

# PLAN DE COMMUNICATION DE CEFAN

## 2023-2025



PHOTO DE FAMILLE  
ATELIER PLAN DE COMMUNICATION  
27,28 ET 29 JUIN 2022 À YAOUNDE

*Réalisé avec l'appui du Programme canadien Compétence, Leadership et Education  
(CLE)*

**Septembre 2022**

## I. SIGLES ET ABREVIATIONS

**CEFAN:** Cameroon Education For All Network

**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

**PAB :** Plan d'Action Budgétisé

**PDC :** Plan De Communication

**SE :** Suivi-Evaluation

## II. LISTE DES TABLEAUX

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

## Table des matières

I.	SIGLES ET ABREVIATIONS .....	2
II.	LISTE DES TABLEAUX .....	3
III.	CONTEXTE.....	5
IV.	OBJECTIFS DE COMMUNICATION .....	5
IV.1	Objectif général .....	6
IV.2	Objectifs spécifiques.....	6
V.	GROUPES CIBLES .....	6
VI.	AXES DE COMMUNICATION .....	7
VI.1	Communication interne .....	7
VI.2	Outils de communication .....	7
	Toutes les cibles pré citées.....	9
VI.3	Circuit de l'information du CEFAN .....	10
VI.4	Stratégie de communication interne .....	11
VI.5	Communication externe .....	13
VI.6	Outils de communication .....	13
VII.	Stratégie de Communication externe .....	14
VIII.	RESSOURCES HUMAINES .....	19
IX.	PERIODE DE MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION .....	19
X.	SUIVI ET EVALUATION DU PLAN DE COMMUNICATION .....	19
X.1	Mécanisme de suivi .....	20
X.2	Mécanisme d'évaluation.....	21
X.3	Renforcement des capacités en suivi & évaluation.....	21
X.4	Documentation des bonnes pratiques et leçons apprises .....	22
XI.	CHRONOGRAMME .....	22
XII.	PLAN D' ACTIONS BUDGETISE .....	26

### III. CONTEXTE

Afin d'atteindre ses objectifs institutionnels et de plaider, le CEFAN a souhaité se doter du présent plan de communication qui orientera le personnel et les membres sur les objectifs de communication du CEFAN, les ressources à mobiliser et les différentes activités à mettre en place pour la période 2023-2025.

En effet, ne pas communiquer, c'est choisir délibérément de se cacher et de ne pas interagir avec sa communauté. Le CEFAN pour permettre à tous les camerounais et toutes les camerounaises 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 sollicité l'appui du Programme canadien Compétence, Leadership et Education (CLE) pour l'accompagner dans la réalisation de ce plan de communication. Le présent outil n'est qu'une méthode parmi la multitude de méthodes. Sa réalisation sera tributaire du niveau et de l'engagement du CEFAN dans sa mise en œuvre. Cette mise œuvre intégrera 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 objectifs bien précis, des cibles et des indicateurs bien définis puis un Plan d'actions Budgétisé (PAB) claire. 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 claires. Ces objectifs permettront d'atteindre les cibles et de parvenir aux résultats escomptés.

## IV.1 Objectif général

D'ici 2025 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 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 + les 1<sup>er</sup> ministres en charge de l'éducation)
- ✚ 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) En effet, 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.
Adresse mail	<a href="mailto:cefaneducation@gmail.com">cefaneducation@gmail.com</a>	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.

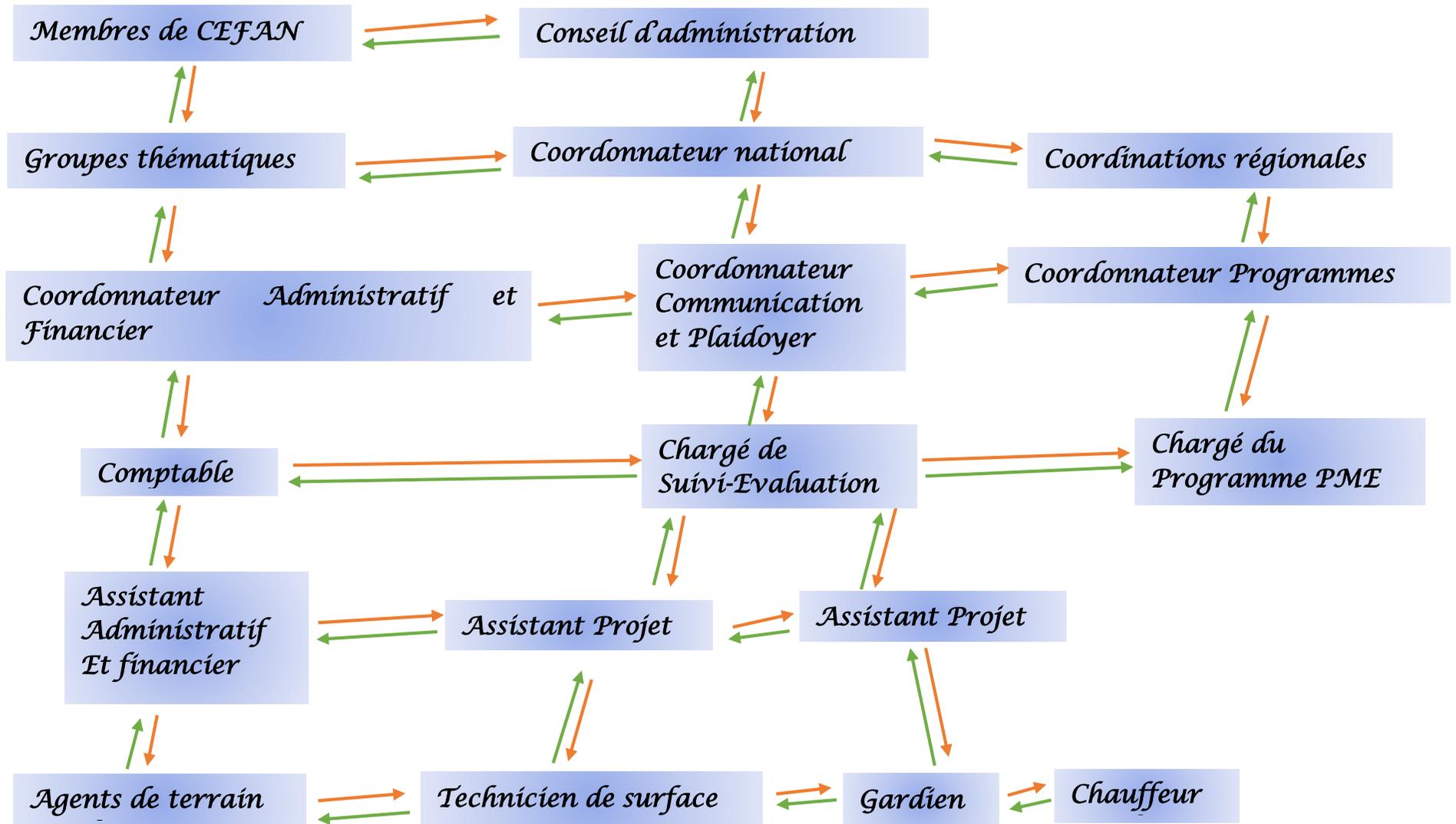
OUTILS	EXPLICATIONS
Tableaux internes d'affichage des informations (au moins 02)	C'est un tableau qui sert à informer le personnel à travers des affiches.
Boîte à idées (Physique ou digitale)	C'est une caisse en bois ou en aluminium fixé dans un coin de l'organisation où les employés sont appelés à déposer 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)

**Tableau 2 : objectifs et des cibles**

OBJECTIFS	CIBLES
<b>Améliorer le mécanisme de communication interne au sein du CEFAN</b>	Les organes et personnel du CEFAN
<b>Améliorer les aptitudes des personnes qui animent la communication pour plus d'efficacité</b>	
<b>S'assurer que les différentes parties prenantes du CEFAN sont bien informées des activités mises en œuvre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Les partenaires techniques et financiers</li> <li> Le gvt (Les 6 ministères + les 1 er ministres en charge de l'éducation)</li> <li> Les alliées : OSC impliquées au niveau de l'éducation, le parlement</li> <li> Les organes et personnel du CEFAN</li> <li> Les apprenants et les parents</li> </ul>

OBJECTIFS	CIBLES
	<ul style="list-style-type: none"> <li> Les directions nationales en charge de l'éducation</li> <li> Les institutions universitaires</li> <li> Les responsables d'établissements scolaires</li> </ul>
<p><b>Informé et sensibiliser les publics cibles à travers divers canaux de communication, notamment de proximité sur le droit à l'éducation</b></p>	<p>Toutes les cibles pré citées</p>
<p><b>Amener les décideurs (gouvernement, parlementaires, élus locaux, leaders d'opinion, etc.) à une meilleure application de l'égalité entre filles et garçons</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Le gouvernement (Les 6 ministères + les 1 er ministres en charge de l'éducation)</li> <li> Le parlement</li> </ul>
<p><b>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</b></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
 <b>Améliorer le mécanisme de communication interne au sein du CEFAN</b>	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 <sup>1</sup> (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
 <b>Améliorer les aptitudes des personnes qui animent la communication pour plus d'efficacité</b>	Organisation des renforcements de capacité pour le staff communication		5 sessions <sup>2</sup> pour les staffs en charge de la communication	Liste des participants ; rapports

I.1 <sup>1</sup>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

<sup>2</sup> 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	
<b>Réseaux sociaux</b>	Ils encouragent l'échanges de contenus divers tels que les photos, les vidéos, les articles, les stories, les opinions, les statuts, etc.
<b>Carte prépayée pour le boost</b>	Carte servant au paiement pour booster les publications
<b>Presse écrite, radio et télévision</b>	Ce sont des médias populaires pour passer un message
<b>Contenus attrayants</b>	Montage de vidéos ou de photos qui captent l'attention et engagent la communauté.
<b>Plaidoyer</b>	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	Les partenaires techniques et financiers	Actualiser le site internet du CEFAN au plus chaque 2 semaines (par quinzaine)	La dernière date de mise à jour
	Créer d'une « <i>Lettre du CEFAN Junior</i> » avec des images et textes adaptés aux enfants	Le gouvernement (Les 6 ministères + les 1 <sup>er</sup> ministres en charge de l'éducation)  Les alliées : OSC impliquées au niveau de l'éducation, le parlement	Chaque trimestre	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 document physique et numériques)	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	Réaliser : 1 dépliants de présentation du CEFAN, 1 portfolios de présentation des activités/ mois 1 Kakemonos de présentation du CEFAN, 1000 T-shirts, 50 chasubles 100 plaquettes d'informations des projets réalisés.	Disponibilité des outils, factures des prestataires (graphiste, imprimerie, calligraphe, etc.)
	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 éducative		1 fois par mois	Disponibilité de l'actualité ; fichier source de montage
Informers 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	Les dates de mise à jour, Fréquences
	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

<p>Amener les décideurs (gouvernement, parlementaires, élus locaux, leaders d'opinion, etc. ) à une meilleure application de l'égalité entre filles et garçons</p>	<p>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 Internationale de Lutte contre le Travail des Enfants (JILTE), la semaine mondiale d'actions pour l'éducation, les 16 jours d'activisme, etc.)</p>	<p>Le gouvernement (Les 6 ministères + les 1 er ministres en charge de l'éducation)</p> <p>Le parlement</p>	<p>Participer à 7 évènements mondiaux chaque année</p>	<p>Compte rendu fait part les personnes participantes</p>
	<p>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</p>		<p>Créer 1 émission qui se tiendra à vie</p>	<p>Le synopsis ; Le contrat entre la chaîne et le CEFAN ; facture de paiement</p>

	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 plaidoyers de la coalition	Prospecter de nouveaux bailleurs de fonds et de partenaires techniques	Les partenaires techniques et financiers	4 fois par mois	Rapport de cette activité

## 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** : octobre à décembre 2022
- ❖ **Phase d'implémentation** : janvier 2023 à décembre 2025

## 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.<sup>3</sup> Ces indicateurs seront suivis particulièrement par la personne en charge de la communication et la personne chargée du suivi et évaluation de CEFAN.

Sa mise en œuvre est prévue sur une période de 3 ans. Au bout des 3 ans, le CEFAN doit évaluer la pertinence de la stratégie et selon la réussite ou non, il maintiendra la stratégie, l'ajustera ou la changera afin de continuer à communiquer avec toutes ses parties prenantes.

---

<sup>3</sup> Cf Tableau 1 et 2

## 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 trimestrielle) : dans la perspective de mieux exécuter et coordonner efficacement les activités du plan de communication sur la période 2022-2025, 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 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 2023-2025, deux évaluations peuvent être réalisées. La première en 2024 et la deuxième en 2025.

## X.3 Renforcement des capacités en suivi & évaluation

Le renforcement de capacités des acteurs en Gestion Axée sur les Résultats et en Suivi et Évaluation<sup>4</sup> est recommandé pour la mise en œuvre efficace du PDC. Ainsi, tous les

---

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

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 concernera 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 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				2023				2024				2025			
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														
<b>COMMUNICATION EXTERNE</b>																	
01	Mettre à jour et animation régulière du site internet du CEFAN	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	Créer d'une « 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 portfolios, de Kakemonos, de posters, de T-shirts, de chasubles, de plaquettes d'informations des projets, etc.		Responsable communication 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 d'une émission sur l'éducation sur des chaînes publiques ou privées pour le plaidoyer et la mobilisation	01	Responsable communication et plaidoyer	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4		
09	Organiser de séances d'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 publication de vidéos sur les activités du CEFAN qui serviront pour le plaidoyer sur la chaîne YouTube et sur les autres réseaux sociaux	01/mois	Responsable communication et plaidoyer et responsable de la														



