

ALLIANCE NATIONALE DES  
CONSOMMATEURS & DE L'ENVIRONNEMENT

# STRATÉGIE

2016  
2020



[info@ancetogo.org](mailto:info@ancetogo.org)  
[WWW.ANCETOGO.ORG](http://WWW.ANCETOGO.ORG)

# COMMUN CATION

# STRATEGIE DE COMMUNICATION 2016-2020

TABLE DES MATIERES

ELEMENTS	PAGES
INTRODUCTION	4
PRESENTATION SUCCINTE DE L'ANCE-TOGO	4
HISTORIQUE	4
STRUCTURES	4
ROLE DU DEPARTEMENT DE COMMUNICATION	6
AUDIT COMMUNICATIONNEL DE L'ANCE-TOGO	8
ANALYSE SWOT	8
INTERPRETATION DE L'ANALYSE SWOT	9
AXES D'ACTION STRATEGIQUES PRIORITAIRES DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	10
CIBLE & MESSAGES CLES PAR OBJECTIF	11
PLAN D'ACTION (2016-2018)	13
CONCLUSION	17

# INTRODUCTION

## **1.1- Présentation succincte de l'ANCE-Togo**

### **1.1.1- Historique**

L'Alliance Nationale des Consommateurs et de l'Environnement du Togo (ANCE-Togo) est une ONG de développement reconnue sous le numéro 651/PR/MPDAT/2012 du 11 Juillet 2012 et dispose d'un "Accord Programme" avec le Gouvernement du Togo sous le numéro 548/MPDAT/2014 du 30 Septembre 2014.

L'ANCE a été créée le 21 Août 1999, enregistrée sous le N°3228 du 03 septembre 1999 et reconnue comme Association sous la loi du 1er Juillet 1901 sous N°0290/MATDCL-SG-DLPAP-DOCA du 21 Mai 2010 par le Ministère de l'Administration Territoriale, de la Décentralisation et des Collectivités Locales du Togo.

L' ANCE-Togo a été créée par un groupe d' étudiants juristes et d' avocats en vue de contribuer à la promotion de l' Etat de droit, à la bonne gouvernance et s' assurer que le Togo s' aligne sur la voie du développement durable.

### **1.1.2- Structures**

L'ANCE est une organisation bien structurée et gouvernée par les organes suivants:

L'Assemblée Générale, le Conseil d'Administration, le Secrétariat Exécutif, les Conseillers et les Groupes de Travail.

- ***L'Assemblée Générale***

L' AG comprend tous les membres de délégués élus par les membres participants de chaque organisation. Elle se réunit en session ordinaire une fois tous les deux (02) ans sur convocation du bureau. Elle peut être convoquée en session extraordinaire.

L'Assemblée Générale délibère sur les rapports relatifs à la gestion du bureau sortant, à la situation morale et financière de l'organisation ; elle approuve les comptes de l'exercice clos, vote le budget de l'exercice suivant et procède au renouvellement du tiers sortant du Conseil d'Administration élu pour un mandat de 3 ans renouvelable une seule.

Elle nomme en dehors des membres une commission de contrôle et des comptes de l'organisation pour l'exercice clos. Ce sont les Commissaires aux comptes.

- ***Le Conseil d'Administration***

Le CA est l'organe décisionnel de l'organisation. Il veille à l'exécution des décisions de l'Assemblée Générale et s'occupe de la politique générale du réseau.

Il est composé de cinq (05) membres qui sont :

- **Le Président** : incarne l' ANCE et le représente auprès des membres de l' AG et les partenaires techniques et financiers,
- **Le Trésorier**: administre les fonds de l' ANCE et rend compte à l' AG,
- **Les autres membres** du CA sont au nombre de trois et délibèrent sur les résolutions du conseil.

Toutes les fonctions des membres du Conseil d'Administration sont volontaires et non rémunérées. Les membres du Conseil sont élus pour un mandat de trois (03) ans renouvelable une seule fois par l'Assemblée générale des membres.

- ***Le Secrétariat Exécutif***

Le Secrétariat Exécutif est l'organe de mise en œuvre opérationnelle des décisions de l'Assemblée Générale et du Conseil d'Administration. Il est composé de 26 staffs hautement qualifiés pour la mise en œuvre des projets de développement.

- ***Les conseillers***

Les conseillers sont les experts, chercheurs divers ou praticiens, nommés par le Conseil d'Administration sur proposition du Secrétaire Exécutif qui suggère également les termes de références de leur mission à l'approbation du Conseil. Les conseillers actuels de l'ANCE comprennent un conseiller dans les questions d'environnement et changements climatiques, un conseiller en gouvernance et lutte contre la corruption, un conseiller en eau et assainissement et un conseiller en agriculture durable.

- ***Les groupes de travail***

Les groupes de travail sont des groupes thématiques au sein de l'ANCE, fondés sur l'expertise et des intérêts communs des membres. Un membre peut participer à plus d'un groupe de travail. Les groupes de travail thématiques actuels sont les suivants: Environnement et changements climatiques; Gouvernance et lutte contre la corruption; Eau et assainissement; Agriculture durable; Lutte contre les Maladies Non Transmissibles (MNT); Lutte contre la Criminalité environnementale.

- ***Les départements***

L' ANCE-Togo est organisée en huit (8) départements qui sont:

- Environnement
- Investigation
- Agriculture durable
- Santé
- Eau et assainissement
- Gouvernance et lutte contre la corruption
- Communication
- Juridique

## • *Les programmes*

- Agriculture durable
- Eau et assainissement
- Environnement
- Gouvernance et transparence
- Responsabilité des multinationales
- Santé publique

## **1.2- Rôle du département de communication**

Sous la responsabilité du directeur exécutif de l'ANCE, la cellule de communication doit :

- travailler en étroite collaboration avec les autres membres du staff pour contribuer à la planification, l'exécution, le suivi des activités, l'évaluation et la diffusion du projet et du programme,
- organiser les sorties médiatiques, les conférences, les ateliers de formation avec les coordonnateurs du projet ou programme,
- Assurer la liaison entre l'ANCE- Togo et ses partenaires nationaux et internationaux, les associations communautaires, les institutions gouvernementales, les communautés locales et d'autres ONG impliquées dans le développement durable, la lutte contre la pauvreté, la santé,
- Collaborer avec les organes médiatiques afin de faciliter la réalisation, la diffusion d'articles et les émissions sur ANCE, ses projets et programmes,
- Elaborer, mettre en œuvre, suivre et participer à l'évaluation de la stratégie de communication d'ANCE-Togo,
- produire des rapports trimestriels et annuels sur ses activités,
- mettre en place un système de communication interne efficace de gestion des informations et de la relation interprofessionnelle;
- Appuyer les partenaires locaux (les groupes, associations, ONG, OCB, CVD, CDQ, etc.) dans la mise en œuvre des projets de développement exécutés par ANCE-Togo.
- Créer des supports audio, audiovisuel, newsletter, pour informer les partenaires, les membres sur nos activités
- Créer un journal interne d'information et de renforcement de capacité des staffs
- Etablir une bonne relation presse et publique à l'endroit du corps diplomatique
- Créer, gérer, administrer et mettre à jour quotidiennement le site web
- Créer, gérer, administrer et mettre à jour quotidiennement le Facebook et Twitter et tous les autres réseaux sociaux
- Manager les staffs sous sa responsabilité pour atteindre le plus haut niveau de performance
- Evaluer les staffs sous sa responsabilité et analyser les rapports périodiques qui lui sont soumis

- Développer et maintenir les relations et services aux membres
- Produire des interviews mensuelles
- Planifier les réunions périodiques avec les staffs sous sa responsabilité
- Participer aux réunions inter-départements et aux réunions de tous les staffs
- Evaluer les outils de communication mis en place

Toutes autres tâches à lui confier par le Directeur Exécutif et toutes autres personnes mandatées par lui.

# AUDIT COMMUNICATIONNEL

La stratégie de communication est un outil essentiel pour valoriser les activités entreprises par une organisation comme ANCE-Togo. Elle a pour but de renseigner le staff ou le personnel sur les activités en cours, les moyens mis en œuvre pour les réaliser, sur l'évolution du programme ou projet de même que l'atteinte des objectifs assignés aux projets. Ce document contient l'ensemble des actions de communication prévues pour promouvoir l'ANCE-Togo et rendre perceptible ses actions sur le terrain.

La stratégie de communication ne peut se faire sans une réflexion préalable sur la situation actuelle. Ceci nous conduit à faire un audit sur les actions précédentes et voir dans quelle mesure des propositions seront faites.

Ainsi, l'élaboration de notre stratégie de communication tiendra compte du rôle prépondérant que joue ANCE-Togo dans son milieu et de l'image qu'elle souhaite refléter, de son audience-cible, les objectifs, les messages à transmettre et les démarches à suivre pour l'atteinte des objectifs fixés.

Cet aspect permet de faire un bilan sur la communication par rapport aux activités réalisées, d'évaluer les pratiques communicationnelles afin de faciliter une réorganisation.

## L'analyse SWOT

Le tableau suivant fait une analyse des forces et faiblesses, opportunités et menaces de l'ANCE.

	<b>POSITIF</b>	<b>NEGATIF</b>
<b>Interne</b>	<p><b><u>Forces</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-structure institutionnalisée</li><li>-les personnels qualifiés</li><li>-l'accès à l'internet</li><li>-l'existence des outils de travail appropriés</li><li>-les publications d'articles dans les presses et sur les réseaux sociaux</li><li>-l'existence d'un système de communication interne (Telegram)</li><li>- l'existence de relations interprofessionnelles</li><li>-Application des NTIC (site internet, Facebook, Twitter)</li><li>-la divulgation des rapports annuels, mensuels et trimestriels</li><li>-la fidélisation de certains partenaires</li></ul>	<p><b><u>Faiblesses</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-faiblesse du système de communication interne</li><li>-implication du service de communication aux activités et projets</li><li>-l'absence de monitoring des activités sur les réseaux sociaux</li><li>-l'insuffisance d'activités médiatiques</li><li>-absence d'un journal interne</li><li>-Insuffisance de présence dans les réseaux sociaux</li><li>-Manque de procédure interne de validation du contenu des messages</li><li>-Manque de proofreading des traductions</li></ul>



		-Insuffisance de partenariat avec les organes de presses
<b>Externe</b>	<p style="text-align: center;"><b><u>Opportunités</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Existence de relations professionnelles (UE, Ambassades des USA, OSC, Médias, les agences gouvernementales)</li> <li>- Existence de partage d' informations dans les réseaux sociaux</li> <li>-bonne relation professionnelle avec les médias (presses écrites, radios, TV, etc.) nationaux et internationaux</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Menaces</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-la méconnaissance des activités de l'ANCE par le grand-public</li> <li>-manque de stratégies de communication pour faire connaître ANCE-Togo</li> <li>-la communication médiatique limitée</li> <li>-la concurrence dans les informations</li> </ul>

### Interprétation du tableau SWOT

De par nos observations sur les activités, il est à noter que l'ANCE fait de son mieux pour rendre visible ses activités sur le terrain et sur les médias. Toutefois, il existe un décalage entre les actions entreprises par ladite structure et son public en général; ses actions ne couvrent pas tout le grand-public. Les personnes qui s'intéressent plus à nos activités sont nos partenaires nationaux et internationaux, les institutions en charge, des personnes visées ou concernées par nos projets(les exploitants, les maraîchers, les agriculteurs etc.), et les organisations de la société civile. Ces appréciations se limitent à une frange de la population togolaise.

# LES AXES DE COMMUNICATION

Le diagnostic fait de l'analyse SWOT permet de dégager (03) grands axes de communication.

## **Axe 1: Renforcer le système de communication interne**

Cet axe comprend quatre sous objectifs qui sont (1.1) Promouvoir l'interaction entre départements ; (1.2) Mettre en place un journal d'information interne ; (1.3) Mettre sur pied une procédure interne de validation du contenu des messages et (1.4) Instituer un système de relecture des documents traduits.

## **Axe 2: Promouvoir une large visibilité des activités de ANCE-Togo**

Cet axe comprend quatre sous objectifs qui sont (2.1) Développer les partenariats avec les organes de presses ; (2.2) Accroître la visibilité dans les réseaux sociaux ; (2.3) Rendre accessible le site web et (2.4) Accroître la production dans les mass-médias (radios télévisions, presses écrites, presses en ligne).

## **Axe 3 : Mettre en place un système de suivi des activités médiatiques**

Cet axe comprend trois objectifs qui sont (3.1) Elaborer et mettre en place des enquêtes de sondages ; (3.2) Générer les statistiques mensuelles sur les visites (site web, internet, Facebook, Twitter) et (3.3) Mettre en place une base de données médias.

# CIBLE & MESSAGES CLES PAR OBJECTIF

## **OBJECTIF 1.1 PROMOUVOIR L'INTERACTION ENTRE DEPARTEMENTS**

### **CIBLES**

#### CIBLES PRINCIPALES:

Les chefs de départements

#### CIBLES SECONDAIRES

Les staffs

### **MESSAGES CLES**

- ✓ Performance et interaction active

## **OBJECTIF 1.2 METTRE EN PLACE UN JOURNAL D'INFORMATION INTERNE**

### **CIBLES**

#### CIBLES PRINCIPALES:

Chef département Communication et IT Officer

#### CIBLES SECONDAIRES

Chefs d' autres départements et Management

### **MESSAGES CLES**

- ✓ Zéro tolérance à l' ignorance

## **OBJECTIF 1.3 METTRE SUR PIED UNE PROCEDURE INTERNE DE VALIDATION DU CONTENU DES MESSAGES**

### **CIBLES**

#### CIBLES PRINCIPALES:

Directeur Exécutif/CA / Comité de relecture et de validation

#### CIBLES SECONDAIRES

Les chefs de départements, staffs

### **MESSAGES CLES**

- ✓ Professionnalisme et tolérance zéro à l' erreur dans les publications des documents (site internet, facebook, Twitter, lettres, TDR etc.)

## **OBJECTIF 1.4 INSTITUER UN SYSTEME DE RELECTURE DES DOCUMENTS TRADUITS**

### **CIBLES**

#### CIBLES PRINCIPALES:

Comité de validation/Consultant externe

#### CIBLES SECONDAIRES

Chefs de projets et chefs d' autres départements

### **MESSAGES CLES**

- ✓ Tolérance zéro à l'erreur dans les publications des documents (site internet, facebook, Twitter, lettres, TDR etc.)

## **OBJECTIF 2.1 DEVELOPPER LES PARTENARIATS AVEC LES ORGANES DE PRESSES**

### **CIBLES**

#### **CIBLES PRINCIPALES:**

Chef département communication

#### **CIBLES SECONDAIRES**

Management

### **MESSAGES CLES**

- ✓ Le leader des partenaires de presses du Togo

## **OBJECTIF 2.2 ACCROITRE LA VISIBILITE DANS LES RESEAUX SOCIAUX**

### **CIBLES**

#### **CIBLES PRINCIPALES:**

Chef département communication et IT Officer

#### **CIBLES SECONDAIRES**

Management

### **MESSAGES CLES**

- ✓ Top référencement du site web
- ✓ 4 millions de « j' aime »

## **OBJECTIF 2.3 RENDRE ACCESSIBLE LE SITE WEB**

### **CIBLES**

#### **CIBLES PRINCIPALES:**

Chef département communication et IT officer

#### **CIBLES SECONDAIRES**

Management, autres départements

### **MESSAGES CLES**

- ✓ Site web accessible, plaisant et professionnel

## **OBJECTIF 2.4 ACCROITRE LA PRODUCTION DANS LES MASS-MEDIAS (RADIOS, TELEVISIONS, PRESSES ECRITES, PRESSES EN LIGNE)**

### **CIBLES**

#### **CIBLES PRINCIPALES:**

Chef département communication

#### **CIBLES SECONDAIRES**

Management et autres départements

### **MESSAGES CLES**

- ✓ L' ANCE-Togo à la « UNE » des médias

### **OBJECTIF 3.1 ELABORER ET METTRE EN PLACE DES ENQUETES DE SONDAGES**

#### **CIBLES**

##### **CIBLES PRINCIPALES:**

Chef département communication et IT officer

##### **CIBLES SECONDAIRES**

Management et autres chefs de département

#### **MESSAGES CLES**

- ✓ Parfaite adhésion du public

### **OBJECTIF 3.2 GENERER LES STATISTIQUES MENSUELLES SUR LES VISITES (SITE WEB, FACEBOOK, TWITTER)**

#### **CIBLES**

##### **CIBLES PRINCIPALES:**

Chef département communication et IT officer

##### **CIBLES SECONDAIRES**

Management

#### **MESSAGES CLES**

- ✓ Structure parfaitement illuminée

### **OBJECTIF 3.3 METTRE EN PLACE UNE BASE DE DONNEES MEDIAS**

#### **CIBLES**

##### **CIBLES PRINCIPALES:**

Chefs de départements et IT officer

##### **CIBLES SECONDAIRES**

Staffs

#### **MESSAGES CLES**

- ✓ Parfaite traçabilité des actions médiatiques

# **PLAN D'ACTION**

## **2016-2018**

Axes stratégiques	Objectifs	Activités	Résultats	Indicateurs	Impact	Personnes responsables	Sources de vérification
<b>1.</b> Renforcer le système de communication interne	1.1 Promouvoir l'interaction entre départements	1.1.1 Organiser des réunions hebdomadaires entre chefs de départements 1.1.2 organiser des réunions hebdomadaires entre staffs inter départements	<b>R1 Relation inter département fonctionnelle</b> R1.1 48 réunions hebdomadaires organisées entre chefs de départements R1.2 48 réunions inter staffs organisées	Taux de fonctionnalité inter départements Nombre de réunions entre staffs et chefs de départements	Meilleure fonctionnalité inter départements	Directeur Exécutif Conseil d'administration Chefs de départements	Le PV des réunions Liste de présence Les photos de réunions
	1.2 Mettre en place un journal d'information interne	1.2.1 Partage d'information interne entre staffs (telegram, mailing list, whatsapp) 1.2.2 mise en place de tableau d'affichage	<b>R2 Fluidité des informations entre staffs</b> R2.1 12 journaux mensuels par an édités R2.2 48 affichages sont réalisés par an	Taux de fluidité Nombre de journaux édités Nombre d'affichages réalisés	Meilleure circulation de l'information	Chefs de départements Le chargé de communication IT officer	Le journal Les notes circulaires
	1.3 Mettre sur pied une procédure interne de validation du contenu des messages	1.3.1Création d'un comité de validation 1.3.2 organiser des réunions de validation	<b>R3 Qualité du contenu des messages</b> R3.1 480 documents validés R3.2 480 réunions de validation	Nombre de documents validés Taux de qualité des messages Nombre de réunions de validation	Amélioration de la qualité du contenu des messages	Chefs de départements Le chargé de communication IT officer	Les articles Les rapports PV des réunions
	1.4 Instituer un système de relecture des documents traduits	1.4.1 Recrutement d'un consultant bilingue externe/traducteur	<b>R4 Meilleure qualité des documents traduits</b> R4.1: 1 consultant bilingue recruté	Degré de qualité des documents traduits	Meilleure qualité des documents traduits	Directeur Exécutif/CA	Contrat de consultant/contrat de staff
<b>2.</b> Promouvoir une large visibilité des activités de ANCE-Togo	2.1 Développer les partenariats avec les organes de presses	2.1 Réalisation d'un inventaire sur les programmes des organes de presses 2.2 Prise de contact avec les réalisateurs des programmes	<b>R2 4 million de togolais connaissent les actions de ANCE-Togo</b> R2.1: les programmes des organes de presses sont connus R2.2 les réalisateurs des programmes acceptent de coopérer avec ANCE-Togo	Taux de togolais Nombre de programmes Nombre de journalistes qui acceptent de coopérer avec ANCE-Togo	Meilleure visibilité de ANCE-Togo	Département communication	Coupures de presses Audio vidéos Rapports d'inventaires

	2.2 Accroître la visibilité dans les réseaux sociaux	2.2.1 Publication des articles sur facebook, Twitter, Mr mondialisation etc. 2.2.2 Publication des vidéos sur Youtube 2.2.3 organisation d' une conférence internationale	<b>R2.2:2,5 millions de personnes aiment ANCE</b> R2.2.1 480 articles publiés sur facebook, Twitter, Mr mondialisation etc. R2.2.2: 480 vidéos sur Youtube R2.2.3: 1 conférence internationale organisée	Nombre de «j' aime » sur facebook Nombre de visiteurs sur Youtube Taux de visibilité augmenté	Meilleure visibilité dans les réseaux sociaux	Département communication IT officer	Statistiques des visites sur facebook, Twitter Statistiques des visites sur Youtube Rapports et listes de participants
	2.3 Rendre accessible le site web	2.3.1 Réalisation d' un inventaire du site web 2.3.2 Refonte partielle du site web 2.3.3 Positionnement stratégique de ANCE à travers un référencement au top	<b>R3 Redynamiser le contenu des informations sur le site web</b> R3.1 Les obstacles à l' accessibilité du site web sont connus R3.2 Un site web rénové R3.3 ANCE au top des moteurs de recherches	Taux d' accessibilité augmenté Nombre de visites sur le site web Nombre de contacts Nombre de PTF qui approchent ANCE à travers le site web	Un site web accessible et agréable	Département communication IT officer	Statistiques des visites sur le site web
	2.4 Accroître la production dans les mass-médias (radios télévisions, presses écrites, presses en lignes)	2.4.1 Réalisation des émissions (radios, TV) 2.4.2 publication des infos dans les presses, écrites, en ligne) 2.4.3 Organisation des conférences de presses	<b>R2.4:( 24) émissions radios et (12) émissions TV produites par an</b> R2.4.1: (04) conférences de presses par an	Taux de productions augmenté d' au moins 60% dans les mass-médias	Meilleure visibilité dans les mass-médias	Département Communication IT officer	Enregistrement audio-vidéo Coupure de presses
<h3>3.</h3> <p>Mettre en place un système de suivi des activités médiatiques</p>	3.1 Elaborer et mettre en place des enquêtes de sondages	3.1.1 Elaboration des questionnaires d' enquêtes 3.1.2 administration et dépouillement	<b>R3.1 Meilleure Appréciation externe sur ANCE</b> R3.1.1 Formulaire d' enquête disponible R3.1.2 Résultats de l' enquête disponible	Nombre de gens qui ont rempli le formulaire Taux de participation	Prise en compte des appréciations critiques	Département communication IT officer	Statistiques des résultats de l' enquête
	3.2 Générer les statistiques	3.2.1 Redynamisation	<b>R3.2 Meilleure Appréciation</b>	Nombre de visites sur	Meilleure	Département	Statistiques de visites sur le

	mensuelles sur les visites (site web, internet, facebook, Twitter)	du site web 3.2.2 Mise en place d' un système de suivi instantané du site 3.2.3 Réalisation des graphiques	<b>externe du site web</b> R3.2.1 très bonne traçabilité des visiteurs R3.2.2: 12 graphiques réalisés par an	le site Nombre d' audience par zone géographique	visibilité du site	communication IT officer	site Statistiques d' audience par zone géographique Rapport sur l' analyse d' audience internet
	3.3Mettre en place une base de données médias	3.3.1 Enregistrement des données médias dans un tableur 3.3.2 Mise à jour régulière de la base 3.3.3 Création d' un compte Dropbox	<b>R3.3 Meilleure accessibilité des données médias</b> R3.3.1 Récupération des données médias R3.3.2 Existence d' un compte Dropbox	Nombre d' enregistrements de données médias	Disponibilité des données médias Facilité dans l' accès des documents	Département communication IT officer Chefs de départements	Statistiques des données médias



# CONCLUSION

*La stratégie de communication de l'ANCE-Togo 2016-2018, permet de mieux positionner stratégiquement l'organisation par rapport à sa situation actuelle. Elle vise à résoudre les problèmes de communication internes, à promouvoir les activités de l'organisation et à donner une bonne visibilité des activités de la structure sur les réseaux sociaux. Par conséquent, cette stratégie propose de faire participer le staff à la communication interne de la structure, de réorganiser les départements, et de faire plus d'activités médiatiques. Les actions de communication seront plus portées vers les cibles principales ainsi que les messages informatifs.*

*Nous espérons qu'à travers la mise en œuvre effective de cette stratégie de communication, l'ANCE pourra atteindre ses objectifs et se positionner comme la meilleure organisation non gouvernementale du Togo et de la sous-région ouest africaine.*