

**STRATEGIE DE COMMUNICATION  
INSTITUTIONNELLE DE LA CONFEJES  
2017-2018**

**M. Assalih JAGHFAR**  
Consultant



# Sommaire

---

<b>Introduction</b> .....	<b>4</b>
<b>I. Analyse de la situation actuelle</b> .....	<b>4</b>
1. De la communication interne et de la circulation de l'information en interne.....	4
2. De la communication externe et de relations extérieures.....	4
3. De l'analyse SWOT de la communication de la CONFEJES .....	5
<b>II. Les objectifs de la stratégie de communication</b> .....	<b>7</b>
1. Objectif général de la communication.....	7
2. Objectifs spécifiques de la communication.....	8
3. Les publics cibles .....	9
4. Messages clés .....	10
<b>III. Les outils de communication</b> .....	<b>10</b>
<b>IV. Les actions de communication génériques 2017-2018</b> .....	<b>11</b>
<b>V. Le rôle des acteurs dans la mise en œuvre de la stratégie de communication</b> .....	<b>13</b>
1. Le Chef du protocole.....	13
2. Le Secrétaire général .....	13
3. Les Directeurs .....	14
4. Cellules nationales .....	14
5. Organisations de jeunesse (Conseils nationaux de jeunesse.....)	14
<b>VI. Agenda prévisionnel 2017</b> .....	<b>14</b>
<b>VII. Le budget</b> .....	<b>16</b>
<b>VIII. Les indicateurs globaux de suivi-évaluation de la stratégie</b> .....	<b>18</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>18</b>

## Introduction

La présente stratégie de communication cadre avec la Programmation quadriennale de la CONFEJES, pour la période 2015-2018. Elle est établie dans le but d'optimiser l'efficacité des actions de communication mises en œuvre par la CONFEJES. Elle met l'accent sur le diagnostic de l'existant et analyse des besoins en communication de l'institution, les objectifs de communication, les outils et les activités, ainsi que sur le rôle des acteurs, tout en définissant les indicateurs pour mesurer son efficacité.

Ainsi, la Stratégie de communication 2017-2018 constitue pour la CONFEJES un support approprié pour présenter avec concision et pertinence ses orientations stratégiques, pour tenir informés ses publics cibles de ses missions, ses actions et ses réalisations.

### I. Analyse de la situation actuelle

Rappelons avant tout propos que la CONFEJES ne dispose à ce jour, d'aucune trace d'archives ou de stratégie de communication auxquels l'on puisse se référer comme base de travail. Le présent diagnostic découle des échanges avec le personnel de l'institution. Il est structuré autour de la communication interne et externe de l'institution.

#### *1. De la communication interne et de la circulation de l'information en interne*

En interne, au sein du Secrétariat de la CONFEJES, l'information circule par le biais du courrier électronique, des notes internes et des réunions de service.

Il y a nécessité de renforcer la communication interne en mettant en place un mécanisme de circulation de l'information et en sensibilisant l'ensemble du personnel sur la nécessité de promouvoir les actions de l'institution sur le terrain. La finalité étant de faire du personnel, des ambassadeurs de la CONFEJES auprès des publics cibles.

#### *2. De la communication externe et de relations extérieures*

La communication externe de la CONFEJES cible particulièrement les partenaires institutionnels, la presse et le grand public.

L'information circule par le biais du courrier électronique, du site internet, les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Youtube), les publications et la Lettre d'information électronique. Néanmoins, la CONFEJES ne dispose d'aucune liste de diffusion externe. Une adresse électronique [secretariat-general@confejes.org](mailto:secretariat-general@confejes.org) est utilisée pour la transmission des courriers électroniques officiels. Les messages acheminés à cette adresse sont lus et traités par le Secrétariat particulier.

Sur le registre organisationnel, la CONFEJES ne dispose pas de service de communication dédié, mais d'un Chef du protocole qui assure le rôle de chargée de la communication aux moyens et aux attributions limités.

Il convient de relever également que certaines actions de communication sont menées sans planification ni stratégie de mise en œuvre. Cela est dû au fait que le Chef du protocole à elle seule ne peut pas répondre à toutes les sollicitations liées à la fois au protocole et à la communication.

Pour parvenir à assumer ces deux rôles avec efficacité, il aurait fallu renforcer ses capacités et la responsabiliser davantage en inscrivant les nouvelles attributions liées à la communication dans sa fiche de poste.

Sur le registre de la production des supports de communication, la CONFEJES recourt au service des agences de communication ou à l'aide de graphistes professionnels externes. Malheureusement, l'institution ne dispose d'aucune charte graphique pour guider les prestataires dans leur travail. D'où la nécessité de doter la CONFEJES d'une charte graphique, d'une identité visuelle.

Sur le registre des relations extérieures de la CONFEJES, elles portent sur les interventions du Secrétaire général lors des événements organisés ou non par la CONFEJES (discours, audiences, etc.). Il convient de tirer parti de ces événements pour mieux faire connaître la CONFEJES et tisser des partenariats.

### **3. De l'analyse SWOT de la communication de la CONFEJES**

La CONFEJES avec ses missions, se trouve dans un champ d'action « balisé » par d'autres organisations. Ainsi, le challenge permanent de la CONFEJES est de maintenir son assise au niveau de ses acquis et dans ses domaines d'expertise prouvés et reconnus, en conservant de manière pérenne la pertinence de ses actions. Nous avons choisi de procéder à l'étude de l'environnement de la CONFEJES, dont l'analyse des résultats appuiera la prise des décisions stratégiques en matière de communication.

L'utilisation de la matrice SWOT , outil fiable de mesure et d'analyse de l'environnement interne et externe d'une organisation, nous a permis d'établir notre analyse-diagnostic selon le tableau ci-dessous :

- Les moyens dont nous disposerons (forces) ;
- Les carences ou lacunes auxquelles nous devons faire face (faiblesses) ;
- Les avantages compétitifs de la CONFEJES (opportunités) ;
- Les éléments d'influence/ à conséquence négative pour la CONFEJES (menaces).

<b>Interne</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 43 États et gouvernements membres</li> <li>• Institution francophone de référence sur les questions de jeunesse, sports et loisirs ;</li> <li>• Existence de ressources humaines dévouées (Directions) ;</li> <li>• Existence de programmes et projets diversifiés et pertinents ;</li> <li>• Rigueur et transparence dans la gestion des programmes et projets ;</li> <li>• Évaluations interne et externe</li> <li>• Gestion axée sur les résultats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Absence d'une stratégie de communication ;</li> <li>• Résistance au changement ;</li> <li>• Personnel réduit au Secrétariat Général ;</li> <li>• Faible réactivité des représentants nationaux ;</li> <li>• Faible réactivité des personnes ressources et même des pays ;</li> <li>• Manque d'activités de communication coordonnées au niveau des États membres</li> </ul>

<b>Externe</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intérêt des bailleurs de fonds pour les questions de jeunesse, de loisir et de sport ;</li> <li>• Rayonnement dans l'espace francophone de la CONFEJES ;</li> <li>• Soutien du pays hôte aux activités de la CONFEJES ;</li> <li>• Nombreux Instituts/UFR soutenus</li> <li>• Notoriété (rayonnement) de la Francophonie</li> <li>• Existence des Conseils nationaux de la jeunesse</li> <li>• Existence des Cellules nationales CONFEJES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crise économique et financière ;</li> <li>• Faible visibilité des actions de la CONFEJES ;</li> <li>• Absence de coordination entre la CONFEJES et les autres institutions œuvrant dans les domaines de l'éducation, de la formation, loisirs, etc...</li> <li>• Non-implication des Ministres de l'Enseignement supérieur, notamment pour les questions liées à la formation des cadres.</li> <li>• La méconnaissance des missions de la CONFEJES</li> </ul>

Il résulte de cette analyse que la réussite des objectifs de la stratégie de communication 2017-2018 est elle-même subordonnée à la réalisation d'un certain nombre de préalables en termes de renforcement de la communication au sein du Secrétariat Général de la CONFEJES.

SWOT : S pour Strength : Force ; W pour Weakness : Faiblesse; O pour Opportunity : Opportunité; T pour Threat : Menace

## II. Les objectifs de la stratégie de communication

La CONFEJES doit communiquer davantage sur ses bons résultats en vue de susciter l'adhésion des leaders d'opinion et des partenaires à son action et l'appropriation de ses activités par les bénéficiaires directes. À cette fin, la CONFEJES pourra recourir aux plaidoyers et campagnes d'informations en profitant des multiples événements qu'elle organise ou auxquels elle participe en apportant son soutien.

Des efforts plus soutenus doivent être déployés pour établir et maintenir des contacts directs avec les médias, en particulier ceux qui sont spécialisés dans ses domaines d'expertise.

Une haute priorité doit être accordée à l'exploitation du site internet, la lettre d'information et les réseaux sociaux pour promouvoir les activités et les événements organisés.

En matière de relations extérieures, le Secrétariat général doit veiller à ce que la CONFEJES maintienne de bonnes relations de travail et de coopération avec les hautes institutions de ses pays membres (les parlements et les gouvernements) et de ses partenaires, y compris avec les organisations professionnelles, les ONG, afin d'accroître la sensibilisation sur les programmes, et de recueillir leurs soutiens multiformes et leur adhésion.

### 1. Objectif général de la communication

À partir du diagnostic précédent, on peut se fixer comme objectif général de communication de « renforcer et d'accroître la visibilité de la CONFEJES ». La finalité étant d'accentuer et d'améliorer la connaissance de la CONFEJES et de sa programmation quadriennale pour la période 2015-2018, auprès de ses publics cibles. En effet, à l'heure où la CONFEJES veut s'affirmer comme « une référence internationale sur les questions de jeunesse, sports et loisirs », il s'avère nécessaire de lui donner une image claire et un message audible. De ce fait, l'accent devrait être mis à la fois sur la communication interne et la communication externe :

- En interne, les efforts doivent être axés sur l'institution de la culture de communication et la mise en place des relais de partage d'informations, notamment au sein des États membres.
- En externe, le focus doit être mis sur l'amélioration des relations avec les médias et le renforcement de la communication des différentes directions, en s'appuyant sur les événements majeurs de l'institution et en adaptant les outils de communication (Kakemono, brochures, témoignages, rapports d'activités, communiqués de presse, etc.)

En droite ligne de la Programmation quadriennale 2015-2018, la nouvelle stratégie de communication de la CONFEJES pourrait être articulée autour des objectifs spécifiques ci-dessous.

## **2. Objectifs spécifiques de la communication**

- **Objectif spécifique 1 : Améliorer la communication interne au sein du Secrétariat général**
  - Développer un kit de communication interne ;
  - Créer un système d'échanges d'informations et de fichiers formalisé au sein du Secrétariat général ;
  - Mieux exploiter l'espace d'affichage dédié à la communication interne ;
  - Assurer la circulation de l'information en interne ;
  - Collaborer avec les référents CONFEJES dans les pays membres.
  
- **Objectif spécifique 2 : Améliorer la communication externe et les relations publiques**
  - Doter la CONFEJES d'une charte graphique ;
  - Veiller à l'application de la nouvelle charte graphique ;
  - Développer et diffuser un kit de communication externe ;
  - Doter les points focaux CONFEJES dans les pays membres d'outils de visibilité ;
  - Saisir des opportunités de communication dans les pays membres ;
  - Assurer la visibilité de la CONFEJES sur les réseaux sociaux ;
  - Alimenter et animer le site internet de la CONFEJES ;
  - Assurer la circulation de l'information en externe ;
  - Assurer les relations de presse ;
  - Nouer des partenariats avec les médias.
  
- **Objectif spécifique 3 : Améliorer les relations avec les partenaires**
  - Appuyer les actions de partenariats et de mobilisation des ressources ;
  - Informer les partenaires des activités de la CONFEJES ;
  - Inviter les partenaires clés à participer aux événements de la CONFEJES ;
  - Donner la parole aux partenaires ;
  - Accompagner les activités de mobilisation des ressources
  - Conduire un plaidoyer pour la signature des partenariats entre les Ministères de la Jeunesse et des Sports avec et ceux de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche et entre les INJS et les Universités Nationales.



### 3. Les publics cibles

Voici donc le public que la CONFEJES cherchera à atteindre en priorité :

Les cibles	Outils de communication
Personnel du Secrétariat général	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kit de communication interne</li> <li>• Système d'échanges d'informations et des fichiers</li> <li>• Espace d'affichage</li> <li>• Lettre d'information électronique interne</li> <li>• Revue de presse</li> <li>• Compte rendu des réunions</li> </ul>
Les États membres <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les Ministres</li> <li>• Bureau de la CONFEJES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste de diffusion des personnalités</li> <li>• La Lettre d'information</li> <li>• Revue de presse</li> <li>• kit de communication externe</li> </ul>
Institutions de la Francophonie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste de diffusion des personnalités de la Francophonie</li> <li>• La Lettre d'information</li> <li>• Revue de presse</li> <li>• kit de communication externe</li> </ul>
Les donateurs & partenaires <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membres du Conseil</li> <li>• Commissions nationales</li> <li>• Ministères ; organismes nationaux, ONG ; associations professionnelles ; Ambassades des pays donateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste de diffusion des partenaires</li> <li>• La Lettre d'information</li> <li>• Revue de presse</li> <li>• kit de communication externe</li> </ul>
Les référents CONFEJES <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correspondants nationaux</li> <li>• Conseils nationaux de la jeunesse</li> <li>• Cellules nationales CONFEJES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste de diffusion des référents CONFEJES</li> <li>• La Lettre d'information</li> <li>• Revue de presse</li> <li>• Kit de communication externe</li> <li>• Plan de communication</li> </ul>
Les associations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste de diffusion des associations professionnelles</li> <li>• La Lettre d'information</li> <li>• Revue de presse</li> <li>• Kit de communication externe</li> </ul>
Le milieu universitaire <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étudiants, enseignants, chercheurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les réseaux sociaux</li> <li>• Le site internet</li> <li>• Kit de communication externe</li> <li>• Plan de communication annuel</li> </ul>
Les INJS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fichier de presse (contacts de presse)</li> <li>• Dossier de presse institutionnel</li> <li>• Communiqués de presse/Alerte presse</li> <li>• Conférence de presse</li> </ul>
Grand public, en particulier les femmes et les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseaux sociaux &amp; Le site internet</li> <li>• Kit de communication externe</li> </ul>

#### 4. Messages clés

En se dotant de messages clés, la CONFEJES s'assure que tous les porte-paroles transmettent la même information et que les produits de communication livrent le même message. Quelques exemples de messages clés pour la CONFEJES pourraient être :

##### La CONFEJES,

- Institution intergouvernementale de référence sur les questions de jeunesse, sports et loisirs ;
- Appuie la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes ;
- Promeut la participation et l'insertion des jeunes au sein de la société ;
- Conférence ministérielle permanente de la Francophonie ;
- Forme les cadres dont les pays ont besoin dans les domaines de la Jeunesse, des Sports et des Loisirs ;
- Encourage les initiatives d'insertion socio-économique proposées par les jeunes ;
- Participe au financement de projets de jeunes entrepreneurs ;
- Contribue au développement et à la formation d'une élite sportive en Afrique ;
- Encourage les rencontres sportives et les rassemblements de jeunes ;
- Favorise, stimule et valorise la participation et la contribution des jeunes au sein de la société ;
- Conseille et appuie ses pays membres sur les questions liées à la jeunesse, au sport et aux loisirs.

### III. Les outils de communication

Les outils de communication les plus appropriés doivent être identifiés pour cibler efficacement chaque public, comme indiqué dans le tableau du plan détaillé de la communication (p. x).

Les outils de communication suivants seront utilisés :

- **Papier** : brochures, manuel de référence, la Lettre d'information, compilation des meilleures pratiques ;
- **Ressources en ligne** : sites internet à jour, alertes e-mails, Lettre d'information électronique ;
- **Multimédia** : fichiers images et vidéos ;
- **Réseaux sociaux** : Twitter, Facebook, Youtube ;
- **Presse/média** : Conférence de presse, avis aux médias, communiqués de presse, dossier de presse ;
- **Séminaires** : ateliers, conférences de sensibilisation ;
- **Évènements** : Réunions statutaires, Journée internationale de la Francophonie, Journée internationale de la Jeunesse, Jeux Olympiques, Visites et audiences, évènements pays ;
- **Relations avec les partenaires** : réunions, rapport aux partenaires, invitations aux événements.

## IV. Les actions de communication génériques 2017-2018

Liste des activités de communication pour la période 2017-2018. La planification détaillée de ces activités est décrite dans le tableau ci-dessous.

<b>Objectif spécifique 1 : Améliorer la communication interne au sein du Secrétariat général</b>	
Actions	Outils à produire
Développer un kit de communication interne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuel de procédures</li> <li>• Règlement intérieur</li> <li>• Statut du personnel</li> <li>• Agenda des activités</li> <li>• Répertoire des décisions du Conseil des Ministres</li> <li>• Compte-rendu des réunions</li> </ul>
Créer un système d'échanges d'informations et de fichiers formalisé au sein du Secrétariat général	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste de diffusion regroupant les courriels de l'ensemble du personnel et des instances</li> <li>• Espace Google Docs de partage des fichiers</li> </ul>
Mettre en place un espace d'affichage dédié à la communication interne	Tableau d'affichage interne (Salle de réunion)
Assurer la circulation de l'information en interne.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lettre d'information électronique interne</li> <li>• Revue de presse</li> </ul>
Collaborer avec les référents CONFEJES dans les pays membres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste de diffusion</li> <li>• Plan de communication annuel</li> </ul>
<b>Objectif spécifique 2 : Améliorer la communication externe et les relations publiques</b>	
Actions	Outils à produire
Doter la CONFEJES d'une charte graphique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revoir l'identité visuelle de la CONFEJES</li> <li>• Production d'une charte graphique</li> <li>• Diffusion de la nouvelle charte graphique</li> <li>• Formation du personnel à l'utilisation de la nouvelle charte graphique</li> </ul>
Veiller à l'application de la nouvelle charte graphique	Conception des outils graphiques de visibilité sous la nouvelle charte graphique
Développer et diffuser un kit de communication externe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plaquette institutionnelle</li> <li>• Dépliants programmes ou projets</li> <li>• Affiches</li> <li>• Kakémonos</li> <li>• PowerPoint pour les présentations orales</li> <li>• Carte de vœux</li> <li>• Film institutionnel</li> <li>• Rapport d'activités</li> <li>• Les guides</li> </ul>
Doter les points focaux CONFEJES dans les pays membres d'outils de visibilité	Kit de communication externe

Saisir opportunités de communication dans les pays membres	Production des visuels et outils de communication appropriés ou Kit de communication externe
Assurer la visibilité de la CONFEJES sur les réseaux sociaux	Production d'une stratégie de communication événementielle sur les réseaux sociaux
Alimenter et animer le site internet de la CONFEJES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour régulière des contenus</li> <li>• Gestion de la médiathèque (photos, vidéos)</li> </ul>
Assurer la circulation de l'information en externe.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lettre d'information externe</li> <li>• Revue de presse</li> <li>• Périodique d'information bimensuel</li> <li>• Liste de diffusion actualisée</li> </ul>
Assurer les relations de presse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fichier de presse (contacts de presse)</li> <li>• Dossier de presse institutionnel</li> <li>• Communiqué de presse</li> <li>• Alerte presse</li> <li>• Conférence de presse / Point de presse</li> </ul>
Nouer des partenariats avec les médias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les médias, partenaires potentiels</li> <li>• Courrier de demande de partenariat</li> </ul>

### Objectif spécifique 3 : Améliorer les relations avec les partenaires

Actions	Outils à produire
Appuyer les actions de partenariats et de mobilisation des ressources	Liste de diffusion des partenaires
Informers les partenaires des activités de la CONFEJES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Périodique bimensuelle qui sera publiée sur le site et envoyée par email aux partenaires</li> <li>• Réunions d'information</li> <li>• Audience du SG</li> <li>• Plaquette d'information à l'usage des acteurs de la Francophonie et des partenaires</li> </ul>
Inviter les partenaires clés à participer aux événements de la CONFEJES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mails d'invitation</li> <li>• Agenda des activités</li> </ul>
Donner la parole aux partenaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site internet</li> <li>• Lettre d'information</li> <li>• Rapport d'activités</li> <li>• Stands à l'occasion des événements de la CONFEJES</li> </ul>
Accompagner les activités de mobilisation des ressources	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conception d'un cahier des charges pour les échanges de services de visibilité</li> </ul>
Plaider pour la signature des partenariats entre les Ministères de la Jeunesse et des Sports avec et ceux de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche et entre les INJS et les Universités Nationales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Audience du SG</li> <li>• Rencontres événementielles</li> </ul>

### Événements spéciaux : opportunités de communication

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Audiences auprès des Chefs d'État</li> <li>• Audiences auprès des Ministres</li> <li>• Audiences auprès des responsables des institutions partenaires</li> <li>• Cérémonies de signature de partenariat</li> <li>• Événements sportifs sponsorisés</li> <li>• Jeux de la Francophonie</li> <li>• Jeux Olympiques</li> <li>• Journée du GAF</li> <li>• Journée internationale de la Francophonie</li> <li>• Journée internationale de la Jeunesse</li> <li>• Olympiades universitaires</li> <li>• Sommet de la Francophonie</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présence du logo de la CONFEJES sur tous les matériels utilisés lors de ces événements</li> <li>• Communiqué de presse</li> <li>• Conférence de presse (au besoin)</li> <li>• Journées portes ouvertes</li> <li>• Publication d'une brève sur le site internet</li> <li>• Prise de parole sur les réseaux sociaux</li> <li>• Recueil des témoignages des bénéficiaires (écrits ou vidéos)</li> <li>• Photos de famille</li> <li>• Interview du SG par la presse</li> </ul> |
|--|---|

## V. Le rôle des acteurs dans la mise en œuvre de la stratégie de communication

### 1. Le Chef du protocole

- Tenir le Journal de bord de la communication : ensemble des actions de communication à mener ;
- Tenir l'agenda événementiel ;
- Organiser des événements ;
- Assurer la mise à jour du site internet et des ressources en ligne ;
- Assurer la collection des informations auprès des directeurs et des partenaires ;
- Tenir informer les États membres des actualités de la CONFEJES ;
- Fournir des informations aux partenaires actuels/potentiels ;
- Constituer et mettre à jour le fichier de presse (contact journalistes) ;
- Gérer les relations de presse ;
- Établir le pressbook (retombées de presse) après chaque événement ;
- Animer les réseaux sociaux ;
- Fournir des outils afin de promouvoir les programmes ;
- Interagir avec les chargés de communication des Ministères de tutelle ;
- Réaliser une veille stratégique dans les domaines de compétences de la CONFEJES.

### 2. Le Secrétaire général

- Agir en tant que principal responsable de la promotion des objectifs et des priorités de la stratégie de communication ;
- Tenir les réunions d'information ;
- Communiquer régulièrement avec les États membres (par des bulletins en ligne ou des audiences) ;
- Promouvoir la CONFEJES auprès des partenaires actuels et potentiels.

### 3. Les Directeurs

- Promouvoir les objectifs et les priorités de la CONFEJES auprès des publics clés ;
- Assurer la visibilité de ses programmes partout où cela est possible ;
- Mieux faire connaître les actions de la CONFEJES, ainsi que les futures activités et événements ;
- Fournir des éléments d'information à la Chef de protocole pour la préparation des brèves ;
- Fournir des rapports de grande qualité en temps opportun, afin de permettre au Secrétariat général d'anticiper la rédaction du rapport d'activité ;
- Être présents à toutes les réunions d'information ;
- S'assurer qu'il soit fait référence à la CONFEJES à chaque fois qu'un projet reçoit un soutien.

### 4. Cellules nationales

- Gérer les dossiers CONFEJES ;
- Alimenter la Plateforme PPEJ ;
- Prise de contact pour mise en relation presse.

### 5. Organisations de jeunesse (Conseils nationaux de jeunesse...)

- Assurer le portage des besoins, aspirations et vision des jeunes.

## VI. Agenda prévisionnel 2017

	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Jun	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
<b>Objectif spécifique 1 : Améliorer la communication interne au sein du Secrétariat général</b>												
Développer un kit de communication interne		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Créer un système d'échanges d'informations et de fichiers formalisé au sein du Secrétariat général			x									
Mieux exploiter l'espace d'affichage dédié à la communication interne	x											
Assurer la circulation de l'information en interne.			x									
Collaborer avec les référents CONFEJES dans les pays membres			x									

**Objectif spécifique 2 : Améliorer la communication externe et les relations publiques**

Doter la CONFEJES d'une charte graphique				x								
Veiller à l'application de la nouvelle charte graphique					x	x	x	x	x	x	x	x
Développer et diffuser un kit de communication externe : film institutionnel, plaquette institutionnelle, carte de vœux	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Préparation de messages vidéo à l'occasion des événements phares	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Doter les points focaux CONFEJES dans les pays membres d'outils de visibilité				x	x	x	x	x	x	x	x	x
Saisir opportunités de communication dans les pays membres	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Assurer la visibilité de la CONFEJES sur les réseaux sociaux	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Alimenter et animer le site internet de la CONFEJES	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Assurer la circulation de l'information en externe	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Assurer les relations de presse	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Nouer des partenariats avec les médias	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Objectif spécifique 3 : Améliorer les relations avec les partenaires												
Appuyer les actions de partenariats et de mobilisation des ressources	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Informers les partenaires des activités de la CONFEJES			x			x			x			x
Inviter les partenaires clés à participer aux événements de la CONFEJES	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Donner la parole aux partenaires	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Accompagner les activités de mobilisation des ressources	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Conduire le plaidoyer pour la signature des partenariats entre les Ministères de la Jeunesse et des Sports avec et ceux de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche et entre les INJS et les Universités Nationales	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

## VII. Le budget

La mise en œuvre de cette stratégie de communication qui nécessite préalablement la conception d'une nouvelle charte graphique et le renouvellement de l'ensemble des outils de communication de la CONFEJES. Pour ce faire, il est nécessaire d'établir un budget annuel de communication qui tient compte des actions à mener et des outils à produire (conformément au tableau p. 8 et 9). Seule la priorisation des actions identifiées dans le cadre de cette stratégie de communication permettrait d'avoir une idée du budget nécessaire à sa mise en œuvre.

Néanmoins, pour les activités de communication liées aux grands événements de visibilité, aux projets en partenariat et la production des outils de communication des programmes (brochures, affiches, guides, sites Internet, etc.), il est recommandé de les financer sur les imputations correspondantes. À titre d'indication, conception de la nouvelle charte graphique coûterait tout au maximum 3 millions de Francs CFA.



Rubriques	Coût (FCFA)
Conception de la charte graphique	3 000 000 FCFA
Impression du Kit de communication externe : plaquette institutionnelle, dépliants programmes ou projets, affiches, kakémonos PowerPoint, carte de vœux, film institutionnel, rapport d'activités, les guides	-
Journée internationale de la Francophonie / Quinzaine de la Francophonie / Randonnée pédestre / Journée de l'entrepreneur et Contribution au Concours des 10 mots	-
Relations de presse (contacts de presse, dossier de presse institutionnel, communiqué de presse, conférence de presse)	-
Animation du site internet et des réseaux sociaux	3 542 167 FCFA
Gestion de la Lettre d'information électronique : administration et production de contenus	880 000 FCFA
Éditions du Périodique bimensuelle	-
Réunions d'information	-
Production du rapport d'activités	1 000 000 FCFA
Conception d'un cahier des charges pour les échanges de services de visibilité	-
Plaidoyers et audiences : missions dans les pays membres pour sensibiliser les autorités et leurs services	-
Formation du personnel à l'utilisation de la nouvelle charte graphique	-
Tableau d'affichage interne	-
Plan de communication annuel pour les référents CONFEJES : missions confiée aux référents CONFEJES, membres de la cellule nationale et organisations de jeunesse partenaires	-
Stratégie de communication événementielle sur les réseaux sociaux	-
Cérémonies de signature de partenariat (en marge des activités CONFEJES)	-
Préparation des messages vidéo à l'occasion des événements phares	-
<b>TOTAL</b>	

## VIII. Les indicateurs globaux de suivi-évaluation de la stratégie

---

Au moment du bilan, nous allons décliner point par point les objectifs que nous nous sommes fixés en début de projet, afin d'évaluer les résultats, à travers :

- Réactions (positives et négatives) reçues des États membres ;
- Nombre de visites sur le site internet ;
- Nombre de liens vers le site Web de la CONFES sur des sites internet externes ;
- Références aux programmes de la CONFES sur des sites internet externes ;
- Nombre de vues des documents/publications en ligne : les fichiers les plus consultés ;
- Nombre total de participants aux événements organisés ;
- Nombre de représentants de haut niveau aux événements organisés ;
- Nombre de journalistes présents aux événements organisés ;
- Nombre de références aux événements organisés sur des sites internet externes ;
- Nombre d'articles de presse relatifs aux événements organisés ;
- Nombre de « j'aime » ou de « fans » enregistrés sur Facebook ;
- Nombre d'abonnés sur la page Twitter ;
- Nombre de vues sur les vidéos postées sur Youtube.

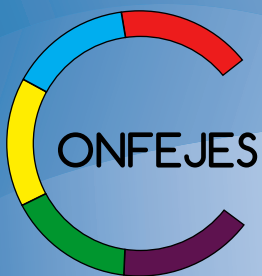
## Conclusion

---

Pour mettre en œuvre cette Stratégie de communication, le Secrétariat général doit adopter une approche programmatique ainsi qu'un plan de travail et un budget réalistes, conformes aux activités de chaque direction.

Au-delà même de l'aspect financier, c'est le réflexe de communication qu'il faut déclencher d'abord en interne. Malheureusement, la CONFES s'oppose à un obstacle de taille, lié notamment à l'absence en son sein d'un personnel compétent dans le domaine de la communication. Le recourt aux prestataires externes pour mettre en œuvre la présente stratégie de communication coûterait plus cher que de recruter un personnel dédié à cette tâche.





Km6, Avenue Cheikh Anta DIOP,  
Stèle Mermoz 1er étage du Bloc des immeubles  
Aile intérieure • BP 3314 Dakar  
Tél: (221) 33 859 27 09 - Fax : (221) 33 825 80 99  
E-mail : [secretariat.general@confejes.org](mailto:secretariat.general@confejes.org)

[www.confejes.org](http://www.confejes.org)