



CCMEFP - UEMOA



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Direction du Développement
et de la Coopération DDC



UEMOA

PROFOR
PROGRAMME RÉGIONAL FORMATION PROFESSIONNELLE

STRATÉGIE DE COMMUNICATION DU CCMEFP-UEMOA 2025-2029 ET LE PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES BUDGÉTISÉES 2025-2027



Réalisé par :
Ulrich Vital AHOTONDJI
Expert Médias et Communications

I- INTRODUCTION	7
II- PRESENTATION SOMMAIRE DE L'UEMOA ET DU CCMEFP-UEMOA	8
III- PROBLEMATIQUE DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DANS L'ESPACE	11
Partie I	14
<hr/>	
MANDAT ET APPROCHE METHODOLOGIQUE	
CHAPITRE 1 : MANDAT	15
CHAPITRE 2 : APPROCHE METHODOLOGIQUE	17
	17
Partie II	17
<hr/>	
EVALUATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION 2019-2023	19
	19
CHAPITRE 1 : IDENTITE VISUELLE	20
	21
CHAPITRE 2 : VISIBILITE ET NOTORIETE	22
CHAPITRE 3 : CONCLUSIONS	22
	24
	25
Partie III	27
<hr/>	
STRATEGIE DE COMMUNICATION GLOBALE ET DIGITALE	
CHAPITRE 1 : AUDIT-COMMUNICATION	27
CHAPITRE 2 : ANALYSE DES BESOINS ET ATTENTES EN COMMUNICATION DU CCMEFP-UEMOA	28
CHAPITRE 3 : CADRE STRATEGIQUE	31
CHAPITRE 4 : CADRE OPERATIONNEL	32
CHAPITRE 5 : LE PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES 2025-2027 ET LE CADRE DE MISE EN ŒUVRE	32





INTRODUCTION

La problématique de l'emploi et de la formation technique et professionnelle est une préoccupation majeure pour les Etats de l'espace UEMOA. Les réformes jusqu'ici initiées dans les divers pays pour développer les compétences techniques et professionnelles des jeunes et juguler la crise de l'emploi n'ont pas toujours apporté les réponses adéquates aux besoins d'employabilité et d'insertion professionnelle de plus en plus forts de la jeunesse.

Bien plus, ces réformes n'ont pas réussi à freiner le chômage et le sous-emploi des jeunes, qui ont pris ces dernières décennies des proportions inquiétantes, au point de devenir le principal facteur de risque de déstabilisation de nos pays.

La montée en puissance ces dernières années des groupes armés devient, dans ce contexte, un risque majeur pour la jeunesse désœuvrée et désabusée, proie facile au recrutement terroriste.

Au niveau sous- régional, la volonté de chaque pays membre de l'UEMOA, de répondre aux défis imposés par le chômage des jeunes se traduit par plusieurs initiatives et diverses réformes engagées au sein de l'Union Economique. La réponse à ces défis serait efficace si elle reposait sur une synergie d'actions, une mutualisation des ressources humaines, matérielles et financières des Etats de l'Union.

C'est tout le sens de la création en 2010 du Cadre de Concertation des Ministres en charge de l'emploi et de la formation professionnelle de l'espace UEMOA. Un cadre qui fait son petit bonhomme de chemin et dont les résultats permettent de croire en la mise en place d'une dynamique régionale qui fonctionne sur ces deux thématiques : l'emploi et la formation professionnelle.

La communication étant le principal vecteur de tout changement social, politique et structurel durable, elle s'impose à cet élan positif qui se construit depuis plus d'une décennie. Ainsi, en 2019, le Cadre s'est doté d'un document de stratégie de communication pour asseoir les bases d'une communication structurée. Cinq ans, une évaluation s'impose suivie d'une redéfinition des priorités de la communication pour une visibilité plus accrue de ses actions, une notoriété avérée et une durabilité éprouvée.

Le présent document de communication est structuré en trois parties pour répondre à ces défis énumérés plus haut.



PRESENTATION SOMMAIRE DE L'UEMOA ET DU CCMEFP-UEMOA

1. | L'UEMOA

Créée le 10 janvier 1994 à Dakar au Sénégal, l'Union Économique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) est une institution sous régionale qui regroupe huit États côtiers et sahéliens : Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée-Bissau, Mali, Niger, Sénégal et Togo.

Ils ont en partage, entre autres, une monnaie commune, le Franc de la Communauté Financière Africaine (FCFA), dont l'émission est confiée à la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO).

L'UEMOA a pour objectif essentiel, l'édification, en Afrique de l'Ouest, d'un espace économique harmonisé et intégré, au sein duquel est assurée une totale liberté de circulation des personnes, des capitaux, des biens, des services et des facteurs de production, ainsi que la jouissance effective du droit d'exercice et d'établissement pour les professions libérales, de résidence pour les citoyens sur l'ensemble du territoire communautaire.

L'UEMOA couvre une superficie de 3 512 233 km² et compte 141,7 millions d'habitants. Le taux de croissance du PIB, à prix constant, est de 5,9% en 2022 (Source : RSM juin 2023).

L'UEMOA est représentée par un logo symbolisant la croissance, l'union, la solidarité et la complémentarité entre les Etats côtiers et les Etats sahéliens. Le logo représente deux formes dynamiques et elliptiques qui, malgré leurs spécificités, s'entremêlent pour exprimer deux notions fortes : la solidarité et la complémentarité des Etats et des peuples de l'Union. Cette solidarité et cette complémentarité sont prêtes à se libérer dans un mouvement d'ascension continue qui conduira à l'épanouissement économique, social et culturel de nos populations respectives.

Ici, l'énergie des lianes de la forêt s'harmonise avec les vibrations chaudes et vivaces du Sahel pour produire la sphère du bonheur illustrant les caractéristiques et les objectifs de l'UEMOA :

- Les ressources naturelles et les équipements matériels (1/2 sphère inférieure bleue), les ressources intellectuelles (1/2 sphère en or) ;
- Le cercle blanc exprime la Paix, la Sérénité et la Stabilité

qui doivent demeurer les points d'ancrage du processus d'intégration de l'UEMOA.

2. | LE CCMEFP-UEMOA

Les Gouvernements des pays membres de l'UEMOA ont, en 2010, mis en place à Bamako le Cadre de Concertation des Ministres en charge de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (CCMEFP-UEMOA) dans le but de répondre à la nécessité de prendre en compte la complémentarité de l'emploi et de la formation professionnelle dans une perspective de dynamisation du développement économique et social des pays membres de l'espace communautaire.

Le CCMEFP-UEMOA est un outil politique, administratif et technique des États membres à la disposition de la Commission de l'UEMOA, un creuset au sein duquel sont abordées les questions liées au développement des compétences techniques et professionnelles, à l'observation du marché du travail et à l'insertion socioéconomique des jeunes, des États membres de l'UEMOA.

2.1. Les organes du CCMEFP-UEMOA

Les organes du Cadre de Concertation sont :

- (i) la Conférence des Ministres,
- (ii) (ii) le Bureau et
- (iii) (iii) le Secrétariat Permanent.

Le Secrétariat Permanent basé à Bamako, est la structure administrative de coordination du CCMEFP-UEMOA. Il est dirigé par un Secrétaire Permanent (SP). Il œuvre à renforcer la collaboration entre les pays membres en vue de rendre plus efficaces les politiques nationales et sous régionales en matière d'emploi et de formation professionnelle. A cet effet, il a pour missions entre autres de :

- élaborer le plan stratégique du CCMEFP-UEMOA et son plan d'actions sur 3 ans ;
- concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication en vue d'assurer l'information du public et promouvoir les buts et objectifs du CCMEFP-UEMOA ;
- développer des relations avec les partenaires techniques et financiers, les ONG, les entreprises et les institutions de formation et d'emploi pour la promotion des activités du CCMEFP-UEMOA ;

- assurer les liaisons techniques du CCMEFP-UEMOA avec les Etats membres et les organisations partenaires ;
- assurer le suivi de la mise en œuvre des orientations, recommandations et décisions arrêtées par la Conférence des Ministres et contribuer à une meilleure coordination des activités des structures nationales de promotion de l'emploi et de la formation professionnelle dans l'espace UEMOA ;
- servir de cadre d'échanges et d'orientations pour les structures nationales de promotion de l'emploi et de la formation professionnelle ;
- faciliter le partage, la diffusion et la valorisation des meilleures pratiques dans le domaine de l'emploi et de la formation professionnelle ;
- initier, réaliser et diffuser des études sur des sujets intéressant les pays membres. Il peut se faire assister par des consultants extérieurs en cas de nécessité et dans les limites du budget disponible ;

La question d'emploi et de formation professionnelle occupe une place de choix dans le contexte socio-économique sous-régional dominé par la faiblesse de la main d'œuvre, le sous-emploi, le marché informel, l'insécurité et les déplacements massifs de population.

Toutefois, les efforts déployés par les Gouvernements des différents pays restent éparpillés et les résultats obtenus, en deçà des attentes. En effet, les initiatives et actions de coordination des politiques d'emploi et de formation, de la mutualisation des actions et du partage des bonnes pratiques prises à différents niveaux dans l'espace communautaire, gagneraient à être davantage structurées et éclairées dans une approche globale pour mieux adresser la problématique de l'emploi et de la formation professionnelle ainsi que de la Migration dans l'espace UEMOA.



PROBLEMATIQUE DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DANS L'ESPACE

La 13^{ème} Conférence des Ministres de l'Emploi et de la Formation professionnelle de l'espace UEMOA a présenté la problématique de l'Emploi et de la Formation Professionnelle en trois enjeux à savoir les enjeux politiques, économiques et sociaux. L'appropriation de ces enjeux facilitera plus la compréhension des actions de communication proposées pour assurer la visibilité des initiatives du CCMEFP-UEMOA.

1. | LES ENJEUX POLITIQUES

La formation professionnelle, est un moyen d'expression de la souveraineté nationale. En effet, le développement d'un pays repose sur la réalisation d'objectifs quantitatifs et qualitatifs identifiés dans les différents secteurs de l'économie par l'expertise nationale. Les compétences sont la base et le ciment du processus de développement économique et social véritable car elles précèdent, accompagnent et suivent les actions de développement.

L'évolution d'une nation est fondée sur ses valeurs propres et principalement sur sa capacité à mettre en adéquation les actions et les potentialités intérieures avec les objectifs de développement. De ce fait, le capital de savoir-faire professionnel, scientifique et technologique, détenu par une population, apparaît non seulement comme une arme stratégique, mais correspond surtout à un début réel d'exercice de la souveraineté nationale.

2. | LES ENJEUX ÉCONOMIQUES

La formation professionnelle est l'un des éléments indispensables à la croissance économique d'un pays. Elle contribue significativement à l'accroissement de la compétitivité de l'économie et à la promotion des investissements.

La formation Professionnelle est un facteur de compétitivité du secteur productif et de performance de l'économie. En effet, une ressource humaine techniquement qualifiée est une exigence du développement économique. En effet, à travers une amélioration des compétences et des aptitudes professionnelles de la main-d'œuvre, la formation professionnelle contribue significativement à l'accroissement de la compétitivité de l'économie. Elle élève la

productivité du travail qui constitue l'un des plus importants facteurs de production, dans ce contexte d'interpénétration des économies.

Au niveau des entreprises, le relèvement du niveau général des compétences dans une entreprise y améliore, toutes conditions étant égales par ailleurs, la productivité du travail et la qualité des produits, la rendant ainsi plus compétitive.

La formation professionnelle est un puissant facteur de promotion des investissements. En effet, dans un pays, l'existence d'un capital humain qualifié aux standards internationaux, constitue un critère important qui détermine très souvent le choix des investisseurs étrangers, particulièrement dans le cadre de la délocalisation des multinationales qui investissent plus volontiers dans les endroits où existent déjà les compétences dont elles ont besoin ou qui sont en mesure de les offrir rapidement.

En effet, « la capacité d'un pays d'attirer, d'absorber et de mettre à profit des investissements étrangers directs (IED), et le transfert de technologie qui leur est associé, dépend dans une large mesure de ses propres « capacités technologiques » dont les qualifications et les connaissances de la main-d'œuvre sont des éléments primordiaux »¹.

3. | LES ENJEUX SOCIAUX

Au niveau social, la formation professionnelle favorise l'inclusion sociale, l'employabilité et est un facteur de promotion de la justice sociale et de lutte contre la pauvreté.

La formation professionnelle est une alternative à la gestion des flux du post-primaire et des exclus du système scolaire. En effet, la vocation de la formation Professionnelle qui est de préparer à la vie active, en fait une solution idéale dans la gestion des flux du post-primaire et des exclus du système scolaire. Lorsqu'elle s'inscrit dans le prolongement du primaire, elle est à même de donner aux jeunes les compétences de base ou de niveau intermédiaire, les rendant aptes à l'exercice d'une activité rémunératrice.

La formation des jeunes déscolarisés par apprentissage d'un métier est une solution idoine pour combler les déficits scolaires. La formation s'inscrit ainsi dans une logique de réparation des insuffisances de l'enseignement général. Elle peut être une réponse apportée à la déscolarisation provoquée par un système scolaire trop rigide et aux programmes trop éloignés des préoccupations des populations.

¹ BIT : Rapport sur l'emploi dans le monde 1998/1999 : employabilité et mondialisation : le rôle crucial de la formation, Genève, 1998, P.9.

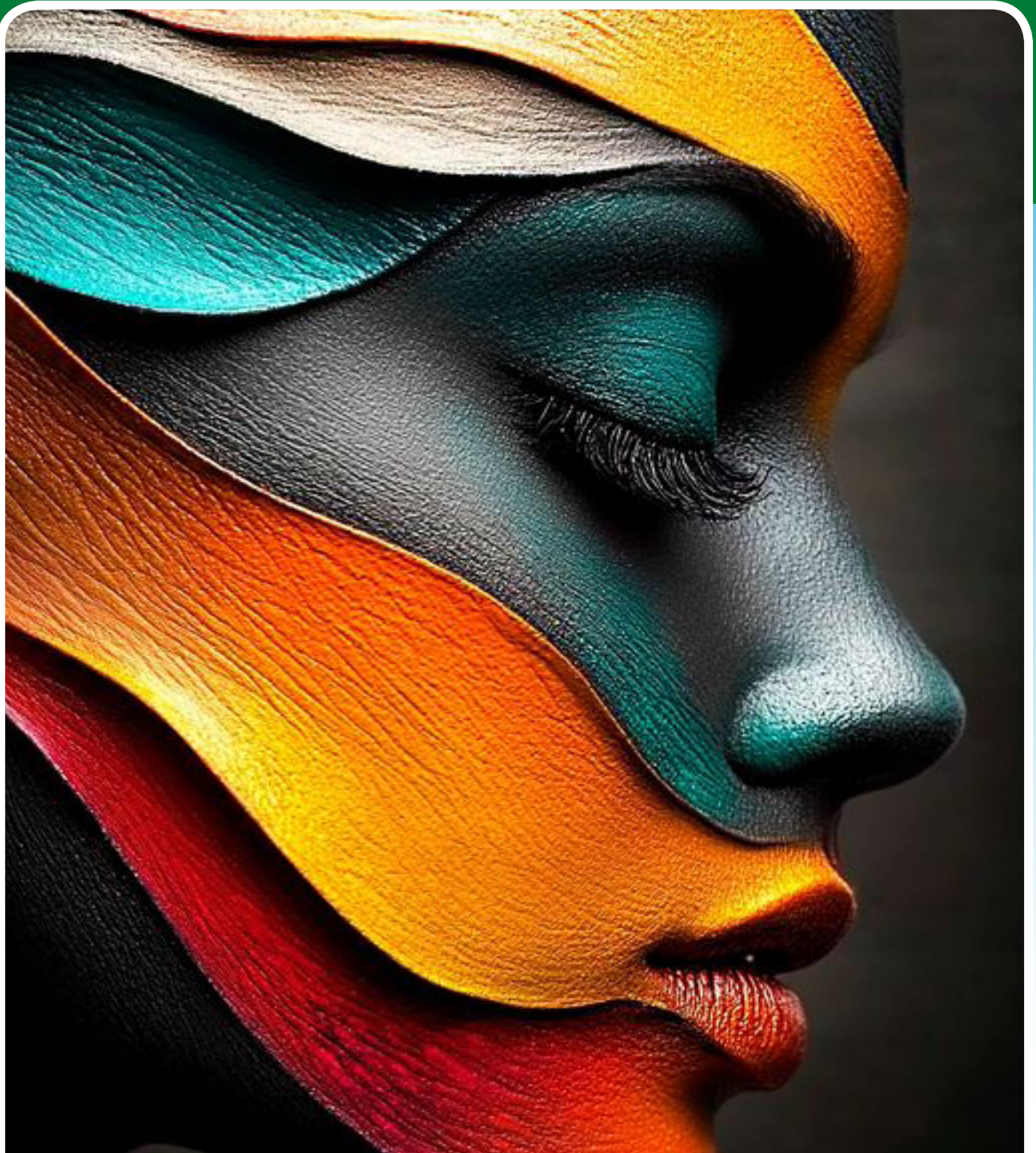
La formation professionnelle est un levier essentiel de la lutte contre le chômage. En effet, il existe une étroite interdépendance entre la formation et l'emploi. L'emploi se présente même comme une finalité de la formation. Ayant pour vocation fondamentale de conférer à la main-d'œuvre, les aptitudes requises pour exercer avec compétence une profession, la formation professionnelle est incontestablement une composante essentielle de la stratégie de promotion de l'emploi. La formation professionnelle accroît donc les opportunités d'emplois et est ainsi un moyen efficace de lutte contre le chômage.

La formation professionnelle est un facteur de stabilité des emplois et de mobilité du capital humain. De façon générale, la formation professionnelle élargit l'éventail des possibilités de carrière. Ainsi, de par ses fonctions de recyclage, de spécialisation et de reconversion, la formation professionnelle, en suivant aussi proche que possible l'évolution de la technologie et de la conjoncture économique, constitue un facteur déterminant de stabilisation des emplois, de mobilité du capital humain, et de promotion socioprofessionnelle des travailleurs.

La formation professionnelle est un facteur de promotion de l'employabilité. La formation professionnelle permet aux individus d'acquérir et de développer des aptitudes qui déterminent leur employabilité. Une bonne éducation de base, une formation initiale de qualité et la formation continue, sont les trois piliers de l'employabilité, de son édification et de sa préservation. La formation professionnelle permet aux individus de quitter et de rejoindre sans heurt la population active à différentes périodes du cycle de vie.

La formation Professionnelle est un élément fondamental des stratégies d'égalité des chances et de lutte contre la pauvreté. L'accès au marché du travail avec des qualifications insuffisantes, oblige les jeunes et les femmes à occuper des emplois précaires. Selon le Bureau International du Travail (BIT), « *parmi les pauvres, nombreux sont ceux qui n'ont eu qu'un accès limité à l'éducation et à la formation de base et qui restent dès lors prisonniers d'emplois caractérisés par une faible productivité et des salaires bas, souvent en dehors du secteur formel²* ». Par conséquent, améliorer l'accès des jeunes et des femmes à la formation professionnelle accroît fortement leurs chances d'obtenir des emplois meilleurs et des revenus plus élevés. La formation professionnelle, en favorisant les perspectives d'emplois décents, est un instrument stratégique de promotion de l'égalité des chances sur le marché du travail et, partant, un aspect fondamental de la lutte contre la pauvreté.

² BIT : Rapport sur l'emploi dans le monde 1998/1999, employabilité et mondialisation : le rôle crucial de la formation, Genève, P.27.



PARTIE I

***MANDAT ET APPROCHE
METHODOLOGIQUE***

Le Secrétariat Permanent a élaboré une Stratégie et un Plan de communication 2019-2023 et un Plan d'action 2019-2021 du CCMEFP-UEMOA afin de donner plus de visibilité à ses actions. Ce Plan de communication a permis d'asseoir la visibilité et la notoriété du cadre dans l'espace UEMOA.

Aujourd'hui, les besoins en communication du Cadre ont évolué et profitant de l'opportunité du Programme Régional Formation Professionnelle (PROFOR), fruit de la coopération entre la Commission de l'UEMOA et la Direction du Développement et de la Coopération (DDC) Suisse, le Secrétariat Permanent souhaite utiliser une partie de ses ressources destinée à son appui institutionnel pour recourir à des services de consultants, d'une part, pour évaluer l'ancienne stratégie de communication, et d'autre part, pour élaborer un nouveau Plan de communication 2025-2029 assorti d'un Plan d'Actions prioritaires budgétisé 2025-2027.

1. | OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS DE LA MISSION

1.1- Objectif général

L'objectif global visé est d'élaborer une Stratégie de Communication 2024-2028 du CCMEFP-UEMOA assortie d'un plan opérationnel de mise en œuvre en vue d'asseoir sa visibilité et sa notoriété dans l'espace UEMOA pour les cinq (05) ans à venir.

1.2- Objectifs spécifiques

De façon spécifique, il s'agira de :

- évaluer l'ancien plan de communication 2019-2023 du CCMEFP-UEMOA ;
- proposer une méthodologie pour l'élaboration du plan de communication et d'un canevas de collecte d'information ;
- définir une vision et des objectifs clairs en matière d'information et de communication sur les actions du

CCMEFP-UEMOA pour les cinq (05) prochaines années avec la participation du réseau des experts et des partenaires du CCMEFP-UEMOA ;

- identifier les besoins en communication du CCMEFP-UEMOA ;
- définir une stratégie de communication au profit du CCMEFP-UEMOA ;
- développer un cadre de suivi et un échéancier de mise en œuvre des actions de communication du CCMEFP-UEMOA ;
- élaborer un plan d'actions prioritaires budgétisées 2024-2026 de la stratégie de communication 2023-2028 pour relever les défis de la visibilité des actions du CCMEFP-UEMOA.

1.3 - Résultats attendus

Les résultats suivants sont attendus :

- l'ancien plan de communication 2019-2023 du CCMEFP-UEMOA est évalué ;
- une méthodologie pour l'élaboration du plan de communication et d'un canevas de collecte d'information est proposée ;
- une vision et des objectifs clairs en matière d'information et de communication sur les actions du CCMEFP-UEMOA pour les cinq (05) prochaines années avec la participation du réseau des experts et des partenaires du CCMEFP-UEMOA sont définis ;
- les besoins en communication du CCMEFP-UEMOA sont identifiés ;
- une stratégie de communication au profit du CCMEFP-UEMOA est définie ;
- un cadre de suivi et un échéancier de mise en œuvre des actions de communication du CCMEFP-UEMOA est développé ;
- un plan d'actions prioritaires budgétisées 2024-2026 de la stratégie de communication 2023-2028 est élaboré pour relever les défis de la visibilité des actions du CCMEFP-UEMOA.

Dans le cadre de cette étude, nous avons notamment utilisé une approche qualitative, participative et inclusive et conformément aux schémas éprouvés en matière de communication institutionnelle et des organisations.

1. | METHODE DE COLLECTES DES DONNEES

La collecte des données s'est articulée autour de cinq (5) axes d'interventions majeurs suivants : (i) le cadrage de la prestation ; (ii) la revue documentaire ; (iii) la production des supports de collecte des données ; (iv) les entretiens qualitatifs avec des personnes ressources clés, (v) la formulation de la stratégie de communication.

2. | METHODES D'ANALYSE

L'analyse SWOT et l'analyse PESTEL ont permis d'effectuer deux (2) diagnostics :

- un diagnostic externe: il a permis d'identifier les opportunités et les menaces présentes dans l'environnement du projet ;
- un diagnostic interne : il a révélé les forces et les faiblesses du CCMEFP.

Les données collectées auprès du Secrétariat Permanent ont renforcé ces analyses. Nous avons pu mesurer le niveau d'engagement des pays membres et aussi les difficultés inhérentes à la gestion quotidienne des Entités Nationales de Mutualisation. Les résultats obtenus au cours de l'analyse diagnostique ont permis d'évaluer l'ancienne stratégie et de formuler une nouvelle stratégie de communication.



PARTIE II

***EVALUATION DE LA STRATEGIE
DE COMMUNICATION 2019-2023***

La stratégie du CCMEFP-UEMOA 2019-2023 avait défini trois objectifs de communication : l'objectif Cognitif, l'objectif conatif et l'objectif affectif. Cinq (05) axes stratégiques ont été identifiés pour atteindre ces objectifs. Il s'agit de :

1- Axe Stratégique 1 : Structuration et amélioration de la communication interne.

Il s'agit ici de mettre en place l'essentiel des outils de communication interne qui contribuent au résultat global et consolider les bonnes pratiques.

2- Axe Stratégique 2 : Visibilité du CCMEFP- UEMOA

Dans cet axe, les organes du CCMEFP- UEMOA seront valorisés et mis en vedette pour susciter un engouement vers cet instrument de développement de l'espace.

3- Axe Stratégique 3 : Augmentation du capital Sympathie du CCMEFP- UEMOA auprès du public.

Cet axe stratégique s'emploiera à faire aimer le CCMEFP- UEMOA. Il travaillera à gagner la confiance du public, son estime afin d'améliorer l'image du CCMEFP- UEMOA.

4- Axe Stratégique 4 : Asseoir les partenariats. Le but poursuivi est de créer de tirer profit des axes stratégiques 1 et 2 pour susciter des partenariats au niveau des institutions, des PTFs et des Organismes de financement.

5- Axe Stratégique 5 : Promouvoir la communication pour le développement (C4D) et célébrer les modèles

Dans cet axe de communication, les actions seront orientées vers des politiques émergentes des pays dans les secteurs de l'emploi et de la formation professionnelle. Il faudra aussi célébrer les meilleures initiatives développées au sein du Cadre de Concertation et des pays de l'espace sur les thématiques ciblées par le CCMEFP-UEMOA.

Le CCMEFP-UEMOA a su développer au cours de la période cible, une identité visuelle remarquable qui permet de le reconnaître et de le distinguer dans la multitude des initiatives de l'espace UEMOA. Tout a commencé par un logo type.

Le logo est une représentation graphique ou typographique d'une marque, d'une entreprise qui est utilisé sur différents supports de communication et qui renforce l'image de l'Institution. Il est évocateur de l'activité et des valeurs de l'Institution en même temps qu'il revêt des qualités de lisibilité.

Le logo du cadre a suivi ces normes et reste à la fois évocateur de l'emploi, de la formation technique et professionnelle, de la vision de l'Afrique pour les métiers porteurs et les espoirs qu'il peut susciter.



CCMEFP - UEMOA

Le logo du cadre est composé de deux Arcs de Cercles ouverts en haut et reliés en bas par une poignée de main partenariale à l'intérieur desquels il est écrit : Cadre de Concertation des Ministres en Charge de l'Emploi et de la Formation Professionnelle de l'espace UEMOA.

Ces deux demi-cercles symbolisent la créativité, la recherche du bien, la perfection vers laquelle le cadre est appelé à tendre. L'ouverture du haut est une ouverture de l'espace communautaire sur le monde, les deux mains qui se serrent symbolisent le partenariat de tous les acteurs des secteurs de l'emploi et de la formation professionnelle dans une dynamique de concertation, la synergie d'actions qui doit créer un terreau fertile pour l'innovation et le développement

durable. Ces mains qui s'offrent l'une à l'autre portent en elles les valeurs de partage et de mutualisation de ressources.

Le logo du CCMEFP-UEMOA est également composé d'un soleil rayonnant dont la source porte l'ensemble des drapeaux des pays de l'Espace. L'idée ici est de faire du cœur du Soleil, l'ensemble des pays de l'espace UEMOA qui brillent à travers les rayons du Soleil et illuminent les objets présents dans leur rayonnement.

Dans ce logo, nous pouvons également identifier deux (02) roues dentelées qui s'imbriquent et déclenchent un mouvement symbolisant l'espoir d'un changement de paradigme au sein de l'espace avec un point d'honneur sur l'enseignement professionnel comme levier et catalyseur.

La jeune femme avec un ordinateur portable dans ce logo rappelle le genre. C'est donc un cadre de concertation où la femme a sa place. Mieux elle tient devant elle un ordinateur pour rappeler que le monde de demain est numérique et que le cadre doit s'employer à relever le défi de l'économie numérique pour donner plus de chance à une démographie en hausse.

Un forgeron fait partie des éléments de métiers présents dans ce logo. Il représente l'artisanat qui est une activité majeure de l'espace UEMOA, qui contribue largement au produit intérieur brut et qui a besoin de puiser dans l'environnement nouveau de l'espace pour faire corps avec la créativité et l'innovation distillées par les rayons du soleil.

Dans ce logo les Métiers de Construction sont présents. Cette figurine rappelle que les métiers sont diversifiés et que l'intelligence humaine peut s'exprimer de mille manières. Mieux, elle rappelle que l'espace a besoin d'infrastructures de pointe avec les dernières technologies pour son développement tout en étant respectueux de l'écosystème. Cette figurine du logo signifie aussi l'ardeur au travail, l'esprit d'équipe et l'esprit d'ouverture qui sont des valeurs du CCMEFP

Le conducteur de tracteur agricole vient signifier l'importance de l'Agrobusiness, un secteur par excellence porteur de croissance. Il invite les pays de l'espace à se tourner vers l'Agriculture pour en faire un moteur de richesses et de création d'emploi.

Tous ces éléments ont apporté une identité visuelle au Cadre de concertation. Ensuite, le site internet, la page Facebook, le magazine « La Concertation », sont autant d'éléments d'identité visuelle ayant marqué cette première génération du plan de communication du CCMEFP-UEMOA. Toute chose concourant par ailleurs à la visibilité de l'institution.

VISIBILITE ET NOTORIETE

La visibilité du CCMEFP-UEMOA a été actée surtout par l'ampleur des couvertures médiatiques des conférences ministérielles tournantes dans les pays de l'espace. Chaque année, les médias sont mobilisés autour des réunions des experts du Cadre et de la Conférence annuelle des ministres. Plusieurs productions vidéographiques ont ainsi été réalisées et font le tour de l'espace.

Un évènement majeur qui a également consolidé la notoriété du CCMEFP-UEMOA est bien la célébration des 10 ans du CCMEFP-UEMOA. Une célébration inoubliable dont les souvenirs restent vivaces dans la mémoire collective.



Magazine LA CONCERTATION - N°001

Magazine LA CONCERTATION - N°002



Les Actes - CCMEFP-UEMOA 2010-2020



RÉPUBLIQUE DU BÉNIN




11^{ÈME} CONFÉRENCE DU CADRE DE CONCERTATION DES MINISTRES EN CHARGE DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DE L'ESPACE UEMOA

RÉUNION PRÉPARATOIRE DES EXPERTS

PROMOTION DE L'EMPLOI ET RENFORCEMENT DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE FACE A LA PANDEMIE DU CORONAVIRUS :
DECISIONS ET STRATEGIES DE MISE EN ŒUVRE

COTONOU
GOLDEN TULIP HÔTEL
DU 21 AU 22 SEPTEMBRE 2020

WEBINAIRE
PAYS UEMOA
LE 23 SEPTEMBRE 2020




République de Guinée-Bissau

Ministère de l'Administration Publique, du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale



13^{ème}

CONFÉRENCE DES MINISTRES EN CHARGE DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DE L'ESPACE UEMOA

BISSAU
HOTEL DUNIA-AZALAI
16^{SEPTEMBRE} 2022

Thème : « Emploi et formation professionnelle : voies et opportunités d'optimisation et de transformation sociale et économique dans l'espace UEMOA »



Sur un montant total de quarante-cinq millions (45.000.000) de francs CFA budgétisés pour les actions de communications sur la période, trente-huit millions deux cent trente-huit mille 38.238.000 FCFA ont été dépensés soit un taux de consommation de 85%. Il faut noter qu'en cinq ans, le CCMEFP-UEMOA a pris ses marques en matière de communication. Des actions claires et tangibles permettent de remarquer la présence du Cadre. Mais il reste à consolider ses acquis et travailler sur la durabilité de la communication du cadre avec des choix plus courageux, un budget à la hauteur des nouvelles ambitions du Cadre de Concertation des Ministres en charge de l'emploi et de la formation professionnelle de l'espace UEMOA.

The background features a golden, shimmering fabric with a repeating pattern of geometric shapes: circles, triangles, and squares. The fabric is draped, creating diagonal folds. The overall color palette is gold and yellow, set against a dark green top border and a light blue bottom border.

PARTIE III

***STRATEGIE DE COMMUNICATION
GLOBALE ET DIGITALE***

Le Secrétariat Permanent a élaboré une Stratégie et un Plan de communication 2019-2023 et un Plan d'action 2019-2021 du CCMEFP-UEMOA afin de donner plus de visibilité à ses actions. Ce Plan de communication a permis d'asseoir la visibilité et la notoriété du cadre dans l'espace UEMOA.

Aujourd'hui, les besoins en communication du Cadre ont évolué et profitant de l'opportunité du Programme Régional Formation Professionnelle (PROFOR), fruit de la coopération entre la Commission de l'UEMOA et la Direction du Développement et de la Coopération (DDC) Suisse, le Secrétariat Permanent souhaite utiliser une partie de ses ressources destinée à son appui institutionnel pour recourir à des services de consultants, d'une part, pour évaluer l'ancienne stratégie de communication, et d'autre part, pour élaborer un nouveau Plan de communication 2025-2029 assorti d'un Plan d'Actions prioritaires budgétisé 2025-2027.

1. | AUDIT DE LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

L'audit, dans la démarche stratégique de la communication permet de dresser un état des lieux afin de cerner les paramètres internes et externes susceptibles d'influencer la communication. Aussi, le présent audit, a-t-il analysé divers aspects de la communication liée au CCMEFP-UEMOA.

1.1- L'inventaire de la communication interne

1.1.1- Qui, quoi, et pourquoi ?

Il s'agit d'apprécier ici, qui fait quoi et pourquoi. En effet, la communication doit répondre à un besoin identifié et exprimé. La communication interne s'exprime au travers de certains outils et supports clés que nous allons passer en revue :

- **L'affichage.** L'enquête de terrain a noté l'inexistence des tableaux d'affichage au siège du CCMEFP-UEMOA;
- **Les notes circulaires.** Elles existent et permettent de partager l'information au sein du CCMEFP-UEMOA;
- **Les formations sur le team-work.** Les entretiens de qualité

n'ont pas révélé des séances de formation à l'endroit du personnel pour une meilleure complicité dans l'atteinte des résultats;

- **Bulletin d'information interne.** Le CCMEFP-UEMOA ne dispose pas d'un bulletin interne d'informations et de formations du personnel ;
- **Les réunions statutaires.** Elles constituent aussi un outil de communication interne permettant de partager l'information entre les acteurs. Force est de constater que les périodicités ne sont pas respectées en raison des calendriers des uns et des autres ;
- **Le mailing.** La communication électronique est abondamment utilisée. Cependant les mails professionnels sont peu utilisés.

Il a été relevé que le CCMEFP-UEMOA dispose d'un certain nombre de cadres d'échanges et de concertation entre ses différents acteurs. Cependant, face aux nouvelles ambitions qu'il affiche, le CCMEFP-UEMOA doit davantage améliorer sa communication interne pour mobiliser l'ensemble de ses ressources humaines en vue de l'atteinte de ses objectifs. De nombreuses opportunités existent et il faudra que le CCMEFP-UEMOA travaille à moderniser son système de communication interne, en se dotant des outils informatiques nécessaires et d'un réseau internet de qualité.

1.2- L'inventaire de la communication externe

La communication externe utilise des moyens de communication média et hors-médias. De façon générale, les outils de la communication externe existent et sont utilisés.

- **La Télévision.** Le CCMEFP-UEMOA n'utilise la télévision que pour la couverture de ses conférences annuelles et ateliers thématiques. Depuis sa création, le CCMEFP-UEMOA n'a jamais réalisé et diffusé des documentaires bilans de ses activités ou des magazines valorisant les thématiques abordées. Il n'existe aucune émission dans aucun pays qui porte exclusivement sur le CCMEFP-UEMOA.
- **La radio.** Elle n'est presque pas utilisée.
- **La presse écrite et médias en ligne.** Des reportages sont réalisés pour le site et la page Facebook.
- **L'affichage routier.** Il n'a jamais été utilisé pour les campagnes de communication du CCMEFP-UEMOA.
- **L'Internet.** Le CCMEFP-UEMOA dispose d'un site internet.
- **Les JPO, salons ou foire.** Le CCMEFP-UEMOA n'a jamais organisé un salon.

- **Les dépliants.** Le CCMEFP-UEMOA n'en dispose pas.
- **Les flyers.** Il faudra en définir de plusieurs formats avec des objectifs de communication précis.
- **Les roll up.** Ils sont en nombre réduits et les pays n'en disposent même pas pour valoriser l'Institution.

1.2.1- Quand, comment et combien ?

Les moments où les activités de communication sont effectuées, la manière dont elles sont faites et leurs coûts sont scrutés ici.

Les grands moments de communication sont toujours les réunions des experts et les conférences ministérielles. La plupart du temps, le cadre s'appuie sur les pays organisateurs pour obtenir des couvertures médiatiques. Ces pratiques ne permettent pas d'orienter les médias dans le sens des résultats voulus par la communication institutionnelle.

1.2.2- Le traitement des questions liées à l'emploi et à la formation professionnelle dans les médias ?

En ce qui concerne les questions liées à l'emploi et à la formation professionnelle et leur traitement par les médias de l'espace UEMOA, nous notons qu'elles apparaissent rarement et sont liées le cas échéant, aux quatre fonctions remplies par les médias dans l'espace public.

Tout d'abord, les médias ont une fonction d'agenda : ils sélectionnent les thèmes qu'ils considèrent comme méritant l'attention du public et traitent surtout les grands événements en rapport avec ces thèmes, en particulier la rentrée scolaire, les examens, les vacances, les résultats, les grèves là où elles existent encore. Il est plutôt rare de voir des médias initiés des sujets d'enquête ou d'investigations sur ces thématiques qui du restent n'intéressent guère les politiques.

Autre aspect important lié à cette fonction d'agenda : la question de l'emploi et de la formation professionnelle n'a pas toujours réussi à faire la météo médiatique dans l'espace UEMOA. Ainsi les médias ne se dotent pas, à ce jour, de journalistes spécialisés et des tribunes d'experts.

La deuxième fonction est celle de l'amorçage : c'est-à-dire que les médias en l'espèce ne proposent pas un cadrage, ne valorisent pas une prise de position. Exemple, des propos engagés et militants qui vont dans le sens de la dénonciation de la morosité du marché du travail ou des curricula de formation. Les effets de cet amorçage sont

que les faits divers sur l'emploi et la formation professionnelle et leur traitement par les médias de l'espace risquent d'être présentés comme des conséquences et non un apprentissage dans le long chemin du libéralisme.

La troisième fonction est celle de la légitimation et le l'institutionnalisation des questions liées à l'emploi et à la formation professionnelle. Elle se fait principalement par l'image (télévision) car elle a un effet de représentativité important. Il y a cependant, une rareté des rubriques dans les journaux qui légitimeraient ces questions.

Enfin, **la quatrième fonction est celle de la mobilisation** : elle concerne la capacité des médias à mobiliser les citoyens sur certaines questions liées à l'emploi et à la formation professionnelle. Les TIC devront permettre de développer considérablement ce phénomène. Enfin, internet et les réseaux sociaux peuvent devenir des vecteurs importants permettant la mobilisation citoyenne.

1.2.3- Internet et les Médias dans l'espace UEMOA

La montée en puissance des plateformes numériques a bouleversé les équilibres traditionnels du secteur audiovisuel. Avec le numérique, les frontières s'effacent et l'information circule à la vitesse de la lumière. Les impacts des technologies émergentes telles que l'intelligence artificielle et la réalité augmentée sur le secteur audiovisuel viennent en rajouter aux défis du numériques aujourd'hui qui peuvent également devenir d'heureuses perspectives pour la diffusion des informations du CCMEFP-UEMOA.

2. | ANALYSE PASTEL

Préliminaire important du plan de communication, l'analyse PESTEL nous permet de déterminer les facteurs politiques, économiques, sociaux, technologiques, environnementaux et légaux qui sont essentiels pour le CCMEFP-UEMOA et susceptibles de l'affecter maintenant et à l'avenir au point d'influencer la stratégie de communication à mettre en œuvre.

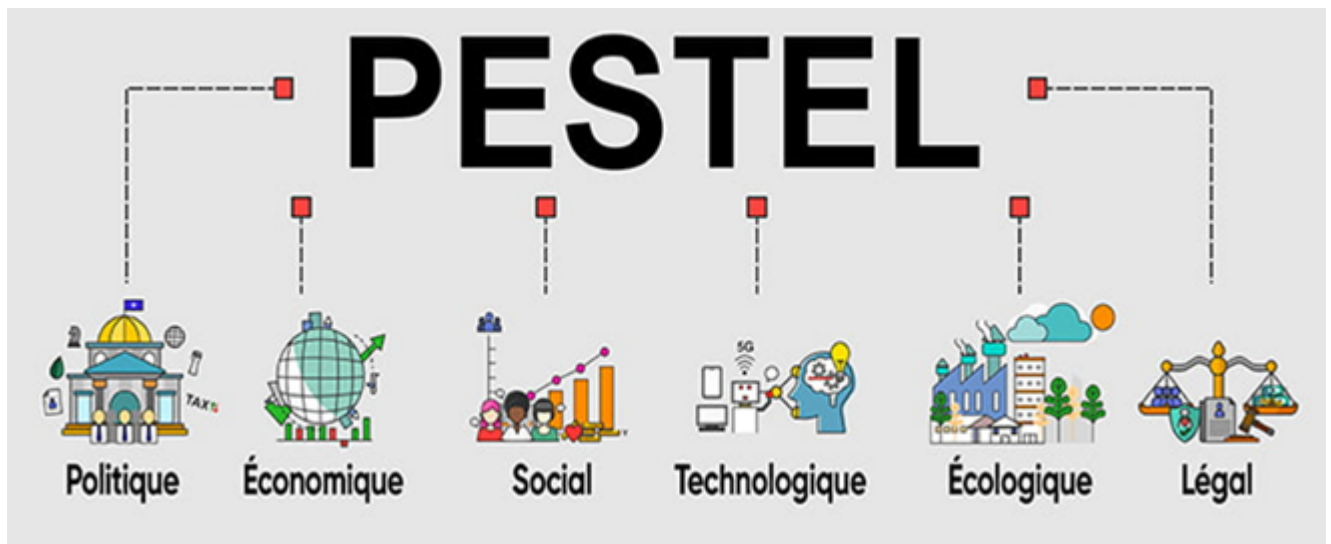


Tableau 2 : facteurs et risques PESTEL

Facteurs	Temps T0	Temps T+N
Politiques		
<ul style="list-style-type: none"> • Documents de Politiques Nationales, les ODD, Agenda 2063 de l'Afrique etc. • Stabilité politique mitigée dans l'espace 	<p>Existants et important jusqu'en 2030</p> <p>Présidence régulière par endroits, régimes militaires ailleurs</p> <p>Changement important de paradigme</p>	<p>Pas de changements majeurs Restriction des libertés et tous ses corollaires</p> <p>Probable réorganisation de la carte géopolitique et géostratégique de l'espace</p>
Economiques		
<ul style="list-style-type: none"> • Croissance • Coûts de l'énergie 	<ul style="list-style-type: none"> - Faible - Elevé 	<ul style="list-style-type: none"> - Selon les fluctuations mondiales, les pandémies et le mode de gouvernance - Selon les choix politiques et le mode de gouvernance
Sociaux		
<ul style="list-style-type: none"> • Démographie • Niveaux d'éducation • Distribution des richesses • Attitudes et préoccupations majeures 	<ul style="list-style-type: none"> - Important - En augmentation - Inégalitaire - Gestion rationnelle des ressources 	<ul style="list-style-type: none"> - Plus important - Bien élevé - Fossé d'inégalité plus large - Une rationalité plus accrue

Facteurs	Temps T0	Temps T+N
Technologiques		
<ul style="list-style-type: none"> • Rythme des mutations technologiques • Degré de l'investissement public et privé dans la technologie • Niveau d'investissement public et privé 	<ul style="list-style-type: none"> - En croissance - Faible - Faible 	<ul style="list-style-type: none"> - Plus forte - Probablement plus élevé - Probablement plus élevé
Ecologiques		
<ul style="list-style-type: none"> • Impact de la production industrielle • Impacts des activités anthropiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Négatif - Important 	<ul style="list-style-type: none"> - Négatif - Important
Légaux		
<ul style="list-style-type: none"> • Cadre juridique général • Droit international 	<ul style="list-style-type: none"> - Riche mais insuffisant - Partie prenante de plusieurs conventions internationales 	<ul style="list-style-type: none"> - Plus contraignante - Plus renforcé

De l'analyse PESTEL, on peut déduire que plusieurs facteurs constituent des risques évidents à la mise en œuvre efficace de la stratégie de communication du CCMEFP-UEMOA. La Stabilité politique et l'environnement économique sont les facteurs les plus importants à suivre de près pour mieux orienter le cadrage communicationnel.

3. | ANALYSE SWOT

Suite à l'analyse PESTEL du cadre communicationnel du CCMEFP-UEMOA, une analyse SWOT a été réalisée pour mieux cerner les grands axes autour desquels sera construite la communication globale et digitale du CCMEFP-UEMOA.

Tableau 1 : Matrice SWOT

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Volonté politique forte; - Existence d'un cadre juridique clair ; - Organisation des réunions statutaires ; - Existence de pages web ; - Cadre régionale de mutualisations de ressources - Existence d'une plateforme de mutualisation ; - Existence et fonctionnement des Entités Nationales de Mutualisations ; - Existences de divers documents de gouvernance. 	<ul style="list-style-type: none"> - Faible niveau d'information sur le cadre par les acteurs de l'emploi et de la formation professionnelle ; - Les réunions d'information internes ne sont pas formalisées ; - Faible implication des acteurs à la base ; - Insuffisance de personnel pour le Cadre ; - Besoin de renforcement de capacités des acteurs de la mutualisation ; - Barrières linguistiques ; - Ressources humaines et matérielles insuffisantes ; - Faible mobilisation de ressources.

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Existence de nombreux médias publics, privés et communautaires ; - existence des réseaux traditionnels de communication ; - Mobilisation de plusieurs PTF autour du Cadre ; - Les municipalités sont disposées d'accompagner la mise en œuvre des activités du projet à travers les services compétents. 	<ul style="list-style-type: none"> - Non-paiement des cotisations par les Etats ; - Instabilité politique ; - Extrémisme violent et djihadisme ; - Crise sanitaire intermittente ; - Coûts élevés des services de communication ; - Non-respect des textes.

❖ Point d'information :

- la volonté de communiquer efficacement existe au niveau du CCMEFP. Elle se traduit lors de chaque conférence;
- l'information et la communication sont cloisonnées au niveau des cadres.
- le CCMEFP-UEMOA est connu au niveau des acteurs directeurs mais très peu connu par les populations.
- Les discussions thématiques sont quasi inexistantes.

❖ **Recommandations :**

- Renforcer la communication interne du CCMEFP-UEMOA en mettant en place de nouveaux outils (team-buildings training, newsletter, mails professionnels, etc.)
- Définir les rôles et responsabilités aux entités nationales de mutualisation notamment dans le suivi de la mise en œuvre des actions de communication ;
- Créer une banque d'images sur les activités du CCMEFP-UEMOA ;
- Planifier des réunions de restitution sur l'état d'avancement de la mise en œuvre de la stratégie de communication;
- Utiliser tous les canaux possibles, et les langues appropriées pour informer les bénéficiaires et le grand public, via les canaux médiatiques et traditionnels, sur l'importance du CCMEFP-UEMOA ;
- Recruter un expert international en communication de l'espace UEMOA pour appuyer le CCMEFP-UEMOA dans la mise en œuvre des différents de communication élaborés ;
- Mettre un accent particulier sur la communication digitale ;
- Améliorer l'image et la notoriété du CCMEFP-UEMOA auprès du grand public et des parties prenantes ;
- Renforcer les capacités des acteurs en matière de communication ;
- Produire et diffuser auprès des bénéficiaires des livrets d'information sur les secteurs d'activités du CCMEFP-UEMOA;
- Produire et diffuser régulièrement des plaquettes d'information sur les activités du CCMEFP-UEMOA.

4. | SYNTHÈSE DE L'AUDIT DE LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

L'absence d'un cadrage efficace et efficient de la communication et une marginalisation des outils de communication empêchent le public de connaître le CCMEFP-UEMOA et ses activités. Du point de vue social, technologique, économique, écologique et politico juridique, les constats faits aujourd'hui vont se confirmer voire se consolider avec surtout plus d'influence de la technologie et du niveau de vie et d'éducation. Il va s'ensuivre une adaptation incontournable des outils et des techniques de communication. Cela est très important à prendre en compte dans l'élaboration de

la présente stratégie de communication afin de corriger les points faibles notés en matière de communication dans l'institution et révéler les atouts majeurs que constituent les forces du CCMEFP-UEMOA. Ce choix va permettre de faire face aux menaces relatives au désintérêt du public, des structures et démembrements des Etats à l'égard du CCMEFP-UEMOA. Plusieurs piliers existent pour appuyer la stratégie de communication et qui vont être mis en œuvre pour atteindre les objectifs fixés. Il s'agit de la volonté politique actuelle au sommet du CCMEFP-UEMOA, l'engagement des PTFs comme la Coopération suisse, l'existence d'un cadre de partenariat avec plusieurs organismes nationaux et internationaux, les acquis obtenus lors de la mise en œuvre de la première génération de la stratégie de communication.

Par ailleurs l'existence de plusieurs médias dans l'environnement régional constitue un véritable atout pour la communication qui devra s'appuyer également sur le potentiel des langues nationales en vue d'atteindre les cibles analphabètes et illettrées.

ANALYSE DES BESOINS EN COMMUNICATION DU CCMEFP-UEMOA ET DES ATTENTES DES CIBLES

La cible est un élément déterminant de toute communication. C'est elle qui oriente, et détermine les choix des canaux, des supports et même des messages à diffuser. Cette étape du document se propose donc de catégoriser les cibles et d'analyser leurs besoins et leurs habitudes de communication afin de pouvoir adapter au mieux les messages à adresser à chaque catégorie de cible.

1. | ANALYSE DES BESOINS EN COMMUNICATION DU CCMEFP-UEMOA

Ordre d'importance	Groupes cibles	Rôles
Communication interne		
Primaires	La Conférence des Ministres	Ils donnent des avis et formulent des suggestions en vue de définir, par voie réglementaire, la politique générale et les orientations du CCMEFP-UEMOA
	Le Secrétaire Permanent	Il assure la gestion quotidienne du CCMEFP-UEMOA dans la limite des pouvoirs à lui confiés
	Le personnel du CCMEFP-UEMOA	Ils assistent le SP/CCMEFP-UEMOA dans la mise en œuvre des différentes décisions et facilitent les contacts avec les parties prenantes
Secondaires	Les experts Pays et les responsables d'entités nationales de mutualisation	Ils sont la cheville ouvrière du cadre de concertation des Ministres en charge de l'emploi et de la formation professionnelle. Ils travaillent à la mise en œuvre des recommandations des diverses conférences des ministres et se doivent de refléter une bonne image du cadre. Ils ont besoin d'être de se sentir impliqués et considérés.
	Les partenaires stratégiques de mise en œuvre	Ils font le pont entre le Secrétariat Permanent et les bénéficiaires directs du CCMEFP. A ce titre, ils doivent être mis dans l'économie des valeurs du CCMEFP-UEMOA et prendre une part active à sa visibilité.

Ordre d'im- portance	Groupes cibles	Rôles
Communication externe		
Primaires	Médias	Ce sont des vecteurs de premier plan dans la communication externe du CCMEFP-UEMOA. Porteurs d'information, par conséquent porteurs d'image, les médias représentent des partenaires privilégiés avec lesquels le Cadre doit développer et entretenir des relations de bonne facture.
	Ministères sectoriels des divers pays	Etant le cœur battant du Cadre, les ministères de l'Emploi et de la formation professionnelle, sont les acteurs directs des changements attendus. Il faut travailler à les amener à montrer plus d'intérêt pour le CCMEFP-UEMOA, à défendre ses activités et à les promouvoir.
	Les entités nationales de mutualisation	Les membres des ENM pays sont les vitrines nationales de la visibilité régionale du CCMEFP-UEMOA. Ils doivent être impliqués dans la défense de l'image du cadre par leurs travaux.
	Les Points focaux	Les points focaux portent avec le CCMEFP-UEMOA, les défis thématiques. Ils doivent être impliqués dans les dynamiques en place pour mieux positionner le cadre dans les divers enjeux de développement
	Secteur privé	Partenaires privilégiés, ils constituent le cadre de mise en œuvre des diverses initiatives. Ils doivent donc être pris en compte à toutes les étapes
Secondaires	Partenaires techniques et financiers (PTF)	Acteurs engagés, les PTFs représentent des alliés objectifs du CCMEFP-UEMOA. Ils apportent leur expérience et leur savoir-faire au projet.
	Grand public	Il est porteur d'opinions, y compris de préjugés parfois. Etre bien vu et bien apprécié du grand public est à la fois source de crédit et d'ouverture.

2. | DETERMINATION DES ATTENTES DES CIBLES VIS-A-VIS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

Tableau : Attentes des groupes cibles

Groupes cibles	Type de relation avec le CCMEFP-UEMOA	Attente de la cible	Usage par la cible	Intérêt pour le CCMEFP-UEMOA
Conférence des ministres	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervision ▪ Accompagnement ▪ Appui politique ▪ Partenariat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Décisions 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confiance ▪ Meilleures décisions au profit du CCMEFP-UEMOA
Ministères sectoriels	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accompagnement ▪ Appui politique ▪ Partenariat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Décisions 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confiance de la hiérarchie ▪ Meilleures décisions au profit du CCMEFP-UEMOA
Partenaires Techniques et Financiers	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accompagnement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Lobbying 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Signature de partenariat
ENM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accompagnement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Décisions 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confiance ▪ Meilleures décisions au profit du CCMEFP-UEMOA
Points focaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisation ▪ Gestion des activités 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Mobilisation sociale, ▪ Changement de comportement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confiance de la hiérarchie ▪ Meilleures décisions au profit du CCMEFP-UEMOA
Secteur privé	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partenariat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Mobilisation sociale, ▪ Changement de comportement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Signature de partenariat
Personnel du CCMEFP-UEMOA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisation ▪ Gestion des activités 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Mobilisation sociale, ▪ Changement de comportement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confiance de la hiérarchie ▪ Meilleures décisions au profit du CCMEFP-UEMOA

Groupes cibles	Type de relation avec le CCMEFP-UEMOA	Attente de la cible	Usage par la cible	Intérêt pour le CCMEFP-UEMOA
Bénéficiaires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Mobilisation sociale, ▪ Changement de comportement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne image externe du CCMEFP-UEMOA
Grand public	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Mobilisation sociale, ▪ Changement de comportement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne image externe du CCMEFP-UEMOA
Les centres régionaux de formations	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partenariat ▪ Sensibilisation ▪ Gestion des activités 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhésion ▪ Mobilisation sociale, ▪ Changement de comportement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne image externe du CCMEFP-UEMOA
Médias	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffusion des informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffusion des informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne image externe du CCMEFP-UEMOA

Le cadre stratégique de la communication précise l'ensemble des principes et valeurs qui doivent régir la stratégie de communication pour qu'elle soit utile à l'Institution. On y retrouve, les piliers, les enjeux, les principes directeurs, la vision, les objectifs de communications et les résultats attendus.

1. | LES PILIERS DE LA COMMUNICATION DU CCMEFP-UEMOA

A partir du diagnostic, de l'audit de la communication et de l'analyse des cibles, notre démarche d'élaboration de la stratégie de communication se fonde sur un meilleur positionnement du CCMEFP-UEMOA suivant trois piliers : **Qualité-Notoriété-performance.**

1.1- Qualité

Il s'agit dans ce pilier de travailler à améliorer la qualité globale du CCMEFP-UEMOA en partant de la qualité de la communication interne et ensuite mettre un point d'honneur à vulgariser les résultats des actions mises en œuvre au profit des cibles. Faire connaître les impacts des résultats sur les bénéficiaires de tous ordres aiderait à améliorer la perception du CCMEFP-UEMOA au sein du public. Dans ce pilier qualité, la communication s'emploiera également à mettre en exergue la capacité du CCMEFP-UEMOA à venir en appui pour définir ou matérialiser les besoins des Etats pour l'employabilité de leurs jeunes. Améliorer la qualité de la communication interne du CCMEFP-UEMOA ; - Faire connaître ou rappeler l'existence du CCMEFP-UEMOA ; - Informer sur sa mission, ses objectifs et ses moyens ; - Exposer ses initiatives; - Promouvoir ses réalisations, telles sont les grandes lignes de ce pilier.

1.2- Notoriété

La stratégie de communication devra révéler le CCMEFP-UEMOA comme une Institution de référence; le pilier notoriété travaillera à gagner davantage la confiance du public et des gouvernements de l'espace afin de devenir un bras armé opérationnel incontournable

pour la formation professionnelle et l'emploi ; les actions de ce pilier permettront de mériter la confiance des partenaires de tous genres.

1.3- Performance

Il est question d'inciter les partenaires à faire recours au CCMEFP-UEMOA en signant des accords de partenariat avec l'institution de manière à utiliser l'expertise acquise pour la mise en œuvre de plusieurs projets relatifs à l'emploi et à la formation professionnelle. Attirer les divers partenaires par la performance, c'est assurer la mission du Cadre avec doigté et savoir-faire ; c'est apporter des solutions inédites aux problèmes récurrents de sous-emploi et de chômage des jeunes. Et c'est enfin communiquer au public, ces résultats performants pour mieux se positionner.

Il est utile de remarquer que ces divers piliers font appel à des enjeux de la communication. Communiquer va donc au-delà du schéma classique de Shanon et Weaver (Emetteur-message- récepteur). Il ne s'agit plus aujourd'hui de transmettre un message dans le seul but d'informer. La communication fait référence aussi à divers enjeux dont la compréhension oriente les actions de communication à définir.

2. | LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION DU CCMEFP-UEMOA

2.1- Les enjeux de communication du CCMEFP-UEMOA

Le diagnostic communicationnel montre que le CCMEFP-UEMOA a besoin d'une communication qui prenne en compte les enjeux de positionnement, informatifs et normatifs.

- les enjeux de positionnement : Communiquer, c'est se positionner par rapport aux autres

- ❖ Montrer, grâce à une communication structurée, le CCMEFP-UEMOA comme une réponse à l'épineuse question de l'employabilité ;
- ❖ Positionner le CCMEFP-UEMOA à tous les grands rendez-vous régionaux et internationaux sur l'emploi et la formation professionnelle ;
- ❖ Ressortir L'utilité pour le CCMEFP-UEMOA de refléter l'image

d'une institution d'expertise, de compétence, d'expériences et d'innovation ;

❖ La possibilité d'un impact direct sur les revenus des MPME;

- les enjeux Informatifs : la communication, c'est un acte d'information

❖ Mettre l'accent sur les missions, objectifs et réalisations du CCMEFP-UEMOA et donner au CCMEFP-UEMOA une image externe d'expertise, de compétence, d'expériences et de disponibilité dans divers domaines de l'emploi et la formation professionnelle;

❖ Consolider un capital sympathie et de confiance de la part des partenaires et bénéficiaires par l'organisation de grands évènementiels et une communication de masse;

❖ Anticiper sur l'avenir.

- les enjeux Normatifs : la communication, c'est proposer un ensemble de normes et de règles pour soutenir les échanges

❖ Mettre l'accent sur la plateforme de mutualisation;

❖ Communiquer sur les modes et usages;

❖ Renforcer les capacités des acteurs.

3. | VISION, OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

3.1- Vision de la stratégie

Au regard de tout ce qui précède, la vision que nous proposons pour cette deuxième génération de stratégie de communication se formule ainsi qu'il suit : « *Contribuer à faire du CCMEFP-UEMOA à l'horizon 2029, un outil régional de stabilité politique, économique et social de l'espace UEMOA, grâce à une communication innovante et dynamique, inclusive et orientée vers la quête constante de l'excellence autour des thématiques de l'emploi et de la formation professionnelle.* »

Il s'agira pour la communication d'évoluer aux côtés du CCMEFP-UEMOA pour contribuer à établir dans l'espace régional, les fondements d'une paix durable en soutenant l'employabilité des jeunes par des formations professionnelles débouchant sur de nouveaux emplois durables et décents.

La communication du CCMEFP-UEMOA mettra en place à cet effet, un monitoring intelligent de toutes les actions de visibilité et d'image en vue de créer un climat de confiance nécessaire à l'adhésion de tous les Etats membres ou sympathisants.

4. | OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION DU CCMEFP-UEMOA

4.1- Objectif global de la communication

L'objectif global de la communication est d'améliorer aussi bien la communication interne qu'externe du CCMEFP-UEMOA. Cet objectif devra répondre à la triple exigence de visibilité, de notoriété et de lisibilité de l'Institution.

4.2- Objectifs spécifiques de la communication

L'atteinte de l'objectif principal de communication passe nécessairement par sa déclinaison en plusieurs objectifs spécifiques, complémentaires et interactifs, qui génèrent une dynamique de communication. Il s'agit des :

4.2.1- Objectifs d'amélioration de la connaissance du CCMEFP-UEMOA

- ❖ Instaurer une meilleure circulation de l'information pour l'amélioration du management, un meilleur suivi-évaluation, des redditions de compte ;
- ❖ Accroître la visibilité de l'Institution ;
- ❖ Obtenir une meilleure adhésion des différents acteurs sur les choix importants, une meilleure qualité du service, un engagement responsable et commun pour l'atteinte des objectifs poursuivis pour l'amélioration de la productivité ;
- ❖ Favoriser l'établissement d'un cadre normal de dialogue social, de lobbying et une relation interpersonnelle de collaboration, de complicité et une dynamique de travail en équipe.

4.2.2- Objectifs de notoriété et d'image

- ❖ Faire valoir le CCMEFP-UEMOA et ses missions en donnant plus de visibilité à ses actions ;
- ❖ Développer le capital sympathie et de confiance ;
- ❖ Valoriser les partenariats passés et en cours à travers les succès des actions et les résultats en mettant en avant les atouts, les avantages, les plus-values pour les partenaires.
- ❖ Faire connaître les différents services aux groupes cibles avec les solutions proposées selon les domaines d'activités

pour susciter l'intérêt de toutes les composantes ;

- ❖ Amener les bénéficiaires à s'engager avec le CCMEFP-UEMOA et à amorcer la transformation structurelle de activités ;
- ❖ Faire accepter le CCMEFP-UEMOA en tant que réservoir d'expertise, de compétence et d'expériences utiles pour les Etats de l'espace et même au-delà.

4.3- Résultats attendus

Au regard des objectifs fixés ci-dessus, les résultats attendus de la mise en œuvre du présent plan de communication se déclinent comme suit :

- **La communication interne du CCMEFP-UEMOA est améliorée ;**
 - Il y a une meilleure circulation de l'information qui favorise l'amélioration du management, un meilleur suivi-évaluation et des redditions de compte ;
 - Il y a une meilleure adhésion des différents acteurs aux choix importants, une meilleure qualité du service et un engagement responsable et commun pour l'atteinte des objectifs poursuivis pour l'amélioration de la productivité ;
 - Un cadre normal de dialogue social, de lobbying et une relation interpersonnelle de collaboration, de complicité et de travail en équipe font partie du quotidien du CCMEFP-UEMOA.

- **Le CCMEFP-UEMOA est visible, acquiert une notoriété et présente une bonne image à l'externe**
 - Le capital sympathie et confiance du CCMEFP-UEMOA a augmenté, sa renommée s'impose en tant que réservoir d'expertise, de compétence et d'expériences utiles pour les partenaires ;
 - Les différentes offres de services du CCMEFP-UEMOA sont mieux connues et sont valorisées à travers les partenariats passés ou en cours d'exécution et les succès des actions et résultats du CCMEFP-UEMOA, les partenaires sont aussi informés des atouts, des avantages et des plus-values pour eux.
 - Les services du CCMEFP-UEMOA sont connus selon les domaines d'activités pour susciter l'intérêt de toutes les parties prenantes ;
 - Des partenaires décident de signer des contrats d'objectifs

pour la réalisation d'études ou la mise en œuvre de projets et autres activités avec le CCMEFP-UEMOA

- Le nombre d'utilisateurs de la plateforme de mutualisation a sensiblement augmenté.

5. | PRINCIPES DIRECTEURS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION ET VALEURS

5.1- Principes-directeurs de la communication

Au niveau interne, la communication se veut être un outil d'animation, d'information, de mobilisation et de cohésion du personnel. C'est pourquoi, le SP et le Président en exercice du Cadre doivent communiquer régulièrement, avec leurs collaborateurs pour favoriser la confiance, renforcer l'esprit d'équipe et l'engagement de chacun pour l'atteinte des objectifs du CCMEFP-UEMOA.

Les principes suivants, sont à même d'affirmer cette volonté :

- faire de l'aptitude et de l'engagement à communiquer, un principe fondamental du management ;
- rendre disponible une information régulière, accessible aux agents, et la faire circuler;
- s'engager à susciter des réactions, recueillir des avis et conseils des parties prenantes internes. Il se fait, grâce aux cadres de concertation mis en place (réunions hebdomadaires, séances de travail, rencontres extraordinaires sur des questions d'actualité, etc.). La communication interpersonnelle directe y est privilégiée ;
- faire des responsables hiérarchiques les premiers responsables de la stratégie de communication avec leurs collaborateurs et la gestion des feedbacks au sein des services.

Au niveau externe, la communication est un outil d'information et de relations partenariales qui permet de cultiver le dialogue, la confiance et la compréhension. Le CCMEFP-UEMOA vit en interaction avec son environnement et doit entretenir des relations de qualité avec ses divers publics externes. C'est pourquoi, le CCMEFP-UEMOA reconnaît qu'elle doit renforcer et/ou améliorer continuellement, sa communication externe. Les principes suivants, doivent guider son action :

- affirmer qu'une information formalisée, régulière, accessible et pertinente doit circuler vers les membres des instances statutaires. La communication vise à rendre visibles et lisibles les activités et les réformes du CCMEFP-UEMOA. En outre, elle vise à une appropriation consciente de les réformes par les bénéficiaires et le public;
- s'engager à cultiver le dialogue avec les parties prenantes externes. Le CCMEFP-UEMOA le fait, grâce aux cadres formels de concertation et aux TIC. Il le fait également grâce à l'accompagnement de la presse ;
- considérer que toute campagne de communication externe doit obéir à des procédures de validation des contenus à diffuser et doit être précédée d'une campagne d'information des membres de l'équipe interne (notes de service, d'information et courriels).

5.2- Valeurs fondamentales à promouvoir

Toute stratégie de communication réussie se repose sur des valeurs fondamentales non négociables. En plus des valeurs universelles de performance institutionnelle que sont la compétence, l'humilité, l'impartialité, l'intégrité, la loyauté, le respect et la confidentialité, la stratégie de communication du CCMEFP-UEMOA prend ses marques sur les valeurs suivantes :

- **Le travail d'équipe** : travailler en équipe signifie que les acteurs observent le principe de la diversité et prennent en compte toutes les contributions des collaborateurs ; ils partagent en permanence, leurs connaissances et collaborent de façon directe, entre eux ; ils intègrent tous les partenaires en étant totalement ouverts à leurs propositions et recommandations pour une collaboration efficace ;
- **Le respect mutuel** : il est toujours plus facile de bien vivre les relations de travail lorsqu'une certaine harmonie règne entre les collaborateurs. Et pour ce faire, le CCMEFP-UEMOA entend favoriser un minimum d'entente entre les collègues ou les collaborateurs : le respect de ceux-ci suffit habituellement à générer une atmosphère détendue. Et qui dit respect, dit accepter la présence de l'autre, reconnaître ses connaissances et compétences, faire preuve d'ouverture aux idées différentes des autres, etc. ;
 - ✓ **La bonne gouvernance** : elle est l'ensemble des organes et règles de décision, d'information et de surveillance permettant aux parties prenantes des projets de voir leurs intérêts respectés et leur voix

entendue dans le fonctionnement du CCMEFP-UEMOA. Elle vise à mettre en œuvre tous les moyens, pour que le Cadre puisse réaliser les réformes pour lesquelles il a été créé, et ce, de façon transparente, efficiente et respectueuse des attentes de ses parties prenantes. La bonne gouvernance sera donc faite des règles d'imputabilité et des principes de fonctionnement mis en place par l'accord de financement pour en arrêter les orientations stratégiques. Aussi, doit-il assurer la supervision et favoriser l'émergence de valeurs de probité et d'excellence au sein du CCMEFP-UEMOA.

- ✓ **L'efficience** : elle se pose comme une composante importante de la mesure de la performance du Cadre dans l'exécution de ses activités et des réformes qu'il engage. Il s'agit de l'optimisation des ressources humaines, financières, matérielles et techniques, utilisées dans l'exécution de ses activités. Mais, il convient de la distinguer de l'efficacité, qui vise à vérifier si les résultats sont en phase avec les objectifs fixés, et de la pertinence, qui vise à procurer les moyens suffisants à atteindre les objectifs définis.

6. | AXES STRATEGIQUES

Deux axes stratégiques émergent de la vision proposée et des objectifs de communication identifiés. Ces axes contribueront à l'atteinte des résultats de visibilité, d'image et de notoriété du CCMEFP-UEMOA.

Axe stratégique 1 : Cohésion interne et synergie des acteurs

L'axe stratégique 1 s'occupe de construire la solidité interne du CCMEFP-UEMOA pour que réunis autour des valeurs et des idéaux retenus, tous les membres de l'équipe arrivent à dégager l'harmonie nécessaire pour relever les défis de la communication. l'un des rôles de la communication interne est de servir de catalyseur pour dynamiser les efforts collectifs tout en encourageant l'exemplarité des collaborateurs, les rendant co-constructeurs du rêve désiré.

Axe stratégique 2 : visibilité et notoriété du CCMEFP-UEMOA

Le CCMEFP-UEMOA a déjà fort heureusement une certaine visibilité dans l'espace. Cette deuxième génération de la stratégie de communication travaillera à faire une visibilité certaine du CCMEFP-UEMOA. Et dans ce deuxième axe, l'amélioration de l'image et de la notoriété du Cadre seront de premiers ordres.

Le cadre opérationnel décrit la logique de mise en œuvre du cadre stratégique. Chaque axe stratégique sera traduit en leviers opérationnels et des actions d'impact pour atteindre les objectifs de communication voulus.

A l'Axe stratégique1 : Cohésion interne et synergie des acteurs, on associe les leviers opérationnels suivants :

Levier opérationnel 1 : assurer une meilleure circulation interne de l'information

Levier opérationnel 2 : renforcer le dialogue et la confiance entre les acteurs

A l'Axe stratégique2 : visibilité et notoriété du CCMEFP-UEMOA, on associe les leviers opérationnels suivants :

Levier opérationnel 3 : positionner le CCMEFP-UEMOA comme une expertise régionale en matière d'emploi et de formation professionnelle aux services des Etats.

Levier opérationnel 4 : Organiser des actions d'IEC et d'exhibition sur les missions et rôles du CCMEFP-UEMOA en direction du grand public et des Etats.

Levier opérationnel 5 : organiser une communication digitale professionnelle autour des actions du CCMEFP-UEMOA.

1. | **MESSAGES, APPROCHES ET CANAUX/ SUPPORTS DE COMMUNICATION**

A chaque groupe cible identifié correspond un message approprié. En outre, pour mieux atteindre les différentes cibles, le choix des bons messages, des meilleures approches et des canaux/supports de communications efficaces s'avère indispensable.

Tableau : Groupes cibles, messages, approches et canaux/supports de communication

Groupes cibles	Messages	Approches	Canaux	Support
Conférence des ministres	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soutien ▪ Paroles valorisantes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plaidoyers, échanges informels 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Téléphones ▪ Mails ▪ Dîner ▪ Ateliers ▪ Reportages (presse écrite, en ligne, et audiovisuel)
Ministères sectoriels	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soutien ▪ Paroles valorisantes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plaidoyers, échanges informels 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Téléphones ▪ Mails ▪ Dîner ▪ Ateliers ▪ Reportages (presse écrite, en ligne, et audiovisuel)
Partenaires Techniques et Financiers	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accompagnement technique et financier 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations ▪ Plaidoyers 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Signature de partenariat ▪ Conventions ▪ Accords ▪ Productions de contenus médias
ENM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valorisation du CCMEFP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Démarche qualité ▪ Information pertinente ▪ Mobilisation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etudes ▪ Rapports ▪ Ateliers ▪ Conférences
Points focaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valorisation du CCMEFP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Démarche qualité ▪ Information pertinente ▪ Mobilisation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etudes ▪ Rapports ▪ Ateliers ▪ Conférences ▪ Productions de divers supports médiatiques
Personnel du CCMEFP-UEMOA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Paroles valorisantes ▪ Responsabilité individuelle et collective 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information ▪ Sensibilisation ▪ Renforcement des capacités 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Voyages d'études et de découvertes, Réunions, ateliers de formation, corporate, bulletin d'information, cadran visuel, Roll up
Bénéficiaires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valorisation du CCMEFP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information ▪ Sensibilisation ▪ Renforcement des capacités 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ateliers ▪ Conférences ▪ Success stories ▪ Productions de divers supports médiatiques

Groupes cibles	Messages	Approches	Canaux	Support
Grand public	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information ▪ Sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne image externe du CCMEFP-UEMOA
Les centres régionaux de formations	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valorisation du CCMEFP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information ▪ Renforcement des capacités 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne image externe du CCMEFP-UEMOA
Médias	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffusion des informations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information ▪ Renforcement des capacités 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias et Hors Média 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contenus médias ▪ Rencontres et dîners

En fonction des différents niveaux de communication, on distingue les cibles directes de la communication, (le cœur de la cible) et les cibles indirectes (la périphérie de la cible). Ce tableau propose des messages clefs que la communication devra reprendre selon qu'elle s'adresse au cœur de la cible ou à la périphérie de la cible.

Groupes cibles	Messages
Le cœur de la cible	<p>« Le CCMEFP-UEMOA est un instrument au service du développement de l'espace UEMOA. Nous sommes privilégiés de conduire les destinées de notre région. C'est pourquoi notre engagement et notre sens de responsabilité ne doivent souffrir d'aucune négligence. »</p> <p>« Nous devons être conscients que nous sommes au service de l'espace communautaire et non d'un homme. C'est une grande responsabilité et un honneur inestimable. »</p> <p>« L'avenir de milliers de jeunes africains passe par nos décisions. Nous n'avons pas le droit de faire moins que nos capacités »</p> <p>« Nous devons donner le meilleur de nous-mêmes car des générations entières peuvent être transformées par notre travail et notre engagement. Ne trahissons pas notre mission. »</p> <p>« Tenons le pari de la fierté continentale. Nos communautés nous observent et attendent des solutions à leurs difficultés »</p> <p>« La jeunesse de l'espace a besoin de vous pour s'accomplir, allez-vous vous retenir de l'aider ? »</p> <p>« De votre position, vous avez un rôle dans la réussite des actions du CCMEFP-UEMOA. Jouez votre partition avec dévouement et cœur en sachant que vous servez votre nation et notre Afrique. »</p>

Groupes cibles	Messages
Périphérie de la cible	<p>« Financer le CCMEFP-UEMOA, c'est contribuer à la stabilité de l'espace régional et par ricochet de l'Afrique »</p> <p>« Les projets et programmes du CCMEFP accélèrent la transformation de notre espace régionale et peuvent devenir des catalyseur du développement tant voulu »</p> <p>« Le CCMEFP-UEMOA vous offre la possibilité d'améliorer vos curricula d'enseignement et augmente les chances d'employabilité de vos apprenants »</p> <p>« Le CCMEFP-UEMOA, c'est une fusion de compétences transfrontalières, une diversité culturelle et un cœur battant pour l'emploi et la formation professionnelle »</p> <p>« Le CCMEFP-UEMOA, c'est une expertise éprouvée au bout d'une décennie d'expériences »</p> <p>« La violence est à nos portes, parents, enseignants, éducateurs, allez-vous laisser notre jeunesse se faire enrôler parce que sans compétences et sans emplois ? Le CCMEFP-UEMOA est une solution à notre portée »</p>

2. | LES ACTIONS DE COMMUNICATION

Les actions de communication envisagées pour la mise en œuvre de cette stratégie sont sommairement décrites dans le tableau ci-après :

Actions de communication	Description
Conception d'une newsletter pour le CCMEFP	Diffuser les informations de la vie du cadre à travers une newsletter mensuelle
Célébration des 15 ans du CCMEFP-UEMOA	Il s'agira dans cette activité d'ouvrir une fenêtre de visibilité sur l'Institution avec une série d'activités (des Journées Portes Ouvertes, un documentaire institutionnel, la soirée des 15 ans)
Poursuite de l'édition du Magazine « La Concertation »	Le Magazine « La Concertation » est un instrument de communication que le Cadre doit conserver pour sa visibilité. Il doit être édité à plusieurs centaines d'exemplaires pour permettre à chaque pays d'en disposer suffisamment.

Actions de communication	Description
Organisation annuelle du salon régional de l'emploi et de la formation professionnelle à l'occasion de la conférence des ministres	Le Salon Régional de l'emploi et de la formation professionnelle est un rendez-vous unique qui se déroulera à l'occasion de la conférence des ministres chaque année et qui sera donc tournant et dont le lead sera confié au pays qui accueille la conférence. Le Salon sera ouvert le jour de la Réunion des experts et va clôturer avec une soirée de distinctions des meilleures initiatives de l'espace, des pays modèles - le trophée des meilleurs payeurs de l'année- la mobilisation des ressources pour le Salon sera confiée aux divers fonds
Confection de supports de visibilité (Roll up, prospectus, dépliants)	Tous les pays doivent avoir au moins cinq roll up de visibilité du CCMEFP-UEMOA, des prospectus et des dépliants qui renseignent sur le cadre
Réalisation et diffusion des success stories du CCMEFP-UEMOA, d'émissions radios et télé	Les témoignages notamment sur l'utilisation de la plateforme de mutualisation doivent être enregistrés et diffusés. Des émissions radios et télé sont réalisées sur le CCMEFP-UEMOA
Animation des pages digitales	Le cadre dispose de page Facebook et d'un site d'informations générales. Ces outils doivent être promus et utilisés de façon optimale
Organisation des Formations de team-bulding en direction du Secrétariat Permanent, des ENM et des Points focaux	En direction du personnel clé du CCMEFP-UEMOA et des experts pays, il est souhaitable d'organiser des formations de travail en équipe, et de partage des valeurs du plan de communication.
Organisation des ateliers de vulgarisation de la plateforme de mutualisation	La plateforme est un outil précieux dans le patrimoine du CCMEFP-UEMOA. Il faut le vulgariser au maximum dans les divers pays
Production et diffusion des fiches ou guide d'utilisation de la plateforme	La production d'un guide à l'intention des usagers du CCMEFP-UEMOA sera d'un bénéfice certain pour tous.

Les actions ainsi décrites s'insèrent soit dans l'axe stratégique 1, soit dans l'axe stratégique 2.

Axe stratégique 1 : Cohésion interne et synergie des acteurs

Résultats attendu	Actions possibles	Canaux de communication
Levier opérationnel 1 : Assurer une meilleure circulation interne de l'information		
La communication interne est améliorée et l'équipe du Secrétariat Permanent élargies aux points focaux et aux responsables d'ENM est mobilisée	Organisation des formations de team-bulding en direction du Secrétariat Permanent, des ENM et des Points focaux, formation aux principes et valeurs de la stratégie de communication	Atelier d'information et de formations, Kakémonos, code de conduite. Retraite, séminaires
	Conception et diffusion d'une newsletter du CCMEFP-UEMOA	Mails, groupes WhatsApp, tout support numérique
	Confection de supports de visibilité	Roll up, prospectus, dépliants
	Formation à l'usage des mails professionnels	Ateliers
Levier opérationnel 2 : Renforcer la confiance et le dialogue entre les acteurs		
La communication interne est améliorée avec l'animation régulière des espaces de dialogue	Motivation des collaborateurs à cultiver les valeurs d'écoute, de Respect mutuel, de confiance et de dialogue	Affiches ou kakémonos sur les valeurs à promouvoir, Messages WhatsApp (rappels réguliers), Mail, rencontres, sorties ludiques
	Règlement régulier des difficultés de fonctionnement / incompréhensions ou des dynamiques de résistance au changement (au travers des réunions de l'équipe de pilotage ou du cadre de dialogue)	Réunion, Ateliers, Contact individuel

Axe stratégique 2 : Visibilité et notoriété du CCMEFP-UEMOA

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication
Levier opérationnel 3 : Positionner le CCMEFP-UEMOA comme une expertise régionale en matière d'emploi et de formation professionnelle aux services des Etats			
La communication externe est améliorée avec une meilleure visibilité du CCMEFP-UEMOA	Organisation des ateliers de vulgarisation de la plateforme de mutualisation	Professionnels des médias de toutes catégories	Radio, Télévisions, Journaux, web
	Production et diffusion des fiches ou guide d'utilisation de la plateforme	Grand public	Réseaux sociaux ; sites internet
	Célébration des 15 ans du CCMEFP-UEMOA	Grand public	Site Web
	Edition du Magazine « La Concertation »	Tout public	Événementiel, Conférences, Radio, Télévisions, Journaux, web
	Réalisation d'un documentaire institutionnel sur le CCMEFP-UEMOA	Tout public	Télévision Internet
Levier opérationnel 4 : Organiser des actions d'IEC et d'exhibition sur les missions et rôles du CCMEFP-UEMOA en direction du grand public et des Etats			
La notoriété du CCMEFP-UEMOA est promue	Réalisation d'émissions télévisées et radio	Grand public, jeunes actifs, parents et enseignants	Radio, Télévisions, Journaux, web
	Réalisation de success stories sur les bénéficiaires à la base	Tout public	Radios, télés, journaux, réseaux sociaux
	Organisation annuelle du salon régional de l'emploi et de la formation professionnelle à l'occasion de chaque conférence des ministres	Tout public	Salon, ateliers, conférences, Médias
	Réaliser les grandes affiches publicitaires dans les capitales de l'espace UEMOA	Grand public	Affichage routier

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication
Levier opérationnel 5 : organiser une communication digitale professionnelle autour des actions du CCMEFP-UEMOA			
La visibilité et la notoriété du CCMEFP-UEMOA sont promues	Animation du site web d'information du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Site web
	Animation des pages digitales du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, etc.
	Diffuser sur le web tout contenu valorisant les actions du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Internet

LE PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES 2025-2027 ET LE CADRE DE MISE EN ŒUVRE

Ce chapitre est consacré au plan d'actions prioritaires budgétisées 2025-2027. Il présente les actions et les budgets estimatifs sur la période indiquée. .

1. | LE PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES 2025-2029

1 PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES 2025

Axe stratégique 1 : Cohésion interne et synergie des acteurs

Résultats attendu	Actions possibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calen- drier
Levier opérationnel 1 : Assurer une meilleure circulation interne de l'information				
La communi- cation interne est améliorée et l'équipe du Sec- rétariat Perma- nent élargies aux points focaux et aux responsables d'ENM est mobi- lisée	Organisation des formations de team-building en direction du Secrétariat Permanent, des ENM et des Points focaux, formation aux principes et valeurs de la stratégie de communication.	Atelier d'information et de formations, Kakémonos, code de conduite. Retraite, séminaires	7.000.000 FCFA (une formation pour 07 personnes au plus à raison de 1.000.000 par participant	Janvier 2025
	Conception et diffusion d'une newsletter du CCMEFP-UEMOA	Mails, groupes WhatsApp, tout support numérique	2.400.000 FCFA à raison de 200.000 FCFA, le mois pour connexion, écriture et relecture des textes)	De Janvier à Decem. 2025
	Confection de supports de visibilité	Roll up, prospectus, dépliants	10.000.000 FCFA pour au moins 5 roll up par pays et 5000 dépliants et prospectus pour l'espace UEMOA	Février - Mars 2025
	Formation à l'usage des mails professionnels	Ateliers	300.000 FCFA	Mars 2025

Résultats attendu	Actions possibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 2 : Renforcer la confiance et le dialogue entre les acteurs				
La communication interne est améliorée avec l'animation régulière des espaces de dialogue	Motivation des collaborateurs à cultiver les valeurs d'écoute, de Respect mutuel, de confiance et de dialogue	Affiches ou kakémonos sur les valeurs à promouvoir, Messages WhatsApp (rappels réguliers), Mail, rencontres, sorties ludiques	100.000 FCFA pour impression d'affiches à coller	Janvier, Avril, Juillet, Octobre, Décem. 2025
	Règlement régulier des difficultés de fonctionnement / incompréhensions ou des dynamiques de résistance au changement (au travers des réunions de l'équipe de pilotage ou du cadre de dialogue)	Réunion, Ateliers, Contact individuel	Frais de fonctionnement	Janvier à Décem. 2025

Axe stratégique 2 : Visibilité et notoriété du CCMEFP-UEMOA

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 3 : Positionner le CCMEFP-UEMOA comme une expertise régionale en matière d'emploi et de formation professionnelle aux services des Etats					
La communication externe est améliorée avec une meilleure visibilité du CCMEFP-UEMOA	Organisation des ateliers de vulgarisation de la plateforme de mutualisation	Professionnels et médias	Radio, Télévisions, Journaux, web	9.000.000 FCFA pour trois pays	Juin 2025
	Production et diffusion des fiches ou guide d'utilisation de la plateforme	Grand public	Réseaux sociaux ; sites internet	1.000.000 FCFA	Juin 2025
	Célébration des 15 ans du CCMEFP-UEMOA	Grand public	Conférence	A évaluer en fonction du contenu	Sept. 2025
	Edition du Magazine « La Concertation »	Tout public	Événementiel, Conférences, Radio, Télévisions, Journaux, web	10.000.000 FCFA pour 1000 exemplaires (conception, écriture, montage et impression)	Sept. 2025
	Réalisation d'un documentaire institutionnel sur le CCMEFP-UEMOA	Tout public	Télévision Internet	10.000.000 FCFA	Sept. 2025

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 4 : Organiser des actions d'IEC et d'exhibition sur les missions et rôles du CCMEFP-UEMOA en direction du grand public et des Etats					
La notoriété du CCMEFP-UEMOA est promue	Réalisation d'émissions télévisées et radio	Grand public, jeunes actifs, parents et enseignants	Radio, Télévisions, Journaux, web	Non applicable (N/A)	Non applicable (N/A)
	Réalisation de success stories sur les bénéficiaires à la base	Tout public	Radios, télévisions, journaux, réseaux sociaux	Non applicable (N/A)	Non applicable (N/A)
	Organisation biennale du salon régional de l'emploi et de la formation professionnelle à l'occasion de chaque conférence des ministres	Tout public	Salon, ateliers, conférences, Médias	Non applicable (N/A)	Non applicable (N/A)
	Réaliser les grandes affiches publicitaires dans les capitales de l'espace UEMOA	Grand public	Affichage routier	9.000.000 FCFA soit 1.000.000 FCFA par pays	Août-Sept-Oct. 2025
Levier opérationnel 5 : Organiser une communication digitale professionnelle autour des actions du CCMEFP-UEMOA					
La visibilité et la notoriété du CCMEFP-UEMOA sont promues	Animation du site web d'information du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Site web	2.000.000 FCFA l'an	Janvier à déc. 2025
	Animation des pages digitales du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, etc.	500.000 FCFA l'an	Janvier à déc. 2025
	Diffuser sur le web tout contenu valorisant les actions du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Internet	N/A	N/A

2 PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES 2026

Axe stratégique 1 : Cohésion interne et synergie des acteurs

Résultats attendu	Actions possibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 1 : Assurer une meilleure circulation interne de l'information				
La communication interne est améliorée	Conception et diffusion d'une newsletter du CCMEFP-UEMOA	Mails, groupes WhatsApp, tout support numérique	2.400.000 FCFA à raison de 200.000 FCFA, le mois pour connexion, écriture et relecture des textes)	De Janvier à Décem. 2026
Levier opérationnel 2 : Renforcer la confiance et le dialogue entre les acteurs				
La communication interne est améliorée avec l'animation régulière des espaces de dialogue	Motivation des collaborateurs à cultiver les valeurs d'écoute, de Respect mutuel, de confiance et de dialogue	Affiches ou kakémonos sur les valeurs à promouvoir, Messages WhatsApp (rappels réguliers), Mail, rencontres, sorties ludiques	100.000 FCFA pour impression d'affiches à coller	Janvier, Avril, Juillet, Octobre, Décem. 2026
	Règlement régulier des difficultés de fonctionnement / incompréhensions ou des dynamiques de résistance au changement (au travers des réunions de l'équipe de pilotage ou du cadre de dialogue)	Réunion, Ateliers, Contact individuel	Frais de fonctionnement	Janvier à Décem. 2026

Axe stratégique 2 : Visibilité et notoriété du CCMEFP-UEMOA

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 3 : Positionner le CCMEFP-UEMOA comme une expertise régionale en matière d'emploi et de formation professionnelle aux services des Etats					
La communication externe est améliorée avec une meilleure visibilité du CCMEFP-UEMOA	Organisation des ateliers de vulgarisation de la plateforme de mutualisation	Professionnels et médias	Radio, Télévisions, Journaux, web	9.000.000 FCFA pour trois pays	Juin 2026
	Production et diffusion des fiches ou guide d'utilisation de la plateforme	Grand public	Réseaux sociaux ; sites internet	1.000.000 FCFA	Juin 2026
	Edition du Magazine « La Concertation »	Tout public	Événementiel, Conférences, Radio, Télévisions, Journaux, web	10.000.000 FCFA pour 1000 exemplaires (conception, écriture, montage et impression)	Sept. 2026

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 4 : Organiser des actions d'IEC et d'exhibition sur les missions et rôles du CCMEFP-UEMOA en direction du grand public et des Etats					
La notoriété du CCMEFP-UEMOA est promue	Réalisation d'émissions télévisées et radio	Grand public, jeunes actifs, parents et enseignants	Radio, Télévisions, Journaux, web	25.000.000 FCFA	Juin-Déc. 2026
	Réalisation de success stories sur les bénéficiaires à la base	Tout public	Radios, télés, journaux, réseaux sociaux	10.000.000 FCFA	Sept.-Oct. 2026
	Organisation biennale du salon régional de l'emploi et de la formation professionnelle à l'occasion de chaque conférence des ministres	Tout public	Salon, ateliers, conférences, Médias	50.000.000 FCFA (montant indicatif)	Sept. 2026
Levier opérationnel 5 : Organiser une communication digitale professionnelle autour des actions du CCMEFP-UEMOA					
La visibilité et la notoriété du CCMEFP-UEMOA sont promues	Animation du site web d'information du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Site web	2.000.000 FCFA l'an	Jan. à Déc. 2026
	Animation des pages digitales du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, etc.	500.000 FCFA l'an	Jan. à Déc. 2026
	Diffuser sur le web tout contenu valorisant les actions du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Internet	1.000.000 FCFA	Jan. à Déc. 2026

3 PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES 2027

Axe stratégique 1 : Cohésion interne et synergie des acteurs

Résultats attendu	Actions possibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 1 : Assurer une meilleure circulation interne de l'information				
La communication interne est améliorée	Conception et diffusion d'une newsletter du CCMEFP-UEMOA	Mails, groupes WhatsApp, tout support numérique	2.400.000 FCFA à raison de 200.000 FCFA, le mois pour connexion, écriture et relecture des textes)	De Janvier à Decem. 2027
Levier opérationnel 2 : Renforcer la confiance et le dialogue entre les acteurs				
La communication interne est améliorée avec l'animation régulière des espaces de dialogue	Motivation des collaborateurs à cultiver les valeurs d'écoute, de Respect mutuel, de confiance et de dialogue	Affiches ou kakémonos sur les valeurs à promouvoir, Messages WhatsApp (rappels réguliers), Mail, rencontres, sorties ludiques	100.000 FCFA pour impression d'affiches à coller	Janvier, Avril, Juillet, Octobre, Decem. 2027
	Règlement régulier des difficultés de fonctionnement / incompréhensions ou des dynamiques de résistance au changement (au travers des réunions de l'équipe de pilotage ou du cadre de dialogue)	Réunion, Ateliers, Contact individuel	Frais de fonctionnement	Janvier à Decem. 2027

Axe stratégique 2 : Visibilité et notoriété du CCMEFP-UEMOA

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 3 : Positionner le CCMEFP-UEMOA comme une expertise régionale en matière d'emploi et de formation professionnelle aux services des Etats					
La communication externe est améliorée avec une meilleure visibilité du CCMEFP-UEMOA	Organisation des ateliers de vulgarisation de la plateforme de mutualisation	Professionnels et médias	Radio, Télévisions, Journaux, web	9.000.000 FCFA pour trois pays	Juin 2027
	Production et diffusion des fiches ou guide d'utilisation de la plateforme	Grand public	Réseaux sociaux ; sites internet	1.000.000 FCFA	Juin 2027
	Edition du Magazine « La Concertation »	Tout public	Événementiel, Conférences, Radio, Télévisions, Journaux, web	10.000.000 FCFA pour 1000 exemplaires (conception, écriture, montage et impression)	Sept. 2027

Résultats attendu	Actions possibles	Cibles	Canaux de communication	Devis en FCFA	Calendrier
Levier opérationnel 4 : Organiser des actions d'IEC et d'exhibition sur les missions et rôles du CCMEFP-UEMOA en direction du grand public et des Etats					
La notoriété du CCMEFP-UEMOA est promue	Réalisation d'émissions télévisées et radio	Grand public, jeunes actifs, parents et enseignants	Radio, Télévisions, Journaux, web	25.000.000 FCFA	Juin-Déc. 2027
	Organisation biennale du salon régional de l'emploi et de la formation professionnelle à l'occasion de chaque conférence des ministres	Tout public	Salon, ateliers, conférences, Médias	50.000.000 FCFA (montant indicatif)	Sept. 2027
Levier opérationnel 5 : Organiser une communication digitale professionnelle autour des actions du CCMEFP-UEMOA					
La visibilité et la notoriété du CCMEFP-UEMOA sont promues	Animation du site web d'information du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Site web	2.000.000 FCFA l'an	Jan. à Déc. 2027
	Animation des pages digitales du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, etc.	500.000 FCFA l'an	Jan. à Déc. 2027
	Diffuser sur le web tout contenu valorisant les actions du CCMEFP-UEMOA	Tout public	Internet	1.000.000 FCFA	Jan. à Déc. 2027

2. | CADRE LOGIQUE D'INTERVENTION 2025-2027

Axe stratégique 1 : Cohésion interne et synergie des acteurs

Résultats attendu	Actions possibles	Indicateur de suivi	Source de vérification
Levier opérationnel 1 : Assurer une meilleure circulation interne de l'information			
La communication interne est améliorée et l'équipe du Secrétariat Permanent élargies aux points focaux et aux responsables d'ENM est mobilisée	Organisation des formations de team-building en direction du Secrétariat Permanent, des ENM et des Points focaux, formation aux principes et valeurs de la stratégie de communication.	Modules de Formation, Nombre de formations réalisées	Photos, Coupures de presse, reportage
	Conception et diffusion d'une newsletter du CCMEFP-UEMOA	Maquette, Nombre réalisé	Existence physique des Newsletters Adresses mails touchées
	Confection de supports de visibilité	TDR Maquette	PV de réception supports de visibilité disponible
	Formation à l'usage des mails professionnels	TDR Tutoriel de pratique	Photo
Levier opérationnel 2 : Renforcer la confiance et le dialogue entre les acteurs			
La communication interne est améliorée avec l'animation régulière des espaces de dialogue	Motivation des collaborateurs à cultiver les valeurs d'écoute, de Respect mutuel, de confiance et de dialogue	TDR Nombre de séances tenues	Rapport de séance Photos
	Règlement régulier des difficultés de fonctionnement / incompréhensions ou des dynamiques de résistance au changement (au travers des réunions de l'équipe de pilotage ou du cadre de dialogue)	TDR Nombre de séances tenues	Rapport de séance Photos

Axe stratégique 2 : Visibilité et notoriété du CCMEFP-UEMOA

Résultats attendu	Actions possibles	Indicateur de suivi	Source de vérification
Levier opérationnel 3 : Positionner le CCMEFP-UEMOA comme une expertise régionale en matière d'emploi et de formation professionnelle aux services des Etats			
La communication externe est améliorée avec une meilleure visibilité du CCMEFP-UEMOA	Organisation des ateliers de vulgarisation de la plateforme de mutualisation	TDR Nombre d'ateliers organisés	Rapports d'activités photos
	Production et diffusion des fiches ou guide d'utilisation de la plateforme	TDR Bon de commande	PV de réception Liste de diffusion photos
	Célébration des 15 ans du CCMEFP-UEMOA	TDR Bons de commande	PV de réception Reportage média Coupages de presse Photos et vidéos Rapport d'activités
	Edition du Magazine « La Concertation »	TDR Maquette Bon de commande	PV de réception Magazine imprimé disponible
	Réalisation d'un documentaire institutionnel sur le CCMEFP-UEMOA	TDR Synopsis	PV de réception Photos Copie de diffusion Documentaire disponible
Levier opérationnel 4 : Organiser des actions d'IEC et d'exhibition sur les missions et rôles du CCMEFP-UEMOA en direction du grand public et des Etats			
La notoriété du CCMEFP-UEMOA est promue	Réalisation d'émissions télévisées et radio	Synopsis Réunion de cadrage TDR	PV de réception Emissions disponibles sur support numérique Rapport d'activités
	Réalisation de success stories sur les bénéficiaires à la base	Synopsis Réunion de cadrage TDR	PV de réception Success stories disponibles sur support numérique Rapport d'activités
	Organisation annuelle du salon régional de l'emploi et de la formation professionnelle à l'occasion de chaque conférence des ministres	TDR Réunion de cadrage Bons de commande	PV de réception Reportage média Coupages de presse Photos et vidéos Rapport d'activités
	Réaliser les grandes affiches publicitaires dans les capitales de l'espace UEMOA	TDR Bon de commande	PV de réception Photos affichage Rapport d'activités

Résultats attendu	Actions possibles	Indicateur de suivi	Source de vérification
Levier opérationnel 5 : Organiser une communication digitale professionnelle autour des actions du CCMEFP-UEMOA			
La visibilité et la notoriété du CCMEFP-UEMOA sont promues	Animation du site web d'information du CCMEFP-UEMOA	Calendrier éditorial TDR	Site web animé Rapports d'activités
	Animation des pages digitales du CCMEFP-UEMOA	Calendrier éditorial TDR	Réseaux sociaux animés Rapports d'activités
	Diffuser sur le web tout contenu valorisant les actions du CCMEFP-UEMOA	Calendrier éditorial TDR	Rapport d'activités

3. | CADRE DE MISE EN ŒUVRE

Pour une mise en œuvre efficace de la stratégie de communication, il est important d'identifier les parties prenantes et de définir les rôles et responsabilités de chaque acteur afin de permettre à la dynamique proposée de s'épanouir pour donner des résultats appréciables.

La Président et le bureau de la Conférence des Ministres : Organe stratégique dans la gestion du Cadre, le Président et son bureau se proposent d'insuffler une dynamique communicationnelle très volontariste pour permettre au Cadre de se révéler au grand public

Les Ministres : Les ministres du CCMEFP-UEMOA se donnent la liberté d'agir et d'ordonner une communication bienveillante sur le CCMEFP-UEMOA. De par leur position, ils peuvent objectivement encourager leur cellule de communication à ouvrir une fenêtre sur le Cadre dont ils sont membres.

Le SP/CCMEFP-UEMOA : Le Secrétariat Permanent du Cadre de Concertation des Ministres en charge de l'Emploi et de la Formation professionnelle de l'espace UEMOA est l'acteur clef de qui va dépendre la réussite opérationnelle de cette stratégie. Le SP et son équipe travailleront à faciliter la mise en route des activités et à imprimer un monitoring intelligent au plan opérationnel annuel pour mettre en musique les diverses actions devant impacter durablement la vie et le fonctionnement du Cadre de Concertation des Ministres en charge de l'Emploi et de la Formation professionnelle de l'espace UEMOA.

Le Experts pays du CCMEFP-UEMOA : Ils peuvent et restent vo-

lontaires pour accompagner la dynamique communicationnelle dans leurs pays respectifs. Ils ont le pouvoir d'encourager les ministères sectoriels à accorder une bonne visibilité aux activités du CCMEFP-UEMOA.

Les Partenaires Techniques et Financiers : La communication du CCMEFP-UEMOA peut devenir très intéressante pour les PTF parce qu'elle donnera une visibilité régionale aux actions partenariales et aux divers projets soutenus. Il y a donc un intérêt certain pour les PTF de soutenir la mise en œuvre du plan de communication.

❖ **Du Dispositif de suivi des activités de communication**

Le dispositif de suivi des activités de communication est un comité pluri acteurs composé des parties prenantes dont les rôles sont précisés ci-dessus. Ce comité sous la houlette du SP/ CCMEFP-UEMOA, validera l'agenda communicationnel. Il est fortement recommandé que le Secrétariat recrute un expert communication pour conduire les diverses actions prévues et surtout veiller au niveau de qualité requis dans la livraison des résultats.

❖ **De l'organisation pratique**

Le comité pluri-acteurs proposé pour le suivi des actions de communication se réunira une fois par trimestre en fin du trimestre précédent pour valider la planification des trois mois à venir. Toutes les actions retenues et validées sont initiées par le consultant communication. IL devra veiller à la qualité des contenus diffusés et mettra à la disposition du comité, un calendrier clair et détaillé des activités de communication à réaliser deux semaines avant le terme échu. Le comité validera les maquettes proposées et les messages à vulgariser avant large diffusion. Toute modification de calendrier et de date dans la mise en œuvre doit être portée à la connaissance du comité dans les délais raisonnables. Des réunions en visioconférences seront également envisagées pour ne pas rendre lourd le fonctionnement du comité. La réunion trimestrielle est obligatoire et délibère valablement quel que soit le quorum si les documents à valider sont envoyés dans le délai imparti.

Par ailleurs, il faudra :

Mettre en place un partenariat d'appui avec les organes de presse au niveau de chaque pays dès le début de la mission. Un partenariat avec les médias et la mise en place de points focaux pourrait favoriser une communication active sur le projet, réduire les coûts et faciliter les modalités pratiques de production et de diffusion des supports.

❖ **Au plan financier**

La mise à disposition régulière des ressources financières est gage

de célérité dans l'exécution des tâches communicationnelles. Une bonne vulgarisation des procédures administratives et comptables du commanditaire pourrait faciliter la réalisation des actions.

