



CAMEROON EDUCATION FOR ALL NETWORK

Contribuer à l'épanouissement de la société camerounaise par le biais de l'Education

PLAN DE COMMUNICATION DE CEFAN 2024-2026



Réalisé avec l'appui du Projet EOL du PME, dont l'agent de Subvention est Oxfam-Danemark et l'accompagnement de COSPE

Date : 01 Août 2023

Groupe de rédaction (Nom et Prénom) :

1. M. BALOMA Josué
2. M. TANKEU Olivier
3. Mme AMBOMBO Mélanie

Contacts de l'organisation :

Tel : (00237) 653 080 367 / 696 907 753 ; B.P. 5924 Yaoundé-Cameroun E-mail : cefan2015@gmail.com

Le CEFAN est une organisation à but non lucratif et reconnue conformément à la loi n°90/053 du 19 décembre 1990 sous le n°001073/RDA/JO6/BAPP. Rectifié le 08 novembre 2013 sous le n°00001316/RDA/JO6/BAPP Site web: www.cefan-coalition.org

I. SIGLES ET ABREVIATIONS

CEFAN: *Cameroon Education For All Network*

COSPE : **Coopération pour le Développement des Pays Emergents**

EOL : *Education Out Loud*

GAR : **Gestion Axée sur les Résultats**

JEA : **Journée de l'Enfant Africain**

JFA : **Journée de la Femme Africaine**

JIDE : **Journée Internationale des Droits de l'Enfant**

JIF : **Journée Internationale de la Femme**

JILTE : **Journée Internationale de Lutte contre le Travail des Enfants**

OSC : **Organisation de la Société Civile**

ONG : **Organisation Non Gouvernementale**

PAB : **Plan d'Action Budgétisé**

PDC : **Plan De Communication**

PME : **Partenariat Mondial pour l'Education**

SE : **Suivi-Evaluation**

II. LISTE DES TABLEAUX

| | |
|--|-----------|
| Tableau 1 : outils de communication interne..... | 7 |
| Tableau 2 : objectifs et des cibles..... | 8 |
| Tableau 3 : Stratégie de communication interne..... | 11 |
| Tableau 4 : outils de communication externe..... | 13 |
| Tableau 5 : Stratégie de communication externe..... | 14 |
| Tableau 6 : Chronogramme..... | 22 |
| Tableau 7 : Plan d'actions Budgétisé..... | 26 |

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| I. SIGLES ET ABREVIATIONS..... | 2 |
| II. LISTE DES TABLEAUX..... | 3 |
| III. CONTEXTE..... | 5 |
| IV. OBJECTIFS DE COMMUNICATION..... | 6 |
| IV.1 Objectif général..... | 6 |
| IV.2 Objectifs spécifiques..... | 6 |
| V. GROUPES CIBLES..... | 7 |
| VI. AXES DE COMMUNICATION..... | 7 |
| VI.1 Communication interne..... | 7 |
| VI.2 Outils de communication..... | 8 |
| Toutes les cibles pré citées..... | 9 |
| VI.3 Circuit de l'information du CEFAN..... | 11 |
| VI.4 Stratégie de communication interne..... | 12 |
| VI.5 Communication externe..... | 14 |
| VI.6 Outils de communication..... | 14 |
| VII. Stratégie de Communication externe..... | 15 |
| VIII. RESSOURCES HUMAINES..... | 20 |
| IX. PERIODE DE MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION..... | 20 |
| X. SUIVI ET EVALUATION DU PLAN DE COMMUNICATION..... | 20 |
| X.1 Mécanisme de suivi..... | 21 |
| X.2 Mécanisme d'évaluation..... | 22 |
| X.3 Renforcement des capacités en suivi & évaluation..... | 23 |
| X.4 Documentation des bonnes pratiques et leçons apprises..... | 23 |
| XI. CHRONOGRAMME..... | 23 |
| XII. PLAN D' ACTIONS BUDGETISE..... | 27 |

III. CONTEXTE

La Cameroon Education For All Network (CEFAN) est la coalition camerounaise des Organisations de la Société Civile (OSC) de l'éducation qui a été mise en place en octobre 2005. Il réunit en son sein près de soixante (60) Organisations de la Société Civile (OSC) de divers ordres, des associations et ONG locales et nationales, des syndicats et des organisations internationales. Le CEFAN s'est dédié au suivi des politiques publiques de l'éducation par le plaidoyer, basé sur des évidences (Recherche-Action). Sur le plan africain, le CEFAN est membre de la plateforme régionale appelée Africa Network Campaign on Education For All (ANCEFA). Au plan mondial, il est membre de la Campagne Mondiale pour l'Education (CME), de la Concertation Collective des ONG (CCONG) de l'UNESCO et du Réseau Francophone des OSC pour la lutte contre la marchandisation de l'éducation.

Après son succès dans la mise en œuvre du Projet Fonds de la société Civile pour l'éducation (FSCE) au Cameroun entre 2009 et 2019, et de la phase 1 du projet EOL entre 2020 et 2021, Le CEFAN est partie prenante de la phase 2 du projet « éducation à voix haute » ou en anglais « Education Out Loud (EOL) » depuis janvier 2022, dont l'agent de subvention est Oxfam Danemark. C'est un projet intégré dans le programme « Plaidoyer et Responsabilité Sociale (ASA) » du Partenariat Mondial pour l'Education (PME). Ce programme Mondial financé par le PME vise à soutenir l'engagement de la société civile dans la planification, le dialogue et le suivi du secteur de l'éducation, renforcer la transparence, l'obligation des gouvernements à rendre des comptes en matière d'éducation, et créer un environnement plus solide pour le plaidoyer de la société civile aux niveaux national et international.

Ainsi, Dans le cadre de la mise en œuvre du plan d'apprentissage régional du projet EOL, Oxfam-Danemark a commandité une formation sur les techniques de Communication au profit des coalitions nationales cibles, dont Le CEFAN. Cette formation a été facilité par l'Organisation COSPE. Le produit principal à l'issue de la formation est de se doter d'un plan de communication pour l'organisation bénéficiaire. D'où l'élaboration du présent plan de communication du CEFAN pour la période triennale 2024-2026 qui est une boussole pour faciliter l'atteinte des objectifs institutionnels, organisationnels et de plaidoyer du CEFAN

En effet, ne pas communiquer, c'est choisir délibérément de se cacher et de ne pas interagir avec sa communauté. Pour permettre à tous les camerounais et toutes les camerounaise d'avoir accès à une éducation de qualité fournie par des enseignants dont les conditions de travail et les compétences sont améliorées doit communiquer, être visible, informer, former et inciter à l'action pour des changements notables en faveur d'une éducation inclusive et de qualité. Communiquer, servira à valoriser l'organisation, ses activités et ses plaidoyers afin de mobiliser la communauté, les décideurs et les bailleurs de fonds à agir pour une amélioration notable du système éducatif camerounais.

De ce fait, la communication du CEFAN se doit d'être stratégique. Conscient de cette réalité, Le CEFAN a participé activement à la formation sur les techniques de communication d'Oxfam Danemark avec l'accompagne de l'ONG COSPE.

Le présent outil n'est qu'une méthode parmi la foulditude de méthodes. Sa réalisation sera tributaire du niveau et de l'engagement du CEFAN dans sa mise en œuvre. Cette mise œuvre intègrera bien-sûr des modulations subséquentes en fonction du temps, des opportunités et des innovations durant la période de mise en œuvre.

Primo, le Plan de communication de CEFAN s'étendra sur trois ans avec des d'objectifs bien précis, des cibles et des indicateurs bien définis puis un Plan d'actions Budgétisé (PAB) clair. Secundo, il comportera un mécanisme de suivi-évaluation qui reposera sur les indicateurs afin d'observer et d'évaluer toute la stratégie durant les trois ans de son implémentation. Tercio, cette stratégie sera bâtie sur deux axes qui contribuent l'un après l'autre à atteindre les objectifs.

IV. OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Pour mieux exécuter son plan de communication, le CEFAN se fixe des objectifs précis et clairs. Ces objectifs permettront d'atteindre les cibles et de parvenir aux résultats escomptés.

IV.1 Objectif général

D'ici à 2026 le CEFAN accroît sa visibilité et son influence au Cameroun et au-delà à travers sa communication interne et externe, pour plus de mobilisation de ressources et d'actions de plaidoyer en faveur de l'éducation inclusive et de qualité pour toutes les filles et tous les garçons.

IV.2 Objectifs spécifiques

- ✦ Améliorer le mécanisme de communication interne au sein du CEFAN.
- ✦ Améliorer les aptitudes des personnes qui animent la communication pour plus d'efficacité.
- ✦ S'assurer que les différentes parties prenantes du CEFAN sont bien informées des activités mises en œuvre.
- ✦ Informer et sensibiliser les publics cibles à travers divers canaux de communication, notamment de proximité sur le droit à l'éducation.
- ✦ Amener les décideurs (gouvernement, parlementaires, élus locaux, leaders d'opinion, etc.) à une meilleure application de l'égalité entre filles et garçons.
- ✦ Accroître le nombre de ses partenaires et ses ressources à l'effet de rendre plus visible et de donner plus d'impact aux plaidoyers de la coalition.

V. GROUPES CIBLES

- ✦ Les partenaires techniques et financiers.
- ✦ Le gouvernement (Les 6 ministères en charge de l'éducation et de la formation + le 1^{er} ministre, Chef du Gouvernement).
- ✦ Les alliées : OSC impliquées au niveau de l'éducation, le parlement
- ✦ Les organes et personnel du CEFAN.
- ✦ Les directions nationales en charge de l'éducation.
- ✦ Les institutions universitaires.

- ✦ Les responsables d'établissements scolaires.

VI. AXES DE COMMUNICATION

Le plan de communication de CEFAN se structure autour de deux axes à savoir : la Communication interne et la Communication externe.

VI.1 Communication interne

Le présent axe permettra de maximiser la communication entre les organisations membres du CEFAN pour améliorer le fonctionnement de la coalition et renforcer l'engagement des organisations membres autour des principes et valeurs de la coalition : (Engagement, Esprit d'équipe). La communication interne vise la cohésion, la prévention des conflits, la motivation du personnel, le défoulement, l'information du personnel et la bonne ambiance au sein du CEFAN. Elle vise également la connaissance de l'autre, ses intérêts, ses préférences. En somme, la communication interne sert avant tout à développer l'esprit d'équipe, qui est vital pour dynamiser le lien social qui s'établit entre les membres, les sympathisants, promouvoir la convivialité et développer la cohésion et la solidarité au sein du CEFAN.

VI.2 Outils de communication

Pour une communication fluide entre le Secrétariat exécutif du CEFAN et les organisations membres d'une part, et d'autre part, entre le personnel du CEFAN ; les outils de communication ci-après sont indispensables :

Tableau 1 : outils de communication interne

| OUTILS | EXPLICATIONS |
|--------------------|---|
| E-mail ou intranet | C'est un réseau informatique sécurisé destiné aux entreprises pour échanger des informations, des documents et bien d'autres ressources. Il est accessible uniquement aux employés de l'organisation. |

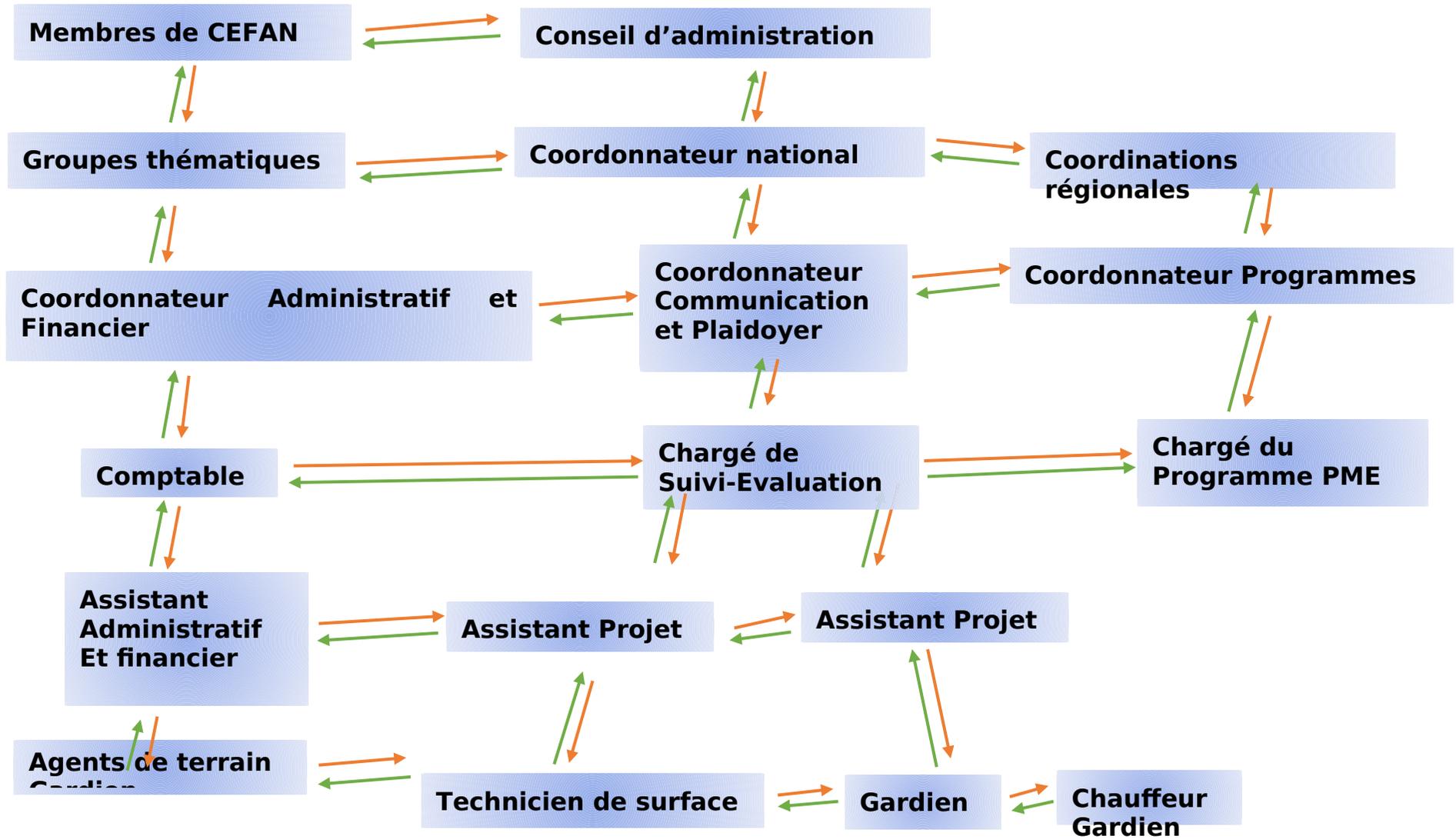
| OUTILS | EXPLICATIONS |
|---|--|
| Adresse e-mail : cefan2015@gmail.com | Il s'agit d'une adresse pour échanger des courriers électroniques. |
| Groupes WhatsApp entre les staffs | C'est un réseau social utilisé pour délivrer des messages et partager des informations utiles. |
| Tableaux internes d'affichage des informations (au moins 02) | C'est un tableau qui sert à informer le personnel à travers des affiches. |
| Boîte à idées (Physique ou digitale) | C'est une caisse en bois ou en aluminium fixé dans un coin de l'organisation où les employés sont appelés à déposer par écrit leurs différentes idées. |
| Réunion hebdomadaire ou bi-hebdomadaire | Elle désigne une rencontre pour discuter des dossiers en cours, informer et prendre de nouvelles décisions pour la bonne marche de l'organisation. |
| Team building | Activités pour resserrer les liens entre le personnel, les motiver et les inciter à l'engagement. Exemple : célébration des anniversaires, du 8 mars (journée internationale de la femme), et du 31 juillet (journée de la femme africaine) par l'organisation de causeries, de dîner, de formations, de jeux, etc. à l'intention des femmes, 3 décembre (Journée Internationale des personnes handicapées) ; Journée internationale de l'éducation (JIE). |

Tableau 2 : objectifs et des cibles

| OBJECTIFS | CIBLES |
|---|-----------------------------------|
| Améliorer le mécanisme de communication interne au sein du CEFAN | Les organes et personnel du CEFAN |
| Améliorer les aptitudes des personnes qui animent la | |

| OBJECTIFS | CIBLES |
|--|--|
| <p>communication pour plus d'efficacité</p> <p>S'assurer que les différentes parties prenantes du CEFAN sont bien informées des activités mises en œuvre</p> | <ul style="list-style-type: none"> + Les partenaires techniques et financiers. + Le gouvernement (Les 6 ministères en charge de l'éducation et de la formation + le 1^{er} ministre, Chef du Gouvernement). + Les alliées : OSC impliquées au niveau de l'éducation, le parlement. + Les organes et personnel du CEFAN. + Les apprenants et les parents. + Les directions nationales en charge de l'éducation. + Les institutions universitaires. + Les responsables d'établissements scolaires. |
| <p>Informers et sensibiliser les publics cibles à travers divers canaux de communication, notamment de proximité sur le droit à l'éducation</p> | <p>Toutes les cibles pré citées</p> |
| <p>Amener les décideurs (gouvernement, parlementaires, élus locaux, leaders d'opinion, etc.) à une meilleure application de l'égalité entre filles et garçons</p> | <ul style="list-style-type: none"> + Le gouvernement (Les 6 ministères + les 1^{er} ministres en charge de l'éducation). + Le parlement. |
| <p>Accroître le nombre de ses partenaires et ses ressources à l'effet de rendre plus visible et de donner plus d'impact aux plaidoyers de la coalition</p> | <p>Les partenaires techniques et financiers</p> |

VI.3 Circuit de l'information du CEFAN



VI.4 Stratégie de communication interne

La stratégie de la communication interne se comme suit :

Tableau 3 : Stratégie de communication interne

| OBJECTIFS | ACTIVITES | CIBLES | INDICATEURS | SOURCES DE VERIFICATION |
|---|--|-----------------------------------|--|--------------------------------|
| Améliorer le mécanisme de communication interne au sein du CEFAN | Recruter de staffs spécialisés, genré et inclusif en communication pour animer la communication ou formation du staff actuel en charge de la communication sur les stratégies, les techniques et les outils de la communication. | Les organes et personnel du CEFAN | Recruter 2 staffs en communication dont une femme et 1 homme | PV de recrutement |
| | Créer une boîte à suggestion pour recueillir les avis et les propositions. | | Créer 1 boîte à suggestion | La disponibilité de la boîte |
| | Organiser des activités de team building ¹ (célébration des anniversaires, retraite, excursion, déjeuner, sport, etc.). | | 3 | Liste des participants; photos |

| | | | | |
|--|--|--|---|-----------------------------------|
| | Réunion mensuelle pour mettre les staffs au même niveau d'information et pouvoir suivre les activités. | | Une réunion par semaine | Liste des participants |
| | Adresse des notes d'information | | Un par trimestre | Mailing |
|  Améliorer les aptitudes des personnes qui animent la communication pour plus d'efficacité | Organisation des renforcements de capacité pour le staff communication | | 5 sessions ² pour les staffs en charge de la communication | Liste des participants ; rapports |

¹ **Pourquoi faire un team building ? Le team building s'inscrit dans l'objectif du bien-être en entreprise. Pour parvenir à cet objectif, le team building offre cinq atouts clés : stimuler la motivation des salariés pour limiter le turn-over et lutter contre l'absentéisme, promouvoir la communication interne afin de prévenir les éventuelles tensions, faciliter l'intégration de nouveaux collaborateurs, créer un cadre de travail convivial, ce qui permet de limiter le stress et d'augmenter la productivité à long terme et améliorer la performance globale de l'entreprise. in <https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1497569-team-building-definition-et-exemples-d-activites/> consulté le 06 juillet 2022**

² Animation des réseaux sociaux et site internet, Canva, communication pour la mobilisation de ressources ou communication dans la gestion de projet ; montage de newsletter, dépliants, visuel, etc. et MailChimp

VI.5 Communication externe

La communication externe regroupe toutes les actions de communication du CEFAN vis-à-vis de l'extérieur. La communication externe joue un rôle fondamental dans la promotion de l'image, la notoriété et le développement des activités de toute organisation.

A cet effet, le présent axe permettra au CEFAN d'optimiser sa communication avec l'ensemble de ses partenaires clés, de renforcer sa visibilité et sa notoriété dans son environnement de travail et au-delà.

Elle permettra enfin une meilleure communication sur les activités et les projets que pilote le CEFAN.

VI.6 Outils de communication

Ces outils sont indispensables pour se faire véritablement de la visibilité.

Tableau 4 : outils de communication externe

| OUTILS | |
|---|--|
| Réseaux sociaux | Ils encouragent les échanges de contenus divers tels que les photos, les vidéos, les articles, les stories, les opinions, les statuts, etc. |
| Carte prépayée pour le boost | Carte servant au paiement pour booster les publications |
| Presse écrite, radio et télévision | Ce sont des médias populaires pour passer un message |
| Contenus attrayants | Montage de vidéos ou de photos qui captent l'attention et engagent la communauté. |
| Plaidoyer | Le plaidoyer est un ensemble d'activités organisées, destinées à influencer les politiques et les actions des détenteurs de pouvoir afin d'obtenir des changements positifs et durables. Il se résume en 4 modes d'actions complémentaires à savoir : l'expertise ; le lobbying ; la communication et la mobilisation. 4 principes sont importants pour tout plaidoyer la concertation ; la réflexion ; l'influence/la pression et la solidarité . |

VII. Stratégie de Communication externe

Tableau 5 : Stratégie de communication externe

| OBJECTIFS | ACTIVITES | CIBLES | INDICATEURS | SOUERCES DE VERIFICATION |
|---|--|--|---|--|
| S'assurer que les différentes parties prenantes du CEFAN sont bien informées des activités mises en œuvre | Mise à jour et animation régulière du site internet du CEFAN | <p>Les partenaires techniques et financiers ; le grand public.</p> <p>Le gouvernement (Les 6 ministères + les 1^{er} ministres en charge de l'éducation)</p> <p>Les alliées : OSC impliquées au niveau de l'éducation, le parlement</p> <p>Les organes et personnel du CEFAN</p> | <p>-Actualiser le site internet du CEFAN au plus chaque 2 semaines (par quinzaine)</p> <p>-Le nombre de visiteur du Site web du CEFAN (www.cefan-coalition.org) augmente d'au moins de 25% d'ici 2026 (référence Août 2023 : 00)</p> | <p>La dernière date de mise à jour</p> <p>Site web du CEFAN www.cefan-coalition.org en cours de reconstruction.</p> |
| | Produire la newsletter de la Coalition « La Lettre du CEFAN » et au Besoin créer « <i>La Lettre du CEFAN Junior</i> » avec des images et textes adaptés aux enfants | <p>Les apprenants et les parents</p> <p>Les directions nationales en charge de l'éducation</p> <p>Les institutions universitaires</p> | <p>Chaque trimestre</p> | Disponibilité des Editions/publications |
| | Réaliser de dépliants de présentation du CEFAN, de portfolios, de Kakemonos, de posters, de T-shirts, de chasubles, de plaquettes d'informations des projets, etc. (pour les | <p>Les responsables d'établissements scolaires</p> | <p>Réaliser : 1 dépliants de présentation du CEFAN, 1 portfolios de présentation des activités/ mois 1 Kakemonos de</p> | Disponibilité des outils, factures des prestataires (graphiste, imprimerie, calligraphe, etc.) |

| | | | |
|--|--|--|--|
| document physique et numériques | | présentation du CEFAN, 1000 T-shirts, 50 chasubles 100 plaquettes d'informations des projets réalisés. | |
| Signer des conventions de partenariat avec des médias pour des couvertures médiatiques, reportages sur les activités du CEFAN | | 4 conventions | Disponibilité des conventions ; |
| Organiser la visite des médias auprès du CEFAN, de ses structures et de ses projets ou déjeuner/dîner de presse | | Organiser 6 visites des médias ou 2 fois/an | Liste des organes invités, liste des organes qui ont répondu présents, rapport de l'activité |
| Insérer systématiquement la présentation du CEFAN lors de toutes les activités (rencontre avec les bailleurs ou partenaires technique, séance d'échange et d'information, accueil de nouveaux membres) | | A chaque rencontre des bailleurs ou partenaires techniques, séance d'échange et d'information, accueil de nouveaux membres | Programme du déroulement de l'activité |
| Réaliser et publier régulièrement l'actualité | | 1 fois par mois | Disponibilité de l'actualité ; fichier |

| | éducative | | | source de montage |
|---|--|--|--|--|
| Informer et sensibiliser les publics cibles à travers divers canaux de communication, notamment de proximité sur le droit à l'éducation | Création et animation régulière des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, chaîne YouTube, WhatsApp, Tik Tok etc.) | Toutes les cibles pré citées | Faire 2 publications par semaine sur chaque réseau social -le nombre de followers de la page facebook du CEFAN augmente d'au moins 30% d'ici 2026 (référence 2023 : 797) | Les dates de mise à jour, Fréquences -Page facebook : Cameroon Education For All Network-CEFAN |
| | Organiser de séances d'échanges avec les bénéficiaires finaux pour faire connaître le CEFAN et ses domaines d'intervention. | | Nombre de séances d'échanges par semestre : 2 | Liste des participants, rapport de l'activité |
| Amener les décideurs (gouvernement, parlementaires, élus locaux, leaders d'opinion, etc.) à une meilleure application de l'égalité entre filles et garçons | Participer aux manifestations nationales entrant dans le cadre des journées internationales de plaidoyer : (Journée Internationale de la Femme (JIF) ; Journée de la Femme Africaine (JFA) ; Journée de l'Enfant Africain (JEA) ; Journée Internationale des Droits de l'Enfant (JIDE) ; Journée | Le gouvernement (Les 6 ministères + les 1 er ministres en charge de l'éducation) Le parlement | Participer à 7 évènements mondiaux chaque année | Compte rendu fait part les personnes participantes |

| | | | | |
|--|---|--|---------------------------------------|--|
| | Internationale de Lutte contre le Travail des Enfants (JILTE), la semaine mondiale d'actions pour l'éducation, les 16 jours d'activisme, etc.) | | | |
| | Créer une émission relative à l'éducation sur une chaîne publique ou privée pour renforcer les plaidoyers de la coalition et sensibiliser l'opinion publique sur les bienfaits de l'éducation | | Créer 1 émission qui se tiendra à vie | Le synopsis ; Le contrat entre la chaîne et le CEFAN ; facture de paiement |
| | Réalisation de vidéos sur les activités du CEFAN qui serviront pour la mobilisation et le plaidoyer sur la chaîne YouTube et sur les autres réseaux sociaux | | 1 par mois. | Disponibilité des vidéos ; fichiers source au niveau du logiciel de montage ; disponibilité de la publication |
| Accroître le nombre de ses partenaires et ses ressources à l'effet de rendre plus visible et de donner plus d'impact aux | Prospecter de nouveaux bailleurs de fonds et de partenaires techniques | Les partenaires techniques et financiers | 4 fois par mois | Rapport de cette activité |

| | | | | |
|----------------------------|--|--|--|--|
| plaidoyers de la coalition | | | | |
|----------------------------|--|--|--|--|

VIII. RESSOURCES HUMAINES

Afin de faciliter l'effort de communication et assurer une bonne visibilité des activités du CEFAN, les personnes ressources suivantes seront impliquées et engagées tout au long du processus de la mise en œuvre de ce PDC :

- + Responsable chargée de la Communication ;
- + Responsable de plaidoyer ;
- + Animatrice ou animateur de la communication digitale ;
- + Personnes chargées de la communication dans les OSC membres ;
- + Coordinations régionales ;
- + Personnes chargées de suivi et évaluation dans OSC membres ;
- + Membres des groupes thématiques.

Toutefois, toutes les compétences internes en communication qui travaillent au sein des OSC membres peuvent être impliquées.

IX. PERIODE DE MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION

Les activités du plan de communication seront mises en œuvre sur une période de trois (03) ans. Les activités sont scindées en deux phases :

- ❖ **Phase préparatoire** : Juin à décembre 2023
- ❖ **Phase d'implémentation** : janvier 2024 à décembre 2026

X. SUIVI ET EVALUATION DU PLAN DE COMMUNICATION

Le présent plan de communication sera exécuté en fonction de 15 indicateurs dont 5 indicateurs relatifs à la communication interne et 10 relatifs à la communication externe.³ Ces indicateurs seront suivis particulièrement par la personne Responsable de la communication et la personne Responsable du suivi et évaluation de CEFAN.

Sa mise en œuvre est prévue sur une période de 3 ans. Chaque année, une évaluation annuelle sera réalisée pour suivre les progrès

³ Cf Tableau 1 et 2

vers l'atteinte des objectifs. Au bout des 3 ans, le CEFAN réalisera une évaluation finale sur la pertinence de sa stratégie de communication. Les observations à l'issue de l'évaluation finale guideront les réajustements nécessaires pour actualiser le présent plan de communication.

X.1 Mécanisme de suivi

Le suivi, connu comme une fonction importante de gestion, est un processus systématique de recueil, d'analyse et d'utilisation d'informations visant à déterminer en continu les progrès de la stratégie en vue de la réalisation des objectifs du plan de communication et à guider lors des prises de décisions. Dans le cadre de l'opérationnalisation du système de suivi et évaluation du plan de communication de CEFAN, le suivi consistera à observer en permanence les activités et les résultats dudit plan de communication.

À ce titre, la fonction de suivi aura spécifiquement comme objectifs de :

- ✚ Surveiller les progrès dans l'atteinte des résultats du plan de communication, en se basant sur les indicateurs définis ;
- ✚ Détecter à temps les problèmes potentiels ou réels qui pourraient entraver la bonne réalisation des activités du PDC et spécifiquement le Plan d'Action Budgétisé (PAB) sur les trois ans, ainsi que d'autres causes possibles afin de prendre à temps des précautions ;
- ✚ Identifier et/ou documenter les leçons apprises et les bonnes pratiques qui pourraient servir aux prises de décisions et aux ajustements de la stratégie de communication ;
- ✚ L'atteinte des objectifs ci-dessus implique que les activités de suivi permettent de répondre aux questions ci-après : les activités se déroulent-elles conformément au chronogramme retenu ? Les changements attendus au niveau de la visibilité de CEFAN, de mobilisation de bailleurs de fonds et de ressources sont-ils en voie d'être réalisés ? Quels sont les problèmes rencontrés et quelles sont les solutions envisagées ?

Les activités et mécanismes de suivi clés suivantes seront déployés :

- ✚ **Les réunions de suivi** (revue semestrielle) : dans la perspective de mieux exécuter et coordonner efficacement les activités du plan de communication sur la période 2024-2026, des réunions de suivi et de gestion seront organisées par le CEFAN avec l'ensemble des parties prenantes clés, notamment les membres de ressources humaines prévus dans le PDC. D'abord, ces réunions de suivi devraient permettre le partage des informations et l'amélioration de la gestion et de la performance du plan de communication. Ensuite, elles constitueront des cadres d'analyse des rapports d'activités des différents acteurs, mais aussi d'échanges d'information où les leçons apprises et les bonnes pratiques notées dans la mise en œuvre seront partagées avec tous les acteurs impliqués dans la mise en œuvre du plan de communication ainsi que les partenaires cibles. Elles seront également des occasions pour chaque acteur impliqué d'exprimer ses difficultés dans la tâche qui lui est confiée et ensemble avec les autres participants chercher des solutions idoines pour y remédier. Enfin, ces réunions seront, de par leur nature, des cadres de formation continue. Il est recommandé de tenir ces réunions en début de trimestre étant donné que le chronogramme est construit en fonction de trimestre.
- ✚ **Le rapportage** : l'exigence de redevabilité et la démarche d'apprentissage telles que promues par l'approche de Gestion Axée sur les Résultats (GAR) impose l'élaboration de rapports (d'activités, trimestriel, semestriel et annuel). Pour faciliter cet exercice, la personne en charge du suivi-évaluation proposera un modèle de rapport standardisé en collaboration avec tous les acteurs impliqués dans la mise en œuvre du PDC. Ainsi chaque membre est encouragé à produire son rapport d'activité trimestriel ou annuel sur la tâche qui lui est assigné dans l'exécution du PDC selon ce modèle.

Ces rapports qui seront axés sur les résultats incluront tout au moins les trois aspects suivants :

1. État actuel des résultats et des indicateurs par rapport aux prévisions ;
2. Analyse et commentaire des résultats obtenus ;

3. Contribution spécifique des parties prenantes clés à la réalisation de ces résultats.

X.2 Mécanisme d'évaluation

Généralement, les évaluations sont des occasions d'appréciation systématique d'une stratégie. L'évaluation vise à déterminer la pertinence, l'impact, l'efficacité, l'efficience et la durabilité des interventions et les contributions de l'intervention aux résultats obtenus. Les constats, recommandations et enseignements d'une évaluation doivent être utilisés pour informer les processus décisionnels subséquents.

Dans le cadre du dispositif de suivi et d'évaluation du présent PDC portant sur la période 2024-2026, en fonction de la disponibilité des ressources, trois évaluations peuvent être réalisées. La première en fin 2024 ; la deuxième en fin 2025 ; et la troisième en fin 2026.

X.3 Renforcement des capacités en suivi & évaluation

Le renforcement de capacités des acteurs en Gestion Axée sur les Résultats et en Suivi et Evaluation⁴ est recommandé pour la mise en œuvre efficace du PDC. Ainsi, tous les acteurs du dispositif bénéficieront de formation en GAR ou en S&E. Ce renforcement peut être synchrone ou asynchrone selon ce qui sera retenu par le département S&E en collaboration avec le département communication et plaidoyer.

Le renforcement de capacités concerne également le système d'information (collecte, stockage, traitement et diffusion des informations) du CEFAN en vue de leur permettre de répondre entièrement aux besoins en information du plan de communication.

X.4 Documentation des bonnes pratiques et leçons apprises

Les bonnes pratiques, les expériences qui ont réussi et les leçons apprises sont à documenter en vue de leur duplication. C'est un

⁴ <https://spurchangeresource.ca/fr/training/gar-101/>

volet important en S&E d'un PDC. Selon la disponibilité des compétences au CEFAN, le CEFAN pourra recruter une structure ou un consultant aguerri en vue de mettre en place cette documentation.

XI. CHRONOGRAMME

Tableau 6 : Chronogramme

| Année | | | | 2024 | | | | 2025 | | | | 2026 | | | |
|-----------------------|--|-----------|--|------|----|----|----|------|----|----|----|------|----|----|----|
| COMMUNICATION INTERNE | | | | | | | | | | | | | | | |
| N° | Activités | Nbre | Responsable | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 |
| 01 | Recruter de staffs spécialisés, genré et inclusif en communication pour animer la communication ou formation du staff actuel en charge de la communication sur les stratégies, les techniques et les outils de la communication. | 02 staffs | Coordonnateur, Comptable et Responsable communication et plaidoyer | | | | | | | | | | | | |
| 02 | Organiser des renforcements de capacité pour le staff communication | 05 | Coordonnateur, Comptable et Responsable communication et plaidoyer | | | | | | | | | | | | |
| 03 | Créer d'une boîte à suggestion pour recueillir les avis et les propositions du personnel. | 01 | Responsable communication et plaidoyer | | | | | | | | | | | | |
| 04 | Organiser des activités de team building | 3 | Responsable communication et plaidoyer et personne en charge des ressources humaines | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|---|-------------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|--|--|--|
| 05 | Faire des réunions mensuelles pour mettre les staffs au même niveau d'information et pouvoir suivre les activités. | 1/mois | Coordonnateur et responsable de projets | | | | | | | | | | | | | | | | |
| COMMUNICATION EXTERNE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 01 | Mettre à jour et animation régulière du site internet du CEFAN (www.cefan-coalition.org) | 6/trimestre | Responsable de la communication digitale | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 | | | | |
| 02 | Créer et animation régulière des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, chaîne YouTube, etc.) | 01 | Responsable de la communication digitale | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 03 | Participer aux manifestations nationales entrant dans le cadre des journées internationales de plaidoyer (JIF, JFA, JEA, JIDE, JILTE, la semaine mondiale d'actions pour l'éducation, les 16 jours d'activisme, etc.) | 07 | Coordonnateur, Responsable de projets et Responsable communication et plaidoyer | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 04 | Produire la newsletter de la coalition « La Lettre du CEFAN » et Créer au besoin la « Lettre du CEFAN Junior » avec des images et textes adaptés aux enfants | 01 | Responsable communication et plaidoyer | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 | | | | |
| 05 | Réaliser de dépliants de présentation du CEFAN, de | | Responsable communication | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|--------------|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|--|--|
| | portfolios, de Kakemonos, de posters, de T-shirts, de chasubles, de plaquettes d'informations des projets, etc. | | et plaidoyer et Responsable de projets | | | | | | | | | | | | | | | |
| 06 | Signer des conventions de partenariat avec des médias pour des couvertures médiatiques, reportages sur les activités de CEFAN | 04 | Responsable communication et plaidoyer et Comptable | | | | | | | | | | | | | | | |
| 07 | Organiser de la visite des médias | 02/an | Responsable communication et plaidoyer | | | | | | | | | | | | | | | |
| 08 | Créer une émission sur l'éducation sur des chaînes publiques ou privées pour le plaidoyer et la mobilisation | 01 | Responsable communication et plaidoyer | T 1 | T 2 | T 3 | T 4 | T 1 | T 2 | T 3 | T 4 | T 1 | T 2 | T 3 | T 4 | | | |
| 09 | Organiser des séances des échanges et de sensibilisation avec les bénéficiaires pour faire connaître le CEFAN et ses domaines d'intervention. | 02/ semestre | Responsable communication et plaidoyer, Responsable de projet et agents de terrains | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Prospecter de nouveaux bailleurs de fonds et de partenaires techniques | 4/ mois | Responsable communication et plaidoyer | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Réaliser et publier des vidéos sur | 01/mois | Responsable | | | | | | | | | | | | | | | |

Budget plan de communication du CEFAN V1 (Les coûts sont en Fcfa).

| | | | | | Année 2024 | | | | Sou s Tot al | Année 2025 | | | | Sou s Tot al | Année 2026 | | | | Sou s Tot al | total | Source de financem ent |
|---|-----------------------|-------------------|-----------------------------|----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Activités | Unité | Nb d'uni té | Mont ant unitai re | Monta nt Total | T1 | T2 | T3 | T4 | | T1 | T2 | T3 | T4 | | T1 | T2 | T3 | T4 | | | |
| Communica tion interne | | | | 20 145 800 | 1 28 8 60 0 | 1 60 0 0 0 | 1 20 0 0 0 | 2 70 0 0 0 | 6 788 600 | 1 27 8 60 0 | 1 50 0 0 0 | 1 20 0 0 0 | 2 70 0 0 0 | 6 678 600 | 1 27 8 60 0 | 1 50 0 0 0 | 1 20 0 0 0 | 2 70 0 0 0 | 6 678 600 | 20 14 5 80 0 | A mobilise r |
| Recruter 2 personnes pour la communica tion | employé*nb de mois | 72 | 200 000 | 14 400 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 4 800 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 4 800 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 1 200 000 | 4 800 000 | 14 40 0 00 0 | A mobilise r |
| Hébergeme nt du site + 150 adresses pro (lws) | annuel | 3 | 78 600 | 235 800 | 78 600 | | | | 78 600 | 78 600 | | | | 78 600 | 78 600 | | | | 78 600 | 23 5 80 0 | A mobilise r |
| Créer une boite à suggestion | boite | 1 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | | | | 10 000 | | | | | 0 | | | | | 0 | 10 00 0 | A mobilise r |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------------|-----|---------|-------------------|------------|------------|-----------|----------------|------------------|------------|-----------|-----------|----------------|------------------|------------|-----------|-----------|----------------|------------------|-------------------|-----------------|
| Organiser 3 activités de Team building pour 20 personnes pendant 2 jours | employé*jou rs | 120 | 37 500 | 4 500 000 | | | | 1 500 000 | 1 500 000 | | | | 1 500 000 | 1 500 000 | | | | 1 500 000 | 1 500 000 | 4 500 000 | A mobilise r |
| Organiser 5 formations pour le personnel en communication | formation | 5 | 200 000 | 1 000 000 | | 400 000 | | 400 000 | | 300 000 | | | 300 000 | | 300 000 | | | 300 000 | | 1 000 000 | A mobilise r |
| Communication externe | | | | 23 995 960 | 13 948 000 | 11 883 000 | 1 918 830 | 2 368 830 | 6 545 970 | 11 883 000 | 2 568 830 | 1 618 830 | 2 368 830 | 8 675 320 | 31 883 000 | 2 918 830 | 1 118 830 | 2 368 830 | 8 725 320 | 23 946 610 | A mobilise r |
| Mise à jour et animation régulière du site web | N/A | | | | | | | 0 | | | | | 0 | | | | | 0 | | 0 | A mobilise r |
| Booster une publication facebook par mois pendant deux jours | jour de boost*nb de mois | 72 | 6 580 | 473 760 | 39 480 | 39 480 | 39 480 | 39 480 | 157 920 | 39 480 | 39 480 | 39 480 | 39 480 | 157 920 | 39 480 | 39 480 | 39 480 | 39 480 | 157 920 | 473 760 | A mobilise r |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------------------|-------|---------|-------------------|--|-----------|-----------|------------------|-----------|-----------|---------|----------------|------------------|-----------|----------------|--------|------------------|------------------|-------------|
| Participer aux manifestations nationales | forfait année*nb année | 3 | 700 000 | 2 100 000 | | | 700 000 | 700 000 | | | 700 000 | 700 000 | | 700 000 | 700 000 | | 2 100 000 | A mobiliser | |
| Créer et diffuser une lettre du CEFAN junior de façon trimestrielle | | | | | | | | 0 | | | | 0 | | | 0 | | 0 | A mobiliser | |
| Infographiste | Pers*trim | 10 | 50 000 | 500 000 | | | 50 000 | 100 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 200 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 200 000 | A mobiliser |
| Option 1 imprimée | impression*trim | 8 000 | 1 500 | 12 000 000 | | 1 500 000 | 1 500 000 | 3 000 000 | 1 500 000 | 1 500 000 | | 1 500 000 | 4 500 000 | 1 500 000 | 1 500 000 | | 1 500 000 | 4 500 000 | A mobiliser |
| Option 2 numérique 1 boost pendant 2 semaines chaque trimestre | boost*trimestre | 180 | 3 290 | 592 200 | | 49 350 | 49 350 | 148 050 | 49 350 | 49 350 | 49 350 | 49 350 | 197 400 | 49 350 | 49 350 | 49 350 | 49 350 | 197 400 | A mobiliser |
| Réaliser et imprimer les support visuels | | | | | | | | 0 | | | | 0 | | | 0 | | 0 | A mobiliser | |
| Conception et | nb d'impression | 1 000 | 500 | 500 | | 150 000 | | 150 000 | 150 000 | | | 150 000 | 200 000 | | | | 200 000 | 500 | A mobiliser |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|-------|---------|------------------|--------|--|---------|---------|------------------|---------|---------|---------|---------|------------------|---------|---------|---------|---------|------------------|-----------|-------------|
| impression dépliant de présentation du CEFAN | | | | 000 | | | | | | | | | | | | | | | 000 | mobiliser | |
| Kakemonos de présentation du CEFAN | pièce | 1 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | | | | 70 000 | | | | | 0 | | | | | 0 | 70 000 | A mobiliser |
| T-shirt | pièce | 1 000 | 2 000 | 2 000 000 | | | 200 000 | 200 000 | 400 000 | 200 000 | 200 000 | 200 000 | 200 000 | 800 000 | 200 000 | 200 000 | 200 000 | 200 000 | 800 000 | 2 000 000 | A mobiliser |
| chasuble | pièce | 50 | 18 000 | 900 000 | | | 300 000 | | 300 000 | | | 300 000 | | 300 000 | | 300 000 | | | 300 000 | 900 000 | A mobiliser |
| plaquettes d'information des projets réalisés | pièce*nb projet | 500 | 500 | 250 000 | | | 150 000 | | 150 000 | 50 000 | | | | 50 000 | | 50 000 | | | 50 000 | 250 000 | A mobiliser |
| Signer des conventions de partenariats avec les médias pour les couvertures | Forfait signature | 5 | 250 000 | 1 250 000 | | | 250 000 | | 250 000 | 250 000 | | 250 000 | | 500 000 | 250 000 | 250 000 | | | 500 000 | 1 250 000 | A mobiliser |
| Organiser 6 visites des médias | nb de média *nb de visite | 60 | 50 000 | 3 000 000 | | | 500 000 | 500 000 | 1 000 000 | 500 000 | | 500 000 | | 1 000 000 | 500 000 | 500 000 | | | 1 000 000 | 3 000 000 | A mobiliser |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|----|--------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|---------------|-------------|
| Prospecter de nouveaux bailleurs et partenaires techniques 4 fois par mois | nb de visite *nbmois | 36 | 10 000 | 360000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 120000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 120000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 120000 | 360000 | A mobiliser |
| | | | | | 1428 | 3718 | 3888 | 5888 | 1334 | 337 | 488 | 288 | 588 | 153 | 37 | 48 | 28 | 58 | 153 | 442 | A mobiliser |
| Coût Total | | | | 7600 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |