectivement les notions acquises au cours de la formation.

4.2.4. Remise du matériel de sensibilisation aux animateurs locaux

La formation achevée, le matériel de sensibilisation a été distribué aux participants. Il s'agissait de professionnaliser davantage les animateurs, en leur dotant d'outils devant leur servir sur le terrain. Aussi, des chasubles aux effigies du maître d'ouvrage, du maître d'œuvre ainsi que de l'entreprise prestataire chargée d'effectuer les travaux, ont été remis aux animateurs locaux. Il en est de même des dépliants, affiches, des pénis artificiels, des préservatifs masculins et féminins, etc.

Figure 4: Une vue de la remise du matériel de sensibilisation aux animateurs



L'équipe d'Akum en possession du matériel de terrain. On note en bonne place, des préservatifs masculins et féminins, des affiches, des dépliants, du crésyl et de l'eau de javel.

4.3. Organisation des réunions de sensibilisation dans les villages riverains

Cette activité s'est déroulée en deux (02) étapes. La première a consisté en l'organisation des réunions dans les grandes chefferies et autres sites d'importance stratégique et la seconde a consisté en des sensibilisations rapprochées dans les villages, quartiers, lieux de réunions, auprès des usagers de la route et marchés des villages riverains de l'itinéraire Babadjou-Welcome to Bamenda.

4.3.1. Organisation des réunions de sensibilisation dans les villages

Il s'est agi, dans un premier temps, d'un grand déploiement sur trois grands sites situés le long de l'axe. Les sites choisis sont Babadjou, Akum et Meforbe (old toll Gate).

Sur chaque site, des hauts parleurs juchés sur des strapontins, situés dans des sites publics, distillaient de la musique, ainsi que des messages de prévention. Des conseils sur la protection et la sécurité routière ont été diffusés, de même que des counselling publics sur les méthodes et autres moyens de lutte contre les IST/VIH/SIDA. La protection de l'environnement n'était pas en reste.

Ces campagnes ont également servi de répétition générale pour les animateurs qui devaient se préparer à se déployer sur le terrain. Elles étaient essentiellement animées par les experts appuyés par leurs assistants. Les animateurs locaux y participaient à travers les contacts interpersonnels, la sensibilisation de proximité, la sensibilisation à la criée par l'utilisation de mégaphones, l'utilisation des boîtes à images, les causeries-éducatives, etc.

4.3.1.1. Grande réunion de sensibilisation dans le village Akum

Elle s'est déroulée le 24 juillet dernier à Akum Hall à proximité de la chefferie du village éponyme. Ici, les populations ont eu droit aux exposés, suivis des échanges sur la sécurité routière, la préservation du patrimoine routier, la préservation de l'environnement et la lutte contre les IST/VIH/SIDA. Ces exposés ont été suivis de débat avec le public présent. Un préconselling public s'est tenu, suivi des tests volontaire et gratuit sur le VIH/SIDA.

4.3.1.2. Grande réunion de sensibilisation à Moforbe (Old toll Gate)

La particularité du village Moforbe, et plus précisément du site dénommé Matazem est qu'il est situé juste à l'entrée du Nord-Ouest. Ce village a été transformé de fait en un point de rupture compte tenu de la situation politique qui prévaut en ce moment dans cette partie du pays. Aussi, de jour comme de nuit, les forces de maintien de l'ordre y ont installés un check-point où l'on montre patte blanche avant de rentrer dans le Nord-Ouest. Dès lors, les passagers des cars de transport descendent obligatoirement pour satisfaire à ce devoir. Les populations environnantes, ont transformé cette opportunité en aubaine, car très rapidement, Matazem a été transformé en un site hautement marchand.

Il a dès lors été choisi, pour y mener des activités de sensibilisation afin de profiter de l'afflux massif des voyageurs en provenance d'autres régions du pays.

La sensibilisation à Moforbe s'est déroulée le 25 juillet. Elle a eu lieu en plein air. Toutefois, une tente avait été préalablement installée pour parer à toute éventualité compte tenu de la saison des pluies en ce mois de juillet sur l'ensemble ses régions de l'Ouest et du Nord-Ouest.

Figure 5: Illustration de la sensibilisation à Moforbe



Une vue des participants au cours de la sensibilisation à Meforbe



Démonstration du port du préservatif par un animateur



Un animateur utilisant une boîte à images pour sensibiliser contre les IST/VIH/SIDA



Une partie de l'équipe d'animation de Terre et Développement à Meforbe

Une vedette de la communication au niveau local en la personne de Tandah Laurence dit « Larry T », principal animateur de la Radio Communautaire de Santa, avait été sollicitée pour servir de disc-jockey et attirer le chaland à travers des

musiques triées sur le volet. Celle-ci était diffusée par des haut-parleurs juchés sur une estrade dominant la place de « old toll gate ». Une telle ambiance a eu pour effet de faire converger les populations. Les experts et autres animateurs de Terre et Développement en ont profité pour diffuser des informations pertinentes sur les IST/VIH/SIDA, la prévention par l'abstinence, la fidélité et le port correct du préservatif. Des messages ont également été délivrés sur la nécessité d'éviter les actes de vandalisme et de sabotage sur les biens publics que constituent le patrimoine routier (Garde-fous, glissières de sécurité, feux de signalisation, panneaux de signalisation, éclairage public, etc.). Les experts sur la protection du patrimoine routier ont beaucoup insisté sur les méfaits du brulis des vieux pneus sur la chaussée, pratique courante dans la région lors des protestations à caractère politique.

4.3.1.3. Grande réunion de sensibilisation à Babadjou

Initialement prévue à la chefferie Babadjou, la campagne de sensibilisation à la lutte contre les IST/VIH/SIDA, la sécurité routière et la protection de l'environnement et du patrimoine routier s'est plutôt déportée au marché de Toumaka'a à cause d'une forte affluence en ce site, particulièrement ce 26 juillet 2018, jour du grand marché périodique. A cet effet, une tente et une centaine de chaises ont été déployées non loin dudit marché, pour accueillir les populations. Comme toujours en pareille circonstance, la musique, ainsi que les messages de prévention rythmaient le site, question d'attirer l'attention des usagers de la route sur cette campagne de sensibilisation.

Figure 6: Une vue de la réunion de sensibilisation à Babadjou



Vue du parterre de sensibilisation à Babadjou



Sensibilisation des riverains de l'axe Babadjou Bamenda



Préconselling de masse sur les IST/VIH/SIDA à Babadjou



L'équipe des animateurs locaux de Babadjou



Mise en place d'une affiche de sensibilisation au Centre Médical d'Arrondissement de Babadjou



Intervention d'une animatrice à Matazem

Le marché de Toumaka'a a été parcouru de fond en comble par 04 animateurs locaux de Babadjou, soutenus en cela par 03 de leurs congénères venus de Meforbe afin de densifier les impacts. Cette équipe forte de 07 personnes au total, était soutenue par 03 experts principaux et deux cadres de santé. Elle fut complétée par 02 experts issus de l'équipe d'encadrement de Terre et Développement. Ce fort déploiement a eu l'effet escompté car en plus du site principal d'animation, la caravane de sensibilisation s'est transportée en divers endroits du marché pour diffuser à l'aide d'un mégaphone, des messages de sensibilisation sur les trois thèmes de la campagne.

Ainsi, des contacts et échanges de propos de sensibilisation, des démonstrations du port de préservatifs masculins et féminins ont eu lieu sur diverses places afin de se conformer aux vœux des commerçants qui n'aiment pas quitter leurs étals. La liste détaillée des participants aux différentes sensibilisation dans les trois (03) grandes chefferies font l'objet de l'annexe 7.

4.3.1.4. Dépistage volontaire et gratuit du VIH-SIDA

Les réunions de sensibilisation ont servi également à faire du pré-conselling. Cette action avait pour objectif de promouvoir le dépistage auprès des populations qui n'en font pas spontanément la démarche. Ainsi, suite à la sensibilisation dans les trois grands villages, 246 personnes ont été dépistées dont 3 personnes séropositives, soit un taux de prévalence de 1,2%. Le tableau ci-dessous donne la distribution des personnes testées par localité.

Tableau 3: Répartition des personnes testées par localité et selon le sexe

Zone	Homme		Femme		Total	
	Testés	Séropositifs	Testées	Séropositives	Testés	Séropositifs
AKUM	23	0	21	0	44	0
SANTA	64	0	64	2	128	2
BABADJOU	39	0	35	1	74	1
TOTAL	126	0	120	03	246	03

Tous les volontaires au dépistage ont été reçus en conselling pré et post-test. Les résultats étant instantanés, toutes les personnes ont récupéré leurs résultats.

Les personnes séropositives n'étaient pas à leur premier test de VIH. Elles connaissaient déjà leurs statuts et sont médicalement suivies dans les centres médicaux de leur localité.

La campagne de dépistage volontaire a été menée en partenariat avec le laboratoire dénommé CAMAHOBAC (Cameroon Association of Home Based Care).

Les rapports des différents experts en annexe 8 donnent plus de détail sur le déroulement des différentes activités.

Figure 7: Une vue du déroulement du dépistage volontaire et gratuit du VIH-SIDA



Préparation de l'équipe médicale pour la réalisation des tests volontaires du VIH/SIDA



File d'attente en vue de la réalisation des tests du VIH/SIDA

4.3.2. Campagne de sensibilisation dans les villages et quartiers par les animateurs locaux

Celle-ci s'est étalée sur tout le mois d'août à raison de trois semaines de sensibilisation et une semaine pour la rédaction du rapport par groupe d'animation.

L'animation par les sensibilisateurs locaux, s'est déroulée à travers 05 groupes à savoir: (i) le groupe des animateurs de Babadjou, (ii) le groupe de Meforbe, (iii) le groupe de Santa Centre, (iv) le groupe de NJin Mbei et enfin (v) le groupe d'Akum.

4.3.2.1. Mode opératoire de la sensibilisation de proximité

Plusieurs techniques ont été utilisées par les animateurs locaux pour réussir la mobilisation sociale et participer ainsi à la diffusion des messages de sensibilisation. Le répertoire des techniques utilisées est vaste. Cela va de l'utilisation des crieurs publics à la discussion discursive à travers les échanges « *one to one* ».

➤ L'utilisation d'un « town crier » ou d'un « village crier »

Les animateurs locaux ont utilisé divers modes de communication pour faire passer les messages de sensibilisation, il s'agit de la communication de groupe, de la communication interpersonnelle et de la communication traditionnelle.

La communication traditionnelle a pris diverses formes. Dans certains villages/quartiers à l'exemple d'Akum, le chef du village a pris le soin d'annoncer l'arrivée des animateurs à travers le « village crier » (cricur public). Le mode opératoire de ce dernier consiste à diffuser la date, le lieu, et les activités de la réunion, à révéler son importance, à travers un mégaphone. L'heure choisie est souvent celle de la tombée de la nuit, lorsque les populations, sont en majorité chez elles, et qu'elles aspirent à un repos légitime. Ce type de communication est d'autant plus efficace, par ces temps d'insécurité ou un couvre-feu a été imposé dans la ville de Bamenda et de ses environs.

➤ Criée ou sensibilisation par le mégaphone

Ici, l'animateur lui-même diffuse des messages de sensibilisation directement à travers un mégaphone porté en bandoulière. Il en profite également pour distribuer des gadgets, des dépliants et toutes sortes d'attirail pour faire passer le message de sensibilisation. Pour densifier son audience, il traverse plusieurs fois sa zone d'intervention de manière longitudinale.

Les animateurs de Babadjou et de Santa Centre ont régulièrement utilisé ce type de sensibilisation, notamment lors des marchés périodiques.

➤ **Les causeries-éducatives menées en communauté**

Ici, les animateurs opèrent à travers l'utilisation de la communication de groupe. Les codes communicationnels sont d'autant mieux maîtrisés que ces derniers appartiennent au groupe et connaissent les figures de style à employer, les connotations à utiliser, les métaphores et figures de style à mettre en exergue. Ce style de communication s'exerce plus avantageusement à travers la langue vernaculaire. La communication de groupe a ceci d'important qu'elle est interactive et participative. Aussi, les interrogations, les craintes et autres appréhensions peuvent être assez rapidement levées grâce à des précisions demandées et sur lesquelles l'interlocuteur peut immédiatement réagir afin de lever toute équivoque.

➤ **La communication dans les lieux de prière**

Les populations des régions de l'Ouest et du Nord-Ouest sont très croyantes, aussi, y a-t-il un avantage à communiquer avec elles au sein des lieux et autres groupes de prière, ce d'autant plus que le message à passer est un message de préservation de l'espèce humaine, qu'il s'agisse de la lutte contre les IST/VIH/SIDA, de la protection de l'environnement et du patrimoine routier ou de la sécurité routière. Les objectifs des animateurs et des communicants religieux se croisent puisqu'il s'agit pour chacun, de munir les ouailles, des outils nécessaires à leur survie et à leur bien-être tant individuel que collectif. Le fait est que l'écoute attentive et assidue est plus facile à obtenir dans ces lieux et que l'attention et le dévouement à la cause présentée est relativement plus facile à obtenir.

➤ **La communication interpersonnelle et sur les places publiques**

Elle a été de loin la plus pratiquée par les animateurs. Il s'agit d'une forme de communication, utilisée le plus souvent dans le marketing direct et qui consiste à convaincre pour emporter l'adhésion de l'interlocuteur à travers des échanges nourris. Les animateurs ont fait recours à cette forme de communication dans les lieux publics, notamment les marchés. La communication interpersonnelle a ceci de particulier qu'elle est simple et efficace sans intermédiaire ni bruit communicationnel, ni effets spéciaux que l'on retrouve par exemple dans la communication audiovisuelle de masse et qui peut constituer un biais. La communication interpersonnelle est une communication dépouillée qui peut prendre des allures de conversation nimbée d'une certaine familiarité, ce qui la rend plus pertinente.

4.3.2.2. Sensibilisation par les animateurs locaux de babadjou

Le groupe de Babadjou avait à sa charge, la sensibilisation dans les villages riverains depuis Toumaka'a jusqu'à Mefrorbe (Matazem encore appelé « *Old toll gate* »).

Ainsi, ces animateurs ont mené des campagnes de sensibilisation ciblées autour des services de santé publics et privés, mais aussi des marchés, les carrefour et places

publiques, les chefferies traditionnelles, les associations à caractère religieux et traditionnel, les maisons des particuliers et les commerces situés le long de la route. De fait, le programme de sensibilisation mené par les animateurs de Babadjou a suivi le planning ci-dessous.

Tableau 4: Programme de sensibilisation des animateurs de Babadjou

VILLAGES	DATE	JOUR
Djinso	30/07/2018	Lundi
Kombou	02/08/2018	Jeudi
Toumaka	03/08/2018	Vendredi
Balepo	06/08/2018	Lundi
Ndoji	09/08/2018	Jeudi
Ntuo	10/08/2018	Vendredi
Nghong Mabrala	14/08/2018	Mardi
Ndouh	16/08/2018	Jeudi
Bachua	17/08/2018	Vendredi

En majorité, les sensibilisations ont été menées en présence des chefs traditionnels ou de leur représentant. Les sites choisis étaient les centres de santé, les chefferies ou les lieux publics tels les carrefours.

A l'issue des activités, 9 réunions ont été organisées et ont mobilisé plus de 500 personnes.

4.3.2.3. Sensibilisation par les animateurs locaux de Meforbe

Le groupe de Meforbe (Matazem) a mené des activités de sensibilisation au niveau du site stratégique de l'ancien péage (old tollgate qui constitue le point d'entrée dans le Nord-Ouest). Les animateurs ont par la suite étendu les activités de sensibilisation en direction des quartiers situés dans la ville de Santa.

Au site dit Matazem ou encore "old tollgate", les animateurs ont utilisé diverses techniques, comprenant la persuasion par le langage et la démonstration. A ce propos, des boîtes à images ont été utilisées, des pénis artificiels, des préservatifs masculins et féminins.

La sensibilisation par des animateurs de Meforbe s'est effectuée suivant le calendrier ci-dessous.

Tableau 5: Programme de sensibilisation des animateurs de Meforbe

N°	Hour	Activities
	1 st of August 2018	
01		<ul style="list-style-type: none"> - At Meforbe Palace - Traditional Council - 2 Njangi Groups
	Thursday 2 nd August 2018	
02		<ul style="list-style-type: none"> - At Matazem Toll Gate and Mofor Park - sellers - Bike Riders - Drivers and population
03	Sunday 5 th August 2018	
		-Congregation of Presbyterian Church
04	Wednesday 8 th August 2018	
		-Mukonguep Quarters
05	-Friday 10 th August 2018	
		<ul style="list-style-type: none"> - Ntoh quarter -Mustand Seed Grow big Njangi
06	-Sunday 12 th August 2018	
		<ul style="list-style-type: none"> -Full Gospel Church -Ngongwang Quarter Njangi -MECDA
07	Tuesday 14 th August 2018	
		-Gungong Quarters
08	Wednesday 16 th August 2018	
		-Meyene Quarters
09	Friday 18 th August 2018	
		<ul style="list-style-type: none"> -Ntoh quarters -All houses on both sides of the major road
10	From Monday 20 th -25 th August 2018	
		Compilation of report

4.3.2.4. Sensibilisation par les animateurs locaux de Santa centre

Le groupe de Santa Centre a étendu les activités de sensibilisation au marché de mile 12, au « Muslim quater », au carrefour du village Njong, aux carrefours situés aux environ de Mboma Palace. Il faut préciser que ce groupe avait pour point névralgique, la sensibilisation à travers le centre commercial de Santa qui inclut le marché et la gare routière. Ici, les animateurs ont surtout dû faire face aux commerçants, aux chauffeurs de taxis brousse, mais aussi aux transporteurs par motos. Ils ont également sensibilisé les propriétaires d'une kyrielle de kiosques à détail, des vendeurs ambulants, de vendeurs de vivres frais, de détaillant d'animaux d'élevage et une kyrielle d'acheteurs venus d'horizons divers. Afin de densifier la sensibilisation, les animateurs ont surtout recouru aux jours de grande affluence, jour du grand marché périodique qui se tient ici les mercredis et samedis de chaque semaine.

Le calendrier déroulé par les animateurs de Santa s'est effectué selon le planning contenu dans le tableau ci-dessous :

Tableau 6: Programme de sensibilisation des animateurs de Santa Centre

Date	Hour	VENUE	ACTIVITIES SCHEDULED
1 st of August 2018	9: 00 a.m	Santa Main Market	Sensitisation of buyers, sellers, bike riders and motors drivers.
3rd August	9 a.m	-Muslim Community (Hausa quarter)	Dwellers of the quarter.
5 th August	11 a.m	-Presbyterian Chruch -Catholic Church Santa	Educative talk with youth and religious groups.
11 th August 2018	5 pm	catholic school field Santa	Sensitisation of choirs groups
8 th August 2018	10 am	Squares around Boma palace	Sensitisation on HIV/AIDS, the protection of environment and road heritage. Sensitisation on road safety.
15 th August 2018	10 am	Mile 12 market SQ	Sensitisation of bike riders, traders etc on HIV/AIDS, the protection of environment and road heritage. Sensitisation on road safety.
17 th August 2018	10 a.m	Njong quarter	Sensitisation of the population around Njong Square on wearin g of helmet for motor bike, road safety, and protection of

			environnement.
--	--	--	----------------

Au terme des activités de sensibilisation des animateurs de Santa, 09 réunions ont été organisées et ont mobilisé 378 personnes.

4.3.2.5. Sensibilisation par les animateurs locaux de NJIN-MBEI par SANTA

Les animateurs issus de ce secteur ont davantage travaillé avec les femmes et les groupes religieux. Le programme suivi par ce groupe figure dans le tableau ci-dessous.

Tableau 7: Programme de sensibilisation des animateurs de NJIN-MBEI par Santa

	Hour	Activities
	Tuesday 31 st of July	
01	4: 00 Pm	-Sensitisation at “ <i>truth and hope</i> ” meeting
	Wenesday 1st August 2018	
02	3:30 pm	- <i>Government school Field Santa</i>
03	Friday 3 rd of August	
	5:00 pm	-Women meeting
04	5th August	
	9.00 a.m	-Catholic Church Santa
05	8 th August	
	4:00 pm	-Presbyterian School Field Santa
06	15 th August	
	4:00 p.m.	-Self –help meeting
07	16 th August	
	4:30 p.m	- Our Lady Choir
08	17 th August	
	4:30 p.m	Claretian youth choir

4.3.2.6. Sensibilisation par les animateurs locaux d'Akum

Les animateurs d'Akum se sont caractérisés par la sensibilisation des associations à caractère identitaire et les groupes religieux, comme le témoigne le programme ci-dessous.

Tableau 8: Programme de sensibilisation des animateurs d'Akum

N°	Hour	Activities
	Sunday 5 th August 2018	
01	8:30-9:30	-Make announcements in PC Akum mile 4 and Saint Pius mile 6 -Putting of posters
	10: 00-10: 50	-Meet the bike riders at mile 6 junction
	12:00-1pm	-Meet the fon of Akum and the traditional council members
	Wenesday 8 th August 2018	
02	8:30-9:30	-Meet the Takabeng of Ntahmadam II
	11:30-12:30	-Meet the bike riders and butchers at mile 8 junction
	2:00-2:30	-Meet the Zinko Social Group
03	Thursday 9 th August 2018	
05	1:30-2:30	-Meet the Akongni women's social group of Ntahmadam
	3:30-4:30	-Meet the Nsongmulah social Group

Au terme des activités de sensibilisation dans les différents sites choisis, 09 rencontres ont eu lieu et ont mobilisé 698 participants. Soit 230 hommes et 468 femmes. Les rapports des animateurs locaux en annexe 9 donnent plus d'informations sur le déroulement de l'ensemble des activités par village/quartier. La figure ci-dessous résume quelques temps forts des activités des animateurs locaux sur le terrain.

Figure 8: Illustration des activités des animateurs locaux sur le terrain



Démonstration du port du préservatif à Santa
(Husa quater)



Distribution des dépliant aux participants à
Santa centre



Sensibilisation des mototaximen sur la sécurité
routière et la préservation de l'environnement à
NJIN-MBEI (Santa) par les animatrices



Exhibition des préservatifs féminins par les
bénéficiaires (Santa)



4.4. Sensibilisation par la radio

La radio a joué un important rôle dans la stratégie de sensibilisation en ce sens qu'elle a constitué un relais entre divers maillons de la chaîne de sensibilisation c'est-à-dire le public, les animateurs, les populations riveraines et divers autres acteurs. Le rôle de la radio a non seulement été de diffuser les messages de sensibilisation sur le terrain, mais aussi de servir d'interface entre divers intervenants en donnant des informations sur les lieux de rencontre, les thèmes à débattre au cours des causeries-éducatives, de même que les résolutions prises à l'issue de certaines rencontres de sensibilisation. C'est dire qu'elle a joué efficacement son rôle de médiateur et de facilitateur à travers toute la campagne de sensibilisation. La "Santa Community Radio" a joué ce rôle d'interface et de médiation, de même que la NDEFCAM Radio de Bamenda.

En effet, la "Santa Community Radio" émet sur la fréquence 95,3 MHZ. Elle émet également en streaming (sur le web). La portée de ses ondes de cette radio couvre la Région du Nord-Ouest et en partie les régions du Littoral et de l'Ouest.

NDEFCAM radio est située dans la ville de Bamenda. Elle a également joué un important rôle dans la mise en œuvre des activités de sensibilisation, à travers la diffusion des interventions médiatiques des experts de Terre et Développement. Elle émet en modulation de fréquence sur 94,9 MHZ. Ces deux chaînes de radio couvrent une population estimée à 6 millions d'habitants.

Les populations touchées par Santa Community Radio ont été abreuvées de messages de campagne, de communiqués et de Spots radio préalablement approuvés par la Mission de Contrôle. Le contenu de messages et spots radio diffusés ainsi que les horaires de passage sur les ondes de la radio se trouve en annexe 10. Par leur encrage social, la Santa Community Radio et la NDEFCAM radio ont permis de mieux faire connaître la campagne de sensibilisation dans la région, les activités des animateurs de même que celles de l'entreprise SOGEA-SATOM.

Au cours de ladite campagne, 240 communiqués radio et spots ont été diffusés sur les ondes de cette radio. Il s'agissait des informations à l'attention du grand public sur les événements importants tels les campagnes de sensibilisation routière, les sites et horaires de la caravane du dépistage des IST/VIH/SIDA.

Au cours de ladite campagne, Il y a eu en moyenne 5 communiqués diffusés par jour, dans diverses tranches horaires. Les communiqués étaient diffusés en français, en anglais, en pidgin et souvent en langue vernaculaire. Pour ce qui est des spots. On a dénombré en moyenne 04 spots par jour, diffusés dans les mêmes langues que ceux des communiqués. Trois (03) interviews ont été accordées aux Experts du projet et diffusées sur les chaînes de radio.

Animation des quizz radio

La sensibilisation à travers les quizz radio a duré pendant 02 semaines. Il s'agissait de poser les questions les plus usuelles sur la protection du patrimoine routier, la sécurité routière et la lutte contre les IST/VIH/SIDA aux populations. Les plus méritants étaient rétribués avec des gadgets tels que: les T-Shirts estampillés des messages de sensibilisation, des accessoires de propreté et de protection de l'environnement telles les bouteilles d'eau de javel, savons, les bouteilles de crésyl, les préservatifs masculins et féminins, etc.

5. RESULTATS OBTENUS

A l'issue de la campagne sensibilisation, les marchés suivants ont été couverts : Djinso, Toumaka'a, Santa (mile 12 market square) ; Njin-Mbei, Matazem, le marché de Njong etc.

Les centres de santé suivants ont été touchés par les messages de sensibilisation : le Centre Médical d'Arrondissement de Toumak'a, le Centre de Santé Intégré de Kombou, le cabinet de soins de Kombou, le centre de santé la Grâce Divine de Babadjou.

Les places publiques suivantes ont connu les activités de sensibilisation : carrefour de Bachua (Babadjou), carrefour Mabrala (Babadjou), carrefour Balepo (Babadjou), carrefour Njodi (Babadjou), carrefour Ntuo (Babadjou), carrefour Ndouh (Babadjou), Government school Field (Santa), mile 12 square (Santa), mile 6 junction (Akum), mile 8 junction (Akum), mile 9 junction (Akum), Presbyterian School Field (Santa). Mukonguep Quarters (Meforbe), Ntoh quarter (Meforbe), Ngongwang Quarters (Meforbe), Meyene Quarters (Meforbe), squares around Mboma palace (Santa Centre);

Les groupes religieux suivants ont été conscientisés : Presbyterian Church Akum mile 4, Saint Pius Akum mile 6, Muslim Community (Santa Centre), Presbyterian Chruch (Njin-Mbei), Catholic Church Santa, Congregation of Presbyterian Church (Meforbe), Full Gospel Church (Meforbe), CWF Group Presbyterian Church Mile 8 (Akum),

Les associations à caractère identitaire suivantes ont été sensibilisées : Les Takabeng de Ntahmadam II (Akum), le Zinko Social Group (Akum), le Akongni women's social group de Ntahmadam (Akum), le Nsongmulah social Group (Akum), Djangui of Ntehniki (Akum), Djangui of Ntinelah (Akum) etc.

Les chefferies traditionnelles ainsi que le conseil des notables suivants ont été sensibilisées : Chefferie traditionnelle de Babadjou, chefferie traditionnelle et conseil des notables de Meforbe, chefferie traditionnelle et conseil des notables d'Akum.

De manière globale, la première campagne de sensibilisation s'est déroulée du 16 juillet au 24 août 2018. On peut retenir qu'au cours de celles-ci :

- 08 lieux de culte ont été visités ;
- 06 marchés ont été sensibilisés ;
- les populations de 17 places et carrefours ont été sensibilisés par les animateurs de Terre et Développement ;
- 03 chefferies et conseils de notables ont été conscientisés ;
- 04 centres de santé visités afin de parler aux patients, aux visiteurs, et autres garde-malades ;
- 08 associations de solidarité et d'entraide visités ;
- 07 associations et groupes religieux visités ;
- 25 projections sur le respect des règles d'hygiène et l'assainissement autour des habitations ;
- 250 causeries-éducatives sur la lutte contre les IST/VIH/SIDA, la préservation de l'environnement et du patrimoine routier ainsi que la sécurité routière ont été réalisées sur les places publiques, les carrefours, les gares routières, les lieux de culte, les sites de commerce etc.

Ces causeries-éducatives ont regroupé environ 4500 participants, parmi lesquels 3000 femmes. Les démonstrations du port du préservatif féminin ont eu lieu auprès de plus de 1800 femmes. Les causeries-éducatives sur les règles absolues de conduite et l'importance du port du casque pour les transporteurs par moto et leurs clients ont mobilisé environ 800 transporteurs.

D'autres outils de campagne ont également été distribués. Il s'agit de 300 T-shirts et 20 polos, majoritairement remis aux personnes ayant volontairement acceptés de faire les tests de dépistage du VIH/SIDA et ceux ayant répondu favorablement aux quizz-radio. Il s'est également agi de la distribution de 1000 préservatifs féminins et de 5000 préservatifs masculins. 200 bouteilles d'eau de javel ont été distribuées afin de satisfaire aux besoins de potabilisation de l'eau et de participer à une meilleure gestion de l'environnement. Il en est de même de 200 bouteilles de crésyl et de 200 morceaux de savon. Pour réduire la mortalité des bœufs et des éleveurs sur l'axe routier Babadjou-Bamenda, 20 chasubles réflectorisantes ont été remis aux éleveurs qui conduisent souvent leurs troupeaux sur cet axe, y compris de nuit.

Sur le terrain 2000 dépliants et 300 affiches ont été distribués. 10 posters géants et 3 banderoles ont été affichés à différents endroits.

6. REACTION DES PERSONNES SENSIBILISEES

La réaction de la plupart des personnes sensibilisées a été favorable à la campagne. La majorité des personnes interrogées pensent que cette campagne a été la bienvenue et devrait se poursuivre le plus longtemps possible. Plusieurs femmes ont affirmé qu'elles n'étaient guère au courant de l'existence du préservatif féminin. La plupart des femmes sensibilisées ont, pour la première fois de leur existence, pu

toucher du doigt ce type d'objet. Beaucoup ont fait part de leur désir de « l'essayer » et ont reconnu son importance dans la protection de la femme à travers le libre choix qui leur est désormais laissé, d'en faire usage.

Pour ce qui est de la préservation du patrimoine routier, les personnes sensibilisées ont déploré les actes de vandalisme qui ont eu lieu notamment du fait de la situation politique volatile du moment.

Les personnes interrogées ont reconnu l'importance du reboisement dans la protection de l'environnement et du patrimoine routier. Une telle importance est d'autant plus notoire dans ces régions montagneuses de l'Ouest et du Nord-Ouest, qui sont des zones à écologie fragile et où sévissent souvent des glissements de terrain. Les personnes sensibilisées ont également apprécié la remise du matériel d'hygiène tel le savon ou le crésyl ou l'eau de javel qui leur a permis de joindre les énoncés théoriques aux pratiques quotidiennes en matière de protection de la santé et de l'environnement.

7. DIFFICULTES RENCONTREES

Les difficultés rencontrées ont été de plusieurs ordres, d'abord la situation politique dans la région du Nord-Ouest qui a imposé la prise de certaines décisions contre le gré des animateurs de la campagne de sensibilisation. Du coup, la possibilité de réaliser des causeries-éducatives dans certains villages tard le soir ou dans la nuit afin de profiter de la disponibilité d'un plus grand nombre de participants a été évacuée. Plus encore, les jours dits de « villes mortes » ont freiné le bon déroulement des activités et entraîné des pertes de temps énormes sur diverses programmations, voire le report de certaines actions initialement programmées. Toujours au chapitre des difficultés, nous pourrions également citer :

- la collaboration biaisée de certaines autorités traditionnelles qui n'ont parfois pas su mobiliser les populations ;
- le refus de signer les fiches de présence par certains participants à diverses réunions, au motif qu'il pourrait s'agir d'un enrôlement subreptice à des fins électorales. Cette tendance a été très prononcée dans la région du Nord-Ouest où des personnes méfiantes, ont systématiquement refusé de signer les fiches de présence, arguant de plusieurs fallacieux prétextes. D'autres ont signé, lesdites fiches, mais ont préféré ne pas mettre leurs contacts téléphoniques. L'entrée en campagne électorale de certaines personnalités politiques dans le cadre de l'élection présidentielle a accru le climat de peur et d'insécurité, notamment dans la région du Nord-Ouest, ce qui a entraîné une réduction dans la participation aux réunions.

8. CONCLUSION

La campagne de sensibilisation s'est bien déroulée dans l'ensemble, nonobstant des difficultés liées au climat d'insécurité qui prévaut dans la région du Nord-Ouest. L'adhésion des populations et autres usagers de la route a été importante, malgré les couacs évoqués plus haut, du fait des avantages qu'elles perçoivent de l'intérêt à bénéficier d'une route de qualité.

Les populations, ainsi que diverses parties prenantes, sont convaincues de ce que les infrastructures routières constituent une pièce maîtresse du développement et qu'à ce titre, elles se doivent de participer à leur protection. Ces infrastructures profitent en premier lieu aux populations riveraines elles-mêmes, ainsi qu'à l'ensemble de la Nation. Les riverains, et divers usagers, ont également été convaincus de l'utilité de la campagne qui participe d'une meilleure intégration de la route dans leur environnement socio-culturel et économique.

Toutefois, les actes répréhensibles au cours de cet épisode, demeure le vandalisme commis par des inconnus facilement identifiables qui ont incendié quelques véhicules de SOGEA SATOM constructeur de la route Babadjou-Bamenda. Une telle situation impose de redéfinir les mesures de sécurité pour tous, de même que l'intégration de la sécurité et de la protection des équipements dans la trame de sensibilisation pour la prochaine campagne.

ANNEXE