



NEW PARTNERSHIPS INITIATIVE
EXPAND
New Partners for Better Health



Cadre de Concertation, de Coordination et d'Actions de Plaidoyer de la société civile pour la sante au Sénégal - 3CAP-Sante

Stratégie de communication 2023-2025



JUIN 2023

**Cadre de concertation, de coordination et
d'actions de plaidoyer de la société civile
pour la santé au Sénégal - 3CAP-Santé**

**STRATEGIE
DE COMMUNICATION
2023-2025**

Figures

Figure 1 : Organisation de 3CAP-Santé.....	9
Figure 2 : Axes stratégiques de communication.....	31
Figure 3 : les cibles de la communication de 3CAP-Santé.....	33
Figure 4 : Canaux de communication.....	37
Figure 5 : Contenu digital des RS.....	39
Figure 6 : Atouts du partenariat :.....	43

Tableaux

Tableau 1: Analyse PESTEL.....	14
Tableau 2: Analyse des principales parties prenantes.....	16
Tableau 3: Analyse SWOT du mix communicationel.....	23
Tableau 4: Messages clés.....	34
Tableau 5: Suivi des activités.....	46
Tableau 6: Les indicateurs.....	47

RESUME EXECUTIF

Le Cadre de Concertation, de Coordination et d'Actions de Plaidoyer de la société civile pour la santé au Sénégal (3CAP-Santé) a élaboré une stratégie de communication institutionnelle et programmatique dans le but de coordonner, d'harmoniser et d'optimiser ses efforts et son impact (influence) auprès des différentes cibles.

Une revue des documents de communication existants a été réalisée en collaboration avec les équipes du STP de 3CAP-Santé afin d'évaluer leur utilité et pertinence, et aussi analyser les environnements et facteurs influençant la communication de 3CAP-Santé. Des entretiens directs, par téléphone et des échanges en ligne ont été utilisés pour recueillir les documents et les opinions pertinentes.

Les informations recueillies ont permis de fournir une vision approfondie de la situation et d'identifier les aspects stratégiques soutenant le plan de communication proposé.

Un atelier de finalisation a été organisé avec la participation des responsables de communication des parties prenantes pour améliorer le document de base et valider le plan opérationnel.

La stratégie de communication proposée repose sur l'adoption d'approches participatives et factuelles. L'objectif principal est de favoriser une meilleure appropriation des actions à entreprendre et d'obtenir un impact plus important. Pour cela, il a été préconisé une approche multicanale qui vise à accroître la visibilité et la redevabilité de 3CAP-Santé.

Le plan opérationnel s'étalera sur une période de deux ans. Cependant, il sera conçu de manière dynamique, ce qui signifie qu'il pourra être ajusté en fonction de l'évolution des éléments de contexte. Il est important de rester flexible et réceptif aux changements et adapter la stratégie en conséquence, afin de garantir son efficacité tout au long de sa mise en œuvre.

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Cadre de Concertation, de Coordination et d'Actions de Plaidoyer de la Société Civile pour la Santé au Sénégal (3CAP-Santé) a été créé en 2021 grâce à un processus de co-création soutenu par NPI EXPAND et financé par l'USAID. Le ministère de l'Intérieur a délivré le récépissé le 20 octobre 2022. Cette nouvelle organisation est constituée d'une vingtaine d'organisations de la société civile réputées et d'acteurs engagés dans le plaidoyer pour la santé au Sénégal. Ses membres possèdent plus de vingt ans d'expérience en gestion de projets, gouvernance, genre, droits humains, autonomisation des femmes, santé maternelle, infantile, des jeunes et des adolescents. Ces organisations sont reconnues pour leur crédibilité et leur collaboration avec des partenaires institutionnels et internationaux tels que l'USAID, la Banque mondiale, Expertise France, l'Union Européenne et le Fonds Mondial.

Lors de l'assemblée générale constitutive de 3CAP-Santé le 18 février 2021, les organisations ayant participé au processus de co-création ont convenu de la mise en place de quatre organes distincts pour assurer le fonctionnement et l'animation du réseau. Il s'agit de : i) l'Assemblée générale (AG) ; ii) le Bureau exécutif (BE) ; iii) le Conseil d'Orientation et de Suivi (COS) ; et iv) les Pools de Compétences (PC).

Le réseau est ouvert à toutes les associations ou entités de la société civile légalement reconnues, partageant les mêmes principes, s'engageant à respecter les directives du cadre et ayant payé les frais d'adhésion.

Pour démarrer les activités de 3CAP-Santé, Palladium, par le biais de son projet NPI EXPAND, met à disposition des subventions pour les Pools de Compétences afin de réaliser les objectifs de plaidoyer et de renforcement des capacités fixés pour la période 2021-2024.

En tant qu'organisation dédiée au plaidoyer, 3CAP-Santé est constamment à la recherche de moyens efficaces pour promouvoir ses actions, mobiliser les parties prenantes et sensibiliser le public à ses initiatives. Dans cette optique, il est essentiel de mettre en place une stratégie de communication bien définie, qui permettra d'atteindre les objectifs de manière optimale.

La communication interne et externe constitue en effet un outil essentiel pour atteindre les objectifs fixés. Une communication efficace permettra de faire connaître la vision, les objectifs et les résultats des interventions de 3CAP-Santé, tout en favorisant l'implication de tous les acteurs. Il ne s'agit pas seulement de partager des informations, mais aussi de donner chaque membre des organisations un rôle autour de chaque projet entretenu, de faire les suivis nécessaires et finalement de susciter la motivation et l'engagement de tous pour atteindre de meilleurs résultats.

PARTIE 1 : VUE D'ENSEMBLE DE LA METHODOLOGIE

L'élaboration de la stratégie de communication de 3CAP Santé s'est articulée autour de deux étapes principales. La première étape a consisté en une analyse situationnelle approfondie, tandis que la seconde étape a porté sur l'établissement des cadres stratégiques et opérationnels. La méthodologie mise en œuvre est décrite ci-dessous.

I. La revue documentaire et observations

La recherche et la revue documentaire ont permis d'utiliser les documents de politique institutionnelle, les rapports d'activité, les supports de communication et les articles de presse. De plus, les outils numériques tels que le site web et les réseaux sociaux ont été exploités et soumis à une analyse approfondie.

La recherche et la revue documentaire ont joué un rôle essentiel dans la collecte d'un large éventail de sources d'information. Les documents de politique institutionnelle ont permis de comprendre les orientations et les objectifs de l'organisation.

Les outils numériques ont également permis d'obtenir une vision plus complète. Le site web de l'organisation a été examiné attentivement afin d'explorer les informations disponibles en ligne. Les réseaux sociaux ont également été étudiés pour analyser la présence en ligne de l'organisation, les interactions avec le public, ainsi que les commentaires et les réactions des utilisateurs.

- Liste des documents consultés**
- ✓ Document de la stratégie de plaidoyer
 - ✓ Plan de suivi évaluation
 - ✓ Projet règlement intérieur
 - ✓ Plan stratégique 3Cap-Santé
 - ✓ Rapport de l'analyse du réseau organisationnel

II. Les entrevues

Pour acquérir une compréhension approfondie de la situation, des entretiens ont été réalisés avec les responsables de 3CAP santé ainsi qu'avec les personnes-clés représentant les différentes parties prenantes impliquées. Ces discussions ont révélé plusieurs aspects qui influencent l'environnement et les éléments de communication du réseau.

III. L'analyse des données

Les données recueillies ont été transcrites et analysées à l'aide de divers outils, offrant ainsi une vue approfondie et complète de l'ensemble du contexte étudié. Parmi les méthodes d'analyse utilisées, nous avons fait appel à des approches innovantes et éprouvées pour extraire des informations clés et en tirer des enseignements significatifs.

L'une de ces approches est l'analyse des discussions, qui consiste à examiner attentivement les échanges verbaux et écrits afin de dégager les thèmes récurrents, les opinions dominantes et les tendances émergentes.

En complément de l'analyse des discussions, nous avons utilisé le tableau des influences pour identifier les acteurs clés impliqués dans le domaine étudié. Cette méthode nous a permis de cartographier les relations et les interactions entre les parties prenantes, mettant en évidence les alliances stratégiques, les rivalités et les dynamiques de pouvoir qui peuvent influencer les résultats.

De plus, nous avons utilisé l'analyse environnementale PESTEL (Politique, Économique, Social, Technologique, Environnemental et Légal) pour examiner les facteurs macro-environnementaux qui peuvent influencer l'écosystème étudié.

Une autre approche puissante que nous avons adoptée est l'analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces).

Cette approche méthodologique rigoureuse a permis d'obtenir des résultats solides et d'identifier des recommandations clés pour élaborer le cadre stratégique et le plan de communication.

IV. L'élaboration du draft avancé

En se référant aux résultats de l'analyse de la situation, un projet de document stratégique a été créé en tenant compte des objectifs fixés par le commanditaire et en suivant la structure traditionnelle des étapes et des composantes d'une stratégie de communication.

V. L'atelier de finalisation et de validation

Le projet initial du document stratégique a été partagé lors d'un atelier auquel ont participé toutes les parties prenantes. Cet atelier a permis de travailler en groupe afin d'enrichir et d'harmoniser le document final.

NB : La limite de l'analyse

Cette étude est circonscrite aux domaines touchant à la communication. Il ne s'agit pas d'une analyse 360 du réseau ou d'évaluation organisationnelle et programmatique.

I. Généralités sur 3CAP-Santé

1. Présentation

Le Cadre de Concertation, de Coordination et d'Actions de Plaidoyer de la Société civile pour la Santé au Sénégal (3CAP-Santé) est une organisation à but non lucratif créée en 2021 grâce à un processus de co-création, appuyé par NPI EXPAND et financé par l'USAID. Sa structure repose sur quatre (4) pôles de compétences accessibles à toutes les organisations de la société civile engagées dans le plaidoyer pour la santé, incluant les organisations communautaires de base (OCB) :

- Pool Gouvernance ;
- Pool Réformes juridiques ;
- Pool Renforcement des capacités ;
- Pool Capitalisation et pérennisation.

2. Objectifs

1. Améliorer l'implication de la société civile dans les instances de décisions aux niveaux central et décentralisé (CDS) afin qu'elle soit significative et de qualité, à partir d'une approche concertée, intégrée et inclusive pour un système de santé efficace et efficient d'ici 2024.
2. Accroître l'accès aux produits et services prioritaires de qualité, y compris la planification familiale et les produits et services de santé maternelle et infantile.
3. Accroître l'engagement des individus et des communautés dans la gestion de leurs services de santé.
4. Renforcer les capacités de mobilisation et de plaidoyer des OSC/OCB, dans le domaine de la santé maternelle, infanto-juvénile, santé de la reproduction et du paludisme.

3. Fonctionnement

3CAP-Santé est composée de quatre (4) organes distincts pour assurer son fonctionnement et son animation. Il s'agit :

- L'Assemblée générale : organe délibérant du Cadre.
- Le Conseil d'Orientation et de Suivi (COS) : principal organe de gouvernance du Cadre ; instance de décision et de régulation.
- Le Secrétariat Technique Permanent : l'Unité de gestion et d'animation du Cadre chargée de la préparation des documents techniques et financiers, de la mise en œuvre des activités et de l'élaboration des rapports.
- Les quatre Pools de Compétences : espaces/forums techniques de réflexions et de propositions pour le Cadre.

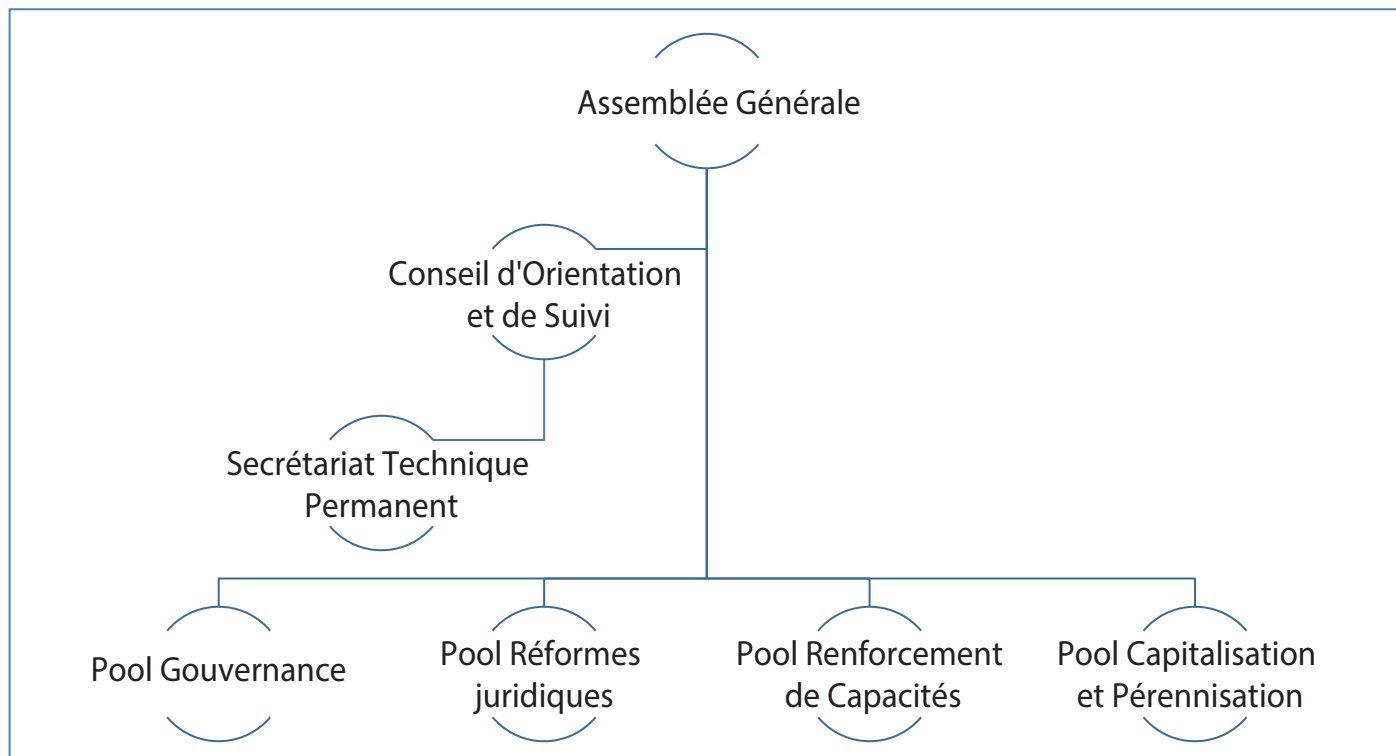


Figure 1 organisation de 3CAP-Santé

II. Analyse contextuelle

Lorsqu'on examine le contexte organisationnel de 3CAP-Santé en termes de communication, il est crucial de considérer les domaines de la politique de santé tant au niveau international qu'au niveau national, ainsi que les aspects socio-politiques et économiques qui y sont associés.

1. Le secteur de la santé au plan international

Au cours des vingt-cinq dernières années, la situation sanitaire mondiale a connu des avancées rapides, mais inégalement réparties. L'Afrique subsaharienne a réalisé d'importants progrès dans la gestion des pandémies comme le VIH, le paludisme et la tuberculose, ainsi que dans la réduction de la mortalité maternelle et infantile.

Cependant, le financement de la santé mondiale reste une préoccupation majeure pour les gouvernements, les organisations internationales et les acteurs de la santé. Malgré les progrès réalisés, de nombreux pays sont confrontés à des défis majeurs pour financer leurs systèmes de santé. Les ressources limitées, les inégalités socio-économiques et les pressions

sur les dépenses de santé rendent l'accès aux services de santé essentiels difficile pour de nombreuses populations. De plus, des problèmes tels que les épidémies mondiales, les maladies non transmissibles et les défis liés à la santé reproductive et maternelle nécessitent des financements adéquats pour être résolus efficacement. Les pays en développement, en particulier, rencontrent des difficultés supplémentaires pour mobiliser les ressources nécessaires à la fourniture de soins de santé de qualité.

2. Au niveau national

La situation de la santé au Sénégal présente à la fois des défis et des progrès encourageants. Le pays fait face à diverses problématiques, notamment un accès limité aux services de santé dans les zones rurales, une pénurie de professionnels de la santé qualifiés et des ressources financières limitées. Ces défis rendent l'accès aux soins de santé de qualité difficile pour de nombreux Sénégalais, en particulier les plus démunis.

Cependant, malgré ces obstacles, le Sénégal a réalisé des avancées significatives dans plusieurs domaines de la santé. Le pays est fort de son réseau d'organisation institutionnelle et non institutionnelle et a mis en place des politiques et des programmes visant à améliorer la santé maternelle et infantile, à lutter contre les maladies infectieuses telles que le paludisme, la tuberculose et le VIH/Sida, ainsi qu'à renforcer les systèmes de santé.

Ces 10 dernières années, Le gouvernement sénégalais a investi dans la construction et la rénovation d'infrastructures de santé, la formation de personnel médical et l'expansion des services de santé de base. Ainsi, le plan d'investissements pour un système de santé résilient et pérenne prévoit un budget de 500 milliards de francs sur la période 2020 2024 (PNDSS 2019-2028).

Des efforts ont également été déployés pour promouvoir la prévention des maladies et sensibiliser la population à l'importance des soins de santé.

Le Sénégal fait face à des contraintes budgétaires et à une dépendance significative vis-à-vis de l'aide extérieure pour financer son système de santé. Ceci peut être justifiée par l'article du FMI (Fonds Monétaire International) publié en juillet 2023, Après avoir ralenti à 4,7 % en 2022, la croissance du Sénégal devrait rebondir à plus de 5,3 % cette année, en

partie sous l'effet de l'émergence de son secteur gazier et pétrolier. Il s'agit de l'une des plus fortes croissances d'Afrique subsaharienne. Le pays est toutefois confronté à plusieurs difficultés, notamment les répercussions de la guerre en Ukraine, le durcissement des conditions de financement et l'instabilité politique accrue dans la région. Le creusement du déficit budgétaire et l'augmentation de la dette publique constituent deux sujets de préoccupation majeurs. (IMF, 2023). Bien que le gouvernement sénégalais ait augmenté progressivement son budget alloué à la santé, les ressources demeurent insuffisantes pour répondre pleinement aux besoins croissants de la population. Etant donné que le Sénégal est perçu comme une des meilleures croissances économiques en Afrique sub-saharienne, et pour remédier à cette situation de crise, beaucoup d'efforts doivent être déployés pour diversifier les sources de financement de la santé. Le Sénégal explore des mécanismes tels que couverture maladie universelle, qui vise à étendre la couverture santé à l'ensemble de la population et à mobiliser des fonds par le biais de cotisations obligatoires. Le taux de couverture maladie universelle (CMU) est passé de 20 % en 2013 à 53 % en 2022 (**chiffres : agencecmu.sn/ site web officiel**).

Des partenariats public-privé sont également encouragés pour attirer des investissements privés dans le secteur de la santé.

3. Le contexte global de communication dans le secteur de la santé au Sénégal

Le secteur de la communication connaît une croissance rapide au Sénégal. En plus des radios et télévisions du service public, de nouveaux journaux, radios et télévisions commerciales et communautaires ont vu le jour, accompagnés d'une presse en ligne florissante. Les technologies de l'information et de la communication se sont également développées de manière significative, avec une couverture presque nationale en téléphonie cellulaire et une adoption croissante de l'internet et des réseaux sociaux, surtout dans les zones urbaines et les capitales régionales.

La communication institutionnelle est un outil puissant pour promouvoir des initiatives telles que 3CAP-Santé. Elle joue un rôle clé dans la diffusion d'informations, la sensibilisation

du public et l'établissement de relations de confiance avec les parties prenantes. Grâce à une communication institutionnelle efficace, ces acteurs peuvent renforcer leur image, promouvoir leurs objectifs et interventions.

En outre, la communication joue un rôle essentiel dans la création de partenariats stratégiques entre les organisations et les acteurs locaux, nationaux et internationaux. Ces collaborations offrent des occasions de renforcement mutuel, d'échange de bonnes pratiques et de mobilisation de ressources supplémentaires afin de soutenir les activités et favoriser la croissance.

4. Les réseaux d'organisations en santé

Au Sénégal, plusieurs réseaux d'organisations dans le domaine de la santé jouent un rôle essentiel en coordonnant les activités et en améliorant les services de santé. On peut citer : le Réseau des Systèmes et Prestataires de Services de Santé, Le Réseau Sénégalais des Personnes Vivant avec le VIH, le Réseau des Associations de Santé Communautaire, le Réseau des Professionnels de la Santé pour la Promotion de la Santé Maternelle et Infantile etc.

Ces réseaux d'organisations en santé jouent un rôle crucial dans le développement et l'amélioration du système de santé au Sénégal, en favorisant la collaboration, l'échange d'expertise et la mise en œuvre de programmes efficaces pour répondre aux besoins de la population.

5. Santé et société civile au Sénégal

La société civile au Sénégal englobe une multitude d'organisations non gouvernementales, d'associations, de groupes communautaires et de citoyens engagés. Ces acteurs jouent un rôle crucial dans la promotion de la santé à tous les niveaux, que ce soit en sensibilisant les communautés sur les bonnes pratiques de santé, en fournissant des services de soins de base ou en plaidant en faveur de politiques de santé plus inclusives.

La société civile sénégalaise est active dans la sensibilisation et l'éducation en santé, en particulier dans les zones rurales et les communautés marginalisées. Les organisations non

gouvernementales déploient des campagnes d'information sur des sujets tels que la prévention des maladies, l'hygiène, la nutrition et la planification familiale. Ces initiatives permettent d'accroître les connaissances et de favoriser des comportements sains au sein des populations, contribuant ainsi à la prévention des maladies et à l'amélioration de la santé globale.

La société civile joue également un rôle crucial dans l'amélioration de l'accès aux soins de santé au Sénégal. De nombreuses organisations mettent en place des centres de santé communautaires, des cliniques mobiles et des programmes de santé itinérants pour atteindre les populations éloignées. Elles facilitent l'accès aux services de santé de base tels que les consultations médicales, les vaccinations, les dépistages et les traitements. En collaborant avec le gouvernement, ces initiatives contribuent à combler les disparités en matière de santé entre les zones urbaines et rurales, ainsi qu'entre les différentes couches de la société.

Enfin, la société civile au Sénégal joue un rôle important dans le plaidoyer en faveur de politiques de santé plus inclusives. Les organisations de la société civile peuvent exercer une pression sur le gouvernement pour garantir des budgets adéquats alloués à la santé, promouvoir l'équité dans l'accès aux soins de santé et influencer les décisions politiques en matière de santé. Leur voix collective renforce la participation citoyenne et contribue à façonner des politiques de santé plus responsables et réactives aux besoins réels de la population.

6.1. Le contexte soumis au PESTEL

En examinant l'environnement de 3CAP-santé, il est possible de constater l'influence des facteurs et des enjeux sur les aspects de communication de l'organisation. L'analyse met en évidence comment ces éléments qui affectent les paramètres de communication de 3CAP-Santé.

Tableau 1: Analyse PESTEL

Politique	Economique	Socioculturel	Technologique	Ecologique (durable)	Législatif
Le gouvernement sénégalais accorde une grande importance à la santé. Existence de réformes politiques qui influencent la gouvernance des organisations de santé et leur mode de financement. La stabilité politique favorable	Rareté des ressources financières de financement complexes pour les réseaux d'organisation	Les croyances culturelles et les pratiques sociales peuvent affecter la façon dont les services de santé sont perçus et utilisés. Certaines réticences envers certaines questions clés de la santé publique et des financements qui y sont associés	L'organisation bénéficie d'un cadre technique et technologique favorable grâce aux avancées du Sénégal en matière d'infrastructure et de technologie et d'offre de formation dans ce domaine.	Les problèmes environnementaux, tels que les changements climatiques, peuvent avoir des conséquences sur la santé des populations La durabilité environnementale et les pratiques de santé publique doivent être prises en compte dans les politiques et les actions	L'environnement juridique des organisations évoluant dans la santé au Sénégal repose sur des lois et des réglementations strictes qui encadrent leurs activités, leur gouvernance et leur responsabilité envers les patients et la société. Elles doivent se conformer à des normes

<p>développement des organisations de santé. Tensions politiques en contexte électoral peut être un frein</p>				<p>des organisations de santé.</p>	<p>légal et éthiques rigoureuses pour garantir la transparence et la responsabilité dans la gestion des ressources et des fonds alloués à la santé.</p>
---	--	--	--	------------------------------------	---

III. Analyse des principales parties prenantes à partir du tableau des influences

Tableau 2: Analyse des principales parties prenantes

Parties prenantes	Intérêts	Apports	Faiblesses
Organes de mise en œuvre (AG, COS, POOLs)	S'assurer d'une bonne compréhension des rôles par les différents acteurs	Légitimité institutionnelle	Complexité du cadre organisationnel qui peut favoriser le cloisonnement et perturber la fluidité de la circulation de l'information
	Faire adhérer et fédérer les acteurs et cibles autour de la vision et des interventions	Image et expertise des entités membres et du personnel dédié	Difficultés dans le déploiement d'une communication harmonisée et efficace.
	Assurer une bonne mise en œuvre des activités		
	Assurer un meilleur suivi des activités		
	Assurer un meilleur partage des résultats		

	Agrandir le réseau avec de nouvelles adhésions		
Organisations membres	<p>Investir dans le réseautage à des fins de développement et de croissance.</p> <p>Chercher une meilleure efficacité dans leur action globale</p> <p>Faire bénéficier son personnel de renforcement des capacités à travers les activités et les interventions du réseau</p>	<p>Maitrise du secteur d'activités et des thématiques</p> <p>Dispose de dispositifs et de moyens de communication propre</p>	<p>Disparité dans les tailles et dans l'envergure institutionnelle des organisations</p>
		<p>Dispose d'un cadre légal, institutionnel et réglementaire</p>	<p>Insuffisance des ressources</p>

<p>ETAT et démembrements</p>	<p>Pouvoir compter sur un nouveau dispositif national de plaidoyer pour la santé</p> <p>Développer le partenariat multilatéral sur les questions de la santé</p>	<p>Connaissance et expertise programmatique</p> <p>Dispose de ressources humaines qualifiées pour appuyer 3CAP-Santé</p>	<p>financières domestiques pour appuyer directement 3CAP Santé.</p> <p>Lourdeur administrative</p>
<p>Partenaires techniques et financiers</p>	<p>Avoir un interlocuteur fiable représentant plusieurs organisations</p>	<p>Expertise, maîtrise technique et expériences pratiques dans d'autres pays</p> <p>Capacité financière importante</p>	<p>Approche verticale du partenariat</p>

IV. La coordination et les interactions

Le système de management de 3CAP-Santé est officiellement décrit à la fois dans sa constitution et dans son mode de fonctionnement, tel que défini dans son plan stratégique.

Dans la réalité, la coordination du réseau et les interactions présentent différentes caractéristiques telles qu'identifiées par l'analyse actuelle du réseau organisationnel (ONA) de 3CAP-Santé, qui vise à obtenir une compréhension détaillée et contextualisée des relations à multiples facettes dans l'écosystème du plaidoyer pour la santé de la société civile sénégalaise.

Les résultats de l'ONA ont révélé que les organisations ont rejoint le réseau dans le but d'améliorer leur action de plaidoyer en partageant leurs expériences et en se soutenant mutuellement. Cependant, « les communications entre les membres du réseau sont généralement peu fréquentes. Les communications avec les organismes externes tels que les bureaux gouvernementaux et les partenaires de mise en œuvre sont également peu fréquentes. La plupart des organisations communiquent rarement avec l'extérieur, en fonction des besoins. »

Aux constats de l'analyse ONA, on peut ajouter :

- **Le faible niveau de collaboration et de partage entre les pools ;**
- **Les lenteurs au niveau des organes de mise en œuvre dans la circulation de l'information fonctionnelle et des feedbacks ;**
- **Insuffisance dans la gestion et l'appropriation de l'information et des publications.**

Il convient de souligner qu'avant la réception du récépissé de 3CAP-Santé, le schéma de coordination était basé sur une communication directe entre le partenaire NPI EXPAND et les organisations coordonnatrices des pools. Cependant, cette situation ne correspond pas à la vision de communication interne promue par le COS. La circulation de l'information adoptera le nouveau schéma de fonctionnement établi de manière consensuelle entre 3CAP-Santé et les partenaires en présence.

V. Analyse des éléments de communication

1. Le dispositif organisationnel

3CAP-Santé a récemment recruté un responsable de la communication chargé de définir la stratégie, d'assurer l'exécution technique, de gérer la communication digitale et de veiller à la capitalisation des activités.

Le département de la communication est insuffisamment doté en ressources humaines sachant que les tâches attendues demandent une implication stratégique et opérationnelle. Même si le responsable en charge de la communication est appuyé dans ses tâches par l'ensemble du personnel notamment le chargé de suivi évaluation et le chargé du développement, il est nécessaire de renforcer ce secteur par un recrutement (stage).

L'équipe de communication ne dispose pas encore du matériel nécessaire pour assurer une communication efficace. Il manque notamment des équipements audiovisuels de base et un ordinateur adapté au graphisme, indispensables pour assurer une documentation permanente et continue des activités et une gestion adéquate de la communication numérique.

2. Les supports

3CAP-Santé a conçu plusieurs outils de communication, notamment lors du lancement officiel de ses activités en avril 2023 (fiche d'information, bloc-notes, t-shirts, vidéos, photos...). Malheureusement, ces différents supports ont été produits en quantité insuffisante, ce qui limite leur diffusion sur l'ensemble du territoire national et leur impact auprès d'un large public.

De plus, les supports créés par 3CAP-Santé présentent une incohérence au niveau de leur charte graphique. Aucune règle de déclinaison visuelle n'a été établie pour maintenir une harmonie entre eux.

3. Evènementiel presse et média

3CAP-Santé a saisi l'opportunité offerte par le lancement officiel afin de bénéficier d'une importante visibilité médiatique et d'informer son public cible sur son existence, sa pertinence et ses perspectives. Il est prévu de reproduire ce genre d'occasions à l'avenir.

4. Le genre

La thématique du genre n'est pas assez prise en compte de manière pratique dans le discours et dans le déploiement des actions de 3CAP-Santé. Le réseau n'a pas d'approche systématique du genre dans ses projets et services bien que prise en compte dans le texte fondateur. Aucune action institutionnelle n'est menée dans ce sens.

5. La communication numérique et digitale

• Analyse du site web

Le site web de 3CAP-Santé, est considéré comme un élément essentiel de la stratégie de communication de l'organisation. Sa version actuelle possède une base solide, un design sobre et surtout une accessibilité optimale sur tous les types de supports. Cependant, il présente certaines insuffisances qui pourraient réduire son attractivité et l'expérience visiteur.

A titre d'exemple :

- L'interface présente des limites en termes de dynamisme et d'intuitivité n'est pas assez dynamique et intuitive ce qui limite la convivialité de l'expérience utilisateur ;
- Insuffisance de la qualité des images postées.
- Sur le site, il n'y a pas de section réservée aux intervenants, comme un espace dédié au blog

Il est attendu du site web de 3CAP-Santé qu'il offre une expérience utilisateur fluide. Il doit présenter des informations claires, concises et facilement accessibles, permettant aux visiteurs de trouver rapidement ce qu'ils cherchent. De plus, il devra proposer des fonctionnalités interactives et des appels à l'action incitatifs, favorisant l'engagement des utilisateurs.

- Analyse des réseaux sociaux

Bien que présente sur divers réseaux sociaux tels que Facebook, LinkedIn, Twitter et YouTube, l'efficacité de la communication digitale de 3CAP-Santé nécessite des améliorations. Les publications actuelles suscitent encore un faible niveau d'engagement et d'interaction. Une stratégie digitale complète reste à élaborer, car les pages ne parviennent pas encore à refléter la diversité des sujets et des thématiques dans leur contenu. Pour tirer pleinement parti du potentiel des réseaux sociaux et atteindre un public plus large, il est essentiel pour 3CAP-Santé de développer une stratégie digitale plus solide.

6. L'analyse FFOM (SWOT) du mix communicationnel

Forces	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> - Image institutionnelle - Existence de leaders politiques et techniques influents forts ; - Expertise des membres au niveau de la communication ; - Accessibilité de la plateforme internet et des réseaux sociaux ; - Composition pluri-secteur des organisations membres qui peuvent être des relais efficaces ; - Les dirigeants accordent une importance à la communication ; 	<ul style="list-style-type: none"> - Faible notoriété sur internet ; - Insuffisance au niveau du dispositif humain (quantité de la ressource humaine dédiée à la communication) ; - Faiblesse des moyens financiers alloués aux activités de communication ; - Insuffisance des supports de communication - Insuffisance de la qualité graphique des supports de communication ; - Insuffisance dans la circulation de l'information en interne et la collaboration entre les pools ; - Gestion timide de la communication numérique ; - Dépendance à un bailleur/partenaires unique pour le financement des activités ; - Non harmonisation et appropriation de la communication de 3CAP-Santé par certaines organisations membres.

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Fort soutien institutionnel (Ministère de la Santé) ; - Engagement des PTFs à soutenir la synergie entre les organisations ; 	<ul style="list-style-type: none"> - Évolution incertaine de la pandémie de la COVID 19 qui peut perturber les activités de communication ; - Possibilité d'avoir d'autres crises sanitaires ou climatiques
<ul style="list-style-type: none"> - Amélioration du réseau de télécommunication et de l'environnement technologique avec un meilleur accès aux outils digitaux ; - Développement de l'environnement audiovisuel avec l'existence de médias de proximité ; - Existence d'évènements touchant aux thématiques de 3CAP-Santé (salon, forum...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Évolution incertaine de la situation politique nationale avec le contexte des élections ; - Adhésion de certaines organisations dans d'autres réseaux d'organisations de santé.

NB : Cette analyse SWOT est complétée par une autre analyse similaire réalisée dans le cadre de l'élaboration du plan stratégique. Veuillez-vous référer aux annexes.

VI. Défis de la communication de 3CAP-Santé

Après avoir effectué l'analyse situationnelle de communication, les défis majeurs identifiés sont les suivants :

- 1) **Communication interne** : Il est essentiel de garantir une circulation fluide de l'information et une visibilité au sein de l'organisation ainsi qu'entre les différentes parties prenantes. Cela peut être réalisé en mettant en place des canaux de communication clairs et efficaces, favorisant ainsi l'échange d'informations entre les membres de l'organisation. Les obstacles organisationnels, les silos d'information et le manque de collaboration peuvent entraver la communication interne. Il est donc primordial de promouvoir un climat de travail ouvert, d'utiliser des outils de communication adaptés et d'encourager la transparence et le partage d'informations.
- 2) **Communication externe** : Établir une relation de confiance est d'une importance capitale. Cela nécessite de fournir des informations précises et cohérentes tout en gérant efficacement les problèmes de relations publiques.
- 3)! **Communication multicanale** : Avec l'évolution des technologies et l'essor des médias sociaux, les organisations doivent relever le défi de communiquer de manière cohérente et efficace sur différents canaux tels que les e-mails, les plateformes de messagerie, les médias sociaux et les blogs.
- 4) **Renforcement de la crédibilité et de la confiance** : Une communication d'impact permet à l'organisation de démontrer la valeur et l'efficacité de ses actions. En partageant des histoires de réussite, des études de cas et des résultats tangibles, 3CAP-Santé peut renforcer sa crédibilité et gagner la confiance du public, des partenaires et des parties prenantes. Cela contribuera à maintenir une réputation positive.
- 5) **Partage des connaissances et de l'expertise** : 3CAP-Santé s'engage dans la recherche, l'analyse et le développement de solutions innovantes pour résoudre les problèmes de santé. La communication joue un rôle essentiel en permettant

la diffusion des connaissances et de l'expertise acquises, le partage des bonnes pratiques et l'influence sur les politiques publiques.

- 6) **Documentation et capitalisation des expériences** : Ces éléments sont essentiels dans la stratégie de communication de l'organisation. Ils permettent de conserver et de partager les connaissances et les leçons apprises tout au long de l'expérience, contribuant ainsi à l'amélioration continue des activités de communication.

PARTIE 3 : LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

La stratégie de communication de 3CAP-Santé vise à engager différentes parties prenantes qui sont également les cibles principales.

L'objectif principal de cette stratégie est de garantir une communication interne et externe efficace en promouvant la marque du réseau, en renforçant sa visibilité ainsi que sa mission et son agenda. Cette approche sera nationale avec une ouverture panafricaine grâce à des activités de sensibilisation, soutien au plaidoyer, la gestion de l'image de marque, des événements publics et des relations avec les médias.

I. Le cadre stratégique

La stratégie de communication de 3CAP-Santé est un élément déterminant de la planification de l'organisation. Le cadre stratégique présente la vision, les objectifs, les approches, les changements souhaités ainsi que les canaux, supports et moyens à mobiliser.

1. Approches

La communication de 3CAP-Santé s'aligne sur les objectifs du plan stratégique en mettant l'accent sur les besoins des organes de mise en œuvre. L'organisation s'engage à adopter une approche cohérente dans toutes ses activités conjointes, garantissant ainsi la cohérence des messages et renforçant le plaidoyer sur les thèmes prioritaires identifiés. Cette approche permettra d'adopter une position stratégique claire et cohérente pour sa vision au Sénégal, renforçant ainsi sa portée., évitant la duplication, les incohérences et la fragmentation des messages.

La stratégie de communication repose sur cinq principales approches :

☞! Positionnement en tant que porte-parole consensuel :

- Assurer une représentation cohérente et unifiée des organisations membres lors des initiatives de plaidoyer pour la santé.

- Amplifier les messages clés du partenariat pour garantir une voix forte et crédible.
- Établir des relations solides avec les médias et les parties prenantes clés pour renforcer l'impact de la communication.

☞ **Fondement sur des preuves :**

- Utiliser des données, des études et des recherches scientifiques pour étayer les messages de communication.
- Mettre l'accent sur la transmission d'informations factuelles et vérifiables pour renforcer la crédibilité du partenariat.
- Collaborer avec des experts et des chercheurs pour développer des messages clairs et basés sur des preuves.

☞ **Réactivité et flexibilité envers les besoins stratégiques :**

- Adapter les stratégies de communication pour répondre aux besoins changeants du partenariat.
- Être ouvert aux suggestions et aux commentaires des membres du partenariat pour améliorer les efforts de communication.
- Intégrer des mécanismes de rétroaction pour ajuster rapidement les approches de communication en fonction des résultats obtenus.

☞ **Célébration de l'innovation et partage des succès et des défis :**

- Mettre en avant les réussites du partenariat en matière de santé pour inspirer d'autres acteurs et renforcer la confiance.
- Communiquer ouvertement les défis rencontrés et les leçons apprises pour favoriser l'apprentissage et l'amélioration continue.
- Utiliser des exemples concrets d'innovation pour susciter l'engagement et l'adhésion des parties prenantes.

☞ **Élargissement de l'audience et engagement des publics externes :**

- Développer des messages clairs et adaptés pour atteindre différents publics externes (gouvernements, ONG, grand public, etc.).
- Utiliser divers canaux de communication (médias traditionnels, médias sociaux, événements, etc.) pour toucher un large éventail de publics.

- ! Impliquer activement les parties prenantes externes dans les activités de communication pour renforcer les partenariats et l'impact collectif.

2.! Objectifs

La communication vise à atteindre des objectifs à court, moyen et long terme, tant internes qu'externes.

❖ Communication interne :

- Promouvoir une identité commune et une vision partagée par tous les membres.
- Améliorer la collaboration entre les membres et les partenaires du réseau.
- Renforcer la coordination des activités au sein du réseau.
- Faciliter le partage d'informations entre les membres et les partenaires.
- Accroître le niveau d'engagement des membres et des partenaires envers le réseau.

❖ Communication externe :

- Faire connaître le réseau en mettant en avant sa vision, sa mission et son fonctionnement.
- Renforcer l'impact de la communication de 3CAP-Santé en identifiant et en impliquant des champion-ne-s et des personnes influentes dans le domaine de la santé pour communiquer et promouvoir les messages de plaidoyer du réseau.
- Mettre en évidence la valeur ajoutée du réseau pour ses partenaires.
- Encourager les organisations de la société civile à intégrer le 3CAP-Santé.
- Améliorer la visibilité nationale et internationale du réseau.
- Positionner le réseau en tant qu'acteur actif dans l'amélioration du système de santé sénégalais.
- Accroître la reconnaissance du réseau en tant qu'acteur clé dans le domaine de la santé.

3. Groupes cibles

La stratégie implique de classer les cibles identifiées par ordre de priorité et de les évaluer individuellement en prenant en compte les objectifs, le thème, le contexte et le message principal de chaque activité de communication associée.

Voici la classification des cibles :

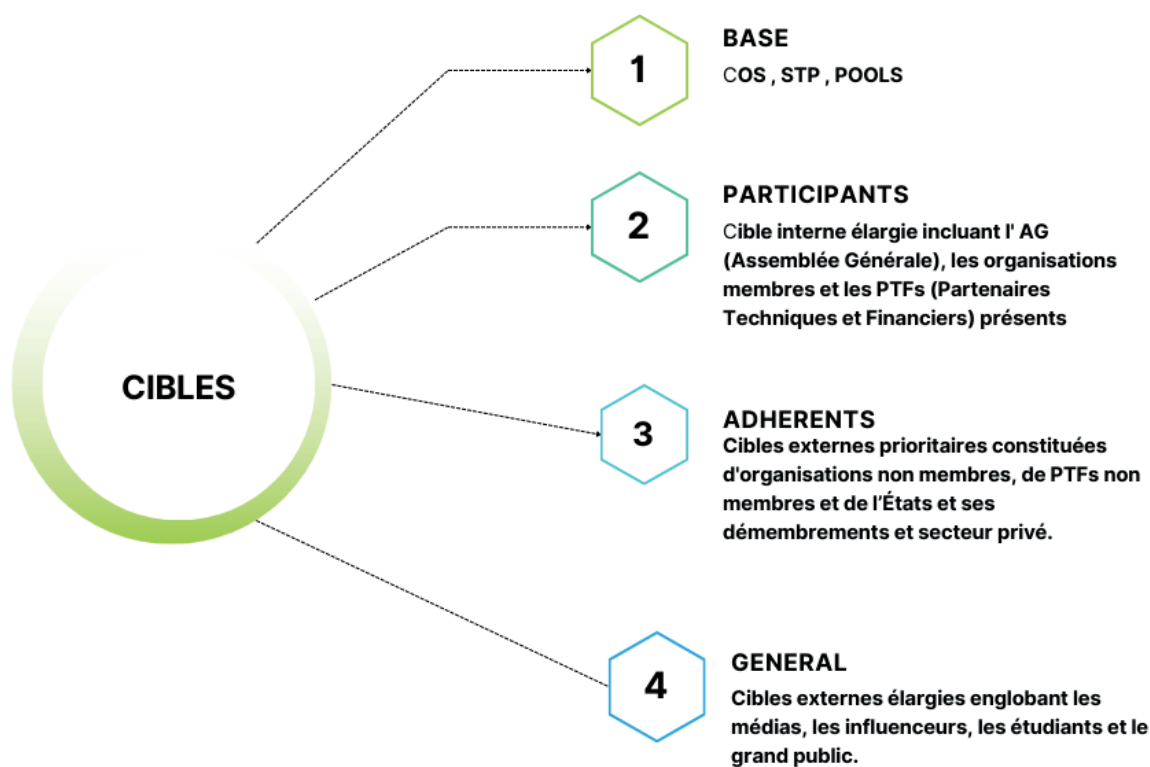


Figure 2 : les cibles de la communication de 3CAP-Santé

4. Axes stratégiques

LES PRINCIPAUX AXES

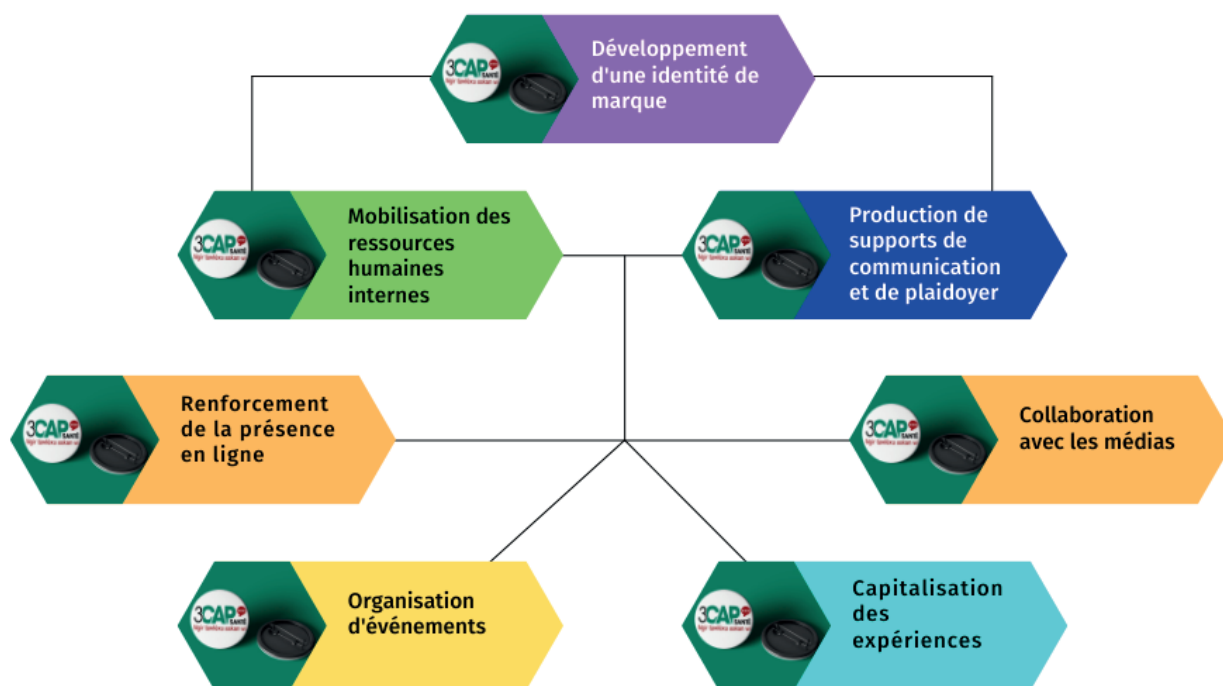


Figure 3 Axes stratégiques de communication

Si nous analysons les priorités du plan stratégique pour la période donnée, nous pouvons identifier les sept axes prioritaires suivants :

1. **Développement d'une identité de marque** : Nécessite une cohérence et une attractivité entre l'identité et l'image, en définissant les valeurs et la mission, en créant une charte graphique séduisante, et en maintenant une communication cohérente à tous les niveaux
2. **Mobilisation des ressources humaines internes** : Il est crucial de mettre en place un système de collaboration dynamique et pertinent pour mobiliser les

ressources humaines au sein de l'organisation. Cela peut inclure la mise en place de canaux de communication efficaces, la promotion de la participation active des employés, et la création d'un environnement de travail stimulant et motivant.

Production de supports de communication pour appuyer le plaidoyer : En qualité de réseau engagé dans le plaidoyer, 3CAP-Santé devrait percevoir la création de supports de communication comme un levier essentiel pour fortifier son action militante. Chaque support devrait être étroitement aligné sur des objectifs spécifiques du plan stratégique, contribuant ainsi à soutenir les activités de plaidoyer.

- 3. Renforcement de la présence en ligne :** Il est important de développer une présence active sur les plateformes de médias sociaux pertinentes, d'interagir avec le public, de partager du contenu intéressant et de promouvoir les activités de l'organisation.
- 4. Collaboration avec les médias :** Il est nécessaire de travailler en collaboration avec les médias pour faire connaître les actions de 3CAP-Santé. Cela peut se faire en établissant des relations avec les journalistes, en organisant des conférences de presse, en rédigeant des communiqués de presse et en répondant aux demandes d'interviews.

Les médias constituent également des cibles privilégiées, soulignant ainsi l'importance de renforcer leur compréhension et leur rôle éventuel au sein des domaines de plaidoyer du réseau.

- 5. Organisation d'évènementiel :** En outre, il est recommandé d'organiser des événements pour mobiliser les parties prenantes et susciter l'intérêt pour la cause de l'organisation. Cela peut inclure l'organisation de conférences, d'ateliers ou d'autres initiatives créatives.
- 6. Capitalisation des expériences :** Compte tenu de l'existence d'un pool de capitalisation déjà en place, il est impératif de concentrer les efforts sur le renforcement actif de la diffusion. Cette approche vise à assurer une prise en compte plus efficace et approfondie de cet élément préexistant, tout en le transformant en un puissant levier d'apprentissage et de visibilité.

5. Messages clés

Tableau 4: Messages clés

Cibles	Messages
Base	<p>Le réseau 3CAP-Santé plaidons en faveur de la santé pour tous, en travaillant main dans la main pour influencer les politiques et les pratiques.</p> <p>Mieux nous collaborons, plus nous atteignons nos objectifs particuliers et collectifs.</p>
Participants	<p>Le réseau 3CAP-Santé favorise la collaboration entre les organisations, en renforçant ainsi notre capacité collective à avoir un impact positif sur les communautés que nous servons.</p> <p>En rejoignant le réseau 3CAP-Santé, vous bénéficierez de l'expertise et des compétences diversifiées de nos membres, ce qui renforcera vos capacités et votre efficacité dans la réalisation de votre mission.</p>
Adhérents	<p>Le réseau 3CAP-Santé est reconnu pour sa crédibilité et vous assure une représentativité accrue au Sénégal, ainsi qu'une expertise avérée en matière de plaidoyer.</p> <p>En tant que réseau, 3CAP-Santé facilite la mobilisation des ressources financières, techniques et humaines nécessaires pour mettre en œuvre des projets et des programmes significatifs, en maximisant l'efficacité des ressources disponibles.</p>
Général	<p>Le réseau 3CAP-Santé est engagé pour la transparence et la redevabilité, en adoptant des normes élevées de gouvernance et en rendant compte de nos activités et de nos résultats de manière régulière et rigoureuse</p>

6. Actions/activités de communication

- **La coordination**

La collaboration étroite des parties prenantes de 3CAP-Santé est essentielle pour assurer une intervention efficace. Le COS, par le biais de son secrétariat technique permanent (STP), doit s'engager à établir un cadre de dialogue et d'échange en organisant des réunions formelles. En outre, il est recommandé d'utiliser des dispositifs de coopération interactive tels que Google Drive ou Microsoft Teams et des technologies mobiles, notamment Messenger ou WhatsApp. Il est primordial de garantir la tenue régulière des rencontres des instances de coordination et de produire les rapports, PV ou compte-rendu dans les délais impartis. Ces rapports devraient suivre un modèle standardisé, facilitant ainsi la cohérence et l'efficacité des échanges entre les parties prenantes.

L'établissement de règles claires de communication est crucial pour garantir une compréhension mutuelle entre les différents acteurs et pour éviter toute confusion ou divergence dans les messages transmis. Ces règles devraient inclure des lignes directrices sur le ton de communication, le choix des mots, le style d'expression ...

En harmonisant les positions, il est possible d'éviter les contradictions internes et de créer une frontière solide pour l'ensemble de l'organisation. Cela signifie que tous les membres de l'équipe, qu'ils soient internes ou externes, doivent être informés des valeurs, des objectifs et des principes fondamentaux de l'organisation. Cela permet de renforcer l'identité et de s'assurer que tous les messages sortants sont en ligne avec cette identité.

Les principes suivants doivent être respectés en matière de communication interne :

Canaux de communication interne pour 3CAP-Santé

Afin d'optimiser nos canaux de communication interne, il est impératif de suivre certaines règles fondamentales. Cela inclut l'utilisation d'un langage professionnel, la vérification des informations avant de les partager, la considération des opinions des autres et le maintien d'un ton respectueux et constructif dans toutes les interactions

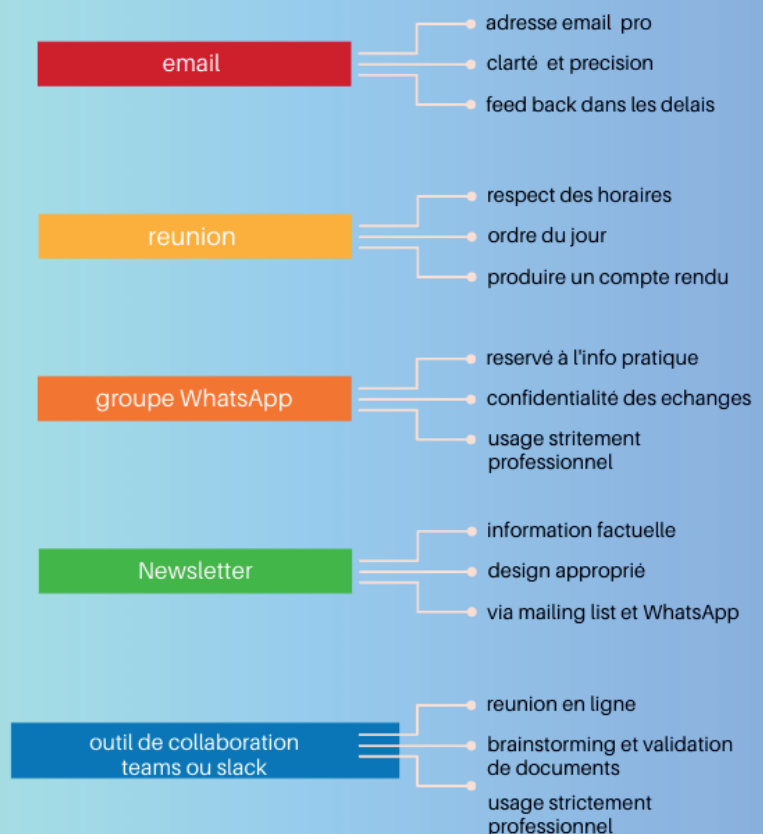


Figure 4canaux de communication

- **Relations publiques et médias**

Les médias seront traités à la fois comme des cibles et comme des collaborateurs dans l'effort de plaidoyer. L'approche médiatique sera soigneusement ciblée et adaptée en fonction des moments clés et des publications opportunes, ainsi que lorsqu'il s'agira de mettre en lumière une activité particulière. La communication sera sélective dans l'envoi de communiqués de presse, privilégiant uniquement les informations véritablement nouvelles et dignes d'intérêt.

Il faut accorder une attention particulière aux journalistes spécialisés en santé ainsi qu'aux agences de presse renommées telles que APS, APANEWS, l'AFP, mais également aux médias traditionnels et autres.

Le responsable de communication sera chargé de renforcer ces relations en établissant des partenariats stratégiques pour le placement de contenu. Ces partenariats permettront de diffuser des articles d'opinion ou des articles de réflexion dans des médias sélectionnés, mettant en valeur l'expertise et le positionnement. Il/Elle veillera à ce que le contenu proposé soit de grande qualité et pertinent pour le public cible, renforçant ainsi la crédibilité.

En fonction des ressources disponibles, il pourra être envisagé d'organiser des voyages de presse pour permettre aux journalistes de vivre de près l'impact des activités. Ces voyages de presse offriront une occasion unique de montrer concrètement les résultats et les réalisations de l'organisation, renforçant ainsi son positionnement en tant qu'acteur clé dans le domaine de la santé au Sénégal.

Il est également important d'intégrer les médias dans le dispositif de plaidoyer. Pour ce faire, il faudra renforcer leur capacité dans les thématiques et les outils de 3CAP-Santé.

▪ **La communication numérique**

La communication numérique doit reposer sur trois principaux piliers : le développement de canaux propres tels que les médias sociaux et les sites web, le renforcement de la perception auprès d'une sélection d'acteurs tels que les médias en ligne et les médias sociaux, ainsi que l'utilisation de plateformes existantes lors des grandes manifestations.

Pour maximiser l'impact sur ces publics cibles, la communication numérique adapte les contenus à chaque canal et exploite des techniques telles que le référencement et le ciblage, tout en veillant à respecter la protection des données. Lorsqu'il y a des opportunités de collaboration avec des organisations partenaires, celles-ci sont utilisées spécifiquement pour développer des outils et profiter des audiences.

- **Le site web** : est destiné à jouer un rôle clé dans la diffusion du message auprès du grand public, le partage d'informations et de documents ou supports pertinents relatifs à la santé au Sénégal. Pour maintenir le site web à jour, il est essentiel d'avoir un flux régulier d'informations provenant du STP et des pools de compétences et si possible d'autres partenaires de mise en œuvre du programme Santé de l'USAID. Les

contributions doivent comporter des statistiques claires, des récits d'intérêt humain mettant en lumière les bénéficiaires finaux, et être visuellement attrayantes.

- o! **Les réseaux sociaux** : Les réseaux sociaux constituent l'un des outils que 3CAP-Santé utilisera pour atteindre son public cible, principalement les jeunes. La communication de 3CAP-Santé doit étendre ses actions numériques en proposant davantage de contenus visuels tels que des photos, des vidéos. Il faut également créer des discussions ou y participer avec des hashtags pour les événements ou les thèmes clés. Cela permettra de soutenir les efforts de communication de manière plus efficace.

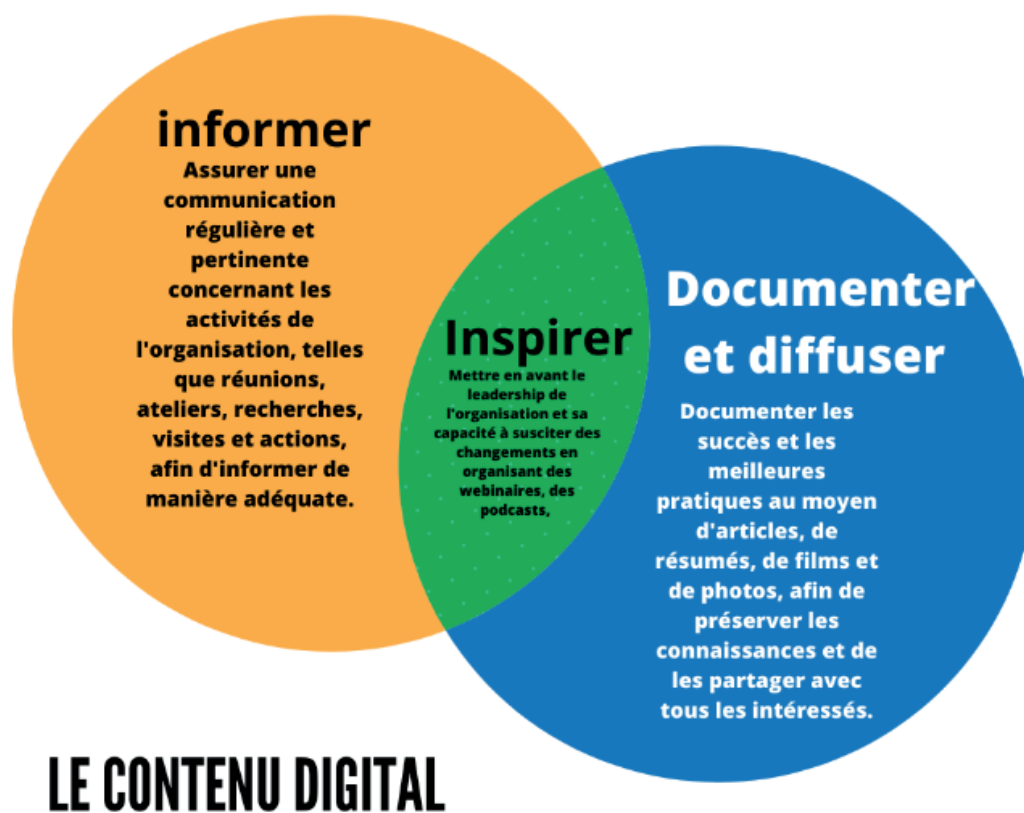


Figure 5 contenu digital des RS

•! La production de supports

En soutien aux actions de plaidoyer, les supports d'information et de communication, tels que les brochures, les plaquettes et les films, ont pour objectif de transmettre des informations spécialisées de manière formelle et adaptée au public ciblé. Qu'il s'agisse du

grand public, des leaders d'opinion ou des médias, ces supports présentent une approche différenciée pour aborder les différentes thématiques.

D'autre part, les produits promotionnels tels que les T-shirts, les casquettes et les stylos, agendas, calendriers, pins, clés USB, sacs, porte-clés etc. ont pour but d'attirer l'attention de leur public grâce à un impact visuel et émotionnel. Ces supports sont conçus pour susciter l'intérêt et la curiosité, renforçant ainsi la notoriété et l'image de la marque ou de l'organisation.

Il est essentiel que tous ces supports suivent un processus de validation identifié afin de garantir leur qualité et leur pertinence. Cela implique des étapes telles que la collecte des informations, la rédaction et la conception, la relecture et la correction, ainsi que l'approbation finale.

De plus, il est important que ces supports respectent une charte graphique spécifique. La charte graphique définit les règles et les normes visuelles à suivre, telles que les couleurs, les polices, les logos et les éléments graphiques.

▪ **Les événements**

L'organisation et la participation de 3CAP-Santé à des événements d'envergure nationale et internationale revêtent une importance cruciale pour le développement de son image et de son portefeuille de partenariats. Ces événements offrent une visibilité considérable auprès des médias, des partenaires et de l'opinion publique. Afin de maximiser les avantages de ces opportunités, 3CAP-Santé peut adopter différentes approches, telles que le parrainage, l'invitation en tant qu'intervenant, paneliste ou conférencier.

Pour assurer le succès de sa participation, il est essentiel que 3CAP-Santé cible judicieusement les événements pertinents. L'organisation devrait prendre en compte l'alignement thématique, le public cible, le niveau d'influence et la portée médiatique de chaque événement potentiel. Cela permettra de garantir que la participation de 3CAP-Santé apporte une valeur ajoutée significative.

3CAP-Santé peut également envisager d'organiser ses propres événements, tels que des conférences, des ateliers ou des symposiums mais également de participer aux rencontres stratégiques du ministère de la Santé et de l'Action sociale telles que les RAC et autres revues. Cela offre une opportunité supplémentaire de mettre en avant son expertise, de rassembler des experts du domaine et d'élargir son réseau de partenariats. Ces événements internes permettent à 3CAP-Santé de se positionner en tant qu'acteur clé du secteur de la santé et de renforcer sa réputation en tant qu'organisme de référence.

▪ **Les publications**

3CAP-Santé est engagé dans le développement d'une variété de documents tels que des rapports, des guides et des fiches d'information. Afin de favoriser une participation active dans les domaines d'intervention, il est essentiel de mettre en place une politique de publication bien définie.

La première étape consiste à définir les objectifs et les messages clés de chaque document. Il est important de clarifier les informations à communiquer et de veiller à ce qu'elles soient cohérentes avec la mission et les valeurs de 3CAP-Santé.

Une fois les objectifs établis, il est essentiel de développer une structure claire pour chaque type de document. Les rapports, par exemple, pourraient suivre une organisation basée sur une introduction, une méthodologie, des résultats, des conclusions et des recommandations. Les guides pourraient être divisés en sections thématiques, et les fiches d'information pourraient présenter des informations succinctes et faciles à comprendre.

En parallèle, la création d'une base de données téléchargeable permettrait aux utilisateurs d'accéder facilement aux publications de 3CAP-Santé. Cette base de données devrait être organisée de manière logique et intuitive, en utilisant des catégories et des mots-clés pertinents. Elle pourrait également être dotée d'un moteur de recherche pour faciliter la recherche d'informations spécifiques.

Pour garantir la qualité des publications et autres documents, il est recommandé de mettre en place un dispositif ou mécanisme de relecture et de validation. Cela peut impliquer la

mise en place d'une équipe éditoriale chargée d'examiner attentivement chaque document avant sa publication. Cette équipe devrait s'assurer de l'exactitude des informations, de la clarté du style rédactionnel et de la conformité aux normes de qualité établies.

Enfin, la stratégie éditoriale devrait être soutenue par une planification et une gestion efficace. Il est utile d'établir un calendrier de publication pour s'assurer que les documents sont produits de manière régulière et cohérente.

- **Les partenariats**

Le réseau solide de 25 organisations dont dispose 3CAP-Santé constitue un atout majeur pour l'organisation. Il offre de nombreuses opportunités en termes de communication avec les partenaires. Grâce à ce réseau, 3CAP-Santé peut établir des relations de confiance, partager des informations pertinentes et collaborer de manière efficace. La diversité des organisations au sein du réseau permet également d'élargir les perspectives et d'obtenir des idées novatrices pour les projets de communication.

Cependant, pour tirer pleinement parti de ce réseau, il est crucial de développer des partenariats stratégiques avec le gouvernement sénégalais et les bailleurs internationaux. Ces partenariats offriront une légitimité supplémentaire à 3CAP-Santé et renforceront sa crédibilité auprès des parties prenantes clés. Travailler en étroite collaboration avec le gouvernement permettra d'aligner les objectifs et les priorités, tout en bénéficiant de l'expertise et des ressources gouvernementales. Les bailleurs internationaux peuvent également apporter un soutien financier et technique précieux pour la mise en œuvre des projets de communication.

Les piliers du partenariat de 3CAP-santé

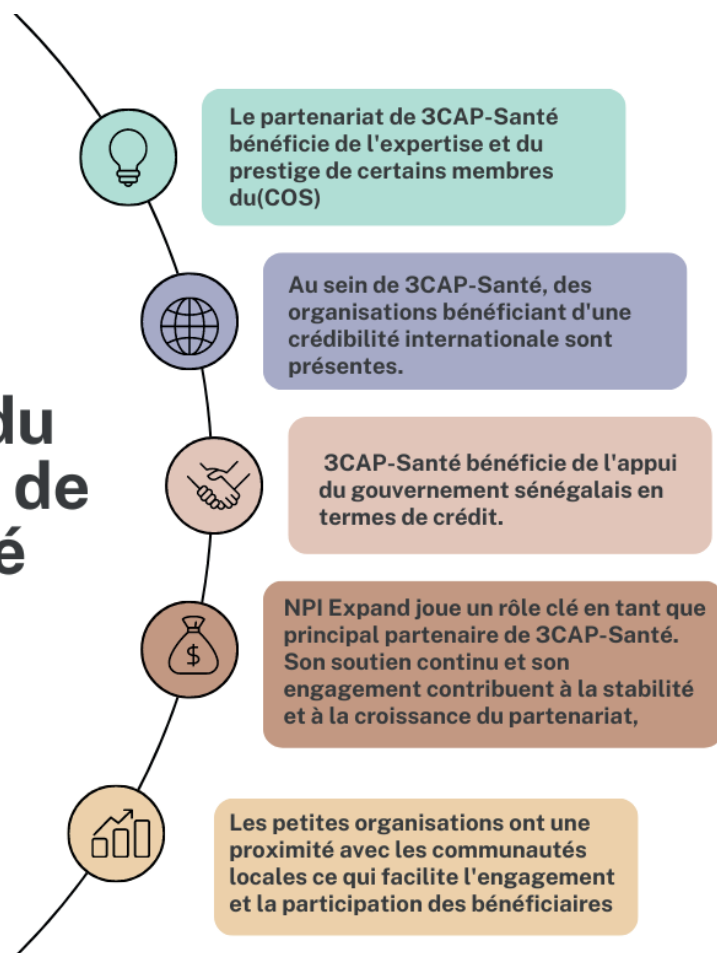


Figure 6 Atouts du partenariat

▪ Intégrer les aspects liés au genre

A travers son positionnement sur le plaidoyer en santé, 3CAP-Santé doit jouer un rôle crucial dans la promotion du développement durable et de l'autonomisation des communautés locales. En effet, les questions de santé en Afrique sont souvent influencées par des facteurs sociaux, économiques et culturels, y compris les inégalités de genre. Les femmes et les filles peuvent faire face à des barrières spécifiques dans l'accès aux services de santé, aux informations sur la santé et à la prise de décisions concernant leur propre santé.

3CAP-Santé doit intégrer cette importante thématique dans sa démarche surtout en termes d'information sur les questions de genre et les stéréotypes associés. L'organisation peut

également organiser des séances de sensibilisation et de formation pour les parties prenantes internes pour assurer une compréhension commune des enjeux liés au genre et pouvoir les relayer pendant les activités.

II. Mettre en place les dispositifs de communication pour anticiper une crise

1. Facteurs éventuels de crise pour 3CAP-Santé

Il existe plusieurs facteurs potentiels de crise auxquels 3CAP-Santé pourrait être confronté.

- ✓ Retrait de certaines organisations têtes d'affiche ;
- ✓ Démission en masse des membres influents du COS ;
- ✓ Retrait du principal partenaire (NPI EXPAND) qui compromettrait sa capacité à poursuivre ses activités ;
- ✓ Mauvaise gestion des ressources financières, humaines et matérielles qui peut conduire à des crises internes au sein de l'ONG ;
- ✓ Instabilité politique dans les pays ;
- ✓ Scandales liés aux pratiques ou activités qui pourraient nuire sa réputation
- ✓ La survenue d'une pandémie ou d'une crise sanitaire majeure au cours de laquelle pendant laquelle le 3CAP-Santé devrait adapter sa communication à la situation de crise.

2. Le dispositif de communication

Il est essentiel pour 3CAP-Santé de mettre en place des mécanismes de gestion de crise efficaces pour faire face à ces situations potentielles. Cela implique une planification préalable, une communication transparente, des partenariats solides et une capacité d'adaptation aux circonstances changeantes.

Pour anticiper une crise, il est essentiel de mettre en place des dispositifs de communication efficaces.

- Mettre en place un système d'alerte précoce pour détecter les signes avant-coureurs d'une crise. Cela peut inclure la surveillance des médias, des réseaux sociaux, des rapports internes et externes, ainsi que des indicateurs clés de performance ;
- Avoir un canal de communication interne efficace pour informer rapidement et clairement les membres de l'organisation sur les développements importants ;
- Établir des canaux de communication solides avec les parties prenantes externes, tels que l'Etat, les partenaires, les autorités réglementaires, les médias, etc. ;
- Élaborer un plan de communication de crise détaillé qui spécifie les rôles et les responsabilités des membres de l'équipe. Il faut s'assurer que ce plan inclut des protocoles clairs pour la gestion des médias, la diffusion d'informations à jour, la réponse aux questions et la gestion des problèmes potentiels.
- Utiliser des outils de surveillance des médias et des réseaux sociaux pour suivre les mentions de l'organisation.
- Former les membres de l'équipe de communication à la gestion de crise.

III. Mesures d'efficacité de la stratégie de communication

La stratégie de communication de 3CAP-Santé fera l'objet d'un suivi et d'une évaluation à différentes étapes de sa mise en œuvre. Le suivi consiste à collecter et analyser systématiquement des informations au fur et à mesure de l'avancement des activités de la stratégie. Son objectif est d'améliorer la rentabilité et l'efficacité de la stratégie. Il aide à maintenir le travail sur la bonne voie et permet d'informer les structures de coordination sur le déroulement des activités. Il permet également de vérifier si les ressources sont

adéquates, si elles sont utilisées conformément aux attentes et si ce qui est réalisé correspond aux plans établis.

Quant à l'évaluation, elle vise à mesurer, à des moments précis, si les objectifs fixés ont été atteints et à déterminer les impacts et les expliquer. Elle peut être réalisée avant le début des activités (évaluation préliminaire), pendant leur déroulement (évaluation intermédiaire) ou à la fin des activités (évaluation finale).

Dans le cadre de la stratégie de communication de 3Cap SANTE, le tableau ci-dessous permettra d'avoir un meilleur suivi des activités.

Tableau 5: Suivi des activités

Actions	Méthodes						
	Desk Research	Analyse de contenu	Enquête	Interview	Sondage en ligne	Observation	Reporting
Réunions et rencontre							
Support de communication							
Site web et RS							
Evènement							
Campagne							
Audiovisuel							

L'évaluation pourrait mettre l'accent sur les indicateurs suivants :

Tableau 6: Les indicateurs

Indicateur	Unité de mesure	Valeur cible	Sources de données
Nombre de rencontres de coordination tenues	Réunion de coordination, réunion de Pool	100%	Rapport
Suivi des décisions issues des réunions	Résultats	95%	Rapport de suivi des actions
Connaissance des mécanismes d'adhésion à 3CAP-Santé	Nombre d'organisation connaissant les mécanismes	80%	Test sondage
Augmentation des visiteurs du site web	Nombre de visite	500%	Google analytics
Augmentation du taux d'engagement sur les Réseaux sociaux	Evolution du taux d'engagement	1,5%	analytics



3CAP-Santé Adresse : Sicap Karack, lot N° 3 rue 12 x 9 en
face école Yallah Suren Dakar, Sénégal

Téléphone : +221 33 897 92 98

Email : contact@3capsante.org / Site web www.3capsante.org