

PRESENTATION

NOM : IRADUKUNDA Olivier

TEL: +25769222979

Email: iradukundaolivier664@gmail.com

BUJUMBURA

BURUNDI

Titre du projet: Jeunes détectives de l'info

Responsable du projet: IRADUNDA OLIVIER, Jeune volontaire dans la croix rouge du Burundi, chercheur et innovateur engagé dans le développement durable.

Je suis animé par un profond désir d'apporter ma contribution à l'amélioration des conditions humaines et du bien-être des populations de notre pays. Je suis inspiré par l'héritage du fondateur de la Croix Rouge, Henry Dunant, dont l'engagement humanitaire et la passion pour la préservation de la vie humaine restent des modèles de dévouement et d'innovation, j'ai ressenti le besoin d'agir concrètement face aux fausses informations qui affectent notre société Burundaise.

TITRE DU PROJET: JEUNES DETECTIVES DE L'INFO

I. INTRODUCTION ET CONTEXTE

1. Introduction

La montée en puissance des technologies de l'information et de la communication a transformé la manière dont les individus accèdent à l'information et interagissent avec le monde. Cependant, cette révolution numérique a également donné naissance à un phénomène inquiétant : la prolifération des fausses informations, des rumeurs et de la désinformation. Dans un pays comme le Burundi, où les médias traditionnels et les plateformes numériques jouent un rôle central dans la diffusion des nouvelles, la manipulation de l'information représente un risque majeur pour la cohésion sociale, la stabilité politique et le développement économique.

Face à cette menace, il devient impératif de mettre en place des mécanismes permettant aux citoyens, en particulier aux jeunes, d'acquérir des compétences en éducation aux médias et en vérification des faits. C'est dans cette optique que le projet "[Jeunes détectives de l'info](#)" a été conçu. Son objectif principal est de former une nouvelle génération de jeunes Burundais capables de décoder l'information, d'analyser les sources et de lutter activement contre la propagation des fausses nouvelles dans leurs communautés.

Ce projet repose sur l'idée que les jeunes, en tant qu'acteurs clés du numérique et consommateurs d'information, doivent être outillés pour devenir des ambassadeurs de la vérité et des détectives de l'information. Grâce à des formations, des ateliers pratiques, des outils numériques et des collaborations avec les médias, ces jeunes seront en mesure d'évaluer la fiabilité des informations et de sensibiliser leur entourage aux dangers de la désinformation.

2. Contexte général de la désinformation au Burundi

❖ L'essor des médias numériques et des réseaux sociaux

Au cours de la dernière décennie, le Burundi a connu une expansion rapide de l'accès à Internet et aux réseaux sociaux. Avec la démocratisation des smartphones et l'amélioration progressive de la connectivité, des milliers de Burundais s'informent désormais via Facebook, WhatsApp, Twitter et d'autres plateformes numériques. Bien que cet accès élargi à l'information soit un progrès, il a également facilité la diffusion rapide des fausses nouvelles.

Contrairement aux médias traditionnels, où l'information est généralement soumise à une certaine régulation et à des vérifications éditoriales, les réseaux sociaux permettent à n'importe qui de publier et de partager du contenu sans contrôle préalable. Cette situation crée un terrain fertile pour la désinformation, où les rumeurs, les manipulations politiques et les fausses alertes se propagent souvent plus rapidement que les faits vérifiés.

❖ **L'impact des fausses informations sur la société burundaise**

La désinformation peut avoir des conséquences graves sur le tissu social, politique et économique d'un pays.

Au Burundi, ce phénomène se manifeste sous plusieurs formes :

- **Tensions sociales et conflits communautaires** : La propagation de fausses informations peut attiser les tensions ethniques et politiques. Par exemple, des rumeurs infondées sur les intentions d'un groupe ou d'une communauté peuvent créer un climat de méfiance et de division.
- **Manipulation de l'opinion publique et des processus électoraux** : Lors des périodes électorales, la désinformation est souvent utilisée comme un outil de propagande pour influencer les électeurs, discréditer des adversaires politiques ou semer la confusion.
- **Impact sur la santé publique** : Pendant la pandémie de COVID-19, le Burundi a été confronté à une vague de fausses informations sur le virus, les vaccins et les traitements. Ces fausses nouvelles ont compromis les efforts des autorités sanitaires et mis en danger la vie de nombreuses personnes.
- **Influence négative sur les jeunes et le système éducatif** : La jeunesse, qui représente une grande partie de la population burundaise, est particulièrement vulnérable aux fake news. Sans formation adéquate en éducation aux médias, de nombreux jeunes prennent pour argent comptant les informations non vérifiées, ce qui influence leurs décisions et leur perception du monde.

❖ **Le manque de culture du fact-checking et d'éducation aux médias**

Un des défis majeurs dans la lutte contre la désinformation au Burundi est l'absence d'une véritable culture du fact-checking. Peu de médias locaux disposent d'équipes spécialisées en vérification des faits, et l'éducation aux médias n'est pas encore intégrée dans le système éducatif national. De plus, la plupart des citoyens n'ont pas les réflexes nécessaires pour analyser de manière critique les informations qu'ils reçoivent. Beaucoup ont tendance à partager des nouvelles sur les réseaux sociaux sans en vérifier la source ou l'exactitude, contribuant ainsi involontairement à la propagation de fausses informations.

❖ **Opportunité d'impliquer les jeunes dans la lutte contre la désinformation**

Les jeunes constituent une force motrice essentielle pour changer cette dynamique. Ayant une grande capacité d'adaptation aux outils numériques, ils peuvent jouer un rôle clé dans la lutte contre la désinformation s'ils reçoivent la formation et les outils nécessaires. **C'est dans ce cadre que le projet "Jeunes détectives de l'info" ambitionne de :**

- Former les jeunes à la vérification des faits et à l'éducation aux médias.
- Créer un réseau de jeunes fact-checkers actifs dans leurs communautés.
- Élaborer des campagnes de sensibilisation pour promouvoir une consommation responsable de l'information et collaborer avec les médias locaux pour améliorer la qualité de l'information diffusée au Burundi.

II. OBJECTIFS DU PROJET "JEUNES DÉTECTIVES DE L'INFO"

Le projet "Jeunes détectives de l'info" vise à lutter contre la désinformation en formant et en mobilisant les jeunes Burundais pour qu'ils deviennent des acteurs du fact-checking et de l'éducation aux médias. Il s'agit d'un projet éducatif et participatif qui a pour but de renforcer l'esprit critique des jeunes et leur donner les compétences nécessaires pour identifier, analyser et contrer les fausses informations.

1. Objectif général

L'objectif principal du projet est de réduire la propagation des fausses informations au Burundi en impliquant activement les jeunes dans la vérification des faits et l'éducation aux médias. À travers des formations, des outils numériques et des campagnes de sensibilisation, le projet vise à créer un réseau de jeunes fact-checkers capables d'influencer positivement leurs communautés.

2. Objectifs spécifiques

1. Former les jeunes à la vérification des faits et à l'éducation aux médias

- Organiser des ateliers de formation sur le fact-checking, les techniques d'analyse des sources et la consommation responsable de l'information.
- Apprendre aux jeunes à utiliser des outils de vérification (Google Reverse Image Search, TinEye, Fact-checking.org, etc.).
- Développer des cours en ligne et des guides pédagogiques accessibles aux jeunes et au grand public.

2. Créer un réseau de jeunes fact-checkers et ambassadeurs de la lutte contre la désinformation

- Sélectionner et former un groupe de jeunes leaders engagés qui deviendront des "détectives de l'info".
- Encourager ces jeunes à sensibiliser leurs pairs et leurs communautés à travers des clubs scolaires et universitaires.
- Mettre en place un réseau national de jeunes fact-checkers qui travaillent avec des médias, ONG et institutions éducatives.

3. Sensibiliser les communautés aux dangers des fausses informations

- Lancer des campagnes de sensibilisation sur les réseaux sociaux (Facebook, WhatsApp, TikTok, Twitter) et à la radio.
- Produire et diffuser des vidéos éducatives, des podcasts et des affiches explicatives pour apprendre au grand public comment identifier et éviter les fake news.
- Organiser des conférences et débats publics sur les conséquences de la désinformation.

4. Collaborer avec les médias et les institutions éducatives pour renforcer l'éducation aux médias

- Travailler avec les médias locaux pour intégrer des pratiques de fact-checking dans la production de l'information.
- Encourager les écoles et universités à ajouter des modules d'éducation aux médias dans leurs programmes scolaires.
- Développer des partenariats avec les organisations de presse et les institutions académiques pour former des enseignants et des journalistes.

5. Mettre en place une plateforme numérique de fact-checking gérée par les jeunes

- Développer un site web et une application mobile où les jeunes peuvent signaler et analyser les fausses informations circulant au Burundi.
- Créer un chatbot sur WhatsApp ou Telegram permettant aux citoyens d'envoyer une information pour vérifier sa fiabilité.
- Publier des rapports et des analyses sur les tendances des fausses informations au Burundi.

6. Promouvoir une consommation responsable de l'information chez les jeunes

- Sensibiliser les jeunes à ne pas partager d'informations non vérifiées sur les réseaux sociaux.
- Encourager la lecture et la consultation de sources d'information fiables et officielles.
- Organiser des jeux éducatifs et concours pour tester les connaissances des jeunes sur l'éducation aux médias et la désinformation.

À travers ces objectifs, notre projet "Jeunes détectives de l'info" ambitionne de :

- Former au moins 100.000 jeunes Burundais à l'éducation aux médias et au fact-checking d'ici 2 ans.
- Réduire la propagation des fake news dans les écoles, les universités et les communautés en responsabilisant les jeunes face à l'information.
- Créer un mouvement national de jeunes engagés dans la lutte contre la désinformation, soutenu par des médias et institutions.
- Éveiller la conscience collective sur les dangers des fausses nouvelles et leur impact sur la société burundaise.
- En atteignant ces objectifs, le projet contribuera à la création d'un environnement médiatique plus transparent, critique et responsable au Burundi.

III. PUBLIC CIBLE

Le projet "Jeunes détectives de l'info" s'adresse principalement à la jeunesse burundaise, qui constitue la majorité de la population et qui est très active sur les réseaux sociaux et les médias numériques. Toutefois, pour maximiser son impact, le projet vise également d'autres groupes qui jouent un rôle clé dans la lutte contre la désinformation.

1. Les jeunes (public cible principal)

❖ **Élèves du secondaire et universitaires**

- Ce sont les principaux consommateurs d'informations en ligne, notamment via Facebook, WhatsApp et TikTok.
- Ils partagent souvent des contenus sans vérifier leur véracité, ce qui les rend vulnérables aux fake news.
- En les formant aux techniques de fact-checking et à l'éducation aux médias, ils deviendront des ambassadeurs de la vérité dans leurs écoles et universités.
- Le projet ciblera particulièrement les élèves des lycées et les étudiants des universités et instituts de formation.

❖ **Jeunes journalistes et blogueurs**

- Les journalistes en formation et les blogueurs jouent un rôle clé dans la production et la diffusion de l'information.
- Certains jeunes blogueurs et influenceurs partagent des contenus sans les vérifier, amplifiant parfois des rumeurs ou des manipulations.
- En leur donnant des compétences en fact-checking et en analyse critique des sources, ils pourront produire des contenus plus fiables et contribuer à sensibiliser leur audience.

❖ **Jeunes engagés dans le numérique et les réseaux sociaux**

- Cette catégorie comprend les influenceurs, créateurs de contenu et administrateurs de pages Facebook et groupes WhatsApp.
- Beaucoup d'entre eux sont suivis par des milliers de personnes, ce qui leur donne un fort impact sur l'opinion publique.
- Leur implication dans le projet permettra de diffuser des messages de sensibilisation à grande échelle.

2. Les enseignants et éducateurs

- Les enseignants jouent un rôle essentiel dans la transmission des connaissances aux jeunes.
- Le projet vise à les former à l'éducation aux médias afin qu'ils puissent intégrer ces notions dans leur enseignement.
- Ils pourront aussi servir de mentors pour les jeunes détectives de l'info et les accompagner dans leurs initiatives.

3. Les médias et les journalistes professionnels

- Les médias sont les principaux vecteurs d'information, mais certains manquent de rigueur dans la vérification des faits.
- En impliquant des journalistes et des rédactions, le projet favorisera la collaboration entre les jeunes fact-checkers et les médias.
- Certains médias pourront également accueillir des jeunes détectives de l'info en stage pour les initier aux bonnes pratiques journalistiques.

4. Les organisations de la société civile et les ONG

- Les associations de jeunesse, les ONG et les organisations engagées dans la liberté de la presse et la bonne gouvernance peuvent être des partenaires stratégiques.
- Elles aideront à sensibiliser la population et à financer certaines activités du projet.

5. Le grand public et les communautés locales

- Bien que les jeunes soient le principal public cible, le projet ambitionne aussi d'avoir un impact sur l'ensemble de la population burundaise.
- À travers les campagnes de sensibilisation à la radio, sur les réseaux sociaux et dans les espaces communautaires, le projet aidera les citoyens à développer des réflexes de vérification de l'information.

IV. ACTIVITÉS ET MÉTHODOLOGIE

Le succès du projet "Jeunes détectives de l'info" repose sur une approche structurée et participative, combinant formation, sensibilisation, engagement communautaire et utilisation des outils numériques. Cette section détaille les différentes activités prévues ainsi que la méthodologie qui garantira l'efficacité du projet.

1. Activités du projet

1. Organisation de formations sur la vérification des faits et l'éducation aux médias

L'objectif est d'outiller les jeunes avec des compétences essentielles en fact-checking et en analyse critique de l'information.

❖ Activités spécifiques :

- Sélection des participants : recrutement de jeunes intéressés issus des écoles, universités, médias et communautés locales.
- Formations en présentiel et en ligne sur : Les types de fausses informations et leur impact
- L'analyse critique des sources et des contenus médiatiques
- Les outils de vérification (Google Reverse Image Search, TinEye, FactCheck.org, etc.)
- La rédaction d'articles de fact-checking et la création de contenus éducatifs

- Intervention d'experts : des journalistes, des chercheurs et des spécialistes du numérique seront invités à animer des sessions.
 - Ateliers pratiques : analyse en groupe de fake news circulant au Burundi.
- ❖ **Résultat attendu** : Former au moins 100.000 jeunes en deux ans aux techniques de fact-checking et d'éducation aux médias.

2. Création d'un réseau national de "Jeunes détectives de l'info"

- Un réseau structuré permettra aux jeunes formés de travailler ensemble, partager leurs découvertes et sensibiliser leurs communautés.
- ❖ Activités spécifiques :
- Mise en place de clubs dans les écoles et universités dédiés à la lutte contre la désinformation.
 - Plateforme en ligne (WhatsApp, Facebook, Telegram) pour échanger des informations et des techniques de vérification.
 - Organisation de rencontres régulières et de formations continues.
 - Mise en relation avec des journalistes et médias locaux pour contribuer aux rubriques de fact-checking.
- ❖ **Résultat attendu** : Un réseau actif de 100.000 jeunes détectives de l'info à travers le Burundi dans 2 ans

3. Sensibilisation et campagnes de lutte contre la désinformation

L'un des piliers du projet est la sensibilisation du grand public aux dangers des fausses informations et aux bonnes pratiques d'analyse critique des médias.

Activités spécifiques :

- ❖ Campagnes sur les réseaux sociaux :
- Création de vidéos éducatives et de podcasts expliquant les mécanismes de la désinformation.
 - Développement de bandes dessinées et d'infographies accessibles à tous.
 - Utilisation des radios communautaires pour diffuser des émissions et des débats sur la désinformation.
- ❖ Organisation de concours et challenges :
- Challenge fact-checker" : les jeunes sont invités à identifier et corriger des fake news.
 - Récompenses pour les meilleures initiatives de lutte contre la désinformation.
 - Interventions dans les écoles et universités pour des séances de sensibilisation interactives.
- ❖ **Résultat attendu** : Atteindre au moins 100.000 personnes à travers ces campagnes.

4. Développement d'une plateforme numérique de fact-checking

Un outil numérique permettra aux jeunes détectives de l'info et aux citoyens de signaler et vérifier des informations en temps réel.

Activités spécifiques :

- ❖ Création d'un site web et d'une application mobile où :
 - Les jeunes détectives de l'info publieront leurs enquêtes et analyses.
 - Les citoyens pourront poser des questions et demander la vérification d'une information.
 - Mise en place d'un chatbot WhatsApp ou Telegram pour vérifier automatiquement certaines informations courantes.
 - Collaboration avec des experts en technologie et en intelligence artificielle pour améliorer les capacités de détection automatique des fake news.
- ❖ Résultat attendu : Une plateforme fonctionnelle avec au moins 10 000 visiteurs actifs par mois.

5. Collaboration avec les médias et institutions éducatives

- Travailler avec des partenaires stratégiques garantira la pérennité et l'impact à long terme du projet.
- ❖ Activités spécifiques :
 - Intégration de modules d'éducation aux médias dans les programmes scolaires en partenariat avec le ministère de l'Éducation.
 - Formation des journalistes et blogueurs aux techniques avancées de fact-checking.
 - Création d'une rubrique fact-checking dans certains médias partenaires.
 - Développement de partenariats avec des ONG et des organisations internationales engagées dans la lutte contre la désinformation.
- ❖ Résultat attendu : Au moins 10 médias et 20 écoles/universités partenaires du projet.

2. METHODOLOGIE DU PROJET

1. Approche participative et inclusive

- Impliquer activement les jeunes à toutes les étapes du projet.
- Privilégier des méthodes interactives et pratiques dans les formations (études de cas, simulations, débats).
- Intégrer des acteurs de divers horizons (journalistes, enseignants, activistes, développeurs numériques).

2. Stratégie de mise en œuvre en plusieurs phases

Le projet sera déployé en trois grandes phases :

Phase 1 : Lancement et structuration du projet (0-6 mois)

- Recrutement des jeunes et des formateurs.
- Développement du contenu pédagogique et des outils de formation.
- Création des premières plateformes numériques (site web, groupes WhatsApp).

Phase 2 : Déploiement des activités principales (6-18 mois)

- Lancement des formations et création des clubs de détectives de l'info.
- Organisation des premières campagnes de sensibilisation.
- Développement et test de la plateforme numérique.

Phase 3 : Expansion et pérennisation (18-36 mois)

- Extension du projet dans de nouvelles régions.
- Création de partenariats solides avec les médias et institutions.
- Évaluation des résultats et amélioration continue des stratégies.

3. Suivi et évaluation

Pour assurer la réussite du projet, un système de suivi et d'évaluation sera mis en place :

- Enquêtes et questionnaires auprès des jeunes formés pour mesurer l'impact des formations.
- Analyse du trafic sur les plateformes numériques (nombre d'utilisateurs, interactions).
- Évaluation des campagnes de sensibilisation (nombre de vues, engagement du public).
- Réunions trimestrielles avec les parties prenantes pour ajuster les stratégies.

4. Durabilité du projet

Pour garantir la continuité du projet au-delà du financement initial :

- Implication des autorités éducatives pour intégrer l'éducation aux médias dans les programmes scolaires.
- Développement d'un modèle économique basé sur des subventions, du crowdfunding et des partenariats avec des médias et ONG.
- Renforcement des capacités des jeunes détectives pour qu'ils puissent former d'autres jeunes, assurant ainsi une dynamique d'auto-reproduction du projet.

V.STRATÉGIE DE MISE EN ŒUVRE

La mise en œuvre du projet "Jeunes détectives de l'info" repose sur une stratégie progressive, inclusive et participative qui garantit son efficacité et sa durabilité. Cette stratégie combine formation, sensibilisation, mobilisation des parties prenantes et intégration des nouvelles technologies pour créer un impact à long terme.

1. Approche globale de la mise en œuvre

Pour garantir le succès du projet, la stratégie de mise en œuvre repose sur plusieurs principes fondamentaux :

- L'implication active des jeunes : Mettre les jeunes au centre du projet en les formant et en les responsabilisant dans la lutte contre la désinformation.
- Une approche éducative et pratique : Associer formation théorique et exercices pratiques pour rendre l'apprentissage interactif et efficace.
- Une collaboration multi-acteurs : Associer les écoles, universités, médias, ONG et autorités publiques pour un impact plus large.
- L'utilisation des outils numériques : Développer une plateforme en ligne et des solutions mobiles pour faciliter la vérification des faits et la diffusion des bonnes pratiques.
- Une mise en œuvre progressive : Structurer le projet en plusieurs phases pour assurer un déploiement efficace et évolutif.

2. Phases de mise en œuvre

Le projet sera déployé en trois grandes phases sur une période de 36 mois (3 ans).

Phase 1 : Lancement et structuration du projet (0-6 mois)

Cette phase est cruciale pour poser les bases du projet et assurer une bonne organisation avant le déploiement des activités.

- ❖ Mobilisation des parties prenantes
 - Identifier et établir des partenariats stratégiques avec des écoles, universités, médias, ONG et institutions publiques.
 - Signer des conventions de collaboration avec les médias partenaires pour soutenir le fact-checking.
 - Organiser des réunions avec les autorités éducatives pour explorer l'intégration de l'éducation aux médias dans les programmes scolaires.
- ❖ Recrutement et formation des formateurs
 - Sélectionner un noyau de formateurs experts en fact-checking et éducation aux médias.
 - Organiser une formation intensive pour ces formateurs, qui encadreront les jeunes détectives de l'info.
- ❖ Développement du matériel pédagogique et des outils numériques
 - Élaborer des guides et manuels de formation adaptés aux jeunes.

- Créer des supports audiovisuels et interactifs (vidéos, infographies, quiz en ligne).
 - Lancer le développement de la plateforme numérique et du chatbot de fact-checking.
 - Sensibilisation et lancement du projet
 - Organiser une conférence de lancement médiatisée pour présenter le projet.
 - Mettre en place une campagne de sensibilisation sur les réseaux sociaux pour attirer l'attention sur le problème des fausses informations.
- ❖ Résultat attendu :
- Le projet est bien structuré avec des partenaires engagés.
 - Un premier noyau de formateurs est formé.
 - La plateforme numérique commence à être développée.

Phase 2 : Déploiement des activités et expansion (6-18 mois)

Cette phase marque le début des activités concrètes sur le terrain avec l'implication active des jeunes.

- ❖ Formation des jeunes détectives de l'info
 - Sélection de jeunes issus des écoles, universités et communautés locales.
 - Organisation de sessions de formation en présentiel et en ligne.
 - Création de clubs scolaires et universitaires dédiés à la lutte contre la désinformation.
- ❖ Lancement des activités de fact-checking
 - Mise en place de groupes de vérification des faits où les jeunes travailleront ensemble pour analyser des fake news.
 - Publication régulière de rapports de fact-checking sur la plateforme numérique et les réseaux sociaux.
 - Développement de partenariats avec les médias locaux pour publier les vérifications faites par les jeunes.
- ❖ Renforcement des campagnes de sensibilisation
 - Lancement de webinaires et conférences publiques sur la désinformation.
 - Diffusion d'émissions de radio et de podcasts éducatifs sur les dangers des fake news.
 - Organisation de jeux et concours pour encourager l'engagement des jeunes (exemple : "Défi du meilleur fact-checker").
- ❖ Finalisation et test de la plateforme numérique
 - Lancement officiel du site web et de l'application mobile de fact-checking.
 - Déploiement du chatbot WhatsApp/Télégram permettant de vérifier des informations automatiquement.
 - Tests pilotes avec un groupe restreint avant ouverture à grande échelle.
- ❖ Résultat attendu :
 - Au moins 100.000 jeunes détectives de l'info formés et actifs.
 - Une plateforme numérique fonctionnelle avec un nombre croissant d'utilisateurs.
 - Une mobilisation nationale autour de la lutte contre la désinformation.

Phase 3 : Pérennisation et extension (18-36 mois)

L'objectif est de rendre le projet autonome et durable, avec un impact à long terme.

- ❖ Expansion géographique du projet
 - Étendre le projet à de nouvelles régions du Burundi, en impliquant davantage d'écoles et de médias.
 - Traduire les contenus éducatifs en langues locales pour toucher un plus large public.
- ❖ Renforcement des partenariats
 - Intégrer l'éducation aux médias dans les programmes scolaires officiels.
 - Développer des collaborations avec des organisations internationales actives dans la lutte contre la désinformation (ex : UNESCO, Reporters sans frontières).
- ❖ Autonomisation du réseau de jeunes détectives de l'info
 - Former des leaders parmi les jeunes pour assurer la continuité du projet.
 - Développer un modèle économique pour assurer le financement à long terme (crowdfunding, subventions, partenariats commerciaux).
 - Lancer une coopération avec les entreprises de télécommunication pour inclure un service de fact-checking gratuit par SMS.
- ❖ Suivi et évaluation de l'impact
 - Réaliser une évaluation annuelle pour mesurer les résultats atteints.
 - Ajuster les stratégies en fonction des défis rencontrés et des opportunités identifiées.
- ❖ Résultat attendu :
 - Une expansion réussie du projet dans plusieurs régions.
 - Un financement stable et diversifié pour assurer la durabilité.
 - Un impact mesurable sur la réduction des fake news au Burundi.

3. Facteurs clés de succès

Pour assurer le succès du projet, plusieurs facteurs stratégiques seront pris en compte :

- ❖ **Engagement des jeunes** : Le projet doit être porté par la jeunesse elle-même pour garantir son succès et sa pérennité.
- ❖ **Utilisation des nouvelles technologies** : L'intégration d'outils numériques et interactifs facilitera la diffusion des bonnes pratiques.
- ❖ **Collaboration multi-acteurs** : Impliquer les médias, les écoles, les autorités publiques et la société civile renforcera l'impact du projet.
- ❖ **Approche participative** : Laisser une marge de contribution aux jeunes pour qu'ils puissent proposer des idées et des innovations.
- ❖ **Financement durable** : Développer un modèle économique solide pour assurer la continuité du projet au-delà du financement initial.

VI. PARTENARIATS ET COLLABORATIONS

Le succès et la pérennité du projet "Jeunes détectives de l'info" dépendent largement de la capacité à établir des partenariats solides et stratégiques. La lutte contre la désinformation nécessite une collaboration entre divers acteurs, notamment les médias, les institutions éducatives, les organisations internationales, la société civile et le secteur privé. Cette section explore les types de partenariats envisagés, leurs rôles et les stratégies pour les mobiliser efficacement.

Objectifs des partenariats et collaborations

Le projet vise à établir des partenariats pour :

- Accéder aux ressources et expertises nécessaires en éducation aux médias et en fact-checking.
- Accroître la portée du projet en collaborant avec des médias et des organisations influentes.
- Assurer la durabilité financière grâce à des soutiens institutionnels et des partenariats économiques.
- Faciliter l'intégration du fact-checking dans les écoles et universités.
- Promouvoir un écosystème collaboratif contre la désinformation au Burundi.

Types de partenariats et leurs rôles

1. Partenariats avec les médias et journalistes

Les médias jouent un rôle essentiel dans la diffusion d'informations fiables et la lutte contre les fausses nouvelles.

❖ Partenaires potentiels :

- Radios et télévisions locales (Radio Isanganiro, Bonesha FM, Rema FM, RTNB, etc.).
- Journaux et plateformes en ligne (Iwacu, Jimbere, SOS Médias Burundi, etc.).
- Blogs et médias numériques spécialisés en fact-checking.

❖ Rôles et contributions :

- Diffusion des enquêtes de fact-checking réalisées par les jeunes détectives de l'info.
- Animation d'émissions éducatives sur la désinformation.
- Formation des jeunes aux standards journalistiques et aux méthodes de vérification des faits.
- Collaboration pour créer une rubrique régulière dédiée au fact-checking.

2. Partenariats avec les institutions éducatives

L'éducation aux médias est essentielle pour développer l'esprit critique chez les jeunes.

❖ Partenaires potentiels :

- Ministère de l'Éducation et institutions éducatives.
- Universités et établissements secondaires.
- Centres de formation professionnelle et instituts spécialisés en journalisme.

❖ Rôles et contributions :

- Intégration des modules de fact-checking et d'éducation aux médias dans les programmes scolaires.
- Organisation de conférences et séminaires sur la désinformation.
- Mise en place de clubs scolaires et universitaires dédiés à la lutte contre les fake news.
- Fourniture d'espaces pour les formations et ateliers pratiques.

3. Partenariats avec les organisations internationales et ONG

Les organisations spécialisées en médias et en démocratie peuvent offrir un appui technique et financier.

❖ Partenaires potentiels :

- UNESCO (promotion de l'éducation aux médias).
- Reporters Sans Frontières (RSF).
- International Fact-Checking Network (IFCN).
- Organismes de l'ONU (PNUD, UNICEF) impliqués dans la lutte contre la désinformation.
- Organisations de la société civile burundaise (PARCEM, ONGs locales).

❖ Rôles et contributions :

- Soutien financier et logistique pour la mise en place des formations et campagnes de sensibilisation.
- Fourniture de ressources pédagogiques et d'expertise en fact-checking.
- Collaboration pour organiser des concours et initiatives de sensibilisation à grande échelle.
- Intégration du projet dans des programmes internationaux de lutte contre la désinformation.

4. Partenariats avec les entreprises et secteur privé

Le secteur privé, notamment les entreprises technologiques et de télécommunications, peut jouer un rôle clé dans la mise en place d'outils numériques innovants pour lutter contre les fake news.

❖ Partenaires potentiels :

- Entreprises de télécommunications (Econet Leo, Lumitel, Smart).
- Plateformes numériques et startups en innovation technologique.
- Entreprises du secteur bancaire et de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

❖ Rôles et contributions :

- Développement d'une application mobile et d'un chatbot de vérification des faits.
- Mise à disposition de services SMS gratuits pour signaler des fake news.
- Sponsoring d'événements et de formations.
- Création d'un fonds d'innovation pour financer les projets de jeunes détectives de l'info.

5. Partenariats avec les institutions gouvernementales

L'implication des autorités nationales est essentielle pour assurer un cadre réglementaire favorable et garantir un soutien institutionnel au projet.

❖ Partenaires potentiels :

- Ministère de l'Éducation.
- Ministère de la Communication et des Médias.
- Conseil National de la Communication (CNC).
- Collectivités locales et mairies.

❖ Rôles et contributions :

- Intégration de l'éducation aux médias et du fact-checking dans les politiques éducatives.
- Soutien à la diffusion de messages officiels contre la désinformation.
- Facilitation de l'accès aux financements publics et aux infrastructures.
- Création d'un cadre légal favorisant la lutte contre les fake news sans restreindre la liberté d'expression.

Stratégies de mobilisation et d'engagement des partenaires

- Identification et cartographie des partenaires potentiels
- Élaborer une base de données des acteurs clés à mobiliser.
- Analyser leurs priorités et voir comment elles peuvent s'aligner avec le projet.
- Approche diplomatique et construction de relations
- Organiser des rencontres et dialogues stratégiques avec les partenaires potentiels.
- Développer des propositions de collaboration gagnant-gagnant.
- Rédaction de conventions et protocoles d'accord
- Formaliser les partenariats avec des mémorandums d'entente (MoU).
- Clarifier les rôles, responsabilités et engagements de chaque partie.
- Création d'un comité de pilotage multi-acteurs
- Mettre en place un groupe de travail réunissant les principaux partenaires.
- Organiser des réunions périodiques pour évaluer les progrès et ajuster les stratégies.
- Communication et valorisation des partenaires
- Assurer une visibilité médiatique aux partenaires impliqués.
- Mettre en avant leur rôle à travers des publications, interviews et événements.

Impact attendu des partenariats

- Toucher plus de 100 000 jeunes et citoyens à travers les formations et campagnes de sensibilisation dans une période de deux ans.
- Assurer la pérennité financière avec des soutiens institutionnels et privés.
- Développer un réseau structuré de jeunes détectives de l'info dans tout le pays.
- Accélérer l'adoption des outils numériques pour lutter contre la désinformation.
- Favoriser une intégration durable de l'éducation aux médias dans les écoles et universités.

VII.STRATÉGIE DE FINANCEMENT ET MODÈLE ÉCONOMIQUE

Le succès de notre projet "Jeunes détectives de l'info" dépend non seulement de la qualité de sa mise en œuvre et des partenariats, mais aussi d'une stratégie de financement claire et durable. Étant donné que le projet a pour objectif de lutter contre la désinformation au Burundi et d'intégrer l'éducation aux médias dans les pratiques courantes, il est impératif de garantir une autonomie financière à long terme. Cela nécessite une approche diversifiée, qui repose sur plusieurs sources de financement. Cette section détaille les différentes stratégies de financement et propose un modèle économique durable pour le projet.

1. Objectifs de la stratégie de financement

- Assurer la pérennité du projet sur le long terme.
- Diversifier les sources de financement pour éviter la dépendance à une seule source.
- Optimiser l'utilisation des fonds en allouant des ressources de manière efficace pour les activités principales.
- Établir des partenariats financiers avec des entreprises, des institutions publiques et des organisations internationales.

2. Sources de financement possibles

❖ Financement institutionnel et subventions publiques

- Les institutions publiques, nationales et internationales, offrent des financements sous forme de subventions, bourses ou appels à projets. Ces fonds sont souvent attribués à des projets qui visent à répondre à des besoins sociaux et éducatifs, comme la lutte contre la désinformation.

❖ Sources possibles :

- Gouvernement du Burundi : Subventions pour des initiatives de lutte contre la désinformation et pour des projets ayant un impact éducatif.
- Ministère de l'Éducation : Financement de projets d'intégration de l'éducation aux médias dans les écoles.
- Organisations internationales : IFRC Solferino Academy, UNESCO, UNICEF, PNUD, Reporters Sans Frontières et autres ONGs internationales qui soutiennent des projets éducatifs et de promotion de la liberté d'expression.
- Banque mondiale et autres bailleurs de fonds : Financement pour des initiatives de développement durable et de renforcement des capacités.
- Stratégie : Répondre à des appels à projets et soumettre des propositions bien structurées pour des subventions.
- Organiser des réunions avec les autorités publiques pour garantir leur soutien financier.

2. Partenariats avec les entreprises privées et financement par le secteur privé

Les entreprises, en particulier celles dans le secteur de la technologie, des télécommunications et des médias, ont un intérêt croissant à soutenir des projets liés à l'innovation sociale et à la responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

❖ Sources possibles :

- Entreprises de télécommunications : Comme Econet Leo, Lumitel, et Smart, qui peuvent fournir un financement ou des services en nature (SMS gratuits, services mobiles, data).
- Startups en technologie : Les entreprises locales ou internationales dans le domaine numérique peuvent être intéressées par un partenariat pour le développement de la plateforme numérique et des outils de vérification.
- Médias privés : Ils peuvent soutenir financièrement des projets de fact-checking ou des émissions éducatives en échange de visibilité ou de contenu exclusif.

❖ Stratégies :

- Organiser des réunions de présentation pour démontrer l'impact social du projet et son alignement avec les objectifs RSE des entreprises.
- Proposer des partenariats à long terme pour une collaboration continue et une aide financière.
- Mettre en place des financements en nature (ex : services gratuits, espaces publicitaires, technologies) pour réduire les coûts opérationnels.

3. Crowdfunding et financements participatifs

Le crowdfunding est une méthode de financement qui permet de lever des fonds auprès du grand public via des plateformes en ligne. Elle est particulièrement adaptée aux projets qui visent des objectifs sociaux et qui ont un large soutien populaire.

❖ Sources possibles :

- Plateformes de crowdfunding en ligne : Telles que GoFundMe, Kickstarter, ou des plateformes locales spécifiques au Burundi.
- Campagnes de financement participatif : Organiser des campagnes locales sur des réseaux sociaux pour solliciter des dons en ligne, par exemple en incitant les jeunes à financer une partie du projet.

❖ Stratégie :

- Créer des campagnes de financement participatif bien ciblées en mettant en avant l'impact social et éducatif du projet.
- Utiliser les réseaux sociaux et les canaux de communication du projet pour solliciter des dons et informer sur les résultats obtenus grâce aux financements.
- Offrir des récompenses pour encourager les dons (par exemple, des certificats de reconnaissance pour les contributeurs).

4. Revenus générés par la vente de services et de contenus

Le projet peut également générer des revenus en offrant des services payants ou en vendant des contenus éducatifs. Ces revenus peuvent être utilisés pour financer les activités tout en maintenant l'indépendance du projet.

❖ Sources possibles :

- Vente de formations en ligne et ateliers : Organiser des sessions de formation payantes pour les adultes, les enseignants, ou même des professionnels des médias.
- Monétisation de la plateforme numérique : Par l'intégration de publicités, de contenus premium ou de services de fact-checking payants pour les entreprises et les institutions.
- Vente de rapports et d'études : Produire et vendre des rapports de fact-checking, des études de cas ou des analyses approfondies sur des sujets d'actualité en lien avec les fake news.

❖ Stratégies :

- Proposer un modèle de tarification flexible en fonction des services offerts (formation, rapports, accès premium).
- Créer une offre spécifique pour les entreprises, les médias et les institutions publiques intéressées par des services personnalisés de vérification des faits.
- Intégrer un système d'abonnement pour les utilisateurs réguliers de la plateforme numérique, afin de générer des revenus récurrents.

VIII. PLAN DE COMMUNICATION ET DE SENSIBILISATION

Un plan de communication et de sensibilisation solide est crucial pour le succès de notre projet "Jeunes détectives de l'info". La lutte contre la désinformation et les fausses informations nécessite une stratégie de communication bien pensée, capable de toucher une large audience tout en éduquant et en engageant activement les jeunes, les médias et le grand public. Ce plan doit permettre de promouvoir les objectifs du projet, d'attirer des partenaires, et de maintenir une interaction continue avec le public cible. [L'objectif est d'assurer une visibilité maximale, de sensibiliser à l'importance de la vérification des faits, et de renforcer l'esprit critique au sein de la communauté.](#)

1. Objectifs du plan de communication et de sensibilisation

Les objectifs principaux du plan de communication et de sensibilisation sont :

- Augmenter la visibilité du projet à travers des canaux de communication traditionnels et numériques.
- Éduquer le public sur les dangers de la désinformation et sur les méthodes de vérification des faits.
- Encourager l'engagement des jeunes dans des initiatives de vérification des informations.

- Impliquer les partenaires et parties prenantes dans la promotion du projet et dans la diffusion des messages clés.
- Promouvoir les résultats du projet pour montrer son impact et attirer plus de soutien financier et institutionnel.
- Sensibiliser à la responsabilité collective dans la lutte contre la désinformation.

2. Cibles de la communication

Jeunes Burundais (principal public cible)

Les jeunes, en particulier ceux des écoles secondaires et des universités, représentent le cœur du projet. Ils sont la cible principale de la formation et des activités pratiques liées à la vérification des informations. Ils peuvent devenir des agents de changement dans leurs communautés en se formant à la détection des fake news et en apprenant à les contrer.

❖ Stratégie de communication pour les jeunes :

- Utiliser des canaux numériques populaires tels que Facebook, WhatsApp, Instagram, et TikTok pour atteindre les jeunes là où ils sont le plus actifs.
- Créer des contenus visuels et interactifs (vidéos courtes, infographies, mèmes) pour rendre l'apprentissage attractif et engageant.
- Organiser des concours et challenges sur les réseaux sociaux sur la détection des fake news.
- Créer des clubs scolaires ou universitaires de fact-checking pour engager les jeunes à vérifier l'information dans leur environnement.

Médias et journalistes

Les médias jouent un rôle crucial dans la diffusion de l'information. Il est donc important de les sensibiliser sur l'importance du fact-checking et de leur offrir des outils pour mieux vérifier les informations avant de les diffuser.

❖ Stratégie de communication pour les médias :

- Organiser des ateliers de formation sur les techniques de vérification des faits pour les journalistes et les médias locaux.
- Créer une rubrique de fact-checking régulière dans les journaux ou à la télévision pour diffuser les résultats des enquêtes des jeunes détectives de l'info.
- Collaborer avec les radios et télévisions locales pour diffuser des messages éducatifs et des émissions interactives sur la vérification des informations.

Institutions éducatives

Les écoles, universités et centres de formation professionnelle jouent un rôle clé dans l'éducation des jeunes à l'esprit critique et à la gestion de l'information. Il est nécessaire de les sensibiliser à l'intégration de l'éducation aux médias dans les programmes scolaires.

- ❖ Stratégie de communication pour les institutions éducatives :
 - Proposer des modules de formation adaptés aux programmes scolaires pour enseigner la vérification de l'information.
 - Organiser des conférences et forums éducatifs sur la désinformation et la vérification des faits dans les écoles et universités.
 - Collaborer avec les établissements pour la mise en place de clubs de détection des fake news et d'autres activités pratiques.

Partenaires et acteurs locaux

Il est important de renforcer la collaboration avec les partenaires institutionnels, les ONG et les acteurs de la société civile pour garantir le succès du projet. La communication avec ces parties prenantes permettra également d'assurer une mobilisation collective pour soutenir les actions de sensibilisation et d'éducation aux médias.

- ❖ Stratégie de communication pour les partenaires :
 - Organiser des réunions de présentation régulières pour informer les partenaires du projet et des résultats obtenus.
 - Créer des supports de communication (rapports, infographies, vidéos) pour partager l'impact du projet et le rendre plus visible.
 - Intégrer les partenaires dans des campagnes de sensibilisation à grande échelle.

3. Canaux de communication

Médias traditionnels

Bien que les médias numériques soient populaires parmi les jeunes, les médias traditionnels (radios, télévisions et journaux) restent cruciaux pour toucher un large public et assurer une diffusion à grande échelle.

- ❖ Stratégie pour les médias traditionnels :
 - Diffuser des spots radio et des émissions télévisées traitant de la désinformation et de l'éducation aux médias.
 - Publier des articles dans les journaux locaux pour présenter les résultats du projet et les bonnes pratiques en matière de vérification de l'information.
 - Créer des partenariats avec des stations de radio communautaires pour organiser des débats et des émissions interactives.

Médias numériques et réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont un outil clé pour toucher un large public, surtout les jeunes. Les plateformes numériques doivent être utilisées pour rendre les messages plus interactifs et adaptés à la culture numérique actuelle.

❖ Stratégie pour les médias numériques :

- Créer des pages et comptes sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok) pour partager des informations sur le projet et engager la communauté.
- Organiser des webinaires, lives, et sessions interactives pour répondre aux questions du public et présenter les travaux des jeunes détectives de l'info.
- Utiliser des hashtags populaires pour accroître la visibilité et encourager les discussions autour de la lutte contre la désinformation.

Plateformes numériques du projet

Le site web du projet et les applications mobiles doivent être les points centraux où le public peut trouver des ressources éducatives, des résultats de fact-checking et des outils interactifs.

❖ Stratégie pour les plateformes numériques :

- Mettre en place une plateforme interactive de vérification des faits où les utilisateurs peuvent soumettre des informations douteuses pour être vérifiées.
- Créer un blog éducatif sur les meilleures pratiques de vérification des informations et les dangers de la désinformation.
- Développer une application mobile pour offrir des services de fact-checking en temps réel via des notifications push.

Activités de sensibilisation

❖ Formations et ateliers

Organiser des formations régulières et des ateliers interactifs pour enseigner aux jeunes et aux journalistes comment vérifier les informations et identifier les fake news. Ces formations peuvent être en ligne ou en présentiel et couvrir des sujets variés tels que :

- La vérification des sources et la crédibilité des informations.
- L'utilisation d'outils de fact-checking en ligne (ex : Google, InVid, etc.).
- L'analyse critique des contenus multimédias (images, vidéos, etc.).

❖ Campagnes de sensibilisation sur les réseaux sociaux

- Lancer des campagnes de sensibilisation en ligne pour informer le public des dangers de la désinformation.
- Des campagnes visuelles telles que des affiches ou des mèmes peuvent être largement partagées pour sensibiliser à l'importance de la vérification des informations.

❖ Concours et défis

Organiser des concours de vérification des faits où les jeunes participants peuvent soumettre des informations vérifiées ou trouver des fake news. Les gagnants pourraient recevoir des récompenses ou des certificats qui valident leur engagement dans le projet.

Suivi et évaluation de la communication

Pour assurer l'efficacité du plan de communication, un suivi régulier sera effectué :

- Évaluation de la portée des campagnes à travers des outils d'analyse sur les réseaux sociaux (nombre de vues, likes, partages, etc.).
- Sondages et enquêtes pour mesurer l'impact des formations et sensibilisations.
- Feedback du public via des enquêtes en ligne et des forums pour ajuster la stratégie de communication en fonction des attentes et des retours.

IX.IMPACT ATTENDU ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

L'impact attendu de notre projet "Jeunes détectives de l'info" est primordial pour mesurer l'efficacité et la portée de l'initiative dans la lutte contre la désinformation et les fausses informations. Afin de garantir que les actions entreprises ont un effet tangible et mesurable, il est essentiel de définir des indicateurs de performance clairs et des résultats attendus. Ces derniers devront démontrer l'ampleur du changement apporté dans les comportements, les attitudes et la manière dont les jeunes, les médias et les institutions abordent les informations et les vérifications des faits.

IMPACTS ATTENDUS DE NOTRE PROJET «JEUNES DETECTIVES DE L'INFO»

1. Amélioration de l'esprit critique et des compétences en vérification des faits chez les jeunes

L'un des principaux impacts du projet est d'améliorer les compétences critiques des jeunes concernant la manière d'évaluer les informations et de détecter les fausses nouvelles. Une jeunesse formée à l'esprit critique et à la vérification des informations sera mieux équipée pour prendre des décisions informées et résister à la manipulation de l'information.

➤ Impact attendu :

- Augmentation significative du nombre de jeunes capables de vérifier la crédibilité des informations qu'ils rencontrent.
- Renforcement de l'esprit critique face aux informations circulant sur les réseaux sociaux et dans les médias.
- Création d'une communauté de jeunes détectives qui promeut des pratiques de fact-checking au sein de leurs écoles, universités et communautés locales.

2. Réduction de la propagation des fake news et des informations nuisibles

Un autre impact majeur du projet est la réduction de la propagation des fausses informations au sein de la communauté. En formant les jeunes à identifier et à corriger les fake news, le projet cherche à créer un effet de vague où chaque jeune devient un agent de changement dans son environnement immédiat.

➤ **Impact attendu :**

- Diminution de la circulation des fake news sur les réseaux sociaux et dans les discussions communautaires.
- Renforcement de la véracité des informations partagées par les jeunes sur les plateformes numériques.
- Amélioration de la qualité de l'information reçue par les communautés locales grâce à une surveillance active et un engagement des jeunes dans le fact-checking.

3. Accroissement de l'engagement des médias dans le fact-checking

Les médias jouent un rôle essentiel dans la diffusion de l'information. Le projet vise à encourager les médias à adopter des pratiques de vérification rigoureuses et à s'engager activement dans la lutte contre la désinformation.

➤ **Impact attendu :**

- Sensibilisation accrue des journalistes sur la nécessité d'adopter des pratiques de fact-checking dans leur travail quotidien.
- Augmentation du nombre de médias locaux impliqués dans des initiatives de fact-checking.
- Création de partenariats durables avec des organisations de fact-checking pour renforcer la crédibilité des informations diffusées.

4. Renforcement de la collaboration interinstitutionnelle dans la lutte contre la désinformation

La lutte contre la désinformation nécessite une collaboration entre plusieurs acteurs, y compris les institutions éducatives, les médias, la société civile et les autorités gouvernementales. Le projet prévoit de créer des synergies entre ces acteurs pour maximiser son impact.

➤ **Impact attendu :**

- Renforcement des partenariats entre les acteurs institutionnels (gouvernement, écoles, universités) et les acteurs non institutionnels (ONG, organisations de jeunesse, etc.).
- Mise en place de politiques éducatives et médiatiques favorisant la lutte contre la désinformation.
- Institutionnalisation de l'éducation aux médias dans les programmes scolaires et universitaires à travers les résultats du projet.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Pour mesurer le succès du projet et son impact à court, moyen et long terme, il est essentiel de définir des indicateurs de performance clairs. Ces indicateurs permettront de suivre l'évolution du projet et d'adapter les stratégies si nécessaire.

- **INDICATEURS QUANTITATIFS**

Les indicateurs quantitatifs permettent de mesurer les résultats en termes de nombre et de fréquence d'activités ou de comportements observables

1. Nombre de jeunes formés : Le nombre de jeunes ayant participé à des formations et ateliers sur la vérification des faits.

Objectif : Former 100.000 jeunes dans la première année du projet, puis augmenter ce chiffre de 20% chaque année suivante.

2. Nombre de contenus vérifiés par les jeunes : Nombre de posts, vidéos, ou informations vérifiées par les jeunes détectives de l'info.

Objectif : Atteindre un taux de 100 vérifications par mois après les six premiers mois du projet.

3. Engagement sur les réseaux sociaux : Nombre de publications, partages et mentions sur les réseaux sociaux liées au projet et à la vérification des informations.

Objectif : 1000 partages de contenus éducatifs sur la vérification des faits dans la première année.

4. Média partenaire et couverture : Nombre de partenariats conclus avec des médias locaux pour diffuser les résultats du projet et des pratiques de fact-checking.

Objectif : Signer 10 partenariats avec des médias locaux dans la première année du projet.

5. Nombre d'ateliers et formations organisés : Nombre d'ateliers et de formations tenus pour les jeunes, les journalistes, et les acteurs communautaires.

Objectif : Organiser au moins 40 formations et ateliers par an.

6. Nombre de fausses informations corrigées publiquement : Le nombre d'informations fausses identifiées et corrigées dans les médias ou sur les réseaux sociaux.

Objectif : Corriger au moins 1000 fake news par an grâce aux efforts des jeunes détectives de l'info.

- **INDICATEURS QUALITATIFS**

Les indicateurs qualitatifs mesurent l'impact du projet sur les attitudes, les compétences et les perceptions des individus et des communautés.

1. Changement d'attitude chez les jeunes : Mesurer l'évolution des attitudes des jeunes envers la désinformation et la vérification des informations.

Objectif : 80% des jeunes formés rapportent une meilleure compréhension de la vérification des faits après l'atelier.

2. Amélioration des compétences en vérification des faits : Évaluer les compétences des jeunes et des journalistes en matière de vérification des faits avant et après la formation.

Objectif : 90% des participants à la formation seront capables de vérifier efficacement une information après une formation complète.

3. Changement dans les pratiques des médias : Observer l'intégration du fact-checking dans les pratiques éditoriales des médias locaux.

Objectif : 50% des médias partenaires intègrent des procédures de vérification des informations dans leur ligne éditoriale.

4. Engagement de la communauté dans la lutte contre la désinformation : Mesurer l'implication des communautés locales dans la diffusion de messages contre la désinformation.

Objectif : 75% des jeunes détectives sont actifs dans des initiatives de sensibilisation au sein de leurs communautés locales.

5. Collaboration entre acteurs clés : Évaluer la qualité et la quantité de la collaboration entre les écoles, les médias, et les organisations communautaires.

Objectif : Créer un réseau de 10 partenaires stratégiques à l'échelle nationale.

Suivi et évaluation

Le suivi et l'évaluation seront réalisés tout au long du projet pour mesurer l'efficacité des actions entreprises et ajuster les stratégies en conséquence. Un système de suivi continu sera mis en place, avec des rapports trimestriels et des évaluations annuelles. Des enquêtes et des groupes de discussion permettront de collecter les retours qualitatifs et de mesurer l'impact réel sur les comportements et attitudes des jeunes et des communautés.

1. Enquête de satisfaction : Des enquêtes seront menées auprès des participants pour évaluer la qualité de la formation et leur niveau de satisfaction.

2. Enquête d'impact : Une évaluation de l'impact à long terme sera réalisée pour mesurer la durabilité des résultats du projet, notamment en ce qui concerne le changement de comportement face à la désinformation.

X.DURABILITÉ ET ÉVOLUTIVITÉ DU PROJET

La durabilité et l'évolutivité de notre projet "Jeunes détectives de l'info" sont essentielles pour garantir que l'impact de l'initiative perdure au-delà de la phase de mise en œuvre initiale et qu'il puisse être adapté et étendu au fil du temps pour toucher un public plus large et s'adapter aux évolutions technologiques et sociétales. Un projet durable et évolutif est celui qui peut non seulement survivre après la fin du financement initial, mais qui peut aussi se développer et être reproduit dans d'autres régions ou contextes.

Durabilité du projet

1. Approche centrée sur l'autonomisation des jeunes

La durabilité du projet repose largement sur l'autonomisation des jeunes et leur capacité à poursuivre les activités de vérification des faits et à sensibiliser leur entourage. En formant les jeunes à la vérification des informations et en les impliquant activement dans des actions communautaires, le projet crée un effet multiplicateur où les participants deviennent des acteurs de changement à long terme.

Actions concrètes pour assurer la durabilité :

- **Formation continue et leadership des jeunes** : Les jeunes formés à la vérification des faits seront encouragés à assumer des rôles de leadership au sein de leurs communautés, leur permettant de devenir des formateurs et des mentors pour d'autres jeunes. Ce processus favorisera l'auto-organisation et la pérennisation des initiatives locales.
- **Création de clubs de vérification des informations** : Des clubs ou des groupes de jeunes détectives de l'info seront créés dans les écoles, les universités et les communautés locales. Ces clubs fonctionneront de manière autonome après la fin du financement, grâce à la mise en place de structures de gouvernance et de ressources continues.
- **Renforcement des partenariats à long terme** : Le projet visera à établir des partenariats solides avec des institutions locales telles que des écoles, des universités, des organisations de la société civile, et des médias. Ces partenariats garantiront que le projet continue à fonctionner même sans un financement direct et renforcera son ancrage institutionnel.
- **Création d'une plateforme numérique durable** : Une plateforme numérique dédiée à la vérification des faits sera développée et mise à jour régulièrement avec des outils éducatifs et des ressources, permettant aux jeunes de continuer à apprendre et à se former de manière autonome, même après la phase de financement initial.

2. Engagement des acteurs locaux et des parties prenantes

La durabilité du projet sera renforcée par l'implication des parties prenantes locales, y compris les autorités gouvernementales, les médias et les institutions éducatives. L'engagement institutionnel favorisera la pérennité du projet.

Actions pour garantir l'engagement des parties prenantes :

- **Intégration dans les programmes éducatifs :** Le projet pourra être intégré dans les programmes scolaires et universitaires pour assurer que l'éducation aux médias et à la vérification des faits devienne une compétence clé chez les jeunes générations.
- **Soutien politique :** Il sera important de mobiliser les autorités publiques pour qu'elles soutiennent l'intégration de ces activités dans les politiques nationales de communication, de jeunesse, et d'éducation.

3. Modèle de financement durable

Afin d'assurer la continuité des activités après la phase initiale de financement, le projet mettra en place un modèle de financement durable. Ce modèle inclura diverses sources de financement, tant publiques que privées, pour garantir l'indépendance du projet.

Sources de financement à explorer pour assurer la durabilité :

- **Subventions et financements publics :** Rechercher des subventions gouvernementales ou internationales destinées à soutenir les initiatives liées à l'éducation et à la lutte contre la désinformation.
- **Partenariats avec des entreprises privées :** Les entreprises locales, en particulier celles impliquées dans le secteur numérique, peuvent être sollicitées pour soutenir le projet par des mécénats ou des partenariats commerciaux.
- **Modèles d'abonnement et de contenus premium :** Si la plateforme numérique gagne en popularité, un modèle économique basé sur des abonnements ou des contenus premium pourrait être envisagé pour générer des revenus.

Évolutivité du projet

1. **Expansion géographique :** Une des ambitions du projet est d'étendre ses activités au-delà de Bujumbura, pour toucher d'autres régions du Burundi, et potentiellement au-delà des frontières, dans les pays voisins. L'évolutivité du projet repose sur la création de modèles reproductibles qui peuvent être adaptés à d'autres contextes.

Stratégies pour l'expansion géographique :

- **Répliquer le modèle dans d'autres régions :** Après une première phase réussie, le projet pourra être dupliqué dans d'autres régions du Burundi, en impliquant des acteurs locaux pour chaque nouvelle zone. Des modules de formation décentralisés et des outils

numériques permettront de former et de sensibiliser des jeunes dans des régions plus isolées.

- **Partenariats avec des acteurs régionaux :** En établissant des partenariats avec des organisations régionales de jeunesse, des institutions éducatives et des ONG œuvrant pour la liberté de la presse et la lutte contre la désinformation, le projet pourra s'étendre à l'ensemble de la région des Grands Lacs et au-delà.

2. Adaptation aux nouvelles technologies

Avec l'évolution rapide des technologies numériques et des médias sociaux, il est essentiel que le projet puisse s'adapter aux nouvelles technologies et aux nouvelles tendances de consommation de l'information. L'intégration d'outils numériques innovants permettra au projet de rester pertinent et d'atteindre des jeunes toujours plus connectés.

Stratégies pour s'adapter aux évolutions technologiques :

- **Développement d'applications mobiles et de plateformes interactives :** Le projet pourrait étendre sa portée en développant des applications mobiles et des plateformes interactives permettant aux jeunes d'accéder à des formations en ligne et de participer à des vérifications collaboratives en temps réel.
- **Utilisation des médias sociaux pour sensibiliser :** En tirant parti des plateformes de médias sociaux comme Facebook, Twitter, et Instagram, le projet pourra atteindre un large public jeune et diffuser des messages de sensibilisation à la vérification des faits.
- **Collaboration avec des entreprises technologiques:** Travailler avec des entreprises technologiques pour intégrer des outils de vérification automatisée (par exemple, l'IA pour détecter les fake news) pourrait également être un moyen d'améliorer l'efficacité du projet.

3. Renforcement des capacités de formation

L'évolutivité du projet passera par la professionnalisation des formateurs et l'enrichissement constant des curricula de formation. Le projet pourra ainsi s'adapter aux évolutions des besoins des jeunes en matière d'éducation aux médias et de gestion de l'information.

Stratégies pour renforcer les capacités de formation :

- **Formation de formateurs :** Former un réseau de formateurs qui pourront animer des sessions dans d'autres régions et à l'échelle nationale. Ces formateurs joueront un rôle crucial dans la pérennité et l'expansion du projet.
- **Mise à jour continue des contenus éducatifs :** Les ressources éducatives devront être régulièrement mises à jour pour refléter les nouvelles tendances en matière de désinformation et les outils de vérification les plus récents.

XI. Budget prévisionnel de notre projet "Jeunes détectives de l'info"

Le budget du projet prend en compte plusieurs catégories essentielles :

- ❖ les ressources humaines
- ❖ la formation et sensibilisation
- ❖ la technologie, la communication
- ❖ la logistique et les frais divers

Voici un Budget détaillé des coûts nécessaires pour la mise en œuvre du projet.

| RESSOURCES HUMAINES | | | |
|--|---------------|------------------------|-----------------------|
| EMPLOYES | Nombre | Salaire mensuel | Salaire annuel |
| Un coordinateur de projet sera recruté pour superviser l'ensemble des activités | 1 | 250.000 FBU | 3.000.000 FBU |
| Un responsable pédagogique, chargé du contenu de formation et de la méthodologie | 1 | 200.000 FBU | 2.400.000 FBU |
| Trois formateurs spécialisés en fact-checking seront recrutés | 3 | 200.000 FBU | 7.200.000 FBU |
| Un community manager, responsable de la gestion des plateformes en ligne et de la diffusion du contenu | 1 | 200.000 FBU | 2.400.000 FBU |
| Trois journalistes partenaires participeront aux formations et au suivi de la désinformation | 3 | 230.000 FBU | 8.280.000 FBU |
| Technicien en développement de plateforme | 1 | 200.000 FBU | 2.400.000 FBU |
| Un assistant administratif, pour la gestion quotidienne du projet | 1 | 200.000 FBU | 2.400.000 FBU |
| TOTAL | 12 | 1.480.000 FBU | 28.000.000 FBU |

| FORMATION ET SENSIBILISATION | |
|--|-----------------------|
| Formation et sensibilisation | Coût de la formation |
| Dix ateliers de formation en présentiel seront organisés dans différentes régions du pays dans trois mois. | 7.000.000 FBU |
| Impression de 1 000 manuels et supports pédagogiques | 3.000.000 FBU |
| Vingt missions de sensibilisation en zones rurales pendant 6 mois. | 5.000.000 FBU |
| Quatre concours et challenges seront organisés pour encourager l'engagement des jeunes détectives. | 3.000.000 FBU |
| L'achat de cinq kits de matériel pédagogique (ordinateurs, projecteurs, micros) | 6.000.000 FBU |
| TOTAL | 24.000.000 FBU |

| TECHNOLOGIE ET OUTILS NUMERIQUES | |
|---|----------------------------------|
| Technologies et outils numériques | Coûts correspondants |
| Le développement de la plateforme numérique | 1.000.000 FBU |
| L'hébergement et la maintenance du site web sur une année | 2.000.000 FBU |
| Une application mobile dédiée au fact-checking | 1.000.000 FBU |
| Des abonnements à des outils de vérification en ligne (bases de données, logiciels spécialisés) | 1.000.000 FBU |
| TOTAL | 5.000.000 FBU |
| COMMUNICATION ET MARKETING | |
| Communication et marketing | Coûts correspondants |
| La production de vidéos éducatives sur la désinformation | 4.000.000 FBU |
| Des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux seront menées tout au long de l'année | 6.000.000 FBU |
| Des flyers, affiches et brochures seront imprimés et distribués dans les écoles et centres de formation | 1.000.000 FBU |
| Un événement de lancement du projet sera organisé pour attirer l'attention des médias et des institutions partenaires | 3.000.000 FBU |
| TOTAL | 14.000.000 FBU |
| LOGISTIQUE ET FONCTIONNEMENT | |
| La location de bureaux et d'un espace de formation | 2.000.000 FBU |
| L'achat de matériel informatique et de bureau (imprimantes, mobilier, consommables) | 4.000.000 FBU |
| Les frais de transport et de déplacement de l'équipe projet | 2.000.000 FBU |
| Une réserve pour le frais administratifs et imprévus | 6.000.000 FBU |
| TOTAL | 14.000.000 FBU |
| BUDGET TOTAL DU PROJET | 85.150.000 FBU |
| LE MONTANT TOTAL EN DOLLARS AMERICAINS | 29.511 dollars américains |

Modèle économique et génération de bénéfices du projet "Jeunes détectives de l'info"
Manières dont notre projet va générer de l'argent.

1. Monétisation des formations et certifications

Le projet peut offrir des formations payantes en fact-checking et éducation aux médias à des groupes spécifiques tels que :

- Les journalistes et médias (radio, télévision, presse en ligne).
- Les ONG et institutions publiques.
- Les universités et écoles qui souhaitent intégrer la vérification des faits dans leur programme.

- Création d'un programme de certification où les participants, après formation, peuvent obtenir une attestation reconnue, moyennant des frais d'inscription.

Potentiel de revenus estimé: Si 500 personnes s'inscrivent chaque année à une formation payante à 50 USD/personne, cela génère 25 000 USD/an.

2. Services de fact-checking pour les médias et entreprises

Nous allons développer un service de vérification des faits à la demande pour les médias locaux et les entreprises qui veulent s'assurer de la fiabilité des informations avant diffusion.

Les institutions publiques et ONG pourraient également payer pour des rapports analytiques sur la propagation des fake news dans le pays.

Potentiel de revenus estimé : Si 10 médias et entreprises souscrivent un abonnement mensuel à 300 USD, cela génère 36 000 USD/an.

3. Publicité et partenariats avec les médias

L'application et la plateforme numérique peuvent intégrer des espaces publicitaires où des entreprises, des ONG ou des institutions peuvent promouvoir des campagnes éducatives ou leurs produits. Des partenariats avec des médias locaux peuvent permettre d'être rémunéré pour la production de contenu éducatif et d'investigation.

Potentiel de revenus estimé : Avec 5 partenaires payant 200 USD/mois pour de la publicité sur la plateforme et les réseaux sociaux, cela génère 12 000 USD/an.

4. Crowdfunding et dons de la communauté

Lancement d'une campagne de financement participatif sur des plateformes comme GoFundMe, Patreon ou Tipeee, où les citoyens concernés par la désinformation peuvent contribuer financièrement.

Proposition d'un abonnement "soutien" pour les membres souhaitant bénéficier de contenus exclusifs et de formations avancées.

Potentiel de revenus estimé : Si 500 personnes donnent 5 USD par mois par personne, cela génère 30 000 USD/an.

5. Production de contenus sponsorisés et partenariats institutionnels

Création de contenus sponsorisés pour des ONG ou institutions qui souhaitent sensibiliser sur des thématiques spécifiques (élections, santé publique, environnement, etc.).

Partenariats avec des ambassades, institutions internationales et entreprises du numérique qui financent déjà des initiatives contre la désinformation en Afrique.

🔗 Potentiel de revenus estimé: Un contrat annuel de production de contenus avec 2 institutions à 15 000 USD chacune génère 30 000 USD/an.

6. Monétisation des outils numériques (Application & plateforme web)

- Proposition d'une version premium de l'application avec des fonctionnalités avancées (analyse approfondie des fake news, formation interactive, veille médiatique).
- Intégration d'un système d'abonnement où les utilisateurs professionnels (journalistes, chercheurs, ONG) paient pour accéder à des outils de vérification avancés.

💰 Potentiel de revenus estimé: Si 1 000 utilisateurs paient 10 USD/an pour un accès premium, cela génère 10 000 USD/an.

Résumé des bénéfices potentiels

1. Formations et certifications : 25 000 USD/an

2. Services de fact-checking pour médias et entreprises : 36 000 USD/an

3. Publicité et partenariats médias : 12 000 USD/an

4. Crowdfunding et abonnements soutien : 30 000 USD/an

5. Production de contenus sponsorisés et partenariats institutionnels : 30 000 USD/an

6. Monétisation de l'application et de la plateforme web : 10 000 USD/an

💰 Revenus annuels estimés: 143 000 USD/an

CONCLUSION GENERALE

Notre projet "**Jeunes détectives de l'info**" constitue une réponse innovante et structurée au défi croissant de la désinformation au Burundi. À travers une approche éducative, interactive et inclusive, il vise à outiller les jeunes avec les compétences nécessaires pour identifier, analyser et combattre les fausses informations, tout en promouvant une culture de vérification des faits et de pensée critique.

L'intégration de formations dynamiques, de collaborations avec les médias et influenceurs, ainsi que l'utilisation de la gamification permettra d'assurer un engagement fort et durable du public cible. De plus, l'ancrage du projet dans un cadre légal et éthique clair, associé à une stratégie de financement viable, garantit sa pérennité et son évolutivité.

L'impact attendu du projet se traduira par : Une réduction significative de la propagation des fake news, notamment sur les réseaux sociaux et dans les médias n renforcement des capacités des jeunes à devenir des acteurs du changement en matière d'information fiable, une prise de conscience généralisée sur les dangers de la désinformation et les bonnes pratiques à adopter.

Pour assurer la réussite et la continuité du projet, il sera essentiel de maintenir une évaluation rigoureuse, d'adapter constamment les méthodes aux réalités du terrain et d'élargir les partenariats avec les institutions publiques et privées.

En définitive, "Jeunes détectives de l'info" n'est pas seulement un projet de lutte contre la désinformation, mais aussi un mouvement citoyen visant à responsabiliser la jeunesse et à bâtir une société burundaise mieux informée, plus critique et plus résiliente face aux manipulations de l'information.

