



STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION DE LA SADC

2016 - 2020 RÉVISÉE



Secrétariat de la Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC)

Plot 54385 CBD Square

Private/Bag 0095

Gaborone, Botswana

Tél: +267 395 1863

Email: prinfo@sadc.int

Website: www.sadc.int

©SADC, 2016

ISBN NO: 978-99968-435-4-9



**STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET
DE PROMOTION DE LA SADC**

2016 - 2020 RÉVISÉE

Les informations figurant dans cette publication peuvent être reproduites, utilisées et partagées avec la reconnaissance de l'éditeur qui est la SADC.

Référence : *Stratégie de communication et de promotion de la SADC 2016 - 2020 révisée*, Gaborone, Botswana, 2016

À propos de la SADC

La Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC) est une organisation fondée et soutenue par les pays de l'Afrique australe qui cherche à promouvoir la coopération socio-économique, politique et sécuritaire parmi ses États membres et à stimuler l'intégration régionale en vue d'atteindre la paix, la stabilité et la prospérité. Les États membres de la SADC sont l'Angola, le Botswana, l'Union des Comores, la République démocratique du Congo (RDC), le Lesotho, Madagascar, le Malawi, Maurice, le Mozambique, la Namibie, les Seychelles, l'Afrique du Sud, l'Eswatini, la République-unie de Tanzanie, la Zambie et le Zimbabwe.

TABLE OF CONTENTS

AVANT-PROPOS	6
REMERCIEMENTS	8
RÉSUMÉ ANALYTIQUE	9
NOUVEAUX EFFORTS VISANT A FAIRE CONNAITRE LA SADC	10
INTRODUCTION	12
ANALYSE DU CONTEXTE	14
• <i>Forces, faiblesses, opportunités et menaces</i>	14
• <i>Croissance significative dans les domaines essentiels du développement</i>	14
• Engagement des dirigeants	15
• Croissance dans l'environnement de la communication	15
• Croissance de l'Internet et des TIC	16
PROGRÈS PAR RAPPORT À LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION DE LA SADC DE 2005	17
RÉALISATIONS	17
DÉFIS	19
OBJECTIFS, PUBLICS CIBLÉS, MESSAGES	20
BUT	20
OBJECTIFS	20
PUBLICS CIBLÉS	20
VOIES, TACTIQUES ET OUTILS	22
ENCOURAGEMENT DE L'APPRENTISSAGE PAR LES PAIRS	22
TOUR D'HORIZON COLLECTIF PLUS EFFICACE	23
RENFORCEMENT DES COMPÉTENCES	23
COMMUNICATION AVEC LES PUBLICS EXTERNES	23
CADRE DE LA TRANSMISSION DES MESSAGES	24
PRINCIPES	26
DOMAINES CLÉS DE RÉSULTAT	26
SENSIBILISATION ET RALLIEMENT DES CITOYENS	26
PARTAGE D'INFORMATIONS ET DE CONNAISSANCES	27
ENGAGEMENT DES MÉDIAS	27
RENFORCEMENT DES SYSTÈMES INTERNES POUR LA COMMUNICATION ET LA COHÉSION	29
MAINTIEN DE L'IMAGE INSTITUTIONNELLE ET GESTION DE LA MARQUE	29
RÔLES ET RESPONSABILITÉS DE LA COMMUNICATION ET DES RELATIONS PUBLIQUES	31
STRUCTURES DE LA COMMUNICATION ET DES RELATIONS PUBLIQUES DE LA SADC	31
SUIVI ET ÉVALUATION	32
ÉLÉMENTS DU PLAN DE TRAVAIL	32
RECOMMANDATIONS POUR METTRE EN OEUVRE LE CONCOURS RÉGIONAL DE JOURNALISME	33
DOMAINES CLÉS DE RÉSULTAT DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION	36
PLAN DE MISE EN OEUVRE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION	37 - 49

LISTE D'ABRÉVIATIONS

TAR	Thérapie antirétrovirale
CIM	Manuel d'identité institutionnelle
CPRU	Unité de Communication et des relations publiques
PIB	Produit intérieur brut
PIC	Partenaires internationaux à la coopération
SE	Secrétaire Exécutif
VIH/SIDA	Virus de l'immunodéficience humaine et syndrome d'immunodéficience acquise
CEN	Jury national
URP	Unité des relations publiques
CER	Jury régional
SABA	Association de radiodiffusion de l'Afrique australe
SADC	Communauté de développement de l'Afrique australe
SARDC	Centre de recherche et de documentation de l'Afrique australe
SCPS	Stratégie de communication et de promotion de la SADC
SIPO	Stratégie stratégique indicatif de l'Organe
SNCP	Points de contact nationaux de la SADC
SNMC	Coordonnateurs nationaux des médias de la SADC
RISDP	Plan indicatif stratégique de développement régional

AVANT-PROPOS



Les objectifs de la Stratégie révisée de communication et de promotion de la SADC 2016-2020 (SCPS) ainsi que de son plan d'action de mise en œuvre, approuvés par le Conseil des ministres de la SADC en août 2016, sont de renforcer et de faciliter une communication efficace. Ce faisant, la stratégie améliorera les connaissances, la sensibilisation et la visibilité de la SADC, en termes de mandat, de réalisations et d'impact sur la vie des citoyens de la région.

Depuis sa création en 1980, la Conférence de coordination du développement de l'Afrique australe (SADCC) et sa transformation en tant que Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC) en 1992, la SADC a enregistré un certain nombre de jalons qui ont contribué au progrès socio-économique, le développement, la stabilité politique et la consolidation de la démocratie. Avec la sensibilisation et la visibilité de la SADC, la Stratégie présente également des moyens et des canaux pour l'engagement et la communication avec les parties prenantes internes et externes.

Une communication efficace nécessite une planification stratégique en termes de ce qui doit être communiqué, à qui, pour quelles raisons, à quelle heure et sous quel format. Cette stratégie guide le Secrétariat de la SADC et les États membres, y compris les points de contact nationaux de la SADC, les coordonnateurs nationaux des médias de la SADC, les organisations médiatiques et les partenaires internationaux coopérant dans les efforts de l'Organisation visant à améliorer la sensibilisation, la communication et la visibilité de la SADC.

La Stratégie est opportune puisqu'elle intervient au moment où la région met en œuvre le Plan stratégique indicatif de développement révisé 2015-2020, le Plan indicatif stratégique révisé pour l'Organe (SIPO) 2015-2020 et la Stratégie et feuille de route pour l'industrialisation de la SADC 2015-2063, des documents stratégiques clés qui décrivent la vision de la SADC vers la réalisation de l'intégration régionale. Les différents méthodes et canaux de communication décrits dans cette Stratégie nous aideront à

mieux articuler, développer et communiquer une identité cohérente avec la vision de la SADC, tout en permettant à la communauté de comprendre le programme d'intégration de la SADC et ses accomplissements.

Afin de réaliser les objectifs décrits dans cette stratégie, la SADC a besoin de ressources humaines et financières. J'invite toutes les parties prenantes des États membres de la SADC, les partenaires internationaux coopérants et le secteur privé à soutenir le Secrétariat de la SADC et les États membres de la SADC dans la mise en œuvre de cette Stratégie et contribuer ainsi aux objectifs du programme de développement et d'intégration de la SADC. tel que présenté dans le Traité de la SADC «pour promouvoir une croissance économique durable et équitable et le développement socio-économique afin de réduire la pauvreté et améliorer la qualité de vie des peuples de l'Afrique australe ».



Dr. Stergomena Lawrence Tax
Secrétaire Exécutive de la SADC

REMERCIEMENTS

Le Secrétariat de la SADC est reconnaissant à toutes les parties prenantes chargées de la communication dans la région de la SADC d'avoir pris part à la revue de la Stratégie de communication et de promotion de la SADC révisée.

La révision de la Stratégie de communication et de promotion de la SADC n'aurait pas été possible sans la participation active des Coordonnateurs des médias nationaux de la SADC et des membres du Comité d'évaluation régional (CER) des Prix des médias de la SADC dont les contributions ont façonné le fondement, l'orientation et les résultats de l'atelier.

Le Secrétariat souhaite vivement remercier le personnel diplomatique des Missions diplomatiques de la SADC accréditées au Botswana pour sa participation et ses précieuses contributions à l'atelier de revue. De même, nous adressons nos remerciements aux membres du Comité de publicité et de rédaction du Secrétariat de la SADC pour leurs apports constructifs avant, pendant et après l'atelier.

Nous tenons à remercier tout particulièrement la Coopération allemande au développement (GIZ) pour son appui financier et administratif qui a garanti la réussite de l'accueil de l'atelier. Dans le même ordre d'idées, le Secrétariat souhaite également remercier les consultants qui ont contribué en tant que personnes ressources et facilitateurs de l'atelier de même que les rapporteurs et les rédacteurs du rapport de l'atelier et de la stratégie révisée.

Il convient de remercier les présentateurs des Directions et Unités de la SADC qui ont pu y participer et de partager des informations sur les diverses dispositions du Traité de la SADC relatives à l'information et à la communication.

De même et chose plus importante, le Secrétariat souhaite remercier les personnes interrogées, qui ont participé à l'audit de la communication pour avoir fourni des contributions qui ont suscité la réflexion au cours de l'atelier.

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

La Stratégie de communication et de promotion de la SADC (SCPS) est un amendement apporté à la version de 2005. Le processus d'élaboration de cette stratégie révisée est le fruit de processus d'examen consultatifs minutieux avec plusieurs parties prenantes. La révision a été menée en réponse à la Décision 7 du Conseil de la SADC prise à sa réunion tenue à Maputo en août 2012. En novembre 2015, ce document a été mis à jour afin d'y intégrer les questions prioritaires décrites dans le Plan stratégique indicatif de développement régional (RISDP) révisé 2015-2020 de la SADC et la Stratégie et la Feuille de route pour l'industrialisation de la SADC 2015-2063. Ces deux documents soulignent la vision de la SADC de réaliser l'intégration régionale et offrent de très vastes opportunités pour s'aligner sur les objectifs de communication de l'organisation.

La SCPS sert de cadre de la SADC pour l'adoption des stratégies et des plans en vue d'une communication efficace avec toutes ses parties prenantes internes et externes.

Les forces de la SADC pour communiquer et promouvoir son mandat reposent sur les progrès considérables qu'elle a accomplis dans de nombreux domaines essentiels de développement. Le Secrétariat et les États membres de la SADC disposent d'une grande expertise en matière de développement ainsi que d'une abondance de projets et programmes qui peuvent donner lieu à des possibilités de communication. Les événements et réunions de la SADC et les engagements médiatiques stratégiques ont résulté en une sensibilisation accrue de la SADC.

Toutefois, des défis persistent quant aux systèmes internes de communication de la SADC, à la cohésion et à l'appui aux structures de communication nationales. L'Unité de communication et des relations publiques au sein du Secrétariat manque de ressources et de structures adéquates pour lui permettre de s'acquitter de son mandat de communication de l'organisation.

Il existe d'immenses possibilités de communication, attestées par l'intérêt démontré par la population de la Région à être informée des succès et des interventions soutenues par la SADC. Les infrastructures et technologies de communication se sont développées et se sont améliorées et le Secrétariat peut maintenant communiquer aux citoyens dans les trois langues officielles de travail de la SADC. La Stratégie et la Feuille de route pour l'industrialisation de la SADC mettent l'accent sur l'orientation primaire de la SADC pour les années à venir, à savoir, un « programme ciblé pour l'accumulation et le déploiement des connaissances », ce qui exige des efforts plus soutenus pour améliorer les paramétrages technologiques et intensifier la capacité productive.

Sans communication efficace, la SADC continuera de souffrir d'une incompréhension. Ses réalisations risquent de rester invisibles et l'organisation ne pourra pas pleinement atteindre son but du développement qui est celui d'éradiquer la pauvreté dans la région de la SADC où ses citoyens sont censés être les moteurs clés de l'intégration régionale.

NOUVEAUX EFFORTS VISANT A FAIRE CONNAITRE LA SADC

La Stratégie de communication et de promotion révisée de la SADC vise à renforcer les circuits d'information qui améliorent la connaissance publique et la conscience de la vision et des réalisations de la SADC en vue d'atteindre l'intégration régionale et d'éradiquer la pauvreté.

Par conséquent, la stratégie révisée sera axée sur:

- Consolidation des niveaux de sensibilisation déjà établis et ralliement des citoyens.
- Renforcement des systèmes pour l'échange d'information et de connaissances;
- renforcement des efforts visant à engager les médias, renforcement des capacités des médias afin qu'ils fassent des rapports compétents sur les questions relatives à la SADC et harmonisent les politiques de l'information.
- Amélioration et renforcement des systèmes internes de communication au sein du Secrétariat de la SADC et avec les structures nationales.
- Maintien de l'image institutionnelle de la SADC et meilleure gestion de la marque SADC grâce à l'utilisation du Manuel d'identité institutionnelle (CIM) de la SADC, à la cohésion du site Web et aux politiques des médias sociaux.

La stratégie décrit en détail les approches visant à réaliser chaque domaine de résultat clé susvisé. Quelques-unes de ces actions et approches incluent ce qui suit:

- La SADC nourrira les discours et liera les citoyens par le biais de forums interactifs qui permettent aux citoyens de même qu'aux dirigeants, à différents niveaux, de façonner le programme de développement de la Région.
- La SADC intensifiera ses efforts visant à engager activement les médias aux niveaux national et régional. Une politique d'information harmonisée et dynamique sera élaborée pour couvrir la SADC afin qu'elle puisse orienter les journalistes sur la couverture des sujets sur la SADC.
- Les États membres, par l'intermédiaire du Conseil ou du Comité des ministres en charge de l'information et avec le soutien des structures nationales, continueront à organiser et à mobiliser les ressources pour le Concours national de journalisme de la SADC et à consolider le Concours régional de journalisme.
- Les opportunités qu'offrent les nouveaux médias seront exploitées, en particulier les réseaux sociaux, afin de faire connaître la SADC et de fournir une plate-forme pour établir le lien avec les citoyens. Le Secrétariat élaborera les lignes directrices à l'intention du personnel afin d'assurer le développement d'une campagne stratégique des médias sociaux, qui est coordonnée et reflète la vision de la SADC.
- Le personnel de la SADC sera cultivé pour devenir les meilleurs ambassadeurs de l'organisation. Cette démarche impliquera une plus grande coopération et coordination parmi les Directions, Unités et la CPRU. Des stratégies seront mises en place pour encourager une meilleure compréhension de la vision, des objectifs, des priorités et des programmes de l'organisation.

- Des améliorations seront apportées au fonctionnement des structures nationales, surtout aux coordonnateurs nationaux des médias de la SADC afin de renforcer leurs capacités à planifier, à mener et à surveiller la mise en œuvre de la SCPS et de soutenir leur rôle en tant que visage de la SADC au niveau national.
- La marque SADC et l'image institutionnelle seront activement soutenues et utilisées pour consolider les réalisations de l'organisation dans la Région et dans le monde. Des mécanismes bien clairs à utiliser par tout le personnel seront créés et communiqués afin d'assurer leur usage par tous les États membres, Directions et Unités au Secrétariat.
- La stratégie déploiera des outils et des pratiques novateurs de communication, "adaptés à l'usage prévu" (c.-à-d. aptes pour les messages à transmettre et les audiences ciblées) qui encouragent l'engagement de la part de ses parties prenantes clés et qui sont rentables.

L'aptitude de la SADC à exploiter l'expertise et les capacités pour répondre de manière compétente aux ambitions de la SCPS est cruciale. L'Unité de communication et des relations publiques (CPRU) a pour mandat de diriger la planification et la coordination de toutes les fonctions de communication au niveau le plus élevé. La CPRU sera tirée par une culture de la communication et des relations publiques et un esprit d'équipe solide, ancrés dans tout son personnel.

Le personnel de la CPRU conjointement avec les Directions et Unités mettra sur pied un Groupe de travail conjoint sur la communication au sein du Secrétariat. Le Groupe de travail conjoint planifiera, surveillera et révisera collectivement les activités de communication afin d'optimiser et de systématiser la communication stratégique au sein de l'ensemble de l'organisation.

La CPRU mettra en place des mécanismes pour mesurer les progrès accomplis dans la réalisation de cette stratégie.

INTRODUCTION

La Stratégie de communication et de promotion révisée de la SADC entend renforcer la visibilité de la SADC, son mandat et son impact sur la vie des citoyens de la Région. La communication efficace ne se produit pas d'elle-même, elle exige une planification stratégique des messages à transmettre, à qui, pour quelles raisons, à quel moment et sous quel format.

Le processus d'élaboration de cette Stratégie de communication et de promotion révisée de la SADC 2016-2020 (SCPS) a débuté en 2012 à la suite d'une décision du Conseil de la SADC. À sa réunion tenue en août 2012 à Maputo, le Conseil des ministres a chargé le Secrétariat de *«convoquer une réunion des coordonnateurs nationaux des médias de la SADC ainsi que des membres du Jury régional du Concours de journalisme afin de revoir la stratégie de communication et de promotion de la SADC et de formuler des recommandations à soumettre à l'examen du Conseil à sa prochaine réunion qui se tiendra en février 2013.»* La Stratégie révisée de communication et de promotion de la SADC a été produite en réponse à la décision du Conseil de 2012 et revue en novembre 2015 afin d'y inclure les questions prioritaires décrites dans le Plan indicatif stratégique de développement régional révisé 2015-2020 et dans la Stratégie et la Feuille de route pour l'industrialisation de la SADC 2015-2063 ainsi que le Secrétariat de la SADC restructuré.

La révision de la stratégie a consisté en un processus consultatif minutieux impliquant les coordonnateurs nationaux des médias de la SADC, les membres du Jury régional du Concours de journalisme de la SADC, les Directeurs des maisons de presse dans la SADC et, dans une certaine mesure, les parties prenantes appartenant à un large éventail des citoyens de la Région ainsi que la Direction et le personnel du Secrétariat de la SADC.

Cette stratégie sert de cadre à la SADC pour l'adoption des stratégies et de plans en vue d'une communication efficace avec toutes les audiences internes et externes.

L'objectif de la Stratégie est d'appuyer la réalisation de la vision de la SADC : *« Un avenir commun, un avenir au sein de la communauté régionale qui assurera le bien-être économique, l'amélioration des niveaux de vie, la qualité de la vie, la liberté, la justice sociale, la paix et la sécurité des peuples d'Afrique australe ». Cette vision ainsi partagée est ancrée dans les valeurs et principes communs ainsi que dans les affinités historiques et culturelles qui existent parmi les peuples d'Afrique australe.*

Le Secrétariat de la SADC a pour mandat de surveiller la mise en œuvre de la SCPS. L'Unité de communication et des relations publiques de la SADC facilitera la mise en œuvre de la SCPS au niveau régional conformément aux directives du Secrétaire exécutif. La mise en œuvre inclura la coordination, la génération et la récolte de contenu et la diffusion de l'information à toutes les parties prenantes afin de susciter la compréhension et le soutien aux buts de la SADC, à ses objectifs, ses politiques et ses actions. Elle inclura également la gestion stratégique de la marque, le positionnement et une projection positive constante de l'image institutionnelle. Le mandat de l'Unité comprend également la mise en place et l'entretien des lignes de communication

mutuelle, la compréhension, l'acceptation et la coopération entre la SADC, les États membres et ses parties prenantes.

Le succès de la stratégie repose fondamentalement sur l'aptitude de la SADC à exploiter l'expertise et les capacités des parties prenantes et des partenaires à s'engager dans des approches novatrices de communication. Au niveau régional, le Conseil des ministres et les ministres sectoriels en charge de l'information publique et de la communication ont la responsabilité de mener une évaluation critique des progrès réalisés dans sa mise en œuvre.

Au sein des États membres, les Points de contact nationaux (SNCP) et leurs comités nationaux de la SADC, réunissant les parties prenantes, selon l'article 16A de l'Accord modifiant le Traité de la Communauté de développement d'Afrique australe, approuveront les stratégies et plans nationaux et assureront le suivi de leur mise en œuvre. Les coordonnateurs nationaux des médias de la SADC (SNMC) constituent le point focal pour les communications de la SADC et agissent comme les acteurs de la SCPS au niveau national.

La SADC a identifié également des intermédiaires de l'information, notamment le secteur des médias privés et les organisations de la société civile qui travaillent aux niveaux national et régional et qui sont impatients de faciliter le partage d'information sur la SADC. Dans certains cas, des intermédiaires ont été identifiés en raison de leur capacité à atteindre un très grand public, même dans les endroits retirés.

ANALYSE DU CONTEXTE

La Stratégie de communication et de promotion révisée de la SADC (SCPS) intervient dans une période particulièrement délicate au moment où les citoyens des États membres et d'autres parties prenantes exigent des preuves de ce que fait la SADC pour promouvoir l'intégration régionale et l'éradication de la pauvreté. La SADC a enregistré des étapes-clés depuis l'approbation de la SCPS en 2005, mais la communication n'a pas progressé au même rythme que les développements. Le Plan stratégique indicatif de développement régional (RISDP), un cadre de développement sur 15 ans qui établit les priorités, les politiques et les stratégies pour réaliser les objectifs à long terme de la SADC, demande la coordination institutionnelle entre le Secrétariat de la SADC, les États membres et les autres parties prenantes. Cette coordination est essentielle également car elle permet une communication claire et la projection d'une image et d'une marque cohérentes de la SADC pour les audiences internes et externes.

Forces, faiblesses et opportunités

Les forces de la SADC reposent dans les progrès considérables qui ont été accomplis dans de plusieurs domaines essentiels du développement. Le Secrétariat et les États membres de la SADC disposent d'une grande expertise en matière de développement ainsi que d'une abondance de projets et programmes qui peuvent donner lieu à des possibilités de communication. Les événements et réunions de la SADC et les engagements médiatiques stratégiques ont résulté en une sensibilisation accrue de la SADC.

En 2014 et 2016 respectivement, la SADC a mis à jour et approuvé deux documents stratégiques clés, à savoir, le Plan stratégique indicatif de développement régional (RISDP) et la Stratégie de la SADC pour l'industrialisation et sa Feuille de route. Ces deux documents soulignent la vision de la SADC de réaliser l'intégration régionale et offrent de très vastes opportunités pour s'aligner sur les objectifs de communication de l'organisation.

[...]

Il existe d'immenses possibilités de communication, attestées par l'intérêt démontré par la population de la Région à être informée des succès et des interventions soutenues par la SADC.

Croissance significative dans les domaines essentiels du développement

Conjointement avec ses partenaires de développement, la SADC a investi des milliards de dollars pour compléter avec succès de nombreux projets de développement. Ils incluent plusieurs initiatives dont les suivantes : les politiques et les lignes directrices pour améliorer le commerce et les services parmi les pays de la SADC ; l'engagement en faveur de la paix et de la sécurité ; les efforts visant à améliorer la santé, en particulier la lutte contre le VIH et le sida ; la sécurité alimentaire ; le développement du genre ; la meilleure gestion des ressources partagées telles que la faune et la flore sauvages, l'eau, le transport, les communications, la météorologie, l'énergie et le tourisme. À ce titre, la SADC est en train de se concentrer sur la transformation de la Région en une

économie intégrée grâce à la promotion de la fourniture d'infrastructures régionales adéquates, interconnectées et efficaces pour ne mentionner que quelques exemples.

Engagement des dirigeants

Les leaders de la SADC ont exprimé leur engagement à améliorer la communication dans la Région à travers plusieurs instruments juridiques et autres documents tels que le Protocole de la SADC sur la culture, l'information et les sports, la Déclaration de la SADC sur le rôle de l'information et la Déclaration de la SADC sur les technologies de l'information et de la communication.

Il existe clairement un sens d'engagement et d'intérêt chez les États membres pour traiter des questions concernant la visibilité de la SADC dans la Région afin d'assurer que les succès rencontrés et les interventions soutenues par la SADC sont dévoilés.

L'institution des coordonnateurs nationaux des médias (SNMC) dans chaque État membre, la mise en place du Concours de journalisme de la SADC et une disposition permettant la création des sous-comités des Comités nationaux qui peuvent potentiellement inclure un sous-comité de l'information publique et de la communication, attestent de l'engagement du leadership à promouvoir et à favoriser la fonction de communication de la SADC.

La SADC a joué un rôle de premier plan dans la résolution des conflits dans quelques-uns de ses États membres ainsi que dans d'autres blocs régionaux en Afrique orientale et occidentale. Cependant, on en sait très peu au sujet de ces réalisations.

Croissance dans l'environnement de la communication

La Région a développé des infrastructures solides en matière de communication et de transport. En général, les États membres de la SADC ont constaté une amélioration dans la liberté de la presse. Dans la majorité des États membres, les médias sont de plus en plus caractérisés par leur vitalité et leur diversité. Par ailleurs, il existe de fortes associations régionales des médias. La révolution qui s'est opérée dans le paysage de l'information dans la SADC justifie l'innovation dans la manière dont la SADC communique avec ses citoyens et facilite la communication parmi eux.

La pléthore d'outils de communication améliorés qui permet la communication dans les deux sens, telle que les médias sociaux et les plates-formes de blog, par opposition à la diffusion unidirectionnelle simple à destination et en provenance des citoyens de la Région, atteste de la force de la Région. La communication dans les deux sens permet à la SADC d'écouter ses habitants et de nouer le dialogue avec eux en ce qui concerne les défis à relever et les progrès accomplis dans la Région.

Les stations de radio privée continuent à se développer et l'utilisation des langues locales gagne du terrain. La radio demeure le moyen le plus largement disponible pour atteindre la majorité des citoyens dans la Région. C'est un outil indispensable pour atteindre et informer les citoyens de la SADC.

La télévision est largement disponible dans les zones urbaines, les audiences l'utilisant aux fins de divertissement et d'informations. Le fait que plusieurs pays sont en train

de saisir les opportunités offertes par la numérisation, les citoyens jouiront davantage de choix et d'accès en ce qui concerne divers contenus. Toutefois, des irrégularités dans l'approvisionnement de l'électricité peuvent la rendre inaccessible, surtout pour les populations rurales. Elles peuvent également toucher les populations urbaines.

En dépit du fait qu'elle soit un domaine qui n'ait pas connu une croissance importante, la presse demeure un véhicule important pour la diffusion d'information, surtout dans les régions urbaines.

Croissance de l'Internet et des TIC

Comme le reste du monde, la SADC a connu un essor phénoménal dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il est évident que les téléphones mobiles constituent une fenêtre de communication essentielle pour la majorité des citoyens.

Les téléphones mobiles, principalement utilisés encore pour les appels vocaux sont en train d'être également utilisés pour partager des informations et pour davantage de services efficaces par le biais de la plate-forme des services de messagerie courte (SMS). La pénétration du téléphone mobile a crû, les téléphones étant utilisés pour une panoplie de services allant des services bancaires, publicitaires et d'informations sanitaires (où par exemple des alertes sont envoyées aux personnes sous traitement antirétroviral pour qu'elles aillent prendre leurs médicaments) à des services plus efficaces et en temps réel de paiement des factures de services publics et des permis.

PROGRÈS ACCOMPLIS DANS LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION DE 2005 DE LA SADC

RÉALISATIONS

Un des plus grands succès de la Stratégie de communication de la SADC de 2005 était la sensibilisation à la SADC. On y est parvenu grâce à un engagement délibéré et consistant des médias, qui saisissaient toutes les opportunités, y compris celle de la rotation du Président de la SADC et l'accueil des événements principaux de la SADC comme les Sommets des Chefs d'État et de gouvernement de la SADC se tenant dans différents États membres. Toutes les activités des Sommets et du Conseil de la SADC ont bénéficié d'une couverture exhaustive par les médias et au-delà des frontières de la Région, parfois en utilisant la télédiffusion par satellite.

Le Projet 21 de la SADC sur l'information, soutenu par la Coopération technique belge a fait de grands progrès pour améliorer la compétence des journalistes en particulier et la quantité et la qualité des reportages sur la SADC par le service de presse qui a suivi les développements survenus dans la SADC et a diffusé des informations aux médias aux niveaux régional et mondial. De plus, ce projet a facilité:

- la production du Manuel de formation des médias à utiliser par les praticiens régionaux des médias.
- la synthèse de tous les instruments juridiques de la SADC.
- la publication régulière de SADC Today, un magazine présentant les développements survenus dans la SADC et publié en anglais, portugais et français.
- la création et le soutien des forums nationaux des médias s'intéressant à la SADC.
- le lancement du processus d'harmonisation des politiques d'information de la SADC.
- la production de chroniques sur la vision de la SADC pour la télévision dans les 3 langues de travail de la SADC mettant l'accent sur les origines et les réalisations de la SADC à ce jour.

Tous les instruments juridiques de la SADC (2007) ont été résumés, simplifiés et traduits dans toutes les langues de travail de la SADC, notamment en anglais, français et en portugais; ils ont été distribués à tous les États membres par l'intermédiaire des Points de contact nationaux (NCP) et des SNMC.

Les systèmes pour le partage d'informations sont maintenant en place par le truchement des réseaux nationaux de diffusion et des listes complètes de diffusion des médias pour la majorité des États membres de la SADC.

Le Manuel d'identité institutionnelle (CIM) de la SADC a été élaboré et dès son approbation, il consolidera l'identité de marque de l'organisation à différents niveaux et servira comme guide protocolaire.

Le site Web de la SADC www.sadc.int a été mis à jour afin de consolider la présence en ligne de l'organisation et d'offrir une plate-forme au public pour qu'il puisse accéder à une foule d'informations et de services offerts par la SADC et s'entretenir avec ses membres.



Search bar with 'GO' button

- About SADC
- SADC Secretariat
- Member States
- News & Events
- Opportunities
- Themes
- Issues
- Documents & Publications

SADC INDUSTRIALIZATION STRATEGY AND ROADMAP 2015 - 2063

Approved by Summit in Harare on 29 April 2015

SADC Industrialisation Strategy and Roadmap
SADC Industrialisation Strategy and Roadmap seeks to engender a major economic and technological transformation at national and regional levels

Written about 7 days ago
SADCNews: SADC Chairperson responds promptly to Secretariat Staff concerns <https://t.co/al6qku0VqI> via @DrTaxis

Recent News



9 Nov, 2015

President Magufuli is Sworn in

Pomp, fanfare and jubilation graced the Uhuru Stadium in Dar es Salaam, United Republic of Tanzania as President Dr. John Pombe Magufuli was being inaugurated yesterday at a ceremony attended by nine Heads of State and Government, local, regional and...

[READ MORE](#) [TWEET!](#)

FEATURED PROCUREMENT

Mauritius Local and Overseas Procurement Opportunities

Bids on appropriate forms are invited from local and overseas suppliers. Details can be found on <http://publicprocurement.govmu.org/pages/procurementlist.aspx>.

[SEE ALL](#)

FEATURED EMPLOYMENT

Copie de l'écran du site Web de la SADC: www.sadc.int

Des mesures ont été prises pour créer une présence solide de la SADC sur les médias sociaux, notamment une page Facebook et twitter, parmi d'autres.

Copie de l'écran de la page Facebook de la SADC ; www.facebook.com/sadc.int

DÉFIS

En dépit de ces importantes réalisations, les défis persistent. Les SNMC attestent d'un niveau élevé de sensibilisation au sein des États membres, surtout dans les régions urbaines mais avec peu ou pas de pénétration dans toutes les zones rurales. Un gouffre sépare les communautés rurales des citoyens urbains quant à l'accès à l'information. Les populations rurales sont souvent exclues en raison de la faible puissance des signaux et des restrictions de ressources en ce qui concerne l'entretien des infrastructures de communication.

La couverture des nouvelles de la SADC par les médias de la Région s'est concentrée sur les événements. Elle a été parcellaire, laissant les audiences avec une image incomplète du programme de développement et des réalisations de la SADC.

La communication est un processus à double sens. Jusqu'à présent, la SADC s'est concentrée sur la diffusion d'informations avec très peu d'investissement à l'écoute de ce que la population connaît déjà et ce qu'elle veut savoir. Il est nécessaire de communiquer de façon à répondre aux intérêts du public afin de s'assurer qu'il participe pleinement au façonnement du programme régional. On peut y parvenir en partie en adoptant et en renforçant l'utilisation des plates-formes et des outils de communication en ligne, en utilisant le multimédia et en créant des vidéos et du contenu visuel. Les médias sociaux et les plates-formes en ligne fournissent un espace accessible pour engager le public, lui permettre d'entrer des données afin qu'il spécifie le contenu qu'il veut voir.

En général, la communication interne au Secrétariat de la SADC est faible. Au niveau des programmes et des Directions, il existe une communication fréquente et prolifique mais la communication entre les programmes est incohérente et non systématique.

Le Secrétariat de la SADC et les États membres disposent d'une grande expertise en matière de développement, ainsi que d'une abondance de projets et programmes financés qui peuvent donner lieu à des possibilités de communication. Quant aux médias, il y a une demande et une soif pour davantage d'informations portant sur les activités de la SADC.

OBJECTIFS, PUBLICS CIBLÉS, MESSAGES

À la lumière de ces défis et opportunités, la SADC intensifiera ses efforts vers l'intégration régionale en s'assurant que les citoyens sont tenus au courant et peuvent participer à l'élaboration du programme de réduction de la pauvreté de la Région. Dans les prochains cinq ans, une attention sera consacrée à la réalisation du but et des objectifs suivants:

BUT

Le but de la Stratégie de communication et de promotion de la SADC révisée est de renforcer les circuits d'information qui améliorent la connaissance publique et la conscience de la vision et des réalisations de la SADC afin de réaliser l'intégration régionale et d'éradiquer la pauvreté.

OBJECTIFS

- Accroître la sensibilisation et les connaissances à propos de la SADC, de ses activités et de son impact, dans tous les États membres et au niveau international.
- Améliorer l'accès à l'information, l'échange d'information et les connaissances des États membres de la SADC et des citoyens ordinaires de la Région.
- Renforcer les rapports avec les médias et renforcer leurs capacités à faire un compte rendu compétent sur la SADC.
- Renforcer les partenariats auprès des intermédiaires d'information afin de soutenir la promotion de la vision, des buts et des réalisations de la SADC.
- Devenir le dépositaire d'informations et de renseignements actualisés en ce qui concerne les activités et les réalisations de la SADC afin de permettre une communication rapide et effective avec les parties prenantes.
- Positionner, projeter et maintenir l'état de l'image et de la marque institutionnelles de la SADC dans tous ses États membres et au-delà.
- Appuyer la mobilisation des ressources adéquates et y contribuer afin de maintenir et de communiquer les programmes de la SADC.
- Intensifier la forte présence électronique de la SADC et sa présence sur les médias sociaux, en mettant l'accent sur la création de vidéo multimédia et de contenus visuels partageables.

PUBLICS CIBLÉS

La Stratégie de communication ciblera un éventail de publics (internes et externes) afin de concrétiser ses vastes ambitions de communication.

Les citoyens de la SADC constituent les principales cibles de la Stratégie. Il est essentiel que les citoyens soient au courant des réalisations, des fonctions et des capacités de la SADC afin que cette dernière puisse mobiliser le soutien et créer des partenariats stratégiques. Sans cela, l'organisation ne pourra s'acquitter de son mandat et réaliser son plein potentiel.

Les journalistes jouent un rôle crucial dans la communication et l'engagement car ils permettent aux citoyens de raconter leurs propres histoires et leurs récits instructifs qui façonnent le débat, la pensée et l'opinion publique dans la Région.

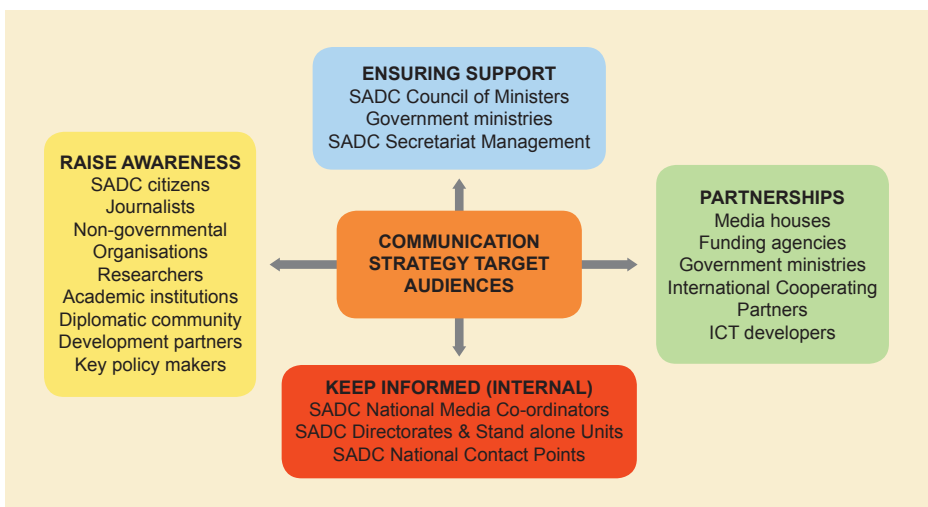
D'autres publics externes, tels que les chercheurs et les institutions académiques, seront informés des sujets et de la mine d'informations que renferme la SADC dans ses bases de données de même que par ses experts. Les organisations non-gouvernementales, les partenaires de développement et les décideurs clés seront ciblés pour la diffusion d'information essentielle afin d'assurer que leur travail est conforme aux priorités de la SADC.

Dans le Secrétariat et les États membres, la Stratégie de communication ciblera le personnel du Secrétariat en tant qu'ambassadeurs de première ligne de l'organisation. Il sera informé du travail de l'organisation afin d'accroître sa compréhension de l'organisation. Ceci contribuera au bout du compte à une meilleure communication et à la construction d'une marque et d'une réputation positives. Au niveau national, la stratégie ciblera activement les coordonnateurs nationaux des médias et les points de contact nationaux de la SADC afin de les mettre au courant et de coordonner leurs actions locales visant à faire connaître la SADC.

La communication avec le Conseil des ministres de la SADC et les départements gouvernementaux est vitale pour assurer qu'ils sont au courant des développements survenus dans la SADC et pour rechercher leur appui afin de promouvoir la stratégie de la communication au Secrétariat et dans les États membres.

La communication et la coopération avec les organisations subsidiaires de la SADC et les agents d'exécution des programmes de la SADC entraîneront une fertilisation croisée des idées et une entente mutuelle du travail de chacun, ce qui consoliderait la communication de la SADC.

Les partenaires internationaux de coopération (PIC) qui ont le potentiel de soutenir les programmes de la SADC ou qui les soutiennent déjà seront systématiquement informés des plans et cibles de la SADC afin de les aider à aligner leur appui sur la vision, les priorités et les besoins de la SADC.



VOIES, TACTIQUES ET OUTILS

Afin de livrer des messages clés de manière efficace aux divers parties prenantes et publics, des voies, des tactiques, des contenus et des outils appropriés seront identifiés et utilisés par divers groupes de parties prenantes. Une attention égale sera accordée afin d'assurer qu'un matériel et un logiciel de communication interne efficace sont en place pour faciliter une communication et un engagement externes.

DÉFINITION DES TERMES CLÉS	
Les voies sont les canaux à utiliser pour diffuser le contenu.	Ils comprennent: <ul style="list-style-type: none">• Les outils médiatiques tels que la presse;• La radio et les sites Web;• Les médias numériques tels que les médias sociaux.
Les tactiques concernent les activités utilisées pour générer du contenu requis afin d'engager publics prioritaires.	<ul style="list-style-type: none">• Des réunions en face à face• Engager des partenaires de développement clés qui soutiennent le travail de la SADC• Articles d'opinion dans les journaux en ligne, etc.
Le contenu est un intrant, produit sous différentes formes - dépendant du choix tactique - qui est diffusé via les divers canaux, tels que la radio, la télévision, la vidéo, l'audio, le blog, la diffusion en continu, etc.	<ul style="list-style-type: none">• Messages provenant des événements clés de la SADC• Messages provenant des réunions• Déclarations des Chefs d'État• Développements survenus dans la Région, etc.
Les outils sont les dispositifs, les technologies et les applications utilisés pour créer du contenu et le transmettre.	<ul style="list-style-type: none">• Applications logicielles pour les sites Web et les responsables de plans médias• Les sites Web des États membres de la SADC devront être utilisés en tant que voies efficaces pour s'entretenir auprès de publics différents.

ENCOURAGEMENT DE L'APPRENTISSAGE PAR LES PAIRS

Les coordonnateurs nationaux des médias peuvent apprendre beaucoup les uns des autres. Le Secrétariat soutiendra l'apprentissage dans tous les États membres, centré autour des tactiques de communication qui ont connu un succès et ont obtenu un impact maximal. Bien que les réunions face-à-face soient encouragées, une variété de plates-formes en ligne peut maintenant être utilisée pour faciliter cet apprentissage. De telles plates-formes peuvent également être utilisées pour le dépannage (troubleshooting) et pour discuter des défis liés à la communication auxquels sont confrontés les coordonnateurs nationaux des médias lorsqu'ils font connaître la SADC. L'utilisation

des vidéo-bulles (hangouts) ou d'autres outils gratuits de diffusion sur l'Internet (ex. se connecter au webinaire) permettrait aux participants de poser des questions et de partager des matériels. L'équipe de la CPRU peut agir en tant que coordonnatrice, qui incite et alimente les demandes pour de telles sessions.

TOUR D'HORIZON COLLECTIF PLUS EFFICACE

L'équipe de communication de la SADC en collaboration avec les États membres commencera à développer un calendrier collectif à utiliser comme plate-forme pour mieux refléter les activités qui sont susceptibles de plaire et qui sont prioritaires pour la SADC. L'utilisation du tour d'horizon mené par l'équipe de communication de la SADC peut identifier et attirer l'attention sur les événements et les débats auxquels les membres peuvent être intéressés à participer. Ces événements n'ont pas besoin d'être toujours physiques, ils peuvent être virtuels également tels que les débats régionaux, les élections dans les États membres, les débats sur Twitter à propos des conférences et des réunions en ligne. Si possible, le Secrétariat de la SADC peut aider à effectuer des levées de fonds collectives pour permettre aux membres de participer aux événements stratégiques.

RENFORCEMENT DES COMPÉTENCES

L'équipe de la CPRU mènera et coordonnera les efforts en vue des interventions de renforcement des capacités qui aideront les États membres à renforcer leurs capacités internes leur permettant de communiquer avec les parties prenantes et de les engager, d'utiliser divers outils, techniques et technologies et de mieux gérer leurs interventions de communication stratégique. Il faudra encourager les membres à aider à lever des fonds pour ce renforcement des capacités.

COMMUNICATION AVEC LES PUBLICS EXTERNES

Il faut renforcer l'utilisation cohérente et stratégique des voies telles que la radio, la télévision et les journaux. Les coordonnateurs nationaux des médias ont traditionnellement travaillé avec leur presse nationale mais ces relations peuvent être utilisées plus stratégiquement en vue de réaliser les objectifs de la SADC. La CPRU constituera le fer de lance de la planification, du développement de contenus et de la mobilisation des ressources.

Production stratégique d'une suite de produits de communication externe comme:

- SADC Today, un Bulletin ou Magazine externe (publié en anglais, français et portugais) est distribué à une multiplicité de publics partout dans la Région et ailleurs. Pour rester pertinent, il faut absolument revoir l'intérêt du contenu et la présentation.
- Il convient d'explorer les bulletins thématiques et les bulletins brefs ciblant les parties prenantes telles que les partenaires de développement afin d'aider à mobiliser les ressources pour l'organisation.
- Il faut tester l'usage des multimédias afin de transmettre des messages provenant d'importantes réunions et d'attirer un public divers.
- Il faut tenir les citoyens informés et engagés par le biais des débats sur Twitter, Facebook, le site Web et les programmes de radio et de télévision. L'étiquetage des coordonnateurs nationaux des médias et d'autres parties prenantes influentes est capital.

- L'utilisation de l'imagerie visuelle provenant des programmes et des événements de la SADC constitue un outil puissant pour saisir l'attention du public.

CADRE DE LA TRANSMISSION DES MESSAGES

Les messages ciblés, en particulier ceux conçus à l'intention des parties prenantes identifiées, font partie intégrante de la communication stratégique. Ayant identifié les parties prenantes que la SADC espère toucher, l'équipe de la communication décidera des types de message les plus adéquats et les plus forts à leur intention. La transmission des messages sera guidée par les programmes de travail dans les États membres de même que par les programmes de la SADC.

Bien que les États membres jouent un rôle principal dans la génération de leurs propres messages liés aux programmes dans leurs propres pays, l'équipe de la CPRU peut fournir les lignes directrices sur les cadres de transmission des messages ainsi qu'un ou deux domaines explicites qui doivent être promus au niveau d'État membre.

L'équipe de la CPRU sera chargée de créer des messages qui agrègent les informations venant des États membres et des programmes provenant du Secrétariat de la SADC. Un processus de réflexion réunissant les États membres sera encouragé afin de convenir sur les meilleurs messages à partager avec divers publics conformément aux intérêts exprimés et aux débats, aux niveaux national, régional et mondial.

Avec l'utilisation croissante des médias sociaux et d'autres technologies numériques, l'organisation investira du temps afin d'assurer que les messages sont adéquats pour chaque voie de communication.

En général, les messages provenant de la SADC doivent:

- être orientés par les interventions stratégiques des stratégies régionales telles que le RISDP, la Feuille de route pour l'industrialisation et les programmes de la SADC.
- cibler un public spécifique.
- être novateurs afin de parvenir à un public divers.

La SADC élaborera des messages clairs et présenter une image unifiée de ce que la SADC est et de ce qu'elle représente.

Thématique:

- Les thèmes et les messages seront fondés sur, mais non limités aux domaines d'intervention prioritaires suivants tel que souligné dans le Plan stratégique indicatif de développement régional: Commerce, libéralisation et développement économique;
- Appui aux infrastructures, gestion intégrée des ressources en eau;
- Sécurité alimentaire; développement humain et social; paix et sécurité, santé, surtout lutte contre la pandémie du VIH et du sida;
- Égalité de genre et développement, science et technologie;
- Technologies de l'information et de la communication;
- Environnement et développement durable, développement du secteur privé et statistiques.

Les domaines thématiques comme l'énergie, la fourniture d'eau, le renforcement des compétences, le financement, etc. qui ont pour objectif d'exécuter le programme d'industrialisation seront classés en ordre de priorité lors de l'exercice de communication.

- Les messages agiront comme un tremplin pour rallier les efforts des États membres autour d'une question particulière et pour leur permettre de parler d'une seule voix.
- Les messages seront publiés à l'occasion des principales journées internationales comme la Journée mondiale contre le sida, la Journée internationale pour l'élimination de la pauvreté, la Journée mondiale de l'eau, la Journée de la SADC, etc.
- Le Secrétariat de la SADC choisira un message pour chaque année et l'utilisera comme un point de ralliement pour diffuser ses activités.
- Les messages tiendront compte de la diversité des citoyens de la Région et accorderont la priorité à l'utilisation des langues locales. Les messages ne perpétueront pas les stéréotypes sexuels.

PRINCIPES

Les principes suivants soulignent l'approche de la SADC dans sa communication avec les divers publics.

- La stratégie de la communication sera sensible aux demandes du public divers de la Région et tiendra compte de sa langue, du contexte politique et de l'accès aux technologies de l'information et de la communication.
- La communication accordera la priorité et privilégiera l'écoute et les voix de tous les citoyens, jeunes et âgés, urbains et ruraux.
- La SADC tiendra compte des questions liées à l'égalité du genre et s'assurera que sa communication ne perpétue pas les stéréotypes sexuels, la discrimination et la violence contre les femmes. Les Chefs d'État et de gouvernement de la SADC ont signé le Protocole de la SADC sur le genre et le développement ¹¹, qui inclue des clauses progressistes et 28 cibles y compris la cible selon laquelle les femmes occuperont la moitié des postes décisionnels dans les secteurs public et privé. Ces objectifs offrent d'importantes opportunités de communication pour dresser le profil du travail de l'organisation dans les domaines d'importance mondiale.
- La stratégie déploiera des outils et des pratiques novateurs de communication, "adaptés à l'usage prévu" (c.-à-d. aptes pour les messages à transmettre et les audiences ciblées) qui encouragent l'engagement de la part de ses parties prenantes clés et qui sont rentables.
- Le Secrétariat privilégiera la communication empirique, la coexistence et l'intégration régionales dans la livraison des messages de la SADC.

DOMAINES CLÉS DE RÉSULTAT

La Stratégie de communication et de promotion de la SADC traduira les objectifs en ces cinq domaines clés de résultats: Ces domaines clés de résultat s'attarderont sur la consolidation des niveaux de sensibilisation déjà accomplis et sur le renforcement des connaissances surtout dans les domaines thématiques clés soulignés dans le RISDP et le SIPO.

1. SENSIBILISATION ET RALLIEMENT DES CITOYENS

- La communication consolidera les niveaux de sensibilisation qui ont été atteints jusqu'à présent. La SCPS sera opportuniste et cherchera des moyens à sensibiliser et à faire de la publicité pour le programme de la SADC dans les événements nationaux, régionaux et internationaux.
- Les événements mondiaux et panafricains offrent une occasion rêvée d'améliorer la visibilité de la SADC.
- Le Secrétariat de la SADC, en collaboration avec les coordonnateurs nationaux

des médias et d'autres réseaux nationaux engagera activement les citoyens afin de comprendre pleinement leurs besoins. Cet engagement façonnera le contenu et les approches de la communication de la SADC.

- Des efforts seront déployés pour connecter les citoyens dans leurs propres pays et avec d'autres États membres de la SADC. La SADC nourrira les discours et liera les citoyens par le biais de forums interactifs qui permettent aux citoyens de même qu'aux leaders, à différents niveaux, de façonner le programme de développement de la Région.
- La stratégie de communication mettra l'accent sur l'utilisation de la Journée de la SADC, célébrée le 17 août chaque année, pour rallier les citoyens de la Région afin de refléter sur l'importance de la communauté régionale. La nouvelle approche proposée planifiera les événements autour de cette journée en tant que processus plutôt qu'événement. En pratique, ceci signifie la planification d'un nombre d'événements aux niveaux national et régional dans les mois précédant le 17 août.
- Les messages seront publiés à l'occasion des principales journées internationales comme la Journée mondiale contre le sida, la Journée internationale pour l'élimination de la pauvreté, la Journée mondiale de l'eau, etc.
- Des ambassadeurs de la marque qui sont influents, qui comprennent la Région et ses problèmes et qui sont bien respectés, seront désignés pour faire progresser les messages et le programme de la SADC.
- Des efforts seront déployés pour inscrire les valeurs et le but de la SADC dans les esprits des jeunes de la Région en développant un cursus scolaire dans les écoles et les institutions d'enseignement tertiaire.
- Les efforts de sensibilisation tâcheront de combler le fossé entre les populations urbaines et rurales. La SADC étendra l'utilisation des réseaux de radiocommunication pour atteindre les citoyens des endroits retirés, des intermédiaires de l'information et si possible d'exploiter de nouvelles technologies des médias qui se sont révélées efficaces pour atteindre les gens.

2. PARTAGE D'INFORMATIONS ET DE CONNAISSANCES

- Les activités de diffusion d'information de la SADC seront jointes par celles d'organismes et d'intermédiaires d'information semblables dont le mandat est de diffuser l'information sur l'organisation.
- Des ressources seront investies pour organiser et promouvoir des tournées et des expositions itinérantes (road shows) qui permettront aux médias de la Région de comprendre pleinement les projets de développement de la SADC et de saisir les voix des citoyens.
- Des informations existantes seront utilisées et investies dans la production de nouveaux produits de connaissances sur la SADC.

- Des centres d'information et des points de contact seront établis afin de permettre au public l'accès à l'information aux niveaux national et régional. Ces centres d'information agiront comme des dépositaires des informations de la SADC et recueilleront les réactions qui alimenteront le développement de meilleurs services.
- La refonte du site Web www.sadc.int offre une grande opportunité pour maintenir les citoyens informés des développements survenant dans la Région. Le nouveau site Web inclut des fonctionnalités qui promeuvent l'interaction et donnent le choix aux utilisateurs de sélectionner dans le menu les options les types d'actualisation qu'ils souhaiteraient recevoir. Des efforts seront déployés pour actualiser régulièrement le site Web et pour le relier aux sites Web des États membres.
- Les opportunités qu'offrent les nouveaux médias seront exploitées, en particulier les réseaux sociaux, afin de faire connaître la SADC et de fournir une plate-forme pour établir le lien avec les citoyens. Les médias sociaux seront utilisés stratégiquement pour s'entretenir avec le public et seront reliés au site Web de la SADC, ramenant ainsi toutes les plates-formes à l'intention du public dans un endroit central.
- Un bulletin hebdomadaire informel qui recueille et présente des activités, des progrès réalisés et les impacts "en temps réel" des activités de la SADC sera produit. Il sera partagé par le site Web et servira pour actualiser le contenu.

3. ENGAGEMENT DES MÉDIAS

- La SADC intensifiera ses efforts visant à engager activement les médias aux niveaux national et régional. Une politique d'information harmonisée et dynamique sera élaborée pour couvrir la SADC afin qu'elle puisse orienter les journalistes sur la couverture des sujets sur la SADC.
- Les journalistes seront tenus informés des développements survenant dans la SADC aux niveaux national et régional. La SADC assurera le lien avec les journalistes afin de construire un réseau solide qui facilitera le partage d'information et d'expériences acquises.
- La priorité sera accordée à une plus grande utilisation des médias publics et étatiques au sein des États membres et à l'appui apporté aux coordonnateurs nationaux des médias. Des efforts seront déployés pour un engagement beaucoup plus créatif avec la multiplicité des organisations de médias publics et privés dans tous les États membres.
- La priorité sera accordée à la production de contenu partageable partout sur les plates-formes disponibles dans la Région. Le Secrétariat de la SADC en collaboration avec les partenaires intéressés mènera des études de faisabilité afin de relancer les initiatives telles que SABANEWS, SADC Vision, SADC Calling et Beyond Borders. La publication de Southern Times sera promue et bénéficiera d'un soutien adéquat. Ces initiatives ont le potentiel de maintenir les citoyens informés et engagés aux événements au fur et à mesure de leur évolution.

- Des bases de données d'information seront développées et ouvertes, facilitant ainsi un accès facile aux médias. Les journalistes seront mis au courant de sources crédibles existantes d'information régionale telles que le Centre de recherche et de documentation de l'Afrique australe (SARDC). De plus, la SADC développera d'autres bases de données d'information et assurera et renforcera un accès rapide à l'information fiable sur la Région par le biais électronique ou autre accès.
- Le Secrétaire Exécutif de la SADC sera la face du Secrétariat de la SADC dans les médias et le porte-parole principal.

4. RENFORCEMENT DES SYSTÈMES INTERNES POUR LA COMMUNICATION ET LA COHÉSION

- Dans une première étape vers le renforcement de la communication, la SADC devra intégrer la communication dans tous ses travaux et ses politiques. Ceci permettra la planification, la mobilisation et le redéploiement des ressources stratégiques afin d'assurer que la fonction de communication de l'organisation est remplie. Les projets auront leur plan de communication et de visibilité dès leur origine.
- Le personnel sera cultivé pour devenir les meilleurs ambassadeurs de l'organisation. Ceci impliquera la mise en place de stratégies pour encourager une compréhension de la vision, des objectifs, des priorités et des programmes de l'organisation. Des incitations et des récompenses appropriées pour le personnel de la SADC qui communique efficacement au nom de l'organisation seront considérées comme le sera la revue des évaluations de la performance pour systématiser la communication efficace.
- Le personnel pourra s'acquitter de la « fonction d'ambassadeur » avec compétence grâce à la fourniture de trousseaux d'information et en reliant les divers programmes afin qu'ils recherchent activement à s'engager les uns aux autres.
- Des améliorations seront apportées au fonctionnement des structures nationales, surtout des coordonnateurs nationaux des médias afin de renforcer leurs capacités à planifier, à mener et à surveiller la mise en œuvre de la Stratégie de communication de la SADC au niveau national.

5. MAINTIEN DE L'IMAGE INSTITUTIONNELLE ET GESTION DE LA MARQUE

- La marque SADC et l'image institutionnelle seront activement soutenues et utilisées pour consolider les réalisations de l'organisation dans la Région et dans le monde. Des mécanismes bien clairs à utiliser par tout le personnel seront créés et communiqués afin d'assurer leur usage par tous les États membres, Directions et Unités au Secrétariat.

Au niveau régional :

- L'Unité de communication de la SADC achèvera en temps utile le Manuel d'identité institutionnelle.
- Tout le matériel sera traduit dans les trois langues officielles de la SADC de même

que dans les langues locales si possible.

- Le matériel audiovisuel sera généré pour l'utilisation médiatique afin d'élargir la portée par le biais des plates-formes de diversification de la communication.

Au niveau national :

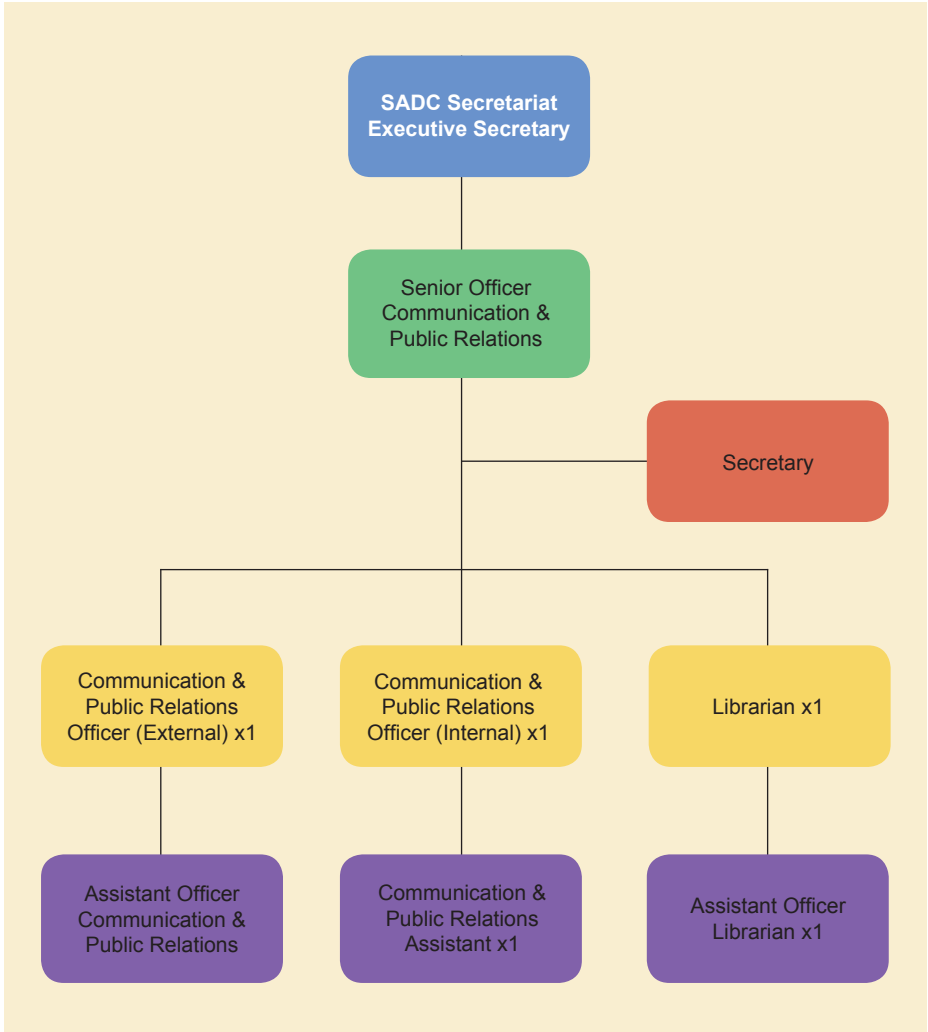
Les États membres devront :

- Mettre à disposition des ressources visant à reproduire les articles promotionnels au niveau national, tandis que les coordonnateurs nationaux des médias de la SADC surveilleront et faciliteront l'utilisation appropriée du logo de la SADC et de tous les insignes institutionnels.
- Distribuer du matériel promotionnel institutionnel / des souvenirs de la SADC aux groupes de parties prenantes.
- Hisser le drapeau de la SADC dans les États membres et lors d'événements appropriés.
- Veiller à ce que l'hymne SADC soit chanté lors de toutes les réunions et événements majeurs.
- Traduire le manuel d'identité institutionnelle de la SADC en un document pratique, facile à comprendre et applicable au niveau national.
- Lancer et promouvoir la marque de la SADC.

RÔLES ET RESPONSABILITÉS DES COMMUNICATIONS ET DES RELATIONS PUBLIQUES

La structure actuelle de l'Unité de communication et des relations publiques de la SADC est illustrée dans l'organigramme ci-après. L'Unité de communication et des relations publiques « fait partie » des structures de la direction de l'organisation afin de s'assurer que les questions de communication sont bien comprises et font l'objet d'une planification au niveau le plus élevé.

STRUCTURE DE COMMUNICATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES DE LA SADC



SUIVI ET ÉVALUATION

Un Plan de suivi et d'évaluation qui fournira explicitement les références pour mesurer les progrès accomplis dans la réalisation de cette stratégie sera élaboré dans le but de :

- construire l'image de ce à quoi ressemble le succès;
- établir une série d'indicateurs à utiliser pour recueillir les preuves de l'impact;
- concevoir et introduire des systèmes pour la collection, l'analyse et l'évaluation de l'efficacité;
- former le personnel pour commencer la revue;
- développer des enquêtes annuelles pour saisir les données de base, les réactions des audiences et les progrès accomplis.

L'impact des stratégies de la communication est difficile à mesurer. Il est difficile d'attribuer un impact catégorique pour des résultats donnés à toute initiative unique ou série d'initiatives. Au mieux, ce qu'on peut mesurer est la contribution de la SADC à tout résultat visible. Et ceci appelle des approches créatives à l'analyse de contribution de même qu'à la communication de la contribution qu'une série d'actions et d'initiatives données a eue par rapport aux résultats plus vastes.

Une série d'indicateurs devra être identifiée pour chaque objectif de communication et devra saisir, au minimum: la sensibilisation à la marque de la SADC parmi les parties prenantes ciblées au niveau mondial; une communication cohérente et consistante des messages de programmes clés; une utilisation efficace des plates-formes pour soutenir l'apprentissage croisé partout dans les pays; l'utilisation des plates-formes et des voies appropriées pour amplifier et partager l'apprentissage de la SADC aux multiples parties prenantes.

Le suivi et l'évaluation de cette stratégie seront également orientés par le vaste cadre du RISDP et d'autres documents clés qui souscrivent à la vision et aux ambitions de l'organisation. Les données en train d'être recueillies devraient alimenter les processus de planification de l'unité et de l'organisation.

L'équipe de la communication et des relations publiques de la SADC aura besoin de revoir la stratégie de communication par rapport aux domaines de résultats clés afin d'identifier où l'unité pourra avoir besoin d'appui additionnel dans la réalisation des objectifs énoncés.

ÉLÉMENTS DU PLAN DE TRAVAIL

Il est nécessaire de donner un visage humain à la SADC. À l'heure actuelle, le flou persiste dans les esprits des citoyens quant à l'identité régionale de l'organisme et dans la plupart des cas ils sont en déphasage avec sa vision, son mandat et ses actions. L'assertion selon laquelle la SADC appartient au peuple et œuvre pour le peuple de la SADC est loin d'être partagée parmi ses citoyens. Un suivi continu et nuancé de ce que les citoyens ne connaissent pas, des idées préconçues qu'ils ont au sujet de ce que fait la SADC, l'ampleur de leur connaissance de ses réalisations et ce qu'ils voudront savoir sur la SADC est essentiel.

Pour lancer la mise en œuvre de cette stratégie, une série d'actions à court et à moyen terme est proposée ci-après. Les recommandations suivantes qui seront les moteurs du succès de la Stratégie de communication et de promotion de la SADC.

RECOMMANDATIONS POUR METTRE EN OEUVRE LE CONCOURS RÉGIONAL DE JOURNALISME

En réponse à la décision prise par le Conseil pour réexaminer le Concours de journalisme de la SADC et à la lumière du fait que l'atelier de révision a fourni peu de temps pour que le Comité du Jury régional puisse approfondir toutes les questions ayant trait au concours de journalisme les recommandations suivantes ont été émises:

- Permettre aux membres du Comité du Jury régional (RAC) de tenir une réunion séparée afin de revoir collectivement le Concours de journalisme de la SADC et de fournir des recommandations essentielles et stratégiques qui orienteront la mise en œuvre du Concours de la SADC pour les prochains cinq ans.
- Demander au Conseil d'imposer la décision 5.1.2.4 concernant le montant du prix. Il a été convenu qu'il y aurait deux prix pour chacune des quatre catégories, à savoir la presse, la télévision, la photographie et la radio. La valeur de chaque prix serait de 2.500 USD pour la première place, les seconds de chaque catégorie recevront un deuxième prix d'une valeur de 1.000 USD et recevront le montant du prix et des certificats des mains de leur point de contact national.
- Le montant du prix devrait s'accroître tous les deux ans sur la base d'un pourcentage convenu.
- L'accueil du RAC devrait se faire sur une base rotative conformément à la présidence de la SADC.
- La participation obligatoire du RAC devrait être imposée selon la disposition du Traité.
- Les comités du Jury national devraient être mis sur pied et être opérationnels dans tous les pays de la SADC. Aucun envoi ne peut être soumis au niveau régional sans passer par le Comité du Jury national.
- La remise de prix du Concours de journalisme devrait continuer à faire partie du programme du Sommet. Tenir la cérémonie de remise de prix pendant le Sommet augmente le profil et la visibilité des prix et des actions comme une incitation pour d'autres à participer. Les certificats du Concours régional de journalisme seront signés par le Président de la SADC.

D'autres recommandations ont inclus ce qui suit:

- Le Concours devrait rechercher le parrainage du secteur des entreprises et du secteur privé afin d'accroître le nombre et la valeur des prix.
- Des catégories additionnelles devraient être créées, telles que des reportages, des nouvelles, etc.
- La récusation des États membres lors de l'évaluation des envois provenant de leurs propres Comité du jury national ne devrait pas être imposée car il y va de la légitimité du Concours en question. Les juges des États membres doivent se fier à la qualité et au respect des règlements lorsqu'ils mènent leurs délibérations.
- Seuls les envois provenant des ressortissants nationaux soumis à leur État membre

respectif seront qualifiés pour être jugés au niveau régional - chaque ressortissant national devrait envoyer sa candidature à son propre pays.

LIGNES DIRECTRICES SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

De plus en plus, les médias sociaux constituent la manière dont le monde se met en réseau et communique afin de partager les informations et les connaissances. Les médias sociaux encouragent la transparence, le dialogue et l'engagement. Afin d'assurer que la campagne des médias sociaux est coordonnée et reflète la vision de la SADC, le Secrétariat élaborera les lignes directrices à l'intention du personnel qui mettent en exergue les points suivants:

- Comment les médias sociaux vont être utilisés,
- Qui est responsable du maintien des diverses plates-formes des médias sociaux,
- Comment répondre aux réactions négatives (guide pour le dépannage et la gestion de crises),
- Comment réaliser un marquage cohérent dans toutes les diverses plateformes,
- Lignes directrices en ce qui concerne les droits d'auteur et la législation

Le contenu pour les nombreuses plates-formes des médias sociaux que le Secrétariat gèrera devrait être généré par l'information présente sur le site Web de la SADC. L'utilisation des médias sociaux aura pour objectif d'attirer l'attention sur les divers activités et programmes entrepris par la SADC. L'utilisation des médias sociaux devrait être stratégique, devrait définir clairement le public cible et restée cohérente. Les plates-formes des médias sociaux devraient être reliées au site Web de la SADC de sorte à ce qu'elles soient clairement accessibles. De plus, des liens clairs devraient être effectués de chaque plate-forme indépendante au site Web lui-même.

Des informations pertinentes sur les activités se produisant dans les États membres devraient être fournies par les SNMC. De même, le personnel du Secrétariat devra également rassembler le contenu des différentes Directions. Le Secrétariat gèrera la page Facebook officielle qui portera le logo officiel de la SADC, sera actualisée régulièrement par un membre désigné de la CCU pour transmettre les messages de la SADC et attirer l'attention sur les activités et les événements soulignés sur le site Web de la SADC. La page Facebook sera liée clairement et directement au site Web de la SADC. L'utilisation de Facebook permettra à la SADC de cibler stratégiquement les jeunes de la Région et d'avoir un espace virtuel subsidiaire qui permet aux parties intéressées de communiquer avec la SADC d'une manière différente.

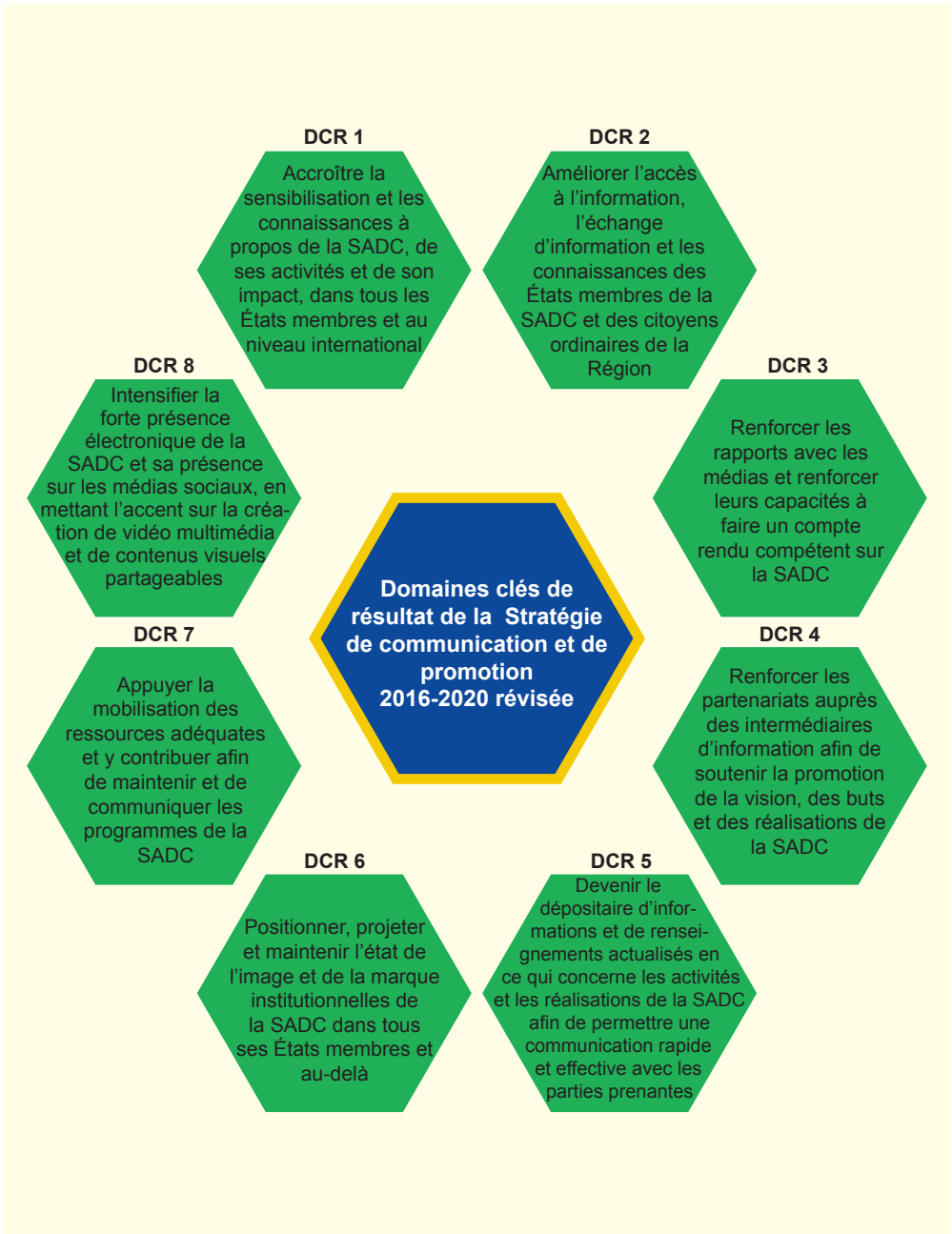
La SADC gèrera également un compte central Twitter, reprenant le @SADC Twitter si possible ou établissant un autre compte avec une marque claire de sorte à ce qu'elle soit visible au public.

Le contenu pour le compte Twitter peut aussi provenir du site Web avec un contenu lié à la page Facebook. Le Secrétaire exécutif (SE) est encouragé à établir et à gérer le compte Twitter afin de communiquer avec les publics à l'interne comme à l'externe. Ce compte peut être géré par la communication institutionnelle mais il relève du Secrétaire exécutif d'autoriser le contenu des tweets.

Un blog peut également être intégré dans le site Web. Le blog nécessitera une actualisation régulière et le personnel de la CPRU devra encourager d'autres membres des Directions et Unités de fournir des rapports de mission qui peuvent constituer la base des matériels qui vont sur le blog.

Le Secrétariat maintiendra également un compte Flickr qui sera lié au site Web. Les images Flickr rendront la tâche plus facile aux journalistes pour trouver des images ayant trait aux événements et aux programmes de la SADC sur le site Web. Les images peuvent être actualisées avec toute image provenant des événements de la SADC de même que des images qui ont été mises à disposition par d'autres Directions et Unités ou par ceux qui sont partis en mission. Une chaîne YouTube sera également créée pour accueillir les vidéos de la SADC provenant des diverses conférences ou des missions. La chaîne a besoin de contenir de courtes vidéos intéressantes des discours prononcées par le Secrétaire exécutif et tout autre fonctionnaire de la SADC.

Afin d'assurer que les médias sociaux générés par la SADC ont l'effet escompté, le Secrétariat utilisera les outils analytiques du Web comme Google Analytics pour surveiller le trafic vers le site Web et toute autre plate-forme des médias sociaux. Ceci permettra de surveiller la pénétration des messages clés et l'analyse des tendances.



Plan de mise en œuvre de la Stratégie de communication et de promotion de la SADC 2016-2020 révisée

DCR 1 : Accroître la sensibilisation et les connaissances à propos de la SADC, de ses activités et de son impact, dans tous les États membres et au niveau international

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités		
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM	
Visibilité et reconnaissance accrues des interventions réussies de la SADC	Publication annuelle des succès de la SADC	Une brochure contenant les succès de la SADC publiée chaque année	Documentation et publication d'une brochure des « succès » de la SADC	Production d'une note conceptuelle pour appuyer les États membres dans l'identification des succès qui illustrent les avantages de l'intégration régionale	X						PRU	
				Collecte des succès potentiels assortis de commentaires du Secrétariat et des EM.	X	X	X	X	X	La PRU avec les contributions provenant des Directions techniques	NCP	
				Sollicitation des photographies qui iront de pair avec les reportages								
				Édition des articles								
				Recrutement d'un consultant pour documenter les réussites	X	X	X	X	X	PRU	NCP	
				Recrutement d'un consultant pour produire la brochure des « réussites de la SADC »	X	X	X	X	X	PRU		
				Diffusion de la brochure des « réussites de la SADC » aux médias et multiplicateurs compétents	X	X	X	X	X	Secrétariat	NCP, SNMC	
				Diffusion des « réussites de la SADC » par le site Web de la SADC et des circuits des médias sociaux	X	X	X	X	X	PRU	SNMC	
					Publications thématiques couvrant les principaux secteurs	Un maximum de deux nouvelles publications thématiques chaque année	Production des publications thématiques	Sélection du secteur qui figurera dans la publication thématique	X	X	X	X

				Conceptualisation de la publication thématique	X	X	X	X	X	PRU	SNMC
				Recrutement d'un consultant pour la production de la production thématique	X	X	X	X	X	PRU	
				Diffusion dans les ministères et institutions compétents des États membres	X	X	X	X	X		NCP, SNMC
				Édition des articles							
				Recrutement d'un consultant pour documenter les réussites	X	X	X	X	X	PRU	NCP
				Recrutement d'un consultant pour produire la brochure des « réussites de la SADC »	X	X	X	X	X	PRU	
				Diffusion de la brochure des « réussites de la SADC » aux médias et multiplicateurs compétents	X	X	X	X	X	Secrétariat	NCP, SNMC
				Diffusion des « réussites de la SADC » par le site Web de la SADC et des circuits des médias sociaux	X	X	X	X	X	PRU	SNMC
Publications thématiques couvrant les principaux secteurs	Un maximum de deux nouvelles publications thématiques chaque année	Production des publications thématiques	Sélection du secteur qui figurera dans la publication thématique	X	X	X	X	X	PRU	SNMC	
			Conceptualisation de la publication thématique	X	X	X	X	X	PRU	SNMC	
			Recrutement d'un consultant pour la production de la production thématique	X	X	X	X	X	PRU		
		Diffusion de la publication thématique	Diffusion dans les ministères et institutions compétents des États membres	X	X	X	X	X		NCP, SNMC	
			Diffusion dans les médias des États membres	X	X	X	X	X		SNMC	
			Diffusion par le site Web de la SADC et les circuits des médias sociaux	X	X	X	X	X	PRU		
Des « Journées portes ouvertes » annuelles organisées au Secrétariat pour accueillir les citoyens de la SADC et les informer sur la mission, le travail et les réalisations de la SADC	Le nombre de visiteurs à la Journée ouverte au Secrétariat	Tenir la Journée portes ouvertes au Secrétariat	Conceptualiser la Journée portes ouvertes avec les Directions/ Unités et le président en exercice de la SADC		X	X	X	X	PRU	EM	

				Produire du matériel IEC spécifique et le réunir en trousse d'informations conformément au concept élaboré.		X	X	X	X	PRU	EM
				Les kiosques des EM et des directions présentent des exemples de projets de la SADC réussis.		X	X	X	X	Secrétariat	EM
				Tenir la Journée portes ouvertes au Secrétariat		X	X	X	X	PRU	EM
				Recueillir les commentaires des visiteurs sur leurs avis sur la journée et la SADC		X	X	X	X	PRU	
	Des événements thématiques sur les priorités de la SADC organisés dans les EM	Le nombre d'événements thématiques sur les priorités de la SADC organisés dans les EM	Organiser des événements thématiques sur les priorités de la SADC dans les EM	Identifier les priorités appropriées pour les EM		X	X	X	X		EM

DCR 2 : Améliorer l'accès à l'information, l'échange d'information et les connaissances des États membres de la SADC et des citoyens ordinaires de la Région

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités		
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM	
Une compréhension accrue de la vision, du travail et de l'impact de la SADC des citoyens ordinaires	Renseignements sur l'histoire, la mission et l'impact de la SADC intégrés dans les programmes scolaires des EM.	Le nombre d'EM dans lesquels la SADC est intégrée dans les programmes scolaires	L'inclusion de la SADC dans les programmes scolaires	Comparaison des EM qui ont déjantégré la SADC dans les programmes scolaires		X					PRU	NCP, ministères de l'éducation
				Élaboration d'un concept pour l'intégration de la SADC dans les programmes scolaires		X	X					NCP, ministères de l'éducation
				Mise en œuvre dans les écoles des EM			X	X	X		Ministères de l'éducation	
Participation aux concours de rédaction de la SADC	Les EM et gagnants régionaux sont nommés chaque année	Concours annuel de rédaction de la SADC	Concours annuel de rédaction de la SADC	Sélection du thème annuel de la rédaction	X	X	X	X	X		Secrétariat	EM
				Préparation du concept et des critères d'évaluation	X	X	X	X	X		EM	
				Préparation de l'annonce et de la diffusion dans les écoles	X	X	X	X	X		EM	

				Sélection des gagnants nationaux par les EM	X	X	X	X	X		EM
				Organiser et faire la publicité des cérémonies de remise de prix	X	X	X	X	X		SNMC
				Évaluation régionale des gagnants des prix de rédaction	X	X	X	X	X		EM
	Célébration annuelle de la Journée de la SADC dans les EM	Le nombre d'EM célébrant la Journée de la SADC	Tenir les célébrations annuelles de la Journée de la SADC dans les EM	Élaborer et mettre en œuvre le concept pour célébrer la Journée de la SADC dans le cadre des activités de sensibilisation et de célébration pendant une semaine.		X	X	X	X		SNC, NCP
				Recueillir les commentaires des visiteurs participant aux célébrations de la journée de la SADC sur la sensibilisation et l'appui de la SADC		X	X	X	X		SNC, NCP

DCR 3 : Renforcer les rapports avec les médias et renforcer leurs capacités à faire un compte rendu compétent sur la SADC

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités	
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM
Les EM et la capacité régionale renforcés pour faire connaître les activités et succès de la SADC aux médias des EM	Les nouvelles et histoires liées à la SADC transmises aux médias des EM en temps opportun	Les listes nationales de distribution des médias de chaque EM partagées chaque année avec la PRU	Maintien des listes nationales de distribution des médias		X						NCP, SNMC
				Élaborer un canevas normalisé des listes nationales de distribution des médias	X					PRU	NCP, SNMC
				Mise à jour des listes nationales de distribution des médias	X	X	X	X		NCP, SNMC	
				Partager la liste nationale de distribution des médias avec la PRU chaque année	X	X	X	X		NCP, SNMC	
				Mise à jour de la liste régionale de distribution des médias	X	X	X	X	PRU		
Capacité des médias renforcée pour faire un compte rendu compétent sur la SADC	Formation à l'intention de journalistes régionaux	Formation annuelle à l'intention des journalistes, des éditeurs et des professionnels des médias pertinents tenue et le Sommet de la SADC couvert	Formation à l'intention de journalistes régionaux	Élaboration d'un concept de formation pour la presse, la télévision et la radio régionales et les journalistes, éditeurs et professionnels des médias pertinents avec l'accent sur l'inclusion des femmes		X				PRU	NCP, Comité de médias des NCP, Jury national, SNMC

				Sélection des journalistes, éditeurs et professionnels des médias pertinents en fonction du mérite et de l'expérience avec l'accent sur l'inclusion des femmes		X	X	X	X	PRU	NCP, Comité de médias des NCP, Jury national, SNMC
				Mise en œuvre de la formation avec l'aide d'un consultant		X	X	X	X	PRU	
		Couverture du Sommet de la SADC par les participants à la formation de journalisme		Identification des points de contact dans les délégations des EM au Sommet de la SADC pour les journalistes, éditeurs et professionnels des médias pertinents		X	X	X	X		NCP, SNMC
				Définition des opportunités à l'intention des journalistes, éditeurs et professionnels des médias pertinents pour engager les délégations des EM et des fonctionnaires de la SADC avant et durant le Sommet de la SADC		X	X	X	X	PRU	NCP, SNMC
	Opportunités de journalistes régionaux pour interagir avec les fonctionnaires de la SADC	Articles générés suite à des interactions directes des journalistes, éditeurs et professionnels des médias pertinents avec les fonctionnaires de la SADC	Identification et utilisation des opportunités appropriées	Les EM identifient des opportunités convenables avec l'accent sur l'inclusion des femmes		X	X	X	X		NCP, SNMC
				Les EM permettent aux journalistes, éditeurs et professionnels des médias pertinents d'interagir avec les fonctionnaires de la SADC		X	X	X	X		NCP, SNMC
Meilleures qualité et quantité de la couverture médiatique des EM sur les protocoles, politiques et programmes de la SADC	Revue de presse mensuelles et rapports de synthèse annuels sur la qualité et la quantité de la couverture médiatique des EM	<ul style="list-style-type: none"> Le nombre d'EM soumettant des rapports trimestriels à la PRU Le nombre d'EM soumettant des rapports de synthèse annuels à la PRU 	Revue de presse trimestrielle à l'intention de la SADC et des fonctionnaires des EM	Définition des critères et du format de rapports		X				PRU	NCP, SNMC
				Compilation et distribution des revues de presse trimestrielles aux fonctionnaires compétents dans les EM et au Secréariat de la SADC		X	X	X	X		NCP, SNMC

			Rapport de synthèse annuel sur la couverture médiatique dans les EM sur la SADC	Définition des critères et du format de rapports		X					PRU	NCP, SNMC
				Compilation d'un rapport annuel sur la couverture médiatique dans les EM sur la SADC		X	X	X	X			NCP, SNMC
				Compilation des recommandations de tous les EM basées sur les rapports annuels		X	X	X	X	PRU		
Appuyer le rôle de diffusion des organisations régionales des médias engagées à la SADC	Rapports sur la mise en œuvre et l'élaboration des protocoles, politiques et programmes de la SADC dans les EM	Reportages du journal Southern Times basés sur les contributions des EM	Les EM partagent des renseignements sur la mise en œuvre et l'élaboration des protocoles, politiques et programmes de la SADC dans les EM avec le journal Southern Times	Participation des EM additionnels au journal Southern Times		X	X	X	X			NCP, SNMC
				Partage d'informations continu avec le journal Southern Times		X	X	X	X	PRU	NCP, SNMC	
Mettre en évidence et récompenser les exemples de la couverture médiatique de la SADC	Participation au Concours de journalisme de la SADC	Des prix nationaux et régionaux attribués chaque année	Organiser le Concours de journalisme de la SADC chaque année	Sélection des gagnants nationaux par les EM	X	X	X	X	X			NCP, Comité des médias des NCP, Jury national, SNMC
				Évaluation régionale des gagnants du concours de journalisme	X	X	X	X	X	PRU	NCP, Comité des médias des NCP, Jury national, SNMC	

DCR 4 : Renforcer les partenariats auprès des intermédiaires d'information afin de soutenir la promotion de la vision, des buts et des réalisations de la SADC

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités		
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM	
Production et distribution accrues des programmes radio et de télévision sur la SADC	Des programmes radio et de télévision sur la SADC produits et distribués comme convenu dans la « Déclaration sur le rôle de l'information et de la communication dans la construction de la SADC »	Le nombre de programmes radio et de télévision sur la SADC produits et distribués dans les EM	Établir des liaisons avec les maisons de la télévision nationales sur la production des programmes radio et de télévision sur la SADC	Évaluation et analyse des programmes radio et de télévision sur la SADC dans les EM	X						PRU	NCP, ministères de l'information publique, SNMC
				Production de programmes radio et de télévision sur la SADC		X	X	X	X			Institutions des EM compétentes
				Production de programmes radio et de télévision sur la SADC		X	X	X	X			Institutions des EM compétentes

				Distribu- tion des programmes radio et de télévision sur la SADC		X	X	X	X		Institutions des EM compétentes
			Établis- sement d'un canal de TV de la SADC	Recrute- ment d'un consultant pour mener une étude de faisabilité sur le coût, les modalités, les options d'accueil		X				PRU	Ministère de l'information publique, SNMC, SABA
				Élaboration d'un concept et évaluation des coûts de la plate- forme de télévision de la SADC		X				PRU	Ministère de l'information publique, SNMC, SABA
				Atelier de validation avec les EM			X			PRU	Ministère de l'information publique, SNMC, SABA
				Approbation par les institutions compétentes			X			PRU	Ministère de l'information publique
				Début de la mise en œuvre				X		PRU	Ministère de l'information publique, SNMC, SABA
Collaborer avec les inter- médiaires régionaux de l'infor- mation sur la promo- tion de la vision, des objectifs et des réali- sations de la SADC	Protocoles d'ac- cord avec les intermédiaires régionaux de l'information sur la coopération	Le nombre de protocoles d'accord avec les inter- médiaires régionaux de l'infor- mation	Élabor- er des protocoles d'accord avec les in- termédiaires régionaux de l'infor- mation sur la coopération en matière de vision, d'objectifs et de réali- sations de la SADC	Identifier les in- termédiaires régionaux de l'information et établir la liaison avec eux	X					PRU	SNMC
				Élaborer des protocoles d'accord sur la coopéra- tion		X				PRU	
				Mettre en œuvre les programmes de coopéra- tion selon les protocoles d'accord			X	X	X	PRU	SNMC

DCR 5 : Devenir le dépositaire d'informations et de renseignements actualisés en ce qui concerne les activités et les réalisations de la SADC afin de permettre une communication rapide et effective avec les parties prenantes

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités	
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM
Assurer l'accès convivial aux informations pertinentes provenant des EM à destination du Secrétariat	Réunions régulières des coordinateurs nationaux des médias et de la PRU pour échanger des informations et des meilleures pratiques	<ul style="list-style-type: none"> • Deux réunions SN-MC-PRU chaque année • Nombre d'EM qui ont mis en œuvre les lignes directrices des SNMC 	Tenir des réunions des SNMC et de la PRU	Tenir deux réunions annuelles des SNMC et de la PRU au Secrétariat de la SADC	X	X	X	X	X	PRU	SNMC
				Élaboration de lignes directrices à l'intention des SNMC sur la description de poste, les fonctions, les mécanismes de suivi et d'évaluation	X					PRU	SNMC
				Approbation des lignes directrices des SNMC par les comités ministériels respectifs		X				PRU	EM
				Début de la mise en œuvre des lignes directrices des SNMC dans les EM		X					SNMC
				Réunion extraordinaire des SNMC et de la PRU			X	X	X	PRU	SNMC
Assurer l'accès convivial aux informations pertinentes provenant des EM à destination du Secrétariat	Publication continue du bulletin (Newsletter) du Secrétariat de la SADC	Le bulletin du Secrétariat de la SADC produit mensuellement	Production et distribution du bulletin du Secrétariat de la SADC	Production mensuelle du bulletin du Secrétariat de la SADC dans toutes les langues de la SADC et en obtenant des EM le contenu pertinent	X	X	X	X	X	PRU	SNC, NCP, SNMC
				Distribution mensuelle du bulletin du Secrétariat de la SADC aux EM et sur le site Web de la SADC	X	X	X	X	X	PRU	
				Distribution mensuelle du bulletin du Secrétariat de la SADC aux parties prenantes concernées dans les EM via email/ en ligne	X	X	X	X	X		NCP, SNMC
				Distribution mensuelle du bulletin du Secrétariat de la SADC imprimé aux parties prenantes concernées dans les EM tous les deux mois	X	X	X	X	X		NCP, SNMC

Assurer l'accès convivial aux informations au sein du Secrétariat de la SADC	Réunions régulières du Comité consultatif de publicité de la SADC et du Comité de rédaction (SP-ABEC) pour échanger des informations et des meilleures pratiques	Nombre de réunions annuelles des SPABEC	Une réunion des SPABEC chaque trimestre	Nomination de membres des SPABEC de chaque Direction et/ou Unité	X						Directions techniques	
				Réunions des SPABEC chaque trimestre	X	X	X	X	X		PRU	
	Accès total aux informations pertinentes sur la SADC et la mise en œuvre des protocoles, politiques et programmes dans la bibliothèque de la SADC	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre du personnel de la SADC ayant accès à la bibliothèque • Nombre de demandes de recherche sur le site Web de la bibliothèque de la SADC 		Veiller à ce que la bibliothèque de la SADC dispose de sources pertinentes et actualisées sur la SADC et la mise en œuvre des protocoles, politiques et programmes de la SADC	Évaluer la disponibilité des documents pertinents et recueillir les demandes de documents additionnels adressées aux Directions/Unités	X						PRU
				Instaurer un processus qui veille à ce que de nouveaux documents provenant des Directions/Unités, des EM et d'autres sources pertinentes soient catalogués et mis à disposition du public		X					PRU	EM
				Mettre à jour la fonction de recherche sur le site Web de la bibliothèque de la SADC		X					PRU	

DCR 6 : Positionner, projeter et maintenir l'état de l'image et de la marque institutionnelles de la SADC dans tous ses États membres et au-delà

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités		
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM	
Visibilité de la SADC dans les EM renforcée	Produits de marque SADC (notamment des calendriers) disponibles	Produits de marque SADC (notamment des calendriers) envoyés aux EM	Production de produits de marque SADC (notamment les calendriers)	Production et distribution des produits de marque SADC aux EM	X	X	X	X	X		PRU	
				Distribution des produits de marque SADC dans les EM	X	X	X	X	X			NCP
	Utilisation des symboles d'identité institutionnelle (CI) de la SADC accrue	Nombre d'EM utilisant les symboles d'identité institutionnelle de la SADC	Facilitation de l'utilisation des symboles d'identité institutionnelle de la SADC	Facilitation de l'échange d'expériences et de vues entre les EM sur l'utilisation des symboles d'identité institutionnelle de la SADC		X					PRU	NCP
Élaboration d'un mécanisme pour veiller à l'utilisation des symboles d'identité institutionnelle de la SADC dans les EM					X					PRU	EM	

				Veiller à l'utilisation des symboles d'identité institutionnelle de la SADC		X	X	X	X		EM	
L'intégrité de la marque SADC protégée (gestion de la marque)	Le manuel sur l'identité institutionnelle de la SADC diffusé et mis en œuvre	Pourcentage des publications de la SADC adhérent au Manuel sur l'identité institutionnelle	Mise en œuvre et suivi de l'adhésion au Manuel sur l'identité institutionnelle	Évaluation de la papeterie et des canevas existants sur l'adhésion au manuel sur l'identité institutionnelle	X					PRU		
				Élaboration de la papeterie, des canevas et d'autres documents adhérent au manuel sur l'identité institutionnelle		X				PRU		
	Interventions visant à promouvoir la marque SADC menées	Nombre d'interventions visant à promouvoir la marque SADC	Diffusion de la vision, de la mission et des valeurs de l'organisation aux parties prenantes	Évaluation de matériels et de publications existants			X				PRU	
				Élaboration de matériels et de publications à l'intention des parties prenantes			X			PRU		
				Diffusion de matériels								

DCR 7 : Appuyer la mobilisation des ressources adéquates et y contribuer afin de maintenir et de communiquer les programmes de la SADC

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités		
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM	
Faire de la diffusion des informations aux citoyens de la SADC et aux parties prenantes une priorité régionale	Réunions régulières des ministres en charge de l'information publique de la SADC	<ul style="list-style-type: none"> Les ministres en charge de l'information publique de la SADC approuvés comme Comité sectoriel Réunions annuelles des ministres en charge de l'information publique de la SADC 	Création du Comité sectoriel des ministres en charge de l'information publique de la SADC	Approbation par le Conseil des Ministres des ministres en charge de l'information publique de la SADC en tant que Comité sectoriel	X						PRU	Conseil des Ministres
			Réunions des ministres en charge de l'information publique de la SADC	Réunions annuelles des ministres en charge de l'information publique de la SADC		X	X	X	X		PRU	EM
	Identification des opportunités de parrainage pour faire connaître les avantages de la SADC aux citoyens	Nombre d'événements et/ou publications sur la SADC avec l'appui financier d'un parrain dans chaque EM	Identification des opportunités de parrainage et production de matériels et/ou d'événements destinés à faire connaître les avantages de la SADC	Identification des opportunités de parrainage pour faire connaître les avantages de la SADC		X						NCP, SNMC

				Production de matériels et/ou d'événements qui font connaître les avantages de la SADC aux citoyens		X	X	X	X		NCP, SNMC
				Facilitation du dialogue avec les PIC afin de veiller à ce que la publicité des avantages de la SADC fasse partie intégrante de tous les programmes pertinents aux niveaux régional et des EM	X	X	X	X	X	Secrétariat	NCP
			Dotation de ressources suffisantes à la PRU	Veiller à la dotation complète des postes de la PRU							

DCR 8 : Intensifier la forte présence électronique de la SADC et sa présence sur les médias sociaux, en mettant l'accent sur la création de vidéo multimédia et de contenus visuels partageables

Résultats escomptés	Produits visés	PIP	Principales activités	Sous-activités	Délai					Responsabilités		
					'16	'17	'18	'19	'20	Secrétariat	EM	
Renforcement de la capacité de la SADC à communiquer par les voies de communication contemporaines	Stratégie des médias sociaux de la SADC élaborée et mise en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> La stratégie des médias sociaux existe Nombre d'utilisateurs atteints sur les plateformes des médias sociaux 	Élaboration de la stratégie des médias sociaux	Consultation avec les parties prenantes internes	X						PRU	
				Comparaison avec d'autres organisations internationales en Afrique		X					PRU	
				Rédaction du projet de stratégie des médias sociaux		X					PRU	
				Approbation de la Stratégie des médias sociaux par les ministres en charge de l'information publique		X					PRU	Conseil des Ministres
			Mise en œuvre de la stratégie des médias sociaux	Présélection et sélection des plateformes des médias sociaux		X					PRU	
				Établissement de la présence de la SADC sur des plateformes des médias sociaux choisis		X					PRU	
				Maintien de la présence de la SADC sur des plateformes des médias sociaux choisis		X	X	X	X		PRU	

				Définition des priorités thématiques pour quelques mois comme base des activités liées aux médias sociaux de la SADC et des EM		X	X	X	X	PRU	SNMC
Améliorer la disponibilité des informations actualisées concernant la SADC sur l'Internet	Le site Web de la SADC mis à jour de manière permanente et exhaustive	Nombre de pages actualisées chaque année	Gestion et élaboration du contenu du site Web	Revue du contenu et des structures existants	X					Secrétariat	EM
				Établissement du Forum d'élaboration du contenu de sorte que des fonctionnaires compétents renvoient et actualisent le contenu		X				Secrétariat	EM
				Production et diffusion interne des rapports annuels d'utilisation du site Web en vue de l'optimisation du contenu du site Web	X	X	X	X	X	PRU	
				Désignation des points focaux des EM autres que les SNMC pour informer la PRU au sujet des mises à jours des contenus des EM sur le site Web de la SADC	X	X	X	X	X		NCP
				Développement technique constant du site Web de la SADC		X				Secrétariat	
	Élaboration d'un thème conçu pour le téléphone intelligent du site Web de la SADC		X				Secrétariat				
	Le site Web de la SADC disponible dans toutes les langues de travail de la SADC	Existence des versions française et portugaise du site Web de la SADC	Traduire le site Web de la SADC en français et en portugais	Traduire le contenu existant		X			PRU		
			Établir un processus pour des mises à jour et des traductions continues		X			Secrétariat			
La présence sur le Web des Comités nationaux de la SADC et/ou des Points de contact nationaux	La présence sur le Web de chaque SNC et/ou NCP existe	La création de la présence sur le Web des SNC et/ou des NCP	Revue de la présence sur le Web des SNC et/ou des NCP	X					SNC, NCP		

				Définition conjointe des critères pour la présence sur le Web des SNC et/ou des NCP		X						SNC, NCP
				Création de la présence sur le Web des SNC et/ou des NCP		X						SNC, NCP
				Mises à jour continues relatives à la présence sur le Web des SNC et/ou des NCP		X	X	X	X			SNC, NCP
				Établir des liens de la présence sur le Web des SNC et/ou des NCP provenant du site Web de la SADC	X	X	X	X	X	PRU		
	Développement d'une application de la SADC	<ul style="list-style-type: none"> • L'application de la SADC existe • Nombre d'utilisateurs atteints à travers l'application de la SADC 	Conceptualisation, élaboration et maintien de l'application de la SADC	Exercice d'analyse comparative des applications d'autres CER africaines et organisations internationales		X				PRU		
				Recrutement d'un consultant pour conceptualiser l'application de la SADC, notamment la sélection de plates-formes mobiles adaptées		X				PRU		
				Atelier de validation du concept de l'application de la SADC		X				PRU		SNMC
				Développement d'une application de la SADC		X				PRU, Unité TIC		
				Maintien technique et du contenu de l'application de la SADC sur des plates-formes mobiles choisies		X				PRU, Unité TIC		



SADC SECRETARIAT

Private Bag 0095 Gaborone, Botswana

Tel: +267 395 1863 Fax: +267 397 2848

Email: prinfo@sadc.int or registry@sadc.int or webmaster@sadc.int

Website: www.sadc.int