Le GREAT Savoir

Groupe de recherche en économie appliquée et théorique

N° 001 *" Réfléchir à changer "* Janvier 2011

Produire du savoir

Plan stratégique 2010 - 2014

Editorial

En prétendant "réfléchir à changer" comme le proclame sa devise, GREAT fait de la production du savoir sa vision. Le changement et le savoir s'alimentent l'un l'autre dans un rapport dialectique comme celui entre la théorie et la pratique. Conscient qu'un certain leadership cognitif renforce le processus décisionnel, GREAT entend apporter du savoir en tant que capital immatériel dans l'œuvre d'édification d'un Mali tourné vers le progrès économique et social. Dans cet espace que constitue "Le GREAT savoir", le groupe entend publier un résumé analytique de ses travaux de recherche, sous forme de policy brief, rendre compte de sa vie publique et celle de la communauté scientifique dans toutes leurs formes d'apprentissage, d'acquisition et de transmission du savoir. Qu'il nous soit permis de consacrer ce premier numéro à un très bref résumé de notre plan stratégique 2010-2014.

Massa Coulibaly

Résumé

Sous les empires médiévaux et autres royaumes tribaux, le Mali aura été producteur d'esclaves et d'or. Sous la colonisation producteur de tirailleurs et de main d'œuvre forcée au travail, le Mali est identifié aujourd'hui comme étant producteur d'arachide, de coton, de bétail et encore d'or. Pour demain, notre vision est que le pays devienne producteur de savoir, d'où notre mission de mettre en évidence le savoir, le distribuer et le valoriser, surtout dans les domaines des sciences économiques et sociales.

Parce qu'il rêve d'un Mali producteur de savoir, GREAT œuvre à créer du savoir dans le domaine des sciences sociales, en particulier de l'économie, diffuser ce savoir en vue de son application à la résolution des problèmes de développement auxquels le pays est confronté.

1. Contexte

Le contexte dans lequel sera mis en œuvre le plan stratégique et susceptible d'avoir des influences significatives sur l'évolution du savoir au Mali comprend la mondialisation et l'intégration régionale, la décentralisation et le contexte de l'Initiative think tank dans lequel GREAT s'insère. Ces éléments peuvent être caractérisés par l'émergence de l'économie du savoir, l'enjeu de relance de l'économie locale et les défis de la performance organisationnelle de GREAT.

2. Vision et axes stratégiques

A long terme, le Mali deviendra un pays ***producteur de savoir***. Pour ce faire, GREAT deviendra un centre indépendant de recherche de haut niveau et reconnu comme tel à l'aune des standards internationaux les plus pertinents, avec pour principaux axes stratégiques:

- le renforcement des capacités de recherche et de formation
- l'identification et l'occupation d'une niche de recherche et de formation correspondant davantage à l'expertise de GREAT tout en restant pertinente pour les acteurs partenaires de GREAT à savoir l'État, les collectivités locales, le secteur privé et la société civile
- la rationalisation de la structure institutionnelle de l'organisation
- l'accroissement du financement de la recherche surtout en provenance de l'État, des universités, des collectivités territoriales, des entreprises et de la communauté internationale.

3. Mission et ambitions

GREAT se donne pour mission de contribuer, par la réflexion ou par le savoir, au développement économique et socioculturel du Mali, i.e. créer du savoir dans le domaine des sciences sociales, en particulier de l'économie, diffuser ce savoir en vue de son application à la résolution des problèmes de développement auxquels le pays est confronté. Dans les prochaines années, GREAT ambitionne de figurer parmi les centres de recherche économique et sociale de la région ouest africaine qui comptent, voir parmi ceux du continent et pourquoi pas du monde.

4. Valeurs et principes

Pour s'allier de solides partenaires, internes et externes, il faut établir sa propre légitimité dans le domaine du savoir grâce à une recherche de qualité, fondée sur l'exigence de méthodologies rigoureuses et éprouvées pour traiter des questions de politique économique relatives à la croissance, à la réduction de la pauvreté et à l'équité, à la relance de l'économie locale, à la bonne gouvernance et à l'économie de l'environnement.

5. Objectifs stratégiques de recherche et de formation

L'objectif stratégique général de GREAT est de participer activement et significativement à faire du Mali un producteur de savoir. Le résultat des efforts dans ce sens devront se refléter dans le discours officiel, dans les comportements des uns et des autres, dans les procédures de décision, dans les attitudes, dans le bien-être et dans le savoir des populations. Que nos publications incitent à l'action du politique, à l'optimisme du citoyen pour le pays et au besoin de changement pour tous.

6. Programme de recherche et de formation

Nonobstant la prudence qui nous rappelle que "qui trop embrasse mal étreint", le programme de recherche et de formation doit être ambitieux et s'attaquer aux vrais enjeux de développement du pays qui, on le sait, sont nombreux. La recherche et la formation s'alimenteront l'une de l'autre.

Dans le cas spécifique de la formation, il est envisagé que GREAT se dote, en partenariat avec l'Université de Bamako et d'autres partenaires universitaires et financiers, d'un Master 2 en économie quantitative calculable (MEQC) où les étudiants combineront dans leur apprentissage, informatique et

méthodes statistiques et économétriques pour traiter des problèmes économiques concrets utilisant des bases de données réelles.

7. Plan de publications

GREAT sera ou ne sera pas une organisation en pleine croissance que par le nombre et la qualité exceptionnelle de ses publications. Que chaque chercheur ou assistant de recherche apprenne à vibrer à l'idée de se faire lire par d'autres, à l'intérieur comme à l'extérieur du Mali.

.

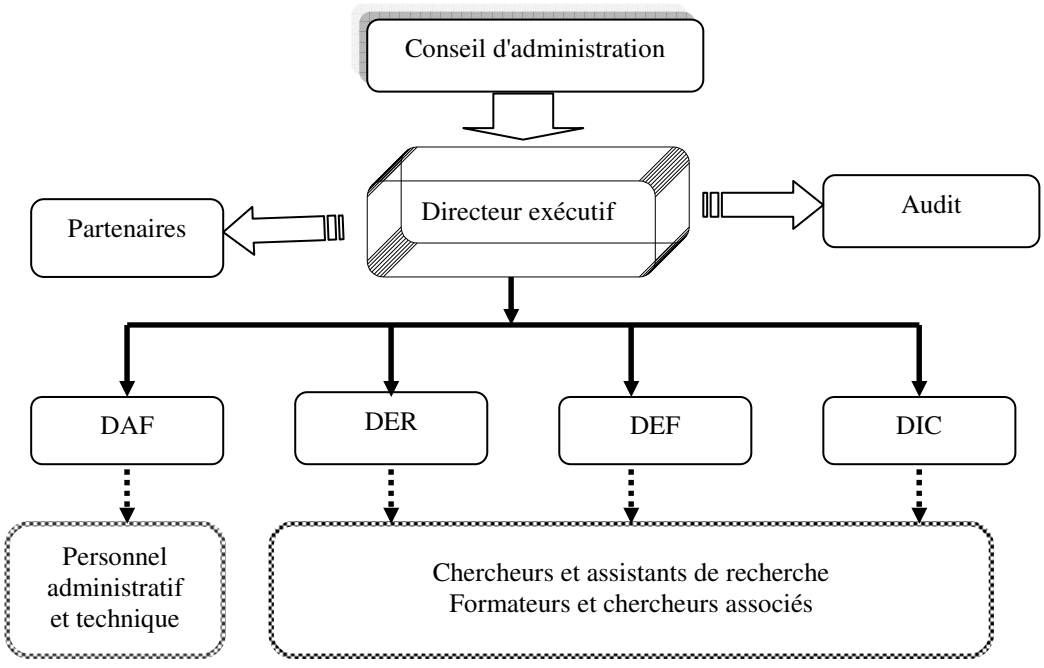
8. Plans associés

Il est associé au plan stratégique qui précise la vision, la mission et les changements clés à opérer, d'autres plans qui le soutiennent en tant que composantes indispensables à l'atteinte des objectifs stratégiques. Ce sont:

- le plan de communication, en tant que programme de production et de diffusion de messages nécessaires à la réalisation du plan stratégique
- le plan de mobilisation des ressources, tout en intégrant certaines valeurs morales et éthiques de GREAT e.g. ne pas recevoir de fonds de personnalités corrompues ni d'extrémistes religieux
- le plan de suivi-évaluation, pour examiner systématiquement les résultats de mise en œuvre des plans et programmes.

9. Cadre institutionnel et gestion budgétaire

Doté d'une entière autonomie de gestion, GREAT est une association de recherche signataire d'accord cadre avec l'État sous le numéro de récépissé n° 001079 en date du 01 juillet 2009, et ce conformément à la loi n°04-038 du 05 août 2004 relative aux associations. Il a pour vocation la réalisation de toute intervention de conseil, formation, recherche, publication, assistance et promotion de la science et de la culture en faveur du Mali. Son organigramme peut se décliner comme suit:



Organigramme de GREAT

10. Résultats attendus

La mise en œuvre du plan stratégique va produire un certain nombre de résultats traduits en indicateurs se rapportant tant au processus qu'aux impacts et objectifs visés.

Matrice des indicateurs de résultats

Objectifs stratégiques	Résultats attendus	Activités	Indicateurs	Moyens de vérification
Influence politique	Décision fondée sur des évidences empiriques	Publications scientifiques	Indicateur composite d'influence (à concevoir et à mettre en œuvre)	Indicateur publié
			Citations dans les rapports annuels de mise en œuvre du CSCRP	Rapports CSLP
			Invitations aux ateliers de l'administration publique	Lettres d'invitation/rapports de participation
Influence débat public	Public mieux informé	Publications scientifiques	Nombre d'utilisateurs de la Base de connaissances	Indication site web
		Ateliers de restitution des résultats de recherche	Nombre d'ateliers de restitution	Rapports d'ateliers
		Journées du savoir (JS)	Nombre de participants aux JS	Rapports des JS
Influence fournisseurs de ressources	Mobilisation de ressources diversifiée	Communication	Diversification des sources de financement	Conventions / protocoles / contrats et rapports financiers
		Visites et rencontres	Diversification des formes de soutien	Témoignages
		Études du marché de la donation	Répertoire des donateurs potentiels	Rapports d'études
Diffusion du savoir	Acteurs mieux formés	Formations modulaires	Nombre de sessions de formation	Rapports de sessions
			Nombre de participants	Liste des participants
			Diversité des domaines de formation	La GREAT formation
		Formation master 2 MEQC	Nombre de diplômés	Attestations délivrées
			Insertion professionnelle des diplômés	Suivi des sortants
Performance organisationnelle	Aptitudes professionnelles et capacités organisationnelles renforcées	Activités de recherche et de formation	Qualité de la recherche et de la formation	Rapports de recherche
		Ateliers de formation internes	Plus grande maîtrise méthodologique	Rapports méthodologiques
		Participation à des ateliers externes	Qualité des publications	Citations des publications par tiers / appréciation des pairs
		Sessions et réunions	Tenue régulière des instances	Comptes rendus et PV
		Administration et gestion	Qualité de la gestion	Rapports d'audit externe