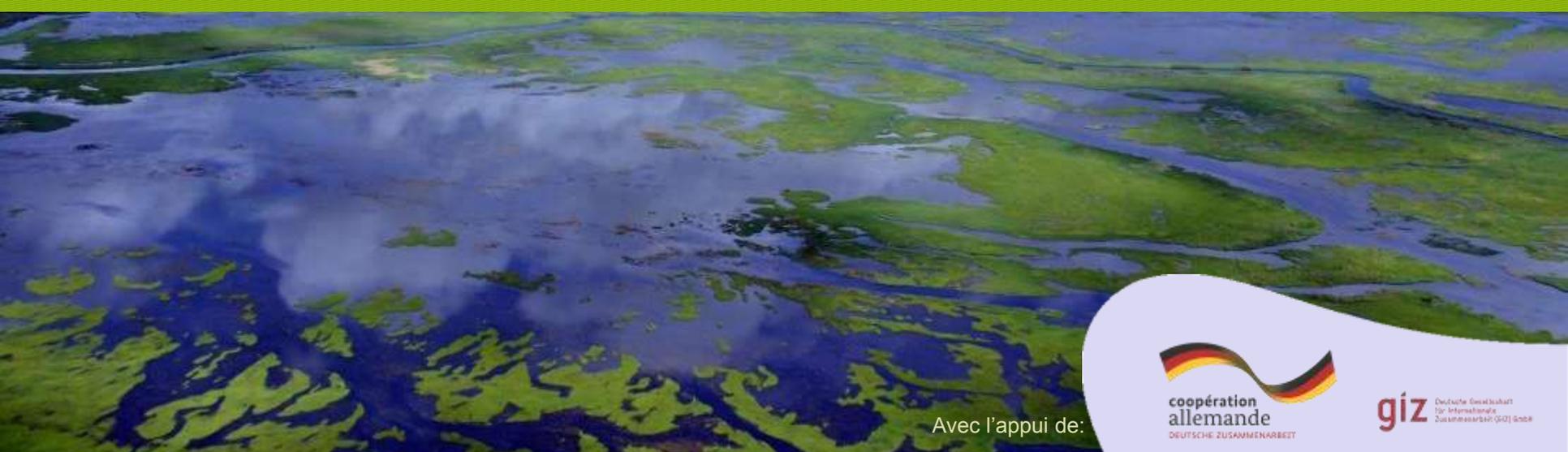




Commission Internationale du Bassin Congo-Oubangui-Sangha (CICOS)

# STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE LA CICOS

Février 2015 - Halilou Aboubakar CICOS, Kathrin Sirtl GIZ GmbH



Avec l'appui de:



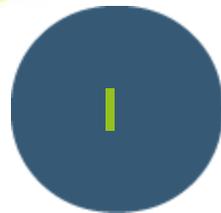


## Contenu de la présentation

1. Pourquoi une stratégie de communication?  
Le contexte général de la stratégie de communication
2. D'où partons nous?  
Diagnostic de la communication existante
3. Où voulons nous arriver?  
Axes stratégiques, cibles, canaux et thèmes de la communication
4. Comment voulons nous y arriver?  
Outils prioritaires et Plan d'action 2015/16
5. Comment pouvons nous mesurer la performance?  
Suivi et évaluation de la communication



# Contenu



Contexte



Diagnostic



Stratégie



Outils



S&E

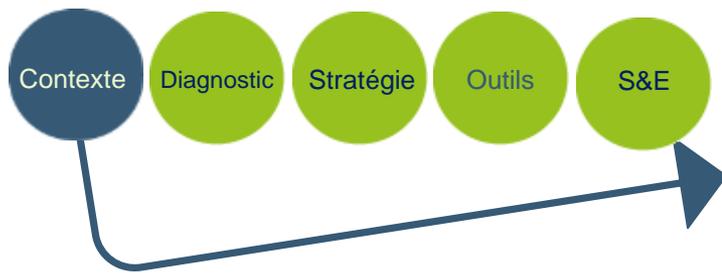


# Contexte

**Pourquoi une stratégie de communication?  
Le contexte général de la stratégie de communication**



- 1) Justification
- 2) Objectifs et résultats attendus
- 3) Méthodologie de travail



## 1. Justification

2. Objectifs et résultats attendus
3. Méthodologie de travail



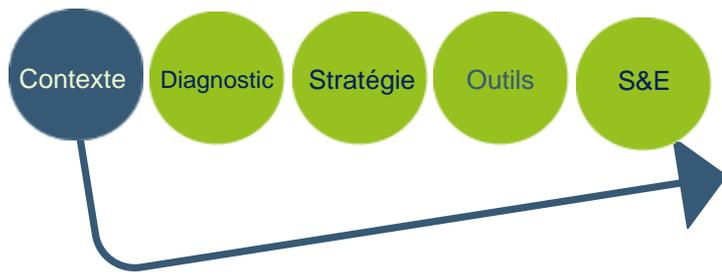
A. Le **Mandat de la CICOS** - consacré par l'Accord et son Additif Instituant un Régime Fluvial uniforme et créant la CICOS - lui donne une double mission:

- Promouvoir la **Navigation Intérieure** pour assurer l'intégration sous-régionale à travers une exploitation durable et équitable des voies d'eau du bassin fluvial
- Assurer la **Gestion Intégrée des Ressources en Eau** avec un volet important sur la sensibilisation des populations sur les enjeux environnementaux du bassin et la concertation des Etats pour la réalisation des ouvrages communs

B. Le **Schéma Directeur d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SDAGE)** qui place le dialogue et la concertation au cœur de sa mise en œuvre à travers les plateformes de concertation nationales et régionales et dont les étapes sont:

- Etat des lieux
- Vision partagé
- Programme des mesures





## 1. Justification (suite)

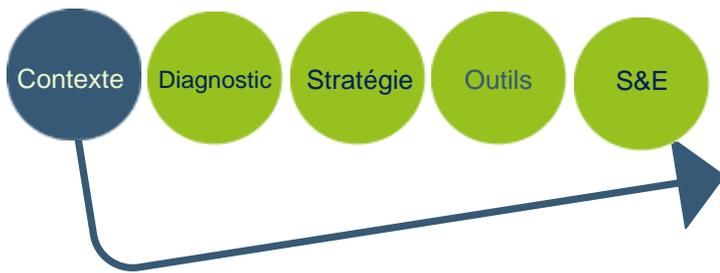
2. Objectifs et résultats attendus
3. Méthodologie de travail



- C. Le **PAS-GIRE** qui présente 141 projets dont la mise en œuvre dépend largement de la capacité de la CICOS à conjuguer les efforts des Etats à travers un meilleur partage d'information et une communication efficiente.
- D. L'existence d'une **panoplie des projets** qui appelle à une mise en cohérence suivant la vision stratégique de la CICOS

## Conclusion:

Les deux mandats demandent la **mise en place de mécanismes d'information, de consultation, de concertation et de participation effective** de tous les acteurs pour un développement harmonieux du bassin du Congo.



1. Justification (suite)
2. **Objectifs et résultats attendus**
3. Méthodologie de travail

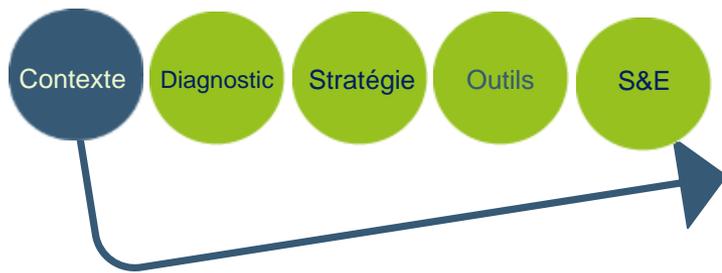


## Objectif principal de la stratégie de communication

Promouvoir l'information et la communication sur les thèmes, activités et projets de la CICOS et améliorer l'image de la CICOS en assurant une visibilité durable et conforme à ses missions. Le mandat de la CICOS en termes de communication est de concentrer l'information afin de la partager le plus largement possible et d'offrir des services aux Etats Membres.

## Objectifs spécifiques

1. **Etablir un diagnostic** et capitaliser l'information existante en mettant en exergue les forces et les faiblesses ainsi que la perception de la CICOS par les Etats membres
2. Mobiliser l'opinion publique et les partenaires en faveur des **missions de la CICOS**

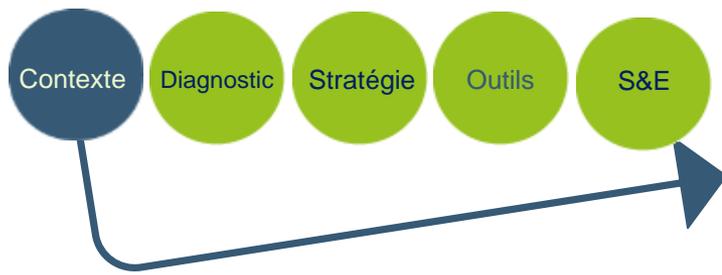


1. Justification (suite)
- 2. Objectifs et résultats attendus**
3. Méthodologie de travail



## Objectifs spécifiques (suite)

3. Rendre beaucoup plus visibles les actions menées par la CICOS aux niveaux international, régional et national **dans les cinq pays membres**
4. Faire connaître la CICOS dans **les autres pays du bassin non membre de la CICOS** afin de les inciter à adhérer
5. **Faire connaître le Centre de Formation Régional en Navigation Intérieure de la CICOS (CRFNI)** et inciter le recrutement des étudiants dans tous les pays membres
6. Elaborer la **charte graphique de la CICOS** avec des propositions concrètes sur les éléments de son identité visuelle (Logo, site web etc.)
7. Proposer des **actions opérationnelles d'information et de communication** à destination des publics cibles de la CICOS

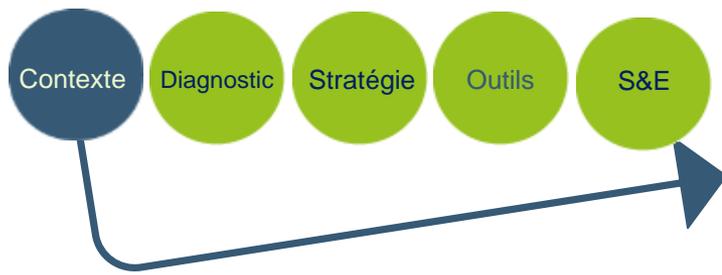


1. Justification (suite)
- 2. Objectifs et résultats attendus**
3. Méthodologie de travail



## Résultats attendus

1. Un **diagnostic de communication** interne et externe est réalisé en mettant en exergue ses forces et les faiblesses au niveau du Secrétariat Général de la CICOS ainsi que dans les Etats membres
2. Les **différents groupes cibles visés** par les activités de communication de la CICOS sont identifiés et caractérisés
3. Une **charte graphique** comprenant des propositions de modèle de logo ainsi que des modèles des documents de communication avec des indications pratiques, est élaborée.
4. Un **guide de communication** interne au sein du Secrétariat Général de la CICOS ainsi qu'avec les Etats Membres est formulé.

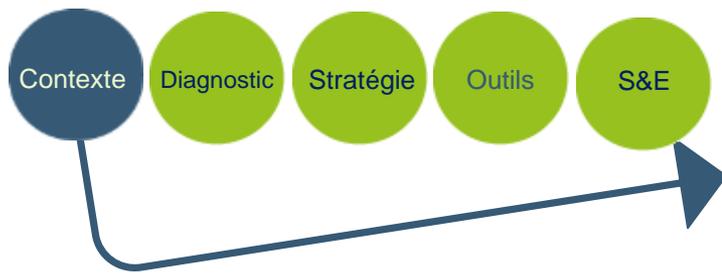


1. Justification (suite)
2. **Objectifs et résultats attendus**
3. Méthodologie de travail



## Résultats attendus (suite)

5. Des orientations sur les **thèmes-clés** à diffuser ainsi que les **canaux de diffusion** sont définis de manière à ce qu'ils puissent être adaptés à chaque groupe cible
6. Un **plan d'action opérationnel 2015-2016** assorti d'un budget, pour la mise en œuvre de la stratégie de communication
7. Des **indicateurs de suivi-évaluation** relatifs à la stratégie de de communication sont définis et montrent que **la visibilité des actions** menées par la CICOS aux niveaux international, régional et national (dans les cinq pays membres).



1. Justification (suite)
2. Objectifs et résultats attendus
- 3. Méthodologie de travail**



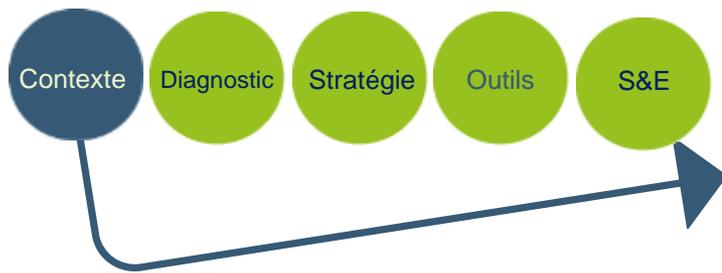
Adoption d'une **démarche participative et interactive** impliquant l'ensemble des acteurs à tous les niveaux.

### **1. Au niveau du Secrétariat Général de la CICOS**

- Entretiens individuels
- Questionnaire interne
- Mise en place d'un groupe de travail par note de service No...
- Plusieurs réunions internes d'examen et d'évaluation

### **2. Au niveau des Etas Membres de la CICOS**

- Sondage à travers un questionnaire
- Mission circulaire (entretiens individuels et collecte des informations et de la documentation)



1. Justification (suite)
2. Objectifs et résultats attendus

### 3. Méthodologie de travail



### 3. Au niveau des organismes de bassins partenaires

- Mission auprès de l'Autorité du Bassin du Niger (ABN)
  - ✓ **Objectif:** capitaliser l'expérience de l'ABN dans la pratique de la Communication et dans la résolution des problèmes de communication spécifiques à ce type d'institution.
  - ✓ **Actions menées:** Entretiens, collecte des données.
  - ✓ **Résultats obtenus:** appropriation des outils d'élaboration d'une stratégie de communication
- Consultation des stratégies de Communication de l'OMVS, de la SADC, de l'ABN et de l'Initiative du Bassin du Nil (ABN)

### 4. Validation de la stratégie

- **Atelier régional** (Réseau CICOS Communication et Presse)
- **Comité des Ministres/ Comité de Direction 2015**





**Contexte**



**Diagnostic**



**Stratégie**



**Outils**



**S&E**





# Diagnostic

D'ou partons nous?  
Diagnostic de la communication existante



- 1) Analyse SWOT
- 2) Inventaire des outils de communication existantes
- 3) Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres





# 1. Analyse SWOT

## En interne

### Forces (Strengths)

- Existence **service de communication** à la CICOS
- **Outils disponibles** (site web, plaquettes, tableau d'affichage, dépliants, affiches)
- **Réseau des medias** opérationnel
- **Assistants permanents** des structures relais dans les Etats
- Existence des points focaux thématiques dans le Etats
- Existence des **plateformes de concertation** (convention Pool Malebo, concertations SDAGE)
- Bon **esprit d'équipe** entre les experts au sein du Secrétariat Général
- Existence des **documents stratégiques** (PAS, Accord etc.)

### Faiblesses (Weaknesses)

- **Absence d'un document stratégique global** de la CICOS
- Les **procédures de la communication** interne et externe ne sont pas formalisées et rendues systématiques
- Tous les **groupes cibles** ne sont pas suffisamment connu et donc ne pas touchés par les actions de communication
- **Manque d'identité visuelle/** charte graphique
- Personnel limité au service de communication
- Faible traitement et partage de **l'information technique/ thématique**
- **Système des structures relais** peu opérationnel (Comités de suivi nationaux)
- Manque de **politique de communication**
- Insuffisance des **ressources financières** pour la com
- Méconnaissance des procédures organisationnelles de la CICOS au niveau des Etats
- Insuffisance des outils de communication utilisés
- Feedback limité des produits développés par la CICOS au niveau des Etats
- **Faible niveau de partage des données**

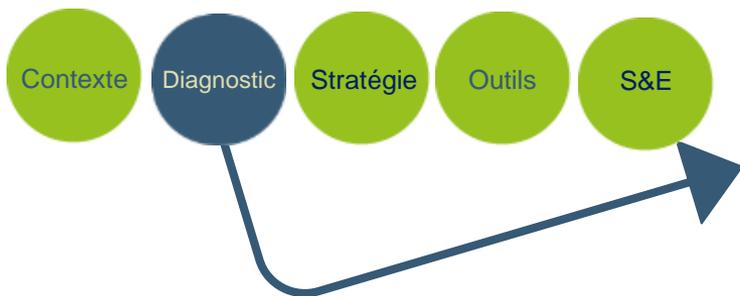
## En externe

### Opportunités (Opportunities)

- **Diversité de thèmes** à communiquer
- Informations et **données disponibles**
- **Volonté politique** des Etats vis-à-vis du mandat de la CICOS
- **Intérêt des partenaires techniques et financiers** à l'égard de la CICOS
- Disponibilité des **ressources humaines** qualifiées

### Menaces (Threats)

- **Stabilité politique et institutionnelle relative** dans certains pays membres de la CICOS
- **Hétérogénéité de la cible**
- Risque **de perte de financement**

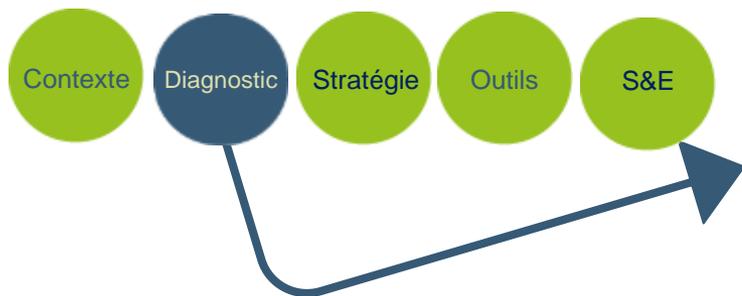


1. Analyse SWOT
2. **Inventaire des outils de communication existantes**
3. Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres



Outils	Titres	Années	
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• JME</li> <li>• JME</li> <li>• CICOS</li> <li>• CICOS Version Anglaise</li> <li>• CICOS</li> <li>• AMESD</li> </ul>	2012	
		2013	
		2013	
		2013	
		2014	
1	Affiches	• CICOS	2013
1	Calendriers	• CICOS	2014/ 15
2	T-shirts	• JME	2013
10	CICOS Info	• JME	2014
1	Agenda	• Numéro 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	
9	Publications	• Cicos	2014
		• Cahier des Statistiques Accidents et Incidents	2012
		• Cahier statistiques des accidents et incidents	2011
		• Journal officiel CICOS numéros 1,2,3	2004-2010
		• Bilan CICOS	2004-2006
		• Bilan CICOS	2009-2010
		• Annuaire des ports fluviaux	2012
		• Accord instituant un régime fluvial uniforme et créant la CICOS	2007
		• Code de la navigation intérieure CEMAC-RDC	2007
		• Cahier de statistiques des accidents et incidents	2013
1	Films	• Les acquis du programme AMESD	
		• La rivière le l'Oubangui face au changement climatique	
		• Les images satellitaires des fleuves.	
		• Premier forum sur l'AMESD	
		• Elaboration du plan d'action stratégique de la GIRE	
		• Synthèse des documents PAS /GIRE	
		• Voyage d'étude des cadres de la CICOS à l'ABN	
• Messages du SG à l'occasion des journées mondiales de l'eau			
• L'Eau du Bassin du Congo – une richesse à partager			
3	Dossier Presse	• Book presse	Décembre 2013
3	ppt	• CICOS présentation	
		• AMESD	
		• GETRACO	



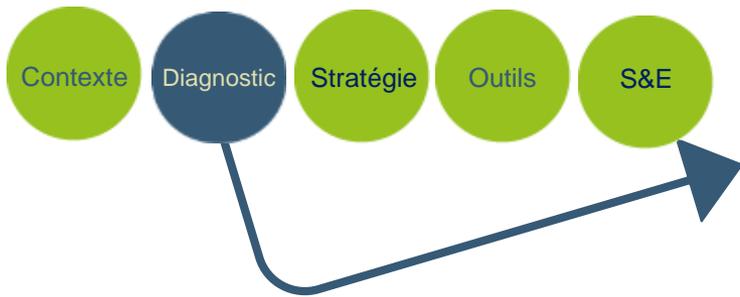


1. Analyse SWOT
2. Inventaire des outils de communication existantes
- 3. Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres**

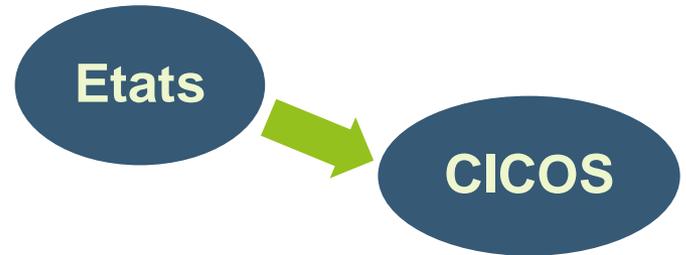


## Outils et supports de la CICOS connus dans les Etats membres:

- CICOS.info
- Plaquettes
- Journal Officiel
- Cahier des Statistiques
- Annuaire des Ports
- Calendriers
- Agenda
- Bulletin d'alerte aux étiages
- Règlement commun pour le transport des marchandises par voie d'eau intérieure
- Registre de la flotte
- Carte des voies navigables

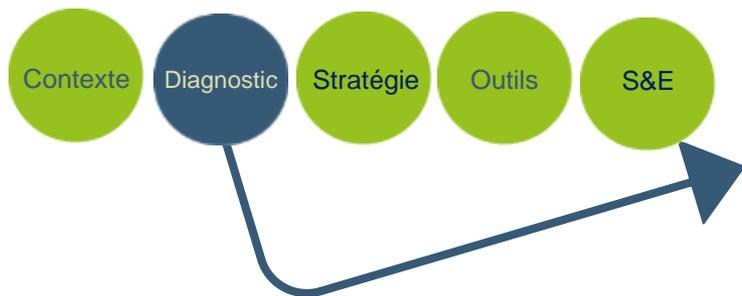


1. Analyse SWOT
2. Inventaire des outils de communication existantes
3. **Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres**

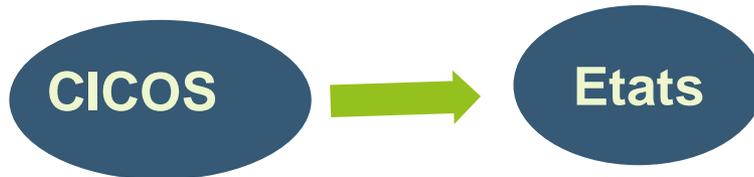


## Diagnostic: Informations/ données fournies à la CICOS

Institutionnel	Navigation	Gestion de l'Eau
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agenda</li> <li>• Missions et réalisations</li> <li>• <b>Règlementations nationales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Données sur <b>le flux des marchandises</b></li> <li>• Données sur les <b>accidents et incidents</b></li> <li>• <b>Débit et hauteur d'eau</b></li> <li>• Liste des <b>opérateurs du secteur fluvial</b></li> <li>• Données sur <b>les ports fluviaux</b></li> <li>• Données sur <b>les unités fluviales</b></li> <li>• Données sur les <b>voies navigables</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Températures</b></li> <li>• <b>Pluviométrie</b></li> <li>• <b>Humidité relative</b></li> <li>• <b>Isolation</b></li> <li>• <b>Direction et vitesse du vent</b></li> <li>• <b>Débit et hauteur d'eau</b></li> <li>• <b>Données sur les aménagements hydrauliques</b></li> <li>• <b>Données sur les stations hydrométriques</b></li> <li>• <b>Données sur les eaux souterraines</b></li> </ul>

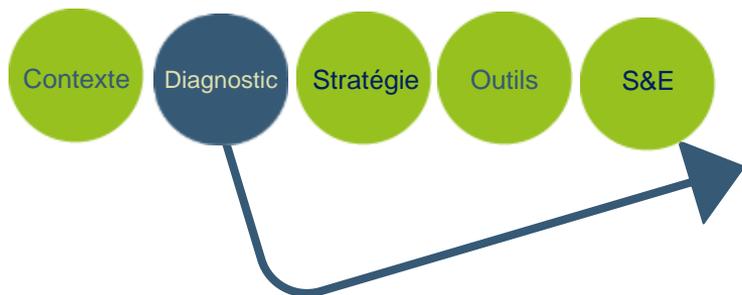


1. Analyse SWOT
2. Inventaire des outils de communication existantes
3. **Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres**



## Diagnostic: Informations/ données attendues de la CICOS

Institutionnel	Navigation	Gestion de l'Eau
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Agenda</b> du Secrétariat Général</li> <li>• Missions et réalisations</li> <li>• Informations sur les différents projets et partenaires de la CICOS</li> <li>• <b>Rapports:</b> Comité des Ministres, ateliers etc.</li> <li>• <b>Thèmes transversaux:</b> Intégration Régionale, Changement Climatique</li> <li>• Politique régionale de l'eau (CEMAC)</li> <li>• Manuel des procédures « Avis motivé »</li> <li>• <b>Vision partagé</b> (dans le cadre du SDAGE)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Règlementation:</b> Code Nav (Normes de construction, Contrat de transport etc.)</li> <li>• <b>Statistiques et analyses régionales</b> (infrastructures portuaires, accidents et incidents, flux, entretien des voies nav etc.)</li> <li>• <b>Formations</b> disponibles</li> <li>• Barrières non-physiques sur les voies nav du bassin</li> <li>• <b>Potentiel économique du transport fluvial</b></li> <li>• <b>Journal de Bord</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vulgarisation du concept GIRE</b> et des enjeux de la bonne gestion pour le bassin</li> <li>• <b>Diffusion des produits élaborés à partir des débits, des pluies, évapotranspiration etc.</b> dans le bassin</li> <li>• Diffusion de <b>bilan hydrologique</b></li> <li>• <b>Alerte de crue et d'étiage, prévision de niveau d'eau</b></li> <li>• <b>Modèle d'allocation de la ressource</b></li> <li>• <b>Politique régionale</b> dans le domaine de l'écotourisme, de l'environnement, de l'énergie etc.</li> <li>• <b>SDAGE</b></li> <li>• <b>Carte des Sous-bassins</b></li> </ul>



1. Analyse SWOT
2. Inventaire des outils de communication existantes
3. **Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres**



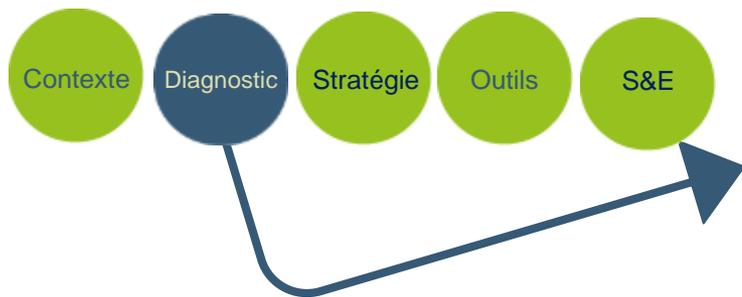
## Diagnostic: Site Web de la CICOS

En général: **Très peu connu et utilisé dans les Etats membres**

### Informations à mettre sur le site:

- Compte rendu des **activités** de la CICOS
- **Agenda** des activités et des formations
- **Textes législatifs, règlements**, décisions et textes d'application
- **Résultats des analyses** des données et statistiques régionales
- **Présentation du bassin** et état des lieux des secteurs de la navigation et de l'eau
- Informations sur les **projets**
- **Rapports** sur les ateliers régionaux, conférences etc.
- **Médiathèque** (Documents téléchargeables, Photos, Cartes etc.)
- **Informations sur l'organisation** et le fonctionnement du SG/CICOS (personnel, organigramme, Comité des Ministres, Comité de Direction, etc.)
- Documents stratégiques: PAS GIRE, SDAGE, PAS Navigation
- Liens vers les sites des partenaires pour les informations à caractère technique





1. Analyse SWOT
2. Inventaire des outils de communication existantes
3. **Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres**

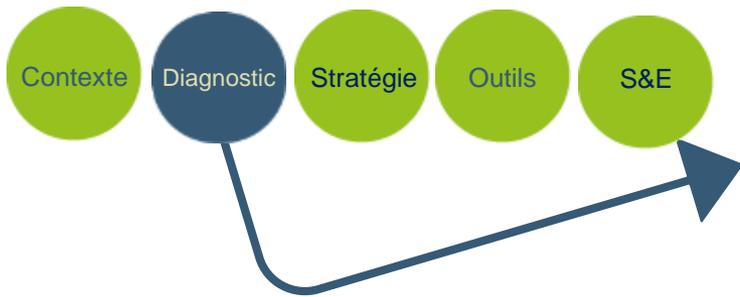


## Diagnostic: Le Logo de la CICOS

- « CICOS » est **illisible**
- Il faudrait mettre le **titre complet** « Commission Int... »
- Le **mandat** de la CICOS ne ressort pas sur le Logo
- La carte d'Afrique n'est pas forcément nécessaire
- L'interprétation du cercle noir n'est pas évidente (= transport multimodal)

Conclusion unanime: **Il faut développer un nouveau Logo!**





1. Analyse SWOT
2. Inventaire des outils de communication existantes
3. **Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres**



### « Best of »

« Il ne faut pas se limiter aux informations d'ordre administratif »

→ **Plus de publications techniques surtout en gestion de l'Eau**

→ **Plus d'analyse et de plaidoyer politique (recommandations aux Etats)**

« Il faudrait mettre en exergue le fleuve Ogooué dans les activités de la CICOS »

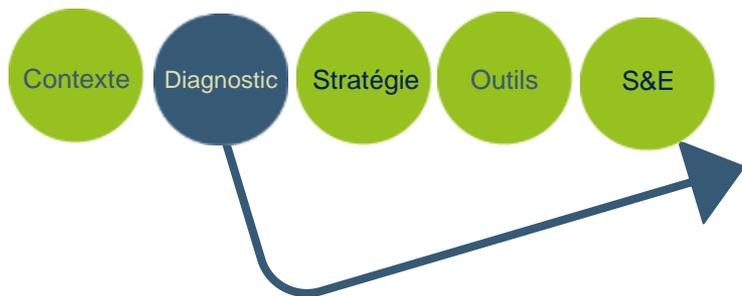
→ **Inclure davantage le Gabon**

« Quelle est la position de la CICOS par rapport au projet Lac Tchad? »

→ **La CICOS devrait clarifier ses missions et ses actions sur ce sujet (Mandat de la CEEAC de suivre le dossier, faire des études etc.)**

« Envoyer les Emails aux personnes concernés, au delà des courriers officiels" »

→ **Instaurer un système d'échange régulier par mail**



1. Analyse SWOT
2. Inventaire des outils de communication existantes
3. **Résultats des questionnaires internes et de la mission circulaire dans les Etats membres**



## Mesures prioritaires qui découlent du diagnostic

1. Développement d'un nouveau **Logo** de la CICOS
2. Développement de la **Charte Graphique** de la CICOS
3. Finalisation et mise à jour régulière du **Site Web**
4. Adresses mail professionnelles **prénom.nom@cicos.int**
5. Définition des **Processus de Communication**, p.ex.:
  - Communication systématique de l'actualité des Etats au service communication (structures relais/ PF thématiques etc.)
  - Assurance de qualité de toute publication par le service communication
  - Guichet unique CICOS (email: [info@cicos.int](mailto:info@cicos.int))
6. **Publications** dans le domaine de la **GIRE**



# Contenu



Contexte



Diagnostic



Stratégie



Outils



S&E



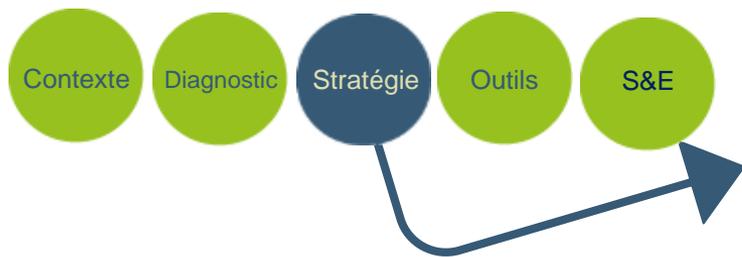
# Stratégie

**Où voulons nous arriver?  
Le cadre stratégique de la communication**



- 1) Axes stratégiques
- 2) Définition des groupes cibles
- 3) Identification des canaux et supports de communication
- 4) Les thèmes clés





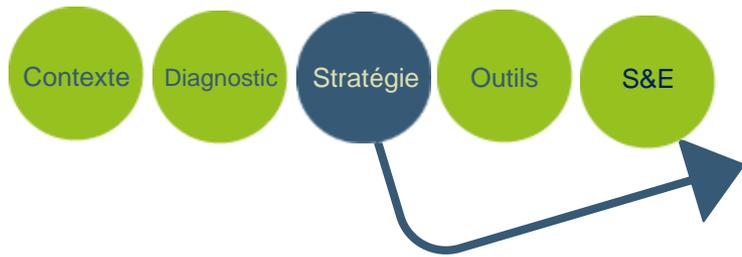
## 1. Axes stratégiques

2. Définition des groupes cibles
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Axe 1: Communication Interne - Incitation du personnel au changement

- Instaurer une communication interne interactive basée sur **l'appropriation et la diffusion des valeurs** de solidarité et d'intégration prônées par la CICOS
- Mettre en valeur la **politique managériale de la CICOS** pour une meilleure appropriation (vision stratégique)
- Promouvoir la connaissance par tous de l'Institution, en vue de **renforcer l'esprit d'équipe**, le sentiment d'appartenance et l'efficacité au travail
- Promouvoir la diffusion des flux d'informations suivant un **guide de communication interne**
- Formaliser le **système de motivation** et d'évaluation en interne
- Disponibiliser et maintenir le **réseau internet** et les **infrastructures informatiques**



1. **Axes stratégiques**
2. Définition des groupes cibles
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés

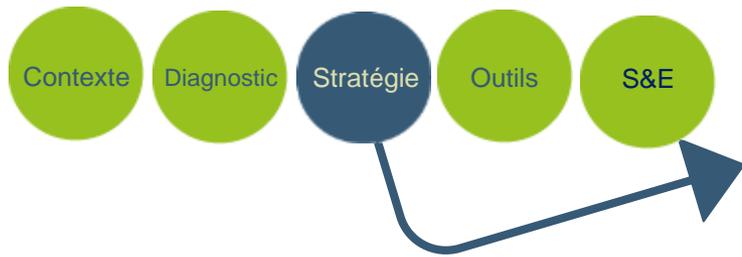


## Axe 2: Communication Externe –

### Plaidoyer aux niveaux national, régional et international

- **Sensibiliser les décideurs** (communication directe et ciblée)
- Mobiliser **des financements** (communication ciblée, supports de promotion, etc.)
- Vulgariser des **outils d'aide à la décision**
- Renforcer le **rôle d'animateur des structures relais** auprès des publics cibles des Etats
- Renforcer la communication avec les partenaires





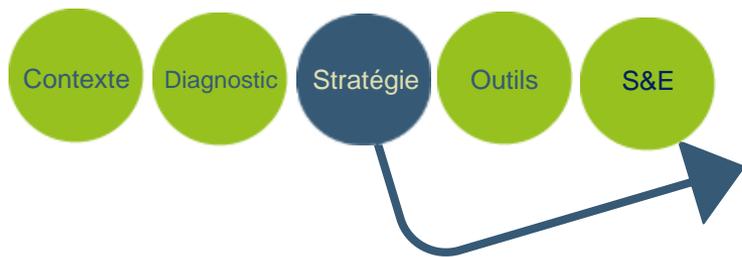
1. **Axes stratégiques**
2. Définition des groupes cibles
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## **Axe 3: Communication Externe – Sensibilisation et formation**

- **Sensibiliser les populations et communication thématique** vers des publics spécialisés
- **Susciter l'adhésion les populations** (communication de masse, médias de proximité, etc.)
- Mettre en place une plateforme de communication à travers des médias traditionnels et électroniques (web) pour le partage **des informations sur les activités de la CICOS**
- Mettre en valeur **les résultats scientifiques des projets** auprès des universités, des décideurs et des partenaires
- Promouvoir **l'éducation relative à l'environnement (ERE)**
- Promouvoir la **formation en navigation intérieure**



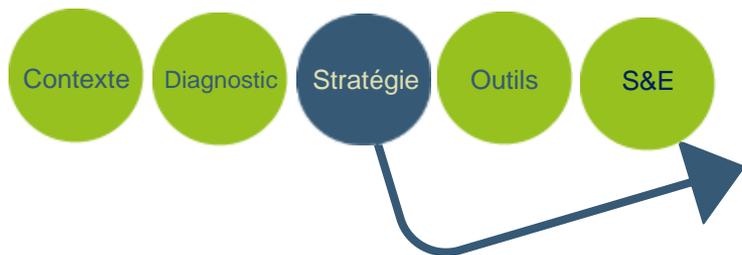


1. **Axes stratégiques**
2. Définition des groupes cibles
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## **Axe 4: Communication Externe - La gestion de l'image de la CICOS**

- Assurer une **communication institutionnelle** basée sur des actions de communication ciblées aux niveaux local, national et régional
- Créer une **identité CICOS** en tant organisme stratégique de gestion des ressources en eau du Bassin du Congo
- Créer et promouvoir une **charte graphique** conforme à cette identité CICOS
- Assoir et crédibiliser cette image à travers **la vulgarisation des résultats tangibles** qui concourent à sa notoriété

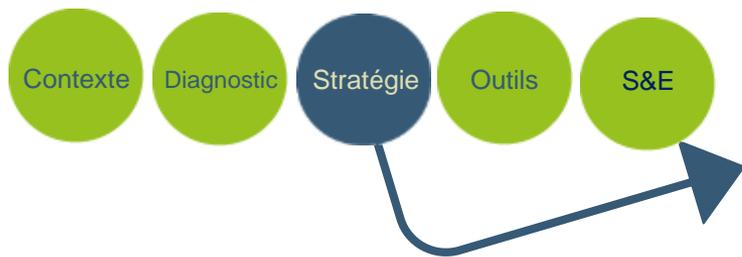


1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Classification des groupes cibles internes et externes





1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Secrétariat Général de la CICOS

SG

Directions

Services

Personnel admin. et logistique

Partenaires

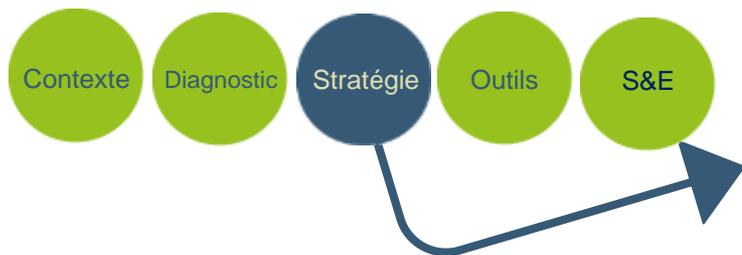


**Cibles internes I**

## Centres d'intérêts:

1. Les attentes des Etats membres vis-à-vis du mandat de la CICOS
2. La vision stratégique du Secrétariat Général
3. L'exécution des activités/projets du Secrétariat Général
4. La production des résultats





1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Etats Membres

Comité des Ministres

Comité de Direction

Structures relais/  
Comité National de Suivi

Assistants  
permanents



**Cibles  
internes II**

RC: Ministère de l'Energie et de l'Hydraulique/ Ministère de Transport, de la Marine marchande et de l'Aviation Civile

RDC: Ministère des Transports et Voies de Communication/ Ministère de l'Environnement et du Développement Durable

RCA: Ministère de l'Energie et de l'Hydraulique/ Ministère des Transports et de l'Aviation Civile

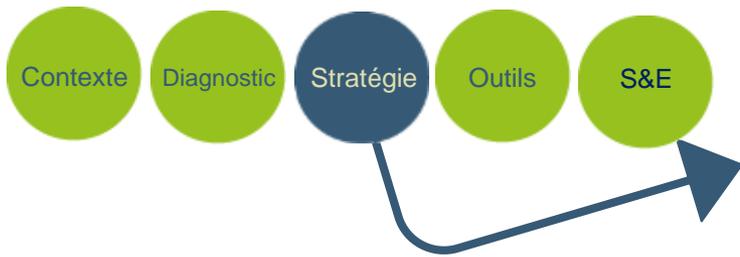
CAM: Ministère des Transports/ Ministère de l'Eau et de l'Energie

GAB: Ministère des Transports/ Ministère de la Foret, de l'Environnement et des Ressources Naturelles

## Centres d'intérêts:

1. Les orientations et décisions des instances de la CICOS
2. L'évolution de la mise en œuvre des projets et des activités de la CICOS dans les Etats membres
3. Système d'informations: analyse et partage des données régionales

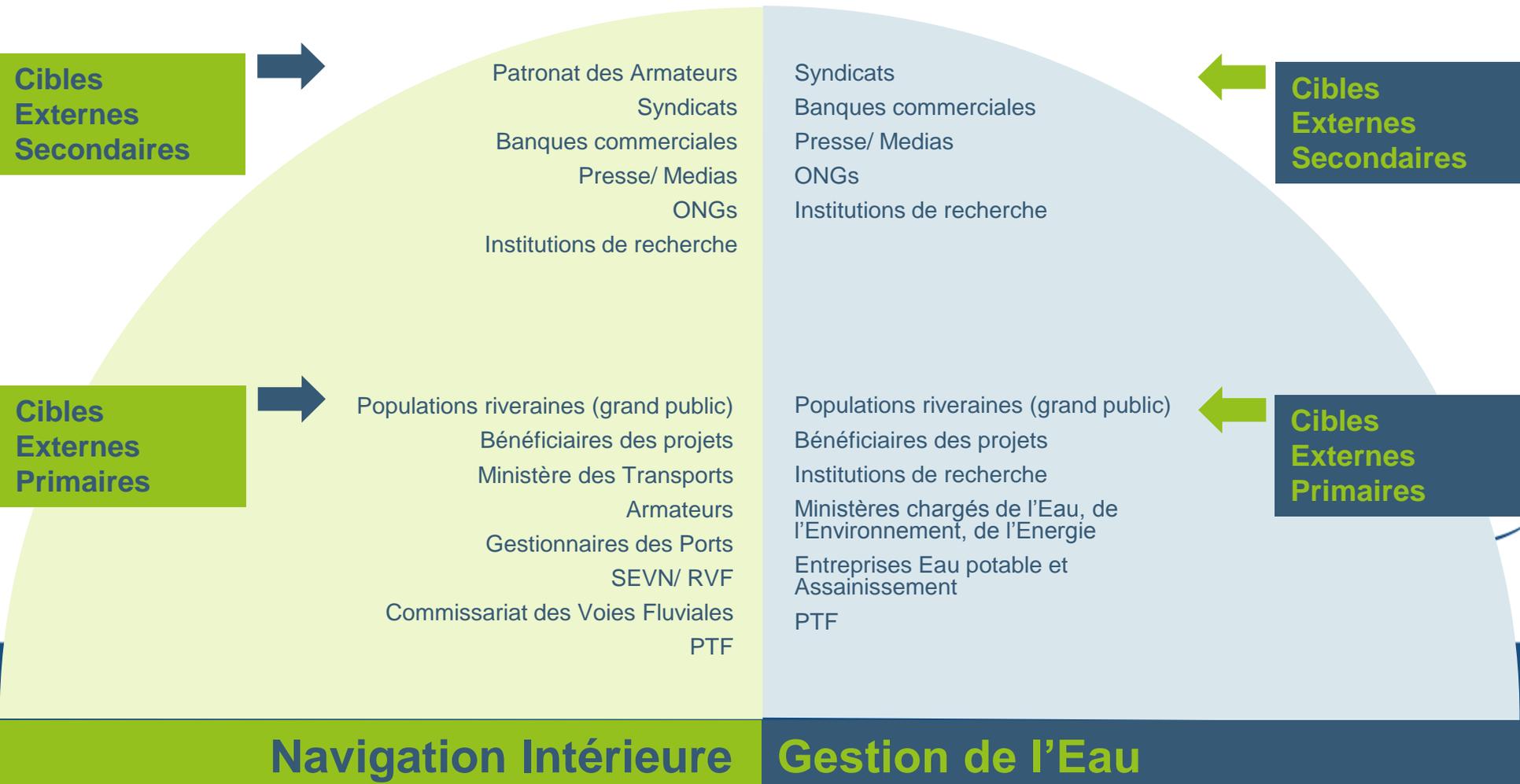


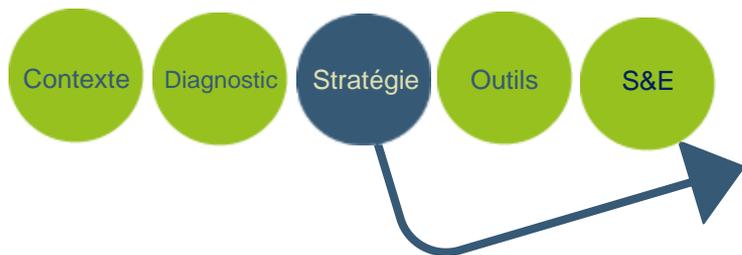


1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Groupes cibles externes par secteur





1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Cibles Externes : PTF régionaux et internationaux

### Navigation Intérieure

#### Internationaux

##### financier

- Union Européenne
- Banque Mondiale
- KfW
- CTB
- Adam Smith Institute
- EDINNA

##### Techniques

- GIZ

#### Régionaux

- BAD
- CEMAC
- CEEAC
- CEA/ BSR – AC

### Gestion de l'Eau

#### Internationaux

##### financier

- Union Européenne
- Banque Mondiale
- AFD
- CTB
- FFEM
- KfW
- Global Water Partnership
- USAID
- GEF
- CEA-ONU

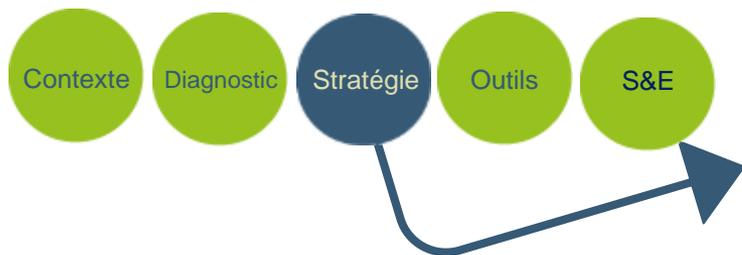
##### techniques

- GIZ
- OIEau

- UNECE
- IRD
- OMM
- FAO
- WWF
- RAOB
- RIOB
- SIWI

#### Régionaux et continentaux

- BAD/FAE
- CEEAC
- AMCOW
- CBLT
- NBI
- ABN
- SADC



1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



**Cibles  
Externes  
Primaires**

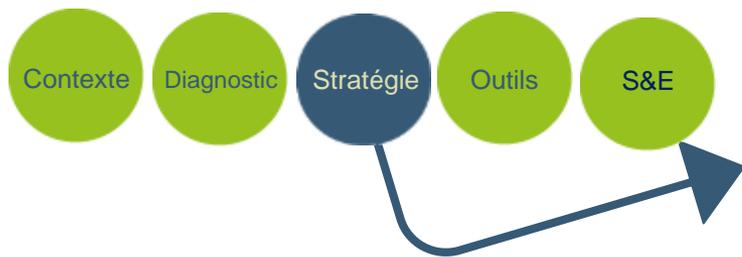


- les populations riveraines du bassin
- la société civile
- les responsables des dispositifs nationaux de tutelle
- les partenaires techniques et financiers nationaux et internationaux

## Centres d'intérêts:

1. Les **objectifs et résultats** visés par la CICOS
2. La **contribution de la CICOS** à l'amélioration des conditions de navigation sur les voies d'eau du bassin
3. L'implication des structures décentralisées dans la gestion du bassin pour le développement régional économique, écologique et social
4. La **mobilisation des acteurs** à la base pour une bonne gestion du bassin
5. **Le renforcement des capacités des cadres** des Etats membres dans le domaine de la navigation et de la gestion de l'eau
6. Les **codes et normes régionales**
7. **L'état de lieux** du bassin
8. Le **potentiel du transport fluvial**
9. Potentiels en **production hydroélectrique**





1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés

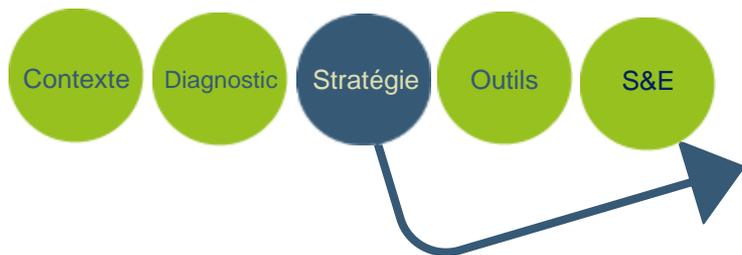


## Cibles Externes Secondaires

- les leaders d'opinion
- les élus locaux des communes bénéficiaires des projets
- les autorités des institutions nationales
- les journalistes et responsables des médias

## Centres d'intérêts:

1. **Les objectifs et résultats** visés par la CICOS
2. La **stratégie** et le **plan d'action** de la CICOS
3. Le système de gestion des ressources naturelles du bassin ainsi que celui des ressources financières mises à la disposition de la CICOS
4. L'implication **des structures décentralisées** dans la gestion du bassin pour le développement régional économique, écologique et social
5. La mobilisation des acteurs et les **dialogues entre parties prenantes**
6. Le processus de suivi – évaluation des projets

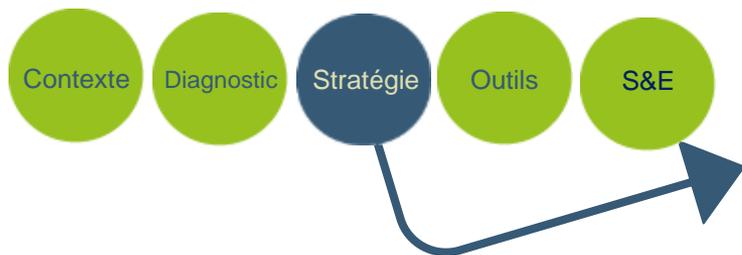


1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Définition exhaustive des groupes cibles au Cameroun

Autorités politiques des Etats	Services techniques nationaux	Société Civile
<p>Ministères en charge de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hydraulique, Transport, Eaux et Forêts, Energie et Mines, Recherche scientifique, Environnement, Finances, Agriculture, Affaires étrangères, Marine nationale, Pêche, Aquaculture, Economie, Plan, Défense nationale, Travaux publics, Aménagement territorial</li> </ul> <p>Membres du parlement, collectivités locales, mairies, conseils départementaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Institut national de cartographie</li> <li>• CNRS, IRSCH</li> <li>• ASECNA</li> <li>• EDC, APN, AES-SONEL, Camwater</li> <li>• Université de Yaoundé, HydroMeking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Association des Consommateurs de l'Eau et de l'Energie</li> <li>• Plan Cameroun</li> <li>• WWF</li> </ul>
Partenaires fin. et tech. nationaux	Medias	Autres
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonds pour les générations futures (FGF)</li> <li>• Fonds forestier national</li> <li>• BGD, FIDA, SEEG</li> <li>• Direction générale des ressources hydrauliques, BGD, fond d'aide au développement de l'agriculture, SEEG et sous-traitants</li> </ul>	<p>TV :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal 2, CRTV, Equinox TV, STV;</li> </ul> <p>Presse écrite :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Jour, Camer B, Cameroon Tribune, Mutations</li> </ul> <p>RADIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radios rurales</li> <li>• Radio Nationale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecoles eau et forets</li> <li>• Lycées et collèges</li> <li>• Associations villageois</li> </ul>

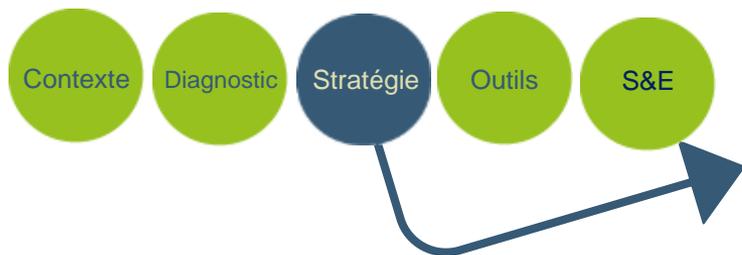


1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Définition exhaustive des groupes cibles en RCA

Autorités politiques des Etats	Services techniques nationaux	Société Civile
<p>Ministères:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hydraulique, Transport et voies de communication, Eaux et Forêts</li> <li>• Energie et Mines, Recherche scientifique, Environnement, Finances, Agriculture, Affaires étrangères, Marine nationale</li> <li>• Pêche, aquaculture, Economie, Plan, Défense nationale, Travaux publics, Aménagement territorial</li> </ul> <p>Membres du parlement, collectivités locales, mairies, conseils départementaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socatraf</li> <li>• SCEVN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseau des exploitants baleiniers</li> <li>• CIONGCA</li> </ul>
Partenaires fin. et tech. nationaux	Medias	Autres
	<p>RADIO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio Ndikiluka</li> <li>• Radio Centrafrique</li> <li>• Radio Notre Dame</li> </ul> <p>PRESSE ECRITE :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le citoyen,</li> <li>• Démocratie,</li> <li>• Le Confident</li> <li>• La Lettre du continent</li> <li>• L'Agora</li> </ul> <p>TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Télé Centrafrique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Femmes commerçantes</li> <li>• OFCA</li> <li>• Conseil de la jeunesse</li> <li>• Etablissements scolaires</li> <li>• Université de Bangui</li> </ul>

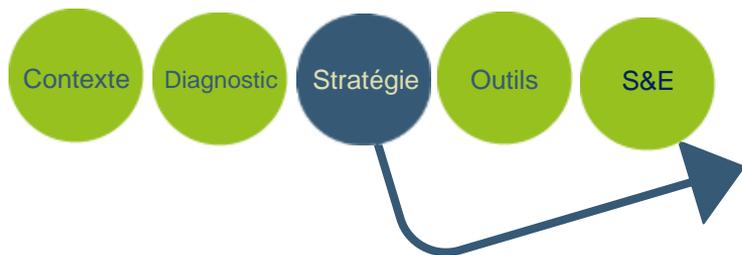


1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Définition exhaustive des groupes cibles en RC

Autorités politiques des Etats	Services techniques nationaux	Société Civile
<p>Ministères:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hydraulique</li> <li>• Transport</li> <li>• Eaux et Forêts</li> <li>• Recherche scientifique</li> <li>• Environnement</li> <li>• Finances</li> <li>• Agriculture</li> <li>• Affaires étrangères</li> <li>• Marine nationale</li> <li>• Pêche, aquaculture</li> <li>• Economie</li> <li>• Communication</li> <li>• Plan</li> </ul> <p>Membres du parlement, collectivités locales, mairies, conseils départementaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNDE</li> <li>• Direction de la Météo</li> <li>• DIGENAF</li> <li>• GIE-SCEVN</li> <li>• DIGENAF</li> <li>• PABPS</li> <li>• Marine Nationale</li> <li>• Chantier naval TF</li> <li>• Délégation Générale des Grands travaux (DGGT)</li> <li>• Délégation Générale de la construction, de l'urbanisme, et de l'habitat</li> <li>• Société congolaise des Transports Fluviaux (SOCOTRAF) (Ex-CNTF)</li> <li>• Compagnie nationale de navigation intérieure, Douanes, GIE-SCEVN, IRGM (institut de recherches géographiques et minières)</li> <li>• Service Hydrologique IRSEN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AKATEF</li> <li>• Chambres de commerce</li> <li>• Syndicats, patrons, UMICO</li> <li>• Association exploitants pool Malebo</li> <li>• Association commerçants et armateurs transport fluvial</li> <li>• Associations pêcheurs</li> <li>• Association des canotiers</li> <li>• Universités</li> <li>• Association des navigants</li> <li>• populations riverains, piroguiers</li> </ul>
Partenaires fin. et tech. nationaux	Medias	Autres
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Télé Congo</li> <li>• DRTV</li> <li>• Les dépêches de Brazza</li> <li>• Semaine africaine</li> <li>• MN TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equateur service</li> <li>• Association des jeunes de...</li> <li>• Réseau SAGA-EO (10 ministères dedans)</li> </ul>

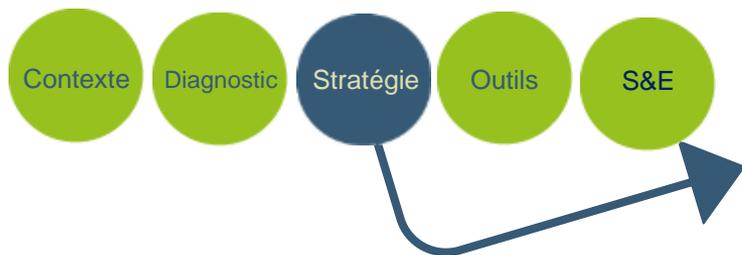


1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Définition exhaustive des groupes cibles en RDC

Autorités politiques des Etats	Services techniques nationaux	Société Civile
Ministères en charge de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Energie</li> <li>• Transport</li> <li>• Eaux et Forêts</li> <li>• Recherche scientifique</li> <li>• Environnement</li> <li>• Finances</li> <li>• Agriculture</li> <li>• Affaires étrangères</li> <li>• Pêche, aquaculture</li> <li>• Economie</li> <li>• Communication</li> <li>• Plan</li> </ul> Présidence Primature	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Société Commerciale des Transports et des Ports (SCTP)</li> <li>• Régie de Voies Fluviales (RVF)</li> <li>• Société Nationale d'Electricité (SNEL)</li> <li>• Direction des Ressources en Eau (MEDD)</li> <li>• Direction de la Marine et des Voies Navigables</li> <li>• Direction générale de décentralisation</li> <li>• Police fluviale, Police des frontières</li> <li>• Direction Générale des Migrations (DGM)</li> <li>• Force navale</li> <li>• METTELSAT</li> <li>• Congolaise des Voies Maritimes (CVM)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Association des personnels navigants (APN)</li> <li>• Populations riveraines</li> <li>• Piroguiers</li> <li>• La FEC</li> <li>• Les ASBL et ONG               <ul style="list-style-type: none"> <li>• AKORDE (Amis du Kasai Oriental pour le Développement)</li> <li>• Grand Kasai asbl</li> <li>• TSHOVO asbl</li> </ul> </li> </ul>
Partenaires financiers et techniques nationaux	Medias	Autres
	TV: <ul style="list-style-type: none"> <li>• RTNC</li> <li>• Télé 50</li> <li>• B one</li> <li>• Antenne A</li> <li>• Raga TV</li> </ul> RADIO: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio Okapi</li> </ul> PRESSE ECRITE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Info environnement</li> <li>• Le potentiel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsables Association des Exploitants Pool Malebo</li> </ul>

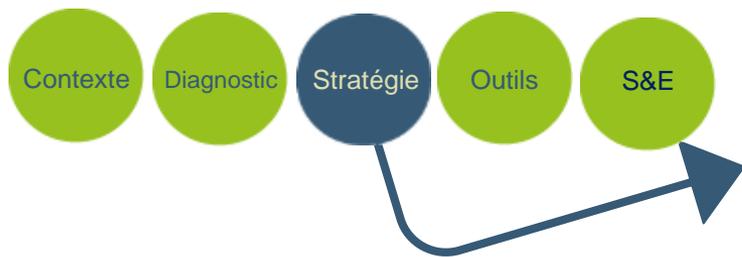


1. Axes stratégiques
- 2. Définition des groupes cibles**
3. Identification des canaux et supports
4. Les thèmes clés



## Définition exhaustive des groupes cibles au Gabon

Autorités politiques des Etats	Services techniques nationaux	Société Civile
Ministère en charge de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transport</li> <li>• Energie</li> <li>• Travaux Publics</li> <li>• Environnement</li> <li>• Eaux et Forets</li> <li>• Affaires Etrangères</li> <li>• Intérieur</li> <li>• Défense</li> <li>• Agriculture</li> <li>• Commerce</li> <li>• Collectivités Locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marine Marchande</li> <li>• Institut National de la Cartographie</li> <li>• CNRS, IRSCH</li> <li>• Direction de la Météorologie</li> <li>• Direction des Ressources Hydrauliques et des Ecosystèmes Aquatiques</li> <li>• Agence Nationale des Grands Travaux et des Infrastructures (ANGTI)</li> <li>• Agence Nationale de l'Infrastructure Numérique et des fréquences (ANINF)</li> <li>• Agence Nationale des Travaux, Agence Gabonaise des Paysans, Agence nationale des parcs nationaux, Agence Gabonaise d'études et d'observation spatiale</li> <li>• Compagnie Nationale de Navigation Intérieure et Internationale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste M. Mwe</li> <li>• Brain Forest</li> <li>• H2O</li> <li>• WWF</li> <li>• Ecoles</li> <li>• Universités               <ul style="list-style-type: none"> <li>• UST Masuku (Géographie et Hydrologie Spatiale)</li> <li>• JOB</li> </ul> </li> <li>• Armateurs ?</li> <li>• Pêcheurs ?</li> <li>• WCS</li> <li>• CASNAT</li> </ul>
Partenaires fin. et tech. nationaux	Medias	Autres
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banque Gabonaise de Développement</li> <li>• ONADER</li> <li>• Fonds d'aide au Développement (FIDA)</li> <li>• Société Energie Eau Gabon (SEEG)</li> <li>• Agence Nationale des Grands Travaux et des Infrastructures (ANGTI)</li> </ul>	TV : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gabon TV, RTG, Télé Africa, TVS, K7, RTN, TV+</li> </ul> Presse écrite : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Union, Gabon Numéro 1, Gabon Matin, Echos du Nord, L'Aube, La Loupe, La griffe</li> </ul> Radio : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio Gabon, Africa Numero 1, Radio Urban FM, Coopération Canadienne (Radio Ruraux)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• «Croissance Saine Environnement»</li> <li>• Université Omar Bongo</li> <li>• Université des sciences et techniques de Masuko (USTM)</li> <li>• IUSO</li> <li>• INSG</li> <li>• ITO</li> </ul>



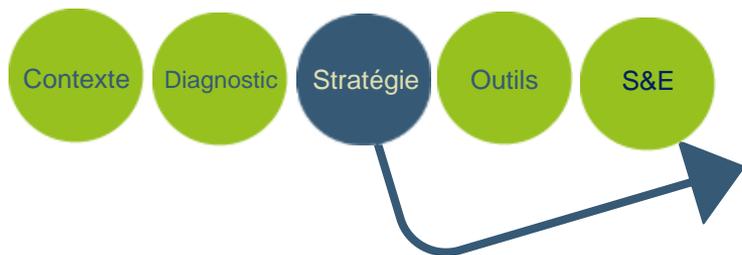
1. Axes stratégiques
2. Définition des groupes cibles
- 3. Identification des canaux et supports**
4. Les thèmes clés



## Outils et supports par type de communication:

- **Communication écrite:** dépliants, rapports d'activités, guides, journaux, banderoles, panneaux publicitaires etc.
- **Communication orale:** réunions, ateliers, conférences
- **Communication pédagogique:** films, vidéo, sketches, théâtres, boîtes à images, Atlas, chansons, clips etc.
- **Communication audiovisuelle:** radio, télévision;
- **Communication web:** email, site web, réseaux sociaux, presse en ligne etc.
- **Communication interactive:** sondages, forums, concours, jeux, team-building, etc.
- **Communication événementielle:** expositions, journées portes ouvertes, voyages d'échanges, excursions etc.
- **Communication promotionnelle:** stylos, spots TV, gadgets, etc.





1. Axes stratégiques
2. Définition des groupes cibles
- 3. Identification des canaux et supports**
4. Les thèmes clés



## Secrétariat Général de la CICOS

SG    Directions    Services    Personnel admin. et logistique    Partenaires

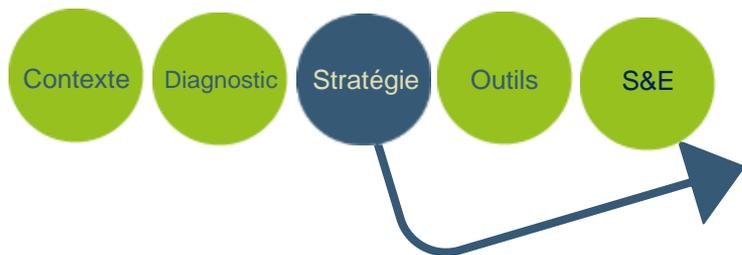


**Cibles internes I**

### Outils et supports – Cibles Internes I

1. Réunions internes mensuelles, cercles de qualité, groupes de travail
2. Tableau d'affichage
3. Boîtes à suggestions, enquêtes de motivation, causeries éducatives, dialogue social, activités de renforcement d'équipe (« teambuilding »)
4. E-mailing Interne, migration Webmail ...@cicos.int et Formation
5. Système de gestion des documents (p.ex. Intranet)
6. Formations internes sur les logiciels de com: Word, Outlook, Powerpoint, etc.
7. Elaboration d'un guide de communication interne
8. Diffusion interne des revues de presse





1. Axes stratégiques
2. Définition des groupes cibles
- 3. Identification des canaux et supports**
4. Les thèmes clés



## Etats Membres

Comité des Ministres

Comité de Direction

Structures relais/  
Comité National de Suivi

Assistants  
permanents

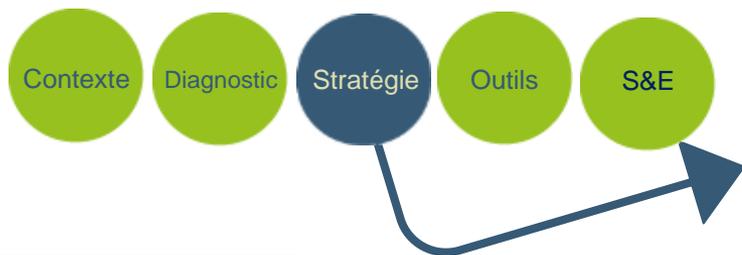


**Cibles  
internes II**

## Outils et supports – Cibles Internes II

1. Emailing
2. Site Web
3. Bulletin d'information (CICOS.info)
4. Publications imprimés (Rapports, études, statistiques, règlements, décisions, bulletin officiel)
5. Conférences-débat / tables rondes
6. Téléconférences
7. Structures relais opérationnelles
8. Ateliers régionaux d'évaluation des activités de la CICOS
9. Diffusion interne des revues de presse





1. Axes stratégiques
2. Définition des groupes cibles
- 3. Identification des canaux et supports**
4. Les thèmes clés

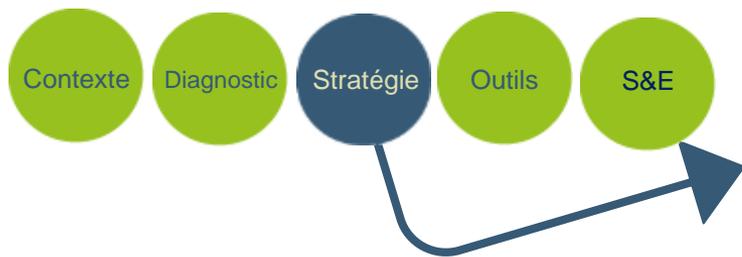


## Cibles Externes Primaires

- les populations riveraines du bassin
- la société civile
- les responsables des structures nationales de tutelle
- les partenaires techniques et financiers internat., régionaux et nat.

## Outils et supports – Cibles Externes Primaires

1. Actions de plaidoyer (Réunions, ateliers, conférences, lobbying etc.)
2. Cartes du bassin (p.ex. Atlas)
3. Radios et télévisions
4. Radios rurales/communautaires
5. Presse écrite et audiovisuelle
6. Films/spots/vidéos (p.ex. film institutionnel)
7. Sketches, théâtres
8. Affiches, dépliants, fardes, auto collants
9. Parrainage/ sponsoring (par ex. activités sportives, musicales etc.)
10. Bulletins d'informations
11. Emailing
12. Calendriers, agenda, casquettes, portes clés, etc.



1. Axes stratégiques
2. Définition des groupes cibles
- 3. Identification des canaux et supports**
4. Les thèmes clés

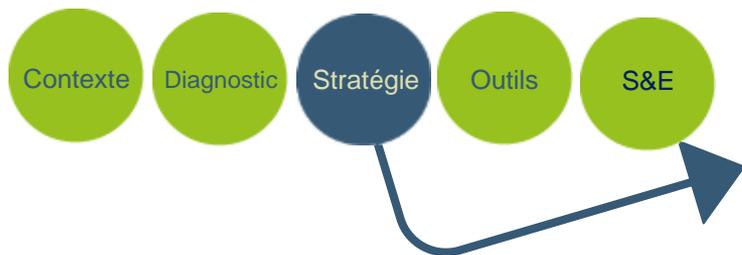


## Cibles Externes Secondaires

- les leaders d'opinion
- les élus locaux des communes bénéficiaires des projets
- les autorités des institutions nationales
- les journalistes et responsables des médias

## Outils et supports – Cibles Externes Secondaires

1. Radio, télévision (magazines, publi-reportage, interviews...)
2. Internet, site web CICOS
3. Rapports d'activités, documents des projets, etc.
4. Publications des données (statistiques, scientifiques, etc.)
5. Actions de plaidoyer (Réunions, ateliers, conférences, lobbying etc.)
6. Calendriers, agenda, casquettes, portes clés, etc.
7. Dossiers de presse, conférences de presse, ateliers de médias
8. Cartes du bassin (p.ex. Atlas, jeux etc.)



1. Axes stratégiques
2. Définition des groupes cibles
3. Identification des canaux et supports
4. **Les thèmes clés**



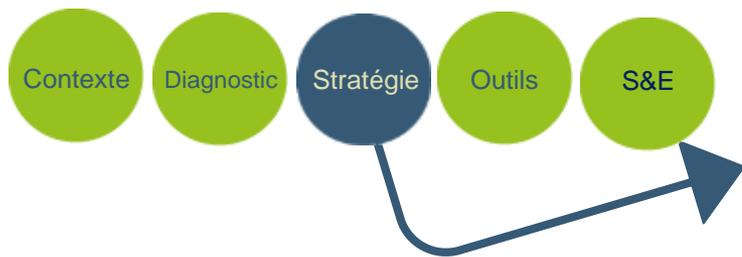
## Thème 1: Navigation intérieure

- **Sécurité** de navigation dans le réseau fluvial
- **Réduction des coûts** du transport fluvial
- Lutte contre les barrière non physiques en vue de la **fluidité du trafic**
- Augmentation de la **capacité de transport** de passagers et marchandises
- **Pratique de la profession** d'opérateur de transport fluvial
- **Formation du personnel navigant**
- **Règlementation Régionale**
- **Approche participative et intégration du genre**

## Thème 2: Gestion intégrée des ressources en eau (GIRE)

- **Gouvernance de l'eau**
- **Développement des infrastructures (hydroélectriques)**
- **Gestion de l'eau**
- **Suivi de la ressource**
- **Approche participative**
- **Changement Climatique**
- **Approche participative et intégration du genre**





1. Axes stratégiques
2. Définition des groupes cibles
3. Identification des canaux et supports
4. **Les thèmes clés**



### **Thème 3: La protection et la préservation de l'Environnement**

- **Règlementation Régionale**
- **Ecotourisme**
- **Pollution**
- **Conservation de la Biodiversité**
- **Changement climatique**
- **Approche participative** (p.ex. peuples autochtones) et **intégration du genre**

### **Thème 4: Intégration régionale**

- **Promotion de la paix**
- Gestion des **conflits d'usage des ressources en eau**
- **Libre circulation** des personnes et des biens
- **Dialogue** des peuples
- Développement économique durable
- **Approche participative et intégration du genre**
- **Harmonisation des législations**





# Contenu

- I Contexte
- II Diagnostic
- III Stratégie
- IV Outils
- V S&E



# “ IV ” Outils

Comment voulons nous y arriver?  
Outils de communication et Plan d'action 2015/16



- 1) Site Web
- 2) Logo
- 3) Charte Graphique
- 4) Publications Techniques
- 5) Plan d'action 2015/16





1. Site Web
2. Logo
3. Charte Graphique
4. Publications Techniques
5. Plan d'action 2015/16



## Méthodologie d'élaboration

1. Groupe de Travail en interne
2. Mise en œuvre par l'entreprise ALYS (Belgique)
3. Atelier de validation
4. Finalisation du contenu
5. Mise à jour régulière

[www.cicos.int](http://www.cicos.int)



**Intégration régionale et gestion transfrontalière des ressources en eau**

Le processus de développement durable des infrastructures est un moteur important pour la croissance économique de la région. Malgré l'urgence, les infrastructures hydrauliques doivent être conçues en tenant compte de leur impact sur l'environnement et de leurs effets potentiels dans d'autres États membres. (photo ©Joris Schumann)

**DERNIÈRES ACTUALITÉS**  
VOIR TOUTES LES ACTUALITÉS

**AGENDA**  
VOIR TOUT L'AGENDA



1. **Site Web**
2. Logo
3. Charte Graphique
4. Publications Techniques
5. Plan d'action 2015/16



## Éléments à finaliser

1. Médiathèques
2. Parties **Gestion de l'Eau, Navigation, CRFNI**
3. Textes réglementaires, documents officiels

## Propositions de l'Atelier de validation:

1. Forum
2. Option « commentaires sur les documents »
3. Version anglaise du site
4. Liens vers les sites des partenaires





1. Site Web
- 2. Logo**
3. Charte Graphique
4. Publications Techniques
5. Plan d'action 2015/16



## Méthodologie d'élaboration

### 1. TdR pour le nouveau Logo:

- Intégrer le titre complet (Commission Internationale ....) bien lisible
- Intégrer les deux mandats
- Faire ressortir la dimension régionale

### 2. Consultations:

- Quickprint
- Copy Center
- Etudiant de l'Académie des Beaux Arts de Kinshasa
- GIZ/GETRACO

### 3. Prochaines étapes:

- Choix de deux Logo à présenter au Comité des Ministres en Mars 2015
- Choix et validation du nouveau Logo par le CM 2015

3



COMMISSION INTERNATIONALE DU BASSIN CONGO - OUBANGUI - SANGHA

### Amendements de l'Atelier:

1. Ajouter les cours d'eau (Congo et ses 3 affluents)
2. Cours d'eau en bleu

# 5



## Amendements:

1. Cours d'eau en bleu
2. Bassin en vert



1. Site Web
2. Logo
- 3. Charte Graphique**
4. Publications Techniques
5. Plan d'action 2015/16



## 1. Définition des couleurs et polices par défaut :

- **Couleurs:** bleu et vert pour l'eau et l'environnement (bleu: #204363; vert: #8DB71E)
- **Polices:**
  - ✓ « Open Sans » pour les publications officielles (cicos.info, cahiers des statistiques etc.)
  - ✓ « Arial » pour la communication quotidienne (correspondances, notes de service, rapports etc.)

## 2. Développer des maquettes pour

- |                          |                    |                                   |
|--------------------------|--------------------|-----------------------------------|
| • Powerpoint (ppt)       | • TdR              | • Pancartes, Panneaux, Banderoles |
| • Rapports               | • Cd/DVD           |                                   |
| • Lettres                | • Badges           |                                   |
| • Ordre du jour          | • Signatures Email |                                   |
| • Liste des participants | • Cartes de Visite |                                   |



1. Site Web
2. Logo
3. Charte Graphique
- 4. Publications Techniques**
5. Plan d'action 2015/16



### **Publications techniques prioritaires:**

- Cartes et/ ou Atlas de l'Eau
- Etat des Lieux SDAGE
- Photothèque
- Infographie statistiques
- Etude « Potentiel du transport fluvial »

Contexte

Diagnostic

Stratégie

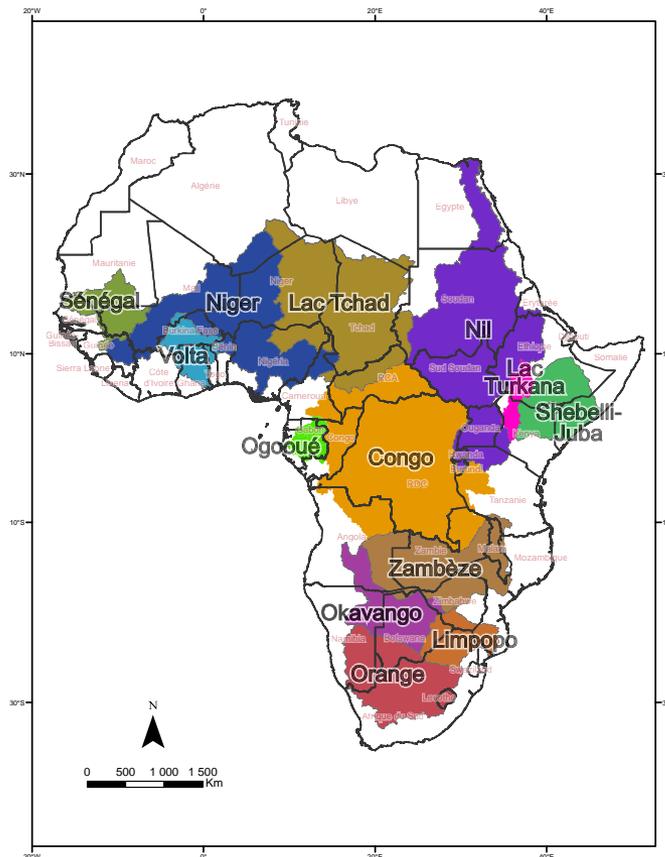
Outils

S&E

1. Site Web
2. Logo
3. Charte Graphique
- 4. Publications Techniques**
5. Plan d'action 2015/16



# Cartes



Contexte

Diagnostic

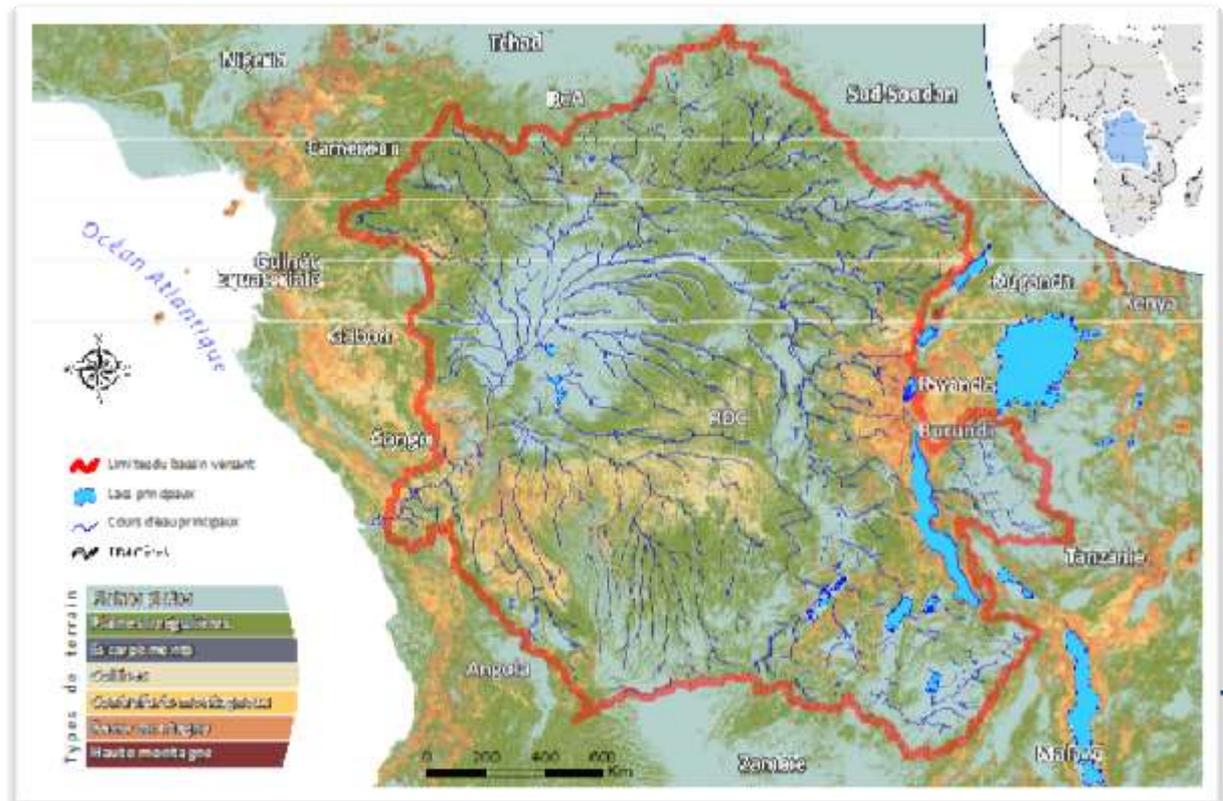
Stratégie

Outils

S&E

# Cartes

1. Site Web
2. Logo
3. Charte Graphique
- 4. Publications Techniques**
5. Plan d'action 2015/16









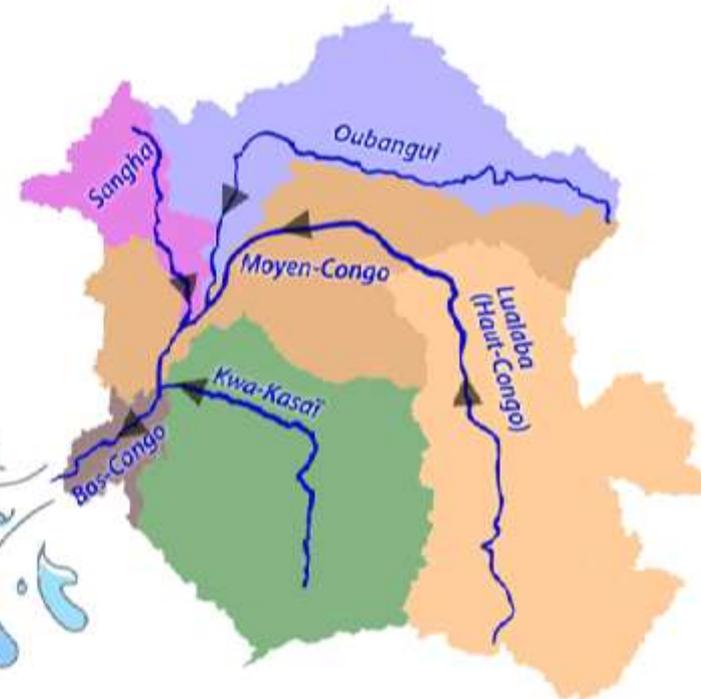
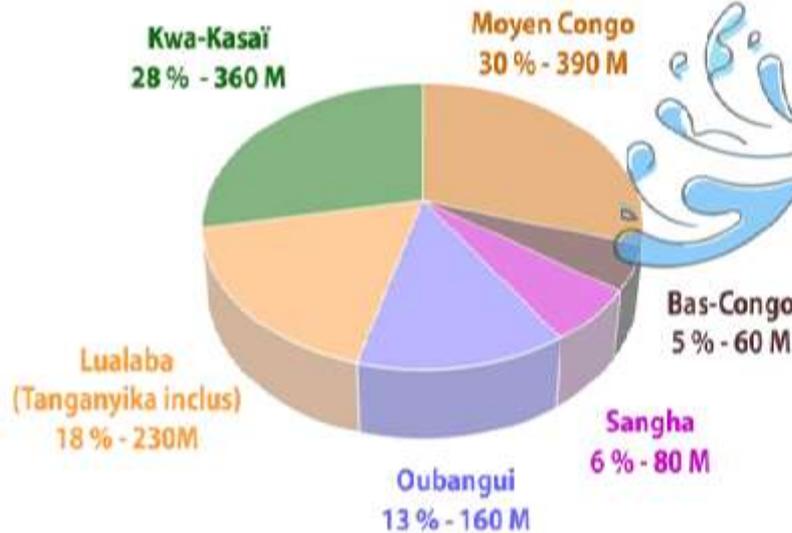
1. Site Web
2. Logo
3. Charte Graphique
4. **Publications Techniques**
5. Plan d'action 2015/16



# Graphisme

Qui donne 1.300 milliards  
(ou presque)  
de mètres cubes d'eau par an

au fleuve Congo ?



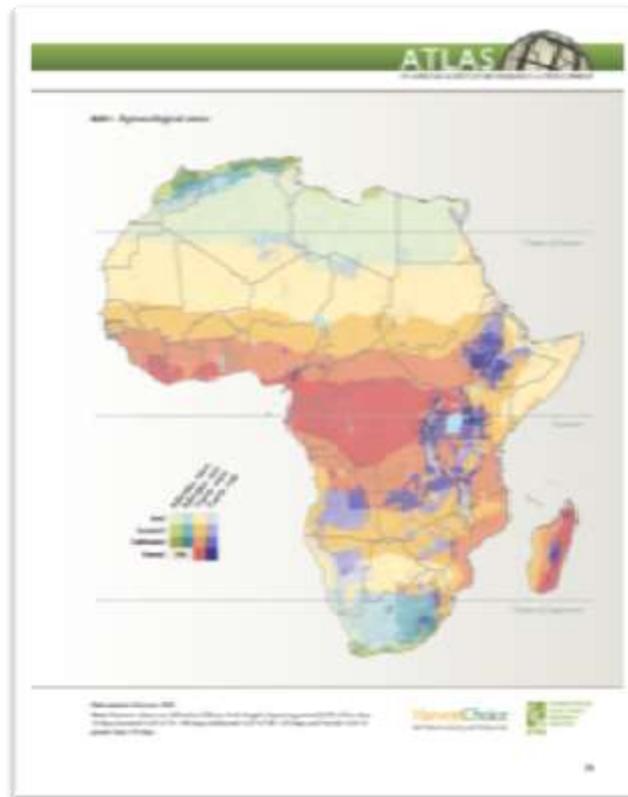
de généreux  
**sous-bassins...**



1. Site Web
2. Logo
3. Charte Graphique
4. **Publications Techniques**
5. Plan d'action 2015/16



# Atlas



### GROWING CONDITIONS

#### Climate Zones for Crop Management

Climate Zones and their Soil Water

**What is this about? (Introduction)**

Agroecological zones are defined by climate, soil, and crop management. They are used to identify the most suitable crop management practices for each zone. This helps to improve crop yields and reduce the risk of crop failure. The agroecological zones are defined by the climate, soil, and crop management. They are used to identify the most suitable crop management practices for each zone. This helps to improve crop yields and reduce the risk of crop failure.

Zone	Temperature (°C)	Soil Water (mm)
Zone 1	15	100
Zone 2	20	150
Zone 3	25	200
Zone 4	30	250
Zone 5	35	300
Zone 6	40	350
Zone 7	45	400
Zone 8	50	450

**What is this about? (Introduction)**

Agroecological zones are defined by climate, soil, and crop management. They are used to identify the most suitable crop management practices for each zone. This helps to improve crop yields and reduce the risk of crop failure. The agroecological zones are defined by the climate, soil, and crop management. They are used to identify the most suitable crop management practices for each zone. This helps to improve crop yields and reduce the risk of crop failure.

**What is this about? (Introduction)**

Agroecological zones are defined by climate, soil, and crop management. They are used to identify the most suitable crop management practices for each zone. This helps to improve crop yields and reduce the risk of crop failure. The agroecological zones are defined by the climate, soil, and crop management. They are used to identify the most suitable crop management practices for each zone. This helps to improve crop yields and reduce the risk of crop failure.







Contexte



Diagnostic



Stratégie



Outils



S&E



Comment pouvons nous mesurer la performance et le succès?  
Suivi et évaluation de la communication





## S&E Axe 1: Communication Interne - Incitation du personnel au changement

Résultat attendu	Indicateur	Moyen/ source de vérification
Les experts du SG se <b>sont appropriés</b> la <b>vision et les thèmes clés</b> de la CICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 réunions interne mensuelle au Secrétariat Général</li> <li>• 80 consultations mensuelles du site web au niveau du SG</li> <li>• <u>Tous les experts</u> du SG produisent du contenu pour le site web</li> <li>• 80% du personnel maîtrise le mandat et la vision de la CICOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapports des réunions mensuelles</li> <li>• Analyses des visite du site au niveau du SG et au niveau régional</li> <li>• Sondages/ questionnaires d'évaluation</li> </ul>
Un <b>système de gestion des documents</b> est mis en place	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1000 documents accessibles sont organisés et archivés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disque dur partagé/ intranet opérationnel</li> </ul>
L'information est partagée en interne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 60% d'experts utilisent quotidiennement l'intranet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyses des visite de l'intranet</li> </ul>



## S&E Axe 2: Communication Externe - Plaidoyer aux niveaux national, régional et international

Résultat attendu	Indicateur	Moyen/ source de vérification
La CICOS joue son rôle dans <b>l'analyse et le partage des données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 publications techniques (2 GIRE, 1 NAV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapports et publications produites et vulgarisés</li> </ul>
La promotion de la CICOS est assuré par le <b>réseau de presse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 Atelier d'évaluation réseau de presse par an</li> <li>2 articles de presse par mois</li> <li>2 reportages télé par mois</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapport de l'Atelier</li> <li>Revue de Presse</li> </ul>
Le <b>site web</b> de la CICOS est utilisé comme une <b>source d'information</b> par les Etats	<ul style="list-style-type: none"> <li>1500 visites réalisés par les Etats Membres</li> <li>100 demandes de données par les Etats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sondage de satisfaction site web auprès des états</li> <li>Rapports d'activités de la CICOS</li> </ul>
Les <b>outils d'aide à la décision</b> sont utilisés par les états	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de demandes des outils par les Etats par an</li> <li>Nombre des Décrets/Décisions pris par rapport aux outils par an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapports, correspondances, réunions</li> </ul>



## S&E Axe 3: Communication Externe - Sensibilisation et formation

Résultat attendu	Indicateur	Moyen/ source de vérification
La CICOS est une véritable <b>plateforme d'échange d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1500 visites par mois</li> <li>• 10 visites d'informations par mois (étudiants, chercheurs etc.)</li> <li>• 10 demandes d'informations par courriel par mois</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• google analytics</li> <li>• Echanges interactives dans le forum</li> </ul>
Les outils de sensibilisation sont produits et utilisés dans les écoles et universités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Outils produits (1 Atlas, 4 Cartes thématiques, 2 Infographies, 2 posters)</li> <li>• 60% taux d'utilisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapport d'activités CICOS</li> <li>• Rapports des réunions avec les écoles et universités</li> </ul>
Le <b>CRFNI est connu</b> dans la région	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1000 étudiants au CRFNI formés, dont 10% sont des femmes</li> <li>• 80% des diplômés trouvent du travail sur le marché</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiches d'inscription</li> <li>• Nombre de diplômés ébauchés</li> <li>• Rapports de la CICOS</li> </ul>



## S&E Axe 4: Communication Externe - La gestion de l'image de la CICOS

Résultat attendu	Indicateur	Moyen/ source de vérification
La CICOS est connue comme <b>organisme stratégique de gestion des ressources</b> en eau du bassin du Congo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 demandes d'outils d'aide à la décision par les Etats</li> <li>• 60% des cibles identifiés connaissent la CICOS</li> <li>• 5 consultations pour avis par les parties prenantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enquête de notoriété</li> <li>• Revues de presse</li> <li>• Nombre des supports vulgarisés</li> <li>• Rapport de la CICOS</li> </ul>
Les outils de communication de la CICOS sont attrayants	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 publications respectant la nouvelle charte graphique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapport d'enquête de notoriété</li> </ul>
<b>Le bâtiment du SG</b> de la CICOS reflète son rôle d'institution régionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Façade réhabilité</li> <li>• Panneaux signalétiques sur chaque porte</li> <li>• Photos et cartes du bassin sur les murs</li> <li>• Panneaux installé</li> <li>• Salle de réunion décoré</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Photos du bâtiment</li> <li>• Rapports des travaux de relooking exécutés</li> </ul>



**Merci de votre  
Attention!**

