



Étude pour le « Renforcement de l'efficacité de la communication et de la divulgation du STP-ITIE »

**PROPOSITION DE
PLAN STRATÉGIQUE
DE COMMUNICATION**

24/03/202

Dr Alfred RAMADJI, Chef de mission de l'étude

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
A. ÉVALUATION DE L'AMÉLIORATION DES CAPACITÉS DE COMMUNICATION DU PERSONNEL DU STP : SITUATION DE RÉFÉRENCE	4
1. Du personnel de communication	4
2. Des matériels de sensibilisation (Cf. Annexe 2)	4
A. STRATEGIE DE COMMUNICATION	7
B.1. La Vision	7
B.2. Objectif général	7
B.3. Objectifs spécifiques	7
B.4. Cibles et Messages clés	7
1. Structures étatiques	7
2. Les compagnies extractives et la Chambre des Mines	8
3. Les organisations de la société civile et les médias	9
4. Les communautés riveraines et le grand public	10
B. DES CANAUX ET SUPPORTS DE COMMUNICATION	11
1. Institutions publiques	11
2. Industries extractives	11
3. Organisations de la Société civile et Médias :	11
4. Communautés riveraines	11
5. Grand Public	11
C. PLAN OPERATIONNEL DES ACTIONS DE COMMUNICATION	12
D. DES RECOMMANDATIONS	15
ANNEXES	16
Annexe 1 : Fiche d'évaluation de la formation	16
Annexe 3 : Matériels de sensibilisation (quelques illustrations)	17

INTRODUCTION

Dans la mise en œuvre des mécanismes de l'Initiative pour la Transparence dans les Industries Extractives, l'importance d'une communication efficace pour la transparence et son corollaire de la responsabilité est une donnée essentielle. De fait, la communication constitue en soi une exigence en trame de fond de toutes les activités de l'ITIE. C'est pourquoi, disposer d'un outil stratégique de communication devient un impératif pour le STP-ITIE Tchad, d'autant plus que cette communication doit mettre l'accent sur les trois piliers de la norme ITIE, à savoir :

- 1) « Tous les revenus provenant des ressources naturelles d'un pays (comme le pétrole, le gaz, les minéraux et les métaux) doivent être publiés » ;
- 2) « La publication de ces données doit être gérée et supervisée par un groupe multipartite composé de membres du Gouvernement, de la société civile et d'entreprises du secteur extractif » ;
- 3) « Ces données doivent être efficacement partagées avec les citoyens du pays et ainsi encourager un débat éclairé sur la façon dont les ressources naturelles sont régies. »

Pour chaque État mettant en œuvre les mécanismes de l'ITIE, l'enjeu est donc de promouvoir une culture de confiance entre les citoyens, le Gouvernement et le secteur privé et finalement de contribuer à assurer une transparence dans les finances et les contrats, la reddition des comptes et une bonne gouvernance des ressources naturelles au profit du développement économique et social national. C'est dans ce contexte que le STP-ITIE du TCHAD a entamé un processus d'élaboration d'une stratégie de communication, objet de ce présent rapport organisé autour de trois grandes parties.

La première partie porte sur la situation de référence de la communication de l'ITIE TCHAD. Elle aborde ce sujet sur la base des sondages réalisés auprès des parties prenantes, en mettant en perspective leurs préoccupations et la nature de leur contribution potentielle à la communication du STP-ITIE. Elle traite aussi de l'analyse du dispositif actuel de communication de l'ITIE et des besoins d'information et de communication des acteurs. La deuxième partie de ce document est centrée sur la stratégie de communication proposée. Elle fixe les orientations stratégiques et les objectifs de communication, les cibles, les messages clés et les supports de communication. Une attention particulière est accordée au rapport ITIE et à la prise en compte du genre et des problématiques environnementales. Enfin, la troisième partie de ce rapport propose un plan de communication opérationnel précisant pour chaque objectif identifié les actions à mener, les résultats attendus, les rôles et les responsabilités des acteurs de la mise en œuvre, et les indicateurs de performance.

A. ÉVALUATION DE L'AMÉLIORATION DES CAPACITÉS DE COMMUNICATION DU PERSONNEL DU STP : SITUATION DE RÉFÉRENCE

Notons que les principaux besoins d'information sur les industries extractives du Tchad s'articulent autour de la transparence des processus de négociation des contrats, l'impact socioéconomique aux niveaux local et national, et le respect des clauses environnementales. En procédant à l'analyse situationnelle du cadre de cette étude, nous avons fait le constat suivant :

- ✓ Le STP-ITIE Tchad ne dispose pas d'une charte graphique, ni d'indicateurs pour évaluer la mise en œuvre des plans de communications élaborés ;
- ✓ La collaboration avec les médias reste notoirement faible, pour ne pas dire inexistant ;
- ✓ Au fil des années, le budget de communication a connu une baisse substantielle alors que le besoin de visibilité est resté un défi de taille ;
- ✓ Les quelques supports ou gadgets réalisés sont de piètre qualité, et ils n'obéissent à aucun tableau de correspondance en relief avec les messages clés, les cibles et le type de gadget ;
- ✓ Une vacuité totale dans ce qui tient lieu de plan de communication institutionnelle ;
- ✓ Une absence d'équipe de communication au sein du STP-ITIE, etc.

1. Du personnel de communication

Au terme de nos observations sur le terrain et de nos multiples échanges avec les différentes parties prenantes, il appert que l'ITIE Tchad ne dispose pas d'une équipe de communication. Le STP a en son sein un expert en communication qui semble limité en web communication ; et qui nécessite un renforcement de ses propres capacités. De même, il faudrait qu'on lui associe au moins deux autres personnes aux compétences précises et pointues en communication institutionnelle et en web communication.

2. Des matériels de sensibilisation (Cf. Annexe 2)

S'il est établi, d'après nos observations que l'ITIE Tchad communique, pour le moins que l'on puisse dire, de manière non efficace et non efficiente, cette situation est due, en partie, au manque de matériels de sensibilisation conçus de manière stratégique.

Il faut dire que l'ITIE est non seulement une institution stratégique, mais elle est aussi une institution de prestige. Rien qu'en considérant sa composition, elle regroupe des personnalités et décideurs de haut rang. Lorsqu'on entreprend de concevoir des matériels de sensibilisation pour une telle institution, il faut avoir à l'esprit le statut de ses membres. De ce point de vue, le stylo qu'on commande pour le ministre, le député ou le Directeur Général, etc., ne doit pas être de la même qualité que celui qu'on peut offrir à un membre d'un groupement issu d'une communauté riveraine. La deuxième question que l'on doit se poser concernera les potentielles cibles de notre action de sensibilisation. À quoi bon d'imprimer un Tee Shirt bon marché au logo de l'institution qu'on offrira à un DG qui ne le

portera pas alors qu'en lui offrant un stylo de luxe marqué ITIE il s'en servira volontiers ? Là réside toute la question de la qualité, de l'utilité, de l'efficacité ou de l'efficience des matériels de sensibilisation à avoir pour une institution. Sont-ce des matériels de branding de la marque ITIE ? Des matériels de séminaire ou de formation ? ...

Le constat fait sur cet aspect établit que, d'une part l'ITIE Tchad a réalisé des matériels de sensibilisation de piètre qualité qui ne répondent aucunement à un tableau de correspondance de ses cibles. D'autre part, il manque un certain nombre de supports stratégiques de communication à réaliser afin de maximiser sa communication auprès de ses différentes cibles. Nous proposons (comme signalé dans l'annexe 2) de mettre tous les visuels proposés, avec leur tableau de correspondance, dans un document à part que nous mettrons à la disposition de la Coordination nationale.

Outre ce diagnostic situationnel, certains rapports d'étude que nous avons consultés ont aussi tiré quelques conclusions, qui ont nourri et complété nos analyses. Dans leurs conclusions, ces études ont noté, d'un côté, que les organisations de la société civile et les leaders communautaires s'intéressent davantage aux investissements sociaux des industries extractives, tandis que les compagnies extractives, elles, voient plutôt les revenus tirés par les collectivités locales. De l'autre côté, l'administration exprime un besoin sur les aspects liés à la réglementation du secteur alors que les journalistes sont préoccupés par l'utilisation des revenus. Le constat majeur de l'enquête de perception auprès des parties prenantes ainsi que des membres du Secrétariat Permanent, est la méconnaissance notoire des questions de gouvernance et de transparence dans le secteur extractif au Tchad. Cette méconnaissance est plus marquée sur l'octroi des licences et contrats d'exploitation, la taxation des industries extractives, les revenus des industries extractives et la distribution des revenus de l'extraction. D'autres éléments qui fondent cette méconnaissance sont relatifs à la contribution au développement des infrastructures et au respect de l'environnement. Toutefois, les acteurs semblent mieux connaître l'importance des ressources minières, les tensions et conflits liés aux opérations et l'orpaillage. Les défis de l'industrie extractive s'articulent autour de 4 grandes catégories. Les questions de transparence et de gouvernance constituent la préoccupation centrale des acteurs interrogés en raison du déficit de communication entre les compagnies et les communautés, le déficit d'information sur les industries extractives, le manque d'implication des communautés et de la société civile dans la gestion du secteur. Il s'y ajoute l'absence de mécanismes de prévention et de gestion des conflits, de régulation de l'orpaillage ainsi que le défaut d'accès des populations à la justice. Le suivi et le contrôle des contrats et des productions ainsi que la collecte des taxes et royalties préoccupent les acteurs clés du secteur. Un autre aspect est lié à la dégradation de l'environnement en termes de pollution (sonore, atmosphérique, etc.) source de maladies, de déforestation, de dégradation de l'environnement, et à la disparition des terres cultivables ainsi qu'à la gestion des impacts environnementaux. L'emploi des jeunes des communautés riveraines à des postes de responsabilité dans un contexte de chômage et d'exploitation des enfants constitue également de réelles préoccupations pour les personnes interrogées. Aussi, l'expropriation des terres au profit des compagnies extractives et les faibles compensations entraînent la frustration des populations locales. Concernant le fonds

social minier, les préoccupations exprimées portent sur la redistribution des fonds tirés de l'extraction, les investissements sociaux, le respect des engagements sociaux, la contribution des industries extractives au développement local. C'est dire combien le déficit de communication est grand, qui nécessite une stratégie adéquate de communication.

Pour relever le défi du déficit de communication, la première initiative proposée est d'accroître la présence médiatique de l'ITIE. Celle-ci pourrait se faire en diffusant des communiqués de presse et en organisant des conférences de presse, en collaborant avec les radios communautaires locales et en produisant et diffusant des émissions dans les radios et télévisions. L'ITIE pourrait disposer de tranches horaires à la radio et à la télévision, mais elle peut aussi avoir des programmes spéciaux au niveau des radios communautaires. Il convient aussi de réaliser des publi-reportages sur l'ITIE, de concevoir et mettre en ligne un site internet régulièrement mis à jour, de développer une présence sur les réseaux sociaux en engageant des conversations avec les jeunes et en faisant des reportages sur les événements et d'utiliser le téléphone mobile comme moyen de partage de messages. Une autre proposition est la publication d'un flash mensuel d'informations sur la situation des industries extractives au Tchad. La deuxième initiative est d'engager les acteurs dans la mise en œuvre de l'ITIE à travers l'organisation d'événements sous forme de fora communautaires d'information en langues nationales en partenariat avec les élus locaux, l'administration et les médias. Il s'agit aussi d'organiser des séances de sensibilisation *in situ*, des séminaires de formation des OSC et des communautés sur la transparence et la redevabilité, ou encore des rencontres d'engagement multipartite (Gouvernement, compagnies extractives, communautés, STP-ITIE). La troisième initiative est de développer une présence locale en installant des dispositifs d'information et de sensibilisation, sous la forme de représentants, de points focaux, de relais locaux ou de personnes ressources dans les zones de production permettant de développer et de mettre en œuvre des stratégies de communication opportunistes ; et la diffusion des informations et leur appropriation par la population à la base.

A. STRATEGIE DE COMMUNICATION

B.1. La Vision

La Vision de cette stratégie est donc de contribuer à une meilleure transparence et une bonne gouvernance des industries extractives.

B.2. Objectif général

L'objectif général de la stratégie est d'assurer la disponibilité et l'accessibilité de l'information sur les conditions contractuelles et les paiements reçus par le Gouvernement de la part des sociétés extractives au Tchad.

B.3. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques visés par la stratégie de communication sont de :

- 1) **élever le niveau de connaissance des parties prenantes (Gouvernement, organisations de la société civile, sociétés extractives), des communautés riveraines et du grand public sur le fonctionnement et les dynamiques du secteur extractif au Tchad ;**
- 2) **amener les parties prenantes, les communautés riveraines et le grand public à comprendre la norme ITIE, ses enjeux et ses réalisations;**
- 3) **susciter un débat public, ouvert et permanent des parties prenantes et des citoyens sur les revenus du Gouvernement et des sociétés extractives issus de l'exploitation des ressources extractives, et leur utilisation au profit des communautés et du développement national, etc.**

B.4. Cibles et Messages clés

S'agissant des Cibles stratégiques et messages clés, il va sans dire que les principales cibles de la communication identifiées sont les suivantes :

1. Structures étatiques

Objectif/focus

Amener l'administration à garantir une plus grande transparence dans les paiements versés à l'État, la gestion des contrats et des licences et l'utilisation des ressources provenant des entreprises pétrolières et minières.

Préoccupation de la cible : Rééquilibrage de la balance commerciale et génération de recettes. Contribution à la promotion des zones de production en les dotant d'infrastructures structurantes et en y développant des activités économiques durables et diversifiées au profit des populations locales tout en assurant la protection de leur environnement. Partage de façon équitable des richesses entre les investisseurs, l'État et la population et la révision du code minier.

Principaux besoins d'information Information sur la destination des fonds collectés au titre des taxes de l'environnement et l'amélioration de la communication sur la réhabilitation et la législation environnementale (code minier, code de l'environnement et code forestier).

Message clé : L'ITIE peut contribuer à la croissance du secteur extractif et à la réussite du Plan National de Développement. L'accroissement substantiel des revenus du TCHAD grâce au suivi plus systématique des contrats et des recettes fiscales permettra de financer le développement national. Pour ce faire, elle doit produire de manière régulière des données fiables, exhaustives et actualisées sur les contributions des entreprises du secteur extractif dans le budget et dans l'économie nationale. Ainsi, le TCHAD pourrait conforter son statut de pays conforme et renforcer sa réputation de pays où le climat des affaires est favorable pour les investisseurs.

Arguments et preuves : Le respect de la norme ITIE permet au Gouvernement d'augmenter ses revenus, avec les compagnies extractives qui déclarent plus de revenus annuels.

2. Les compagnies extractives et la Chambre des Mines

Objectif/Focus :

Amener les compagnies extractives à s'engager à mettre à la disposition des acteurs de l'ITIE les statistiques de production, les informations sur les contrats et les versements, à effectuer les déclarations afférentes et à participer au débat public.

Préoccupation de la cible : Sensibilisation de tous les acteurs sur le secteur minier (principalement de l'administration), facilitation de l'appropriation du concept de l'ITIE. Besoins d'information sur la traçabilité des fonds versés par les compagnies au Gouvernement, le dispatching des fonds reçus par l'État, la redevance payée à l'État par les compagnies minières.

Messages clés :

- a) Les entreprises qui participent à l'ITIE améliorent leurs opportunités de dialogue politique avec les communautés et les organisations de la société civile, condition essentielle pour renforcer leur crédibilité, développer des relations de confiance durable et créer un climat de stabilité pour sécuriser l'investissement.
- b) Les compagnies minières qui participent à l'ITIE contribuent à la création d'un environnement des affaires plus favorable, avec des règles de concurrence plus transparentes et plus équitables.
- c) Le débat sur le rapport ITIE constitue un espace de dialogue ouvert et neutre.

Arguments et preuves

- a) Transparence des investissements sociaux et de gestion environnementale ;
- b) Consensus sur les règles d'expropriation et d'indemnisation ;
- c) Réduction des conflits liés à l'exploitation des ressources ;
- d) Réduction de la corruption au niveau local et au niveau national.

3. Les organisations de la société civile et les médias

Objectif/focus

Amener les organisations de la société civile et les médias à s'engager davantage dans la gouvernance des industries extractives et à participer au débat sur le rapport ITIE.

Préoccupation de la cible

L'accès au foncier notamment le site d'orpaillage avec un accent particulier sur les incidences des concessions, les droits fonciers des communautés, les droits d'expropriation et de dédommagement, l'évaluation des niveaux de dédommagement/plan de sauvegarde environnemental et social, la réglementation sur l'utilisation des terres et l'accès des femmes au foncier.

Besoins d'information : Information sur les contrats de concession, les ressources disponibles, la responsabilité sociale des entreprises, les transactions (paiement, fiscalités), l'identification des entreprises extractives et des actionnaires majoritaires, les degrés d'implication des communautés affectées et le volume des extractions, services sociaux de base en zones d'exploitation.

Messages clés

Les organisations de la société civile sont les sentinelles de la démocratie, des droits de l'homme et de la bonne gouvernance dans les industries extractives. Elles doivent s'assurer notamment de la transparence dans les industries extractives et de la Responsabilité sociale des entreprises. L'ITIE met à leur disposition des informations fiables pour leur permettre de mieux exiger la redevabilité et le respect de la responsabilité sociale d'entreprise.

Arguments et sources de preuves

Une partie des ressources fiscales provenant de l'exploitation des ressources est versée dans un fonds de péréquation destinée aux collectivités locales.

4. Les communautés riveraines et le grand public

Objectif/focus

Amener les leaders communautaires à comprendre l'intérêt à s'engager dans la gouvernance des industries extractives et à participer au débat sur le rapport ITIE.

Préoccupation de la cible

Arrêt des exploitations anarchiques des sites.

Besoins d'informations

Information sur les obligations des entreprises extractives en matière d'investissement dans le social, le montant des versements alloués aux collectivités locales et à l'administration territoriale, le cadre juridique du secteur et la législation en vigueur notamment les aspects liés aux expropriations et aux compensations.

Messages clés :

- a) L'engagement des communautés dans l'ITIE leur permet de mieux comprendre les implications de la responsabilité des entreprises, et les contenus du code minier prenant en compte les questions de protection de l'environnement, d'indemnisation, de fonds de péréquation et d'appui.
- b) L'ITIE fournit aux communautés les informations leur permettant de mieux exiger des compagnies extractives le respect de leurs droits, et du côté de l'État la défense de leurs intérêts.

Arguments et preuves :

- a) une partie des ressources fiscales provenant des opérations minières est versée dans un fonds de péréquation destinée aux collectivités locales ;
- b) L'occupation de terrains par les titulaires de titre, à l'intérieur comme à l'extérieur des périmètres qui leur sont attribués, donne droit aux propriétaires des terrains ou aux occupants du sol à une indemnisation pour tout préjudice matériel causé.
- c) Les frais, les indemnités et d'une manière générale, toutes les charges relevant de l'application des dispositions sur l'occupation des terrains nécessaires sont supportés par le titulaire du titre minier.

B. DES CANAUX ET SUPPORTS DE COMMUNICATION

En fonction de chaque cible, nous recommandons par ordre de priorité les canaux et supports ci-dessous :

1. Institutions publiques

- a) Instituer et célébrer une journée nationale au cours de laquelle des conférences débats, pourraient être organisés avec l'implication des officiels de haut niveau ;
- b) Utiliser les médias (presse écrite, radio, télévision et presse en ligne) ;
- c) Création et mise à jour régulière du site web relié à la page Facebook et compte Twitter ;
- d) Réaliser des plaquettes d'information à dispatcher en direction des responsables.

2. Industries extractives

- a) Organiser une journée nationale en les impliquant pour des débats ;
- b) Les toucher par des flashes informations ;
- c) Les toucher par le site web relié à la page Facebook et le compte Twitter dont ils se retrouvent ;
- d) Réaliser des plaquettes d'informations à diffuser en leur direction.

3. Organisations de la Société civile et Médias :

- a) Initier des ateliers d'informations, de formation ou de sensibilisation ;
- b) Les impliquer dans la réalisation des flash informations ;
- c) Les intéresser par le site web, la page Facebook et le compte Twitter ;
- d) Dispatcher à leur endroit les plaquettes d'informations.

4. Communautés riveraines

- a) Initier et réaliser des fora communautaires dont ils sont impliqués avec des débats ;
- b) Utiliser les radios communautaires pour faire passer les messages les concernant ;
- c) Appuyer et/ou initier des théâtres populaires sur des thèmes bien ciblés ;
- d) Lancer et appuyer des concours de vulgarisation de chants populaires.

5. Grand Public

- a) Utiliser régulièrement les médias (Presse, Radio, Télévision) ;
- b) Privilégier des Publireportages sur les activités et les diffuser à des heures de grandes écoutes ;
- c) Appuyer les troupes théâtrales pour des pièces à diffuser sur radio ou télévision sur les thématiques précis qui relèvent du domaine de l'ITIE ;
- d) Organiser des débats télévisés ou radio diffusés avec relais sur les réseaux sociaux.

C. PLAN OPERATIONNEL DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Objectifs	Activités	Indicateurs	Sources de Vérification	Responsable	Collaborateurs	Calendrier
<p>Élever le niveau de connaissance des parties prenantes, des communautés riveraines et du grand public sur le fonctionnement et les dynamiques du secteur extractif au TCHAD</p>	<p>Réunions de concertations sur le système de monitoring du secteur extractif</p> <p>Reportages radiophoniques et ou télévisés sur l'attribution des contrats, les transferts sociaux et les actions environnementales</p> <p>Formations des OSC et des Communicateurs sur le traitement des informations minières</p> <p>Visites de presse dans les zones et les compagnies extractives pour des suivis médias</p> <p>Journée de concertation avec les OSC</p>	<p>Taux de progression du niveau de Connaissance</p>	<p>Rapport d'enquête de terrain</p>	<p>Responsable Renforcement des capacités ITIE</p>	<p>Groupes Multipartites Télé Tchad Téles privées Radios communautaires</p> <p>Personnes Ressources et Expert du Ministère</p> <p>Prestataires des médias et services de monitoring</p> <p>OSC</p>	<p>Annuel</p>

<p>Amener les parties prenantes, les communautés riveraines et le grand public à comprendre la norme ITIE, ses enjeux et ses réalisations</p>	<p>Plaquettes et chemises d'informations de 4 pages sur ITIE avec des feuillets sur les rapports thématiques à diffuser</p> <p>Ateliers d'informations des acteurs sur l'ITIE</p> <p>Déjeuners de presse, conférence de presse, points de presse et communiqués de presse sur l'ITIE</p> <p>Dossier de Presse sur l'ITIE</p> <p>Concours du Meilleurs article sur l'ITIE en partenariat avec l'UJT ou la HAMA</p> <p>Concours du meilleur publi reportage vidéo de 6 m sur l'ITIE à diffuser sur Youtube et sur les télévisions</p>	<p>Niveau d'engagement à ITIE (Disponibilité des informations et débats)</p> <p>Niveau de transparence (de la Confidentialité de l'information publique)</p> <p>Indice de Connaissance de l'utilisation des ressources tirées des industries extractives</p>	<p>Rapport d'exécution de la Production du rapport ITIE</p> <p>Rapports et compte rendus des débats et rencontres d'informations</p> <p>Rapport d'audit du site et des comptes de ITIE sur les réseaux sociaux</p> <p>Pressbook</p> <p>Rapports d'activités d'ITIE</p> <p>Supports de communications</p> <p>Plateforme de suivi média</p>	<p>Responsable de la Communication ITIE</p>	<p>OSC Autorités locales Médias Prestataires de Services Comédiens Troupes Théâtrales Peintres Sérigraphes</p>	<p>Annuel</p>

<p>Susciter un débat public, ouvert et permanent des parties prenantes et des citoyens sur les revenus du Gouvernement et des compagnies minières issus des industries extractives et leur utilisation au profit des communautés et du développement national</p>	<p>Débat télévisé sur le rapport ITIE avec synchronisation radio et réseaux sociaux</p> <p>Conversations sur le leadership de l'ITIE</p> <p>Réunions et Fora Communautaires</p> <p>Séminaires à l'attention des chefs religieux et traditionnels à N'Djaména et dans les régions</p> <p>Ateliers de concertations et d'échanges avec l'Assemblée Nationale et les autres institutions, les sociétés extractives</p>	<p>Indice de confiance</p> <p>Indice de connaissance de la gouvernance minière</p>	<p>PressBook</p> <p>Comptes rendus des rencontres</p> <p>Rapports d'activités</p> <p>Plateformes de média monitoring</p>	<p>STP- ITIE</p>	<p>Groupes Multipartites</p> <p>Médias</p> <p>Députés et Maires</p> <p>Gouverneurs et Préfets</p> <p>Parlementaires ressortissants des zones minières</p>	<p>Annuel</p>
--	---	--	--	------------------	---	---------------

D. DES RECOMMANDATIONS

Au terme de cette étude, il nous paraît important de recommander dans les lignes qui suivent certains point d'actions urgentes à caractère correctif et spécial au STP de l'ITIE :

1. Il est important pour l'ITIE de disposer d'une charte graphique, car pour cette étude nous avons proposé un code de couleurs pour combler le déficit ;
2. Le tableau de correspondance des gadgets pour chaque cible reste donc un outil de référence pour la réalisation des gadgets ou supports de communication de l'ITIE ;
3. La mise en place d'un bulletin d'information ITIE ;
4. La mise en place d'un plan de sponsoring ou de parrainage des activités socioéducatives ou culturelles, ou encore des activités de développement communautaire (en particulier dans les localités riveraines) ;
5. L'organisation périodique de caravanes de communication et de sensibilisation ;
6. L'organisation des colloques universitaires ou interuniversitaires ;
7. Mise en place de micro programmes radiophoniques et télévisuels de communication sur l'ITIE.

ANNEXES

Annexe 1 : Fiche de collecte d'information sur la communication



***PROTOCOLE D'ÉCHANGE SITUATION DE REFERENCE**

COMMUNICATION ITIE TCHAD

1. Donnez en 5 lignes maximum une description condensée de votre cahier de charges ?
2. L'ITIE a-t-elle élaboré depuis les 5 dernières années un plan de Communication ?
3. Si oui citez ces plans, avec leurs coûts budgétaires et les taux de décaissements de ces plans de communication ;
4. Donnez trois raisons pour lesquelles l'ITIE Communique ?
5. Quelles sont les cibles en Communication visées par l'ITIE ?
6. Avez-vous évalué l'impact de vos actions de communication ? Si oui donnez quelques éléments clés de résultats obtenus ?
7. Quels sont les supports, canaux et outils de Communication que l'ITIE utilise depuis les 5 dernières années ?
8. Quelles sont vos difficultés en matière de Communication ?
9. Face au grand public, pensez vous que l'ITIE est connue ?
10. Vos suggestions

Votre nom et Prénoms :

Signature :

Contact :

Annexe 3 : Matériels de sensibilisation (quelques illustrations)

Pour des raisons de la taille du document, nous mettons ici seulement quelques propositions de gadgets à titre illustratif. Les restes seront mis dans un document à part conçu spécialement selon la nature et le format de ces éléments.

