

NOTE DE PRESENTATION

Le démarrage du Projet Fonds d'Investissement et d'Assistance Technique (FIAT) pour le renforcement organisationnel de l'OCEAC était marqué entre autres par une enquête d'opinions en 2017 sur la notoriété et la visibilité des actions de l'OCEAC auprès des parties prenantes du secteur santé de la sous-région (CEMAC). Tenant compte de l'ampleur des activités menées par l'OCEAC, cette enquête avait révélé le niveau anormalement bas des connaissances des actions de l'institution par ces parties prenantes dans les pays.

C'est dans ce contexte que, avec l'appui de la coopération financière Allemande, l'OCEAC a élaboré un premier document de stratégie triennal de communication dont les activités contribueront à :

- Promouvoir les activités des projets et programmes ;
- Donner une visibilité aux chercheurs et aux résultats de leurs travaux ;
- Faire connaître les bonnes pratiques issues des activités ;
- Renforcer la présence de l'OCEAC dans son secteur d'activités à travers la mise à disposition de toute connaissance sur l'institution visant à lui bâtir une image plus forte ;
- Mieux faire connaître ses missions et susciter un intérêt des partenaires techniques et financiers sur les problèmes de santé des populations de la sous-région.

Le document de stratégie de communication 2023-2025 de l'OCEAC, élaboré avec l'appui technique du cabinet Inter Activ consulting, a fait l'objet d'un examen préalable par les cadres de l'OCEAC, et par les Experts en charge de la communication au sein des Ministères de la santé des pays de la CEMAC au cours d'une réunion de concertation tenue en décembre 2021. Le projet de stratégie a finalement fait l'objet d'une validation technique en juin 2022 à Douala au Cameroun par les Experts nationaux et les partenaires.

Cette stratégie comprend trois (03) parties : une analyse diagnostique, un cadre stratégique global et une planification de la mise en œuvre de la stratégie.

De l'analyse diagnostique

Cette partie a été basée essentiellement sur l'enquête d'opinion et sur l'examen des pratiques et actions de communication au sein de l'OCEAC. Trois principaux problèmes de communication ont été identifiés, à savoir : i) un déficit de notoriété et de visibilité de l'institution, ii) une faible capacité de communication, et iii) la faible valorisation des bonnes pratiques et acquis de l'OCEAC. A côté de ces problèmes, plusieurs opportunités ont été relevées parmi lesquelles l'existence d'une multitude de supports de communication innovants dans l'écosystème professionnel de l'OCEAC, l'existence des points focaux en charge de la communication dans les pays, la disponibilité des partenaires accompagnant l'institution dans le financement de ses activités. C'est autour de ces défis majeurs, et fort de ces opportunités que le cadre global d'intervention de la future stratégie a été bâti.

Du cadre stratégique global

Il a été élaboré conformément à l'objectif général de la stratégie tendant à « *assurer la promotion des missions, des valeurs, des actions phares et des résultats de l'OCEAC* ». Il s'articule autour de trois (03) objectifs spécifiques à atteindre :

- Améliorer d'ici 2025 les connaissances des parties prenantes sur l'OCEAC ;
- Susciter l'intérêt et l'adhésion des parties prenantes pour les activités de communication de l'OCEAC d'ici 2025 ;
- Obtenir la contribution et l'implication des parties prenantes opérationnelles à la promotion des bonnes pratiques et acquis de l'OCEAC en matière de santé d'ici 2025.

Ces activités portent sur deux axes de communication : i) axe de communication corporate et ii) axe de communication d'influence.

Le premier axe vise à rehausser l'image institutionnelle de l'OCEAC et à valoriser toutes les activités qui se font au sein de l'institution et de ses démembrements. Le second axe consiste à assurer une présence effective de l'OCEAC par la communication auprès des décideurs de la sous-région et à faire accepter les messages de plaidoyer en faveur de la santé.

Trois (03) canaux de mise en œuvre de cette communication seront utilisés, à savoir les mass Média (TV, presse, publications), le digital (site web, réseaux sociaux, e-publications) et le hors média (affiches, évènements, rapports, plaquettes, etc.). Ces canaux seront déployés en fonction des cibles au cours de la période couverte par la stratégie, conformément à la planification de mise en œuvre ci-dessous.

De la planification de la mise en œuvre de la stratégie

Cette planification répartit, sur les 03 années de la stratégie, les différentes activités à mener et les moyens à mobiliser à cet effet. A travers un cadre logique de mise en œuvre, elle identifie les périodes d'exécution, les résultats attendus ainsi que les indicateurs de suivi.

S'agissant de la communication « corporate », seize activités ont été identifiées avec pour champs entre autres, les relations publiques, l'évènementiel, les relations presse, le merchandising, le digital. La mise en œuvre de cet axe de communication pour la période considérée est estimée à soixante-quatorze millions huit cent mille (74 800 000) FCFA.

Sur la communication « d'influence », cinq activités concernent cet axe dont les plus marquantes portent sur l'organisation d'un forum sur les avancées en matière de santé publique, la conception et la production d'un recueil des bonnes pratiques des programmes et projets de l'institution, à mettre à la disposition de plusieurs cibles parmi lesquelles les décideurs des pays. La mise en œuvre de cette communication d'influence est estimée à soixante-trois millions six cent mille (63 600 000) FCFA.

En somme, le coût global de cette stratégie de communication de l'OCEAC à mettre en œuvre pour la période 2023-2025 s'élève à cent trente-huit millions quatre cent mille (138 400 000) Francs CFA, soit environ deux cent dix mille neuf cent quatre-vingt-neuf (210 989) euros, dont la mobilisation se fera suivant plusieurs mécanismes auprès de la Communauté et des partenaires au développement. Au moment où cette stratégie est soumise aux instances en vue de son adoption, plus de 50% de cette prévision budgétaire est déjà garanti par les accords de coopération financière avec le Gouvernement allemand, environ soixante-dix millions (~ 70 000 000) Francs CFA, soit cent sept mille (~ 107 000 euros). La part encore à rechercher (50% du budget global) auprès de la communauté et autres sources, s'élève à soixante-huit millions quatre cent mille (68 400 000) Francs CFA, équivalent à cent quatre mille (104 000) euros. L'encadré ci-dessous fait le point des besoins, des ressources déjà mobilisées et des ressources à rechercher pour la mise en œuvre de la stratégie de communication 2023-2025 de l'OCEAC.

AXES	BESOINS	POINT DES RESSOURCES DU PLAN (FCFA)	
	MONTANT (FCFA)	FONDS MOBILISES	FONDS A RECHERCHER
Communication « Corporate »	74 800 000	70 000 000	4 800 000
Communication « d'influence »	63 600 000		63 600 000
TOTAL BESOINS	138 400 000	70 000 000	68 400 000
POURCENTAGE	100%	24%	76%

Telle est l'économie de cette note soumise à l'attention des membres du Conseil de Direction pour examen et validation de la stratégie de communication 2023-2025 de l'OCEAC.

Fait à Yaoundé le,

Dr Manuel Nso OBIANG ADA
Secrétaire Exécutif