



# **Plan stratégique et opérationnel de communication 2011-2013**

# UNE COMMUNICATION EN COHERENCE AVEC LA PHILOSOPHIE D'INTERVENTION



- ÉLÉMENT FONDAMENTAL DE LA STRATÉGIE DE MANAGEMENT
- DOIT VÉHICULER LA VISION ET LA RAISON D'ÊTRE DU CNAMS
- DEUX AXES : - LA COMMUNICATION INTERNE, AU SEIN DE LA STRUCTURE DONT L'OBJECTIF EST D'ASSEOIR L'IMAGE DU CNAMS
  - LA COMMUNICATION EXTERNE DESTINÉE AUX DIFFÉRENTS PUBLICS CIBLES

# AU PLAN INTERNE



- L'OBJECTIF EST D'ACQUÉRIR UNE CRÉDIBILITÉ SANS REPROCHE ET UNE EXPERTISE SUR L'ACTION ANTIMINES, LA TRANSPARENCE DE LA GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIÈRE ET UN ESPRIT D'ÉQUIPE.

# Des canaux efficaces



- Il est important que l'information relative à la mission du CNAMS, à son fonctionnement, à ses actions, à ses succès et à ses échecs soit encore plus véhiculée auprès des agents par des canaux de communication efficaces et permanents et qu'en retour, leurs avis soient sollicités.

# LA COMMUNICATION CONCERNE L'ENSEMBLE DE L'ÉQUIPE .



- Chacun d'entre elle doit savoir que toute action, tout acte posé par un membre de l'équipe en direction d'un partenaire ou d'un autre acteur est un acte de communication qui peut-être perçu soit positivement, soit négativement. En conséquence, l'image du CNAMS influe sur la perception de ces derniers. Nécessairement tout le personnel doit se sentir impliqué et concerné au premier plan dans l'action antimines.

# AU PLAN SOCIAL



- IL EST ESSENTIEL QUE LES PARTIES PRENANTES APPUIENT LE PROJET ET S'ASSOCIENT À SES EFFORTS
- LA CRÉDIBILISATION DE LA DÉMARCHE DU CNAMS PAR LES PARTENAIRES EST À ELLE SEULE UN VECTEUR ESSENTIEL DE MARKETING SOCIAL.

# AU PLAN FINANCIER



- LA RIGUEUR DANS LA GESTION DES FONDS ET LEURS ALLOCATIONS DANS DES ACTIONS VISANT LE MAXIMUM D'IMPACT SONT À ELLES-SEULES GAGE DE CRÉDIBILITÉ DU DISCOURS.
- UNE BONNE COMMUNICATION FINANCIÈRE EST DONC INDISPENSABLE.

# AU PLAN INSTITUTIONNEL



- L'OBLIGATION D'AVOIR UNE APPROCHE TRANSVERSALE DE LA MISSION ET DE DÉVELOPPER UNE COMMUNICATION SOCIALE ET INSTITUTIONNELLE PERFORMANTE POUR LEVER LES ÉCUEILS QUI POURRAIENT IMPACTER SUR L'OBJECTIF ZÉRO MINE À L'HORIZON 2015

# TENIR COMPTE DE L'ENVIRONNEMENT



- POUR MAITRISER SES COMMUNICATIONS
- Face à un environnement où les pressions et contraintes institutionnelles, économiques, sociales et financières sont à la fois multiples et diffuses et où les acteurs peuvent souvent avoir des intérêts contradictoires, la communication apparaît comme un outil de gestion indispensable.

# AU TOTAL



- UNE COMMUNICATION SOCIALE (sur l'adhésion à l'objectif zéro mine à l'horizon 2015)
- UNE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE (sur la philosophie d'intervention)
- UNE COMMUNICATION DE SERVICES (les activités, les normes d'actions antimines, les projets et les réalisations)

# PUBLIC-CIBLES



- **POPULATIONS EXPOSEES ET /OU SUSPECTEES EXPOSEES**
- **PERSONNES VICTIMES DE MINES**
- **SERVICES DECENTRALISES ET AUTORITES LOCALES**
- **CIBLE INSTITUTIONNEL (institutions et partenaires)**
- **OPERATEURS ET ACTEURS LOCAUX**
- **LEADERS D'OPINION ET LEGISLATEURS**
- **MÉDIAS**

# OBJECTIFS



- Positionner le CNAMS comme le Projet destiné à apporter assistance au gouvernement du Sénégal dans l'exécution de la stratégie nationale d'actions antimines.
- Renforcer la notoriété du CNAMS (ses valeurs et sa vision) et développer une crédibilité accrue auprès de ses cibles
- Développer un esprit d'équipe autour de la communication.
- Doter le CNAMS d'une stratégie organisationnelle en phase avec la communication et de capacités d'analyse continue.

# OBJECTIFS (suite)



- Asseoir et renforcer le leadership du CNAMS dans l'action antimines
- Favoriser l'association et participation des populations locales.
- Établir un climat de confiance avec les acteurs.
- Optimiser l'encadrement médiatique dans l'action antimines
- Engager le CNAMS dans la dynamique d'encourager les bonnes pratiques dans l'action antimines
- Faire la promotion du CNAMS en associant son nom aux grands rendez-vous nationaux et régionaux.
- Faire connaître le CNAMS au grand public.

# ACTIONS DE COMMUNICATION PAR CIBLE



- DEVELOPPER UN ESPRIT D'EQUIPE AUTOUR D'EXPERTISES COMBINEES
- DEVELOPPER ET OPTIMISER L'ENCADREMENT DES MEDIAS DANS L'ACTION ANTIMINES
- ENGAGER LE CNAMS DANS UNE DYNAMIQUE DE PROMOTION DES BONNES PRATIQUES DANS L'ACTION ANTIMINES

# ACTIONS DE COMMUNICATION PAR CIBLE



- ASSEOIR ET RENFORCER LE LEADERSHIP DU CNAMS DANS LE DOMAINE DE L'AA
- ASSOCIER LE CNAMS AUX GRANDS RENDEZ-VOUS DE LA REGION ET DU PAYS POUR FAIRE SA PROMOTION
- ENGAGER LE CNAMS DANS DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC

# ACTIONS DE COMMUNICATION PAR CIBLE



- DEVELOPPER UN PARTENARIAT ASSOCIE AVEC LES RELAIS POUR FAIRE PASSER PERIODIQUEMENT DES MESSAGES
- POSITIONNER LE CNAMS COMME LE PROJET CHARGE D'EXECUTER LA STRATEGIE AA