

**Février
2020**

Stratégie Nationale de Communication et Plan de communication du Comité ITIE



**Communiquer, Informer,
Sensibiliser , Participer,
Débattre, Dialoguer,
Éduquer**

| | |
|---|-----------|
| Sommaire | 2 |
| Liste des acronymes, sigles et abréviations | 3 |
| Résumé exécutif..... | 4 |
| Introduction | 5 |
| I. Contexte et justification de la présente stratégie de communication | 6 |
| A-Contexte | 6 |
| B-Justification | 6 |
| II. L'Initiative pour la Transparence dans les Industries Extractives au niveau international et au Cameroun | 7 |
| A-Au niveau international..... | 7 |
| B- Au niveau national..... | 8 |
| 1)-Aes grandes étapes de l'ITIE au Cameroun..... | 8 |
| 2)-Les instances de mise en œuvre de l'ITIE au Cameroun | 8 |
| a) Le Comité | 8 |
| b) Le Secrétariat Permanent | 10 |
| III- Méthodologie utilisée pour l'élaboration de la présente stratégie..... | 12 |
| ANALYSE DIAGNOSTIQUE | 13 |
| A- Au niveau du déploiement des activités de communication par le Secrétariat Permanent | 13 |
| 1-Contraintes observées au niveau du cadre stratégique | 13 |
| i.De la présence de l'ITIE dans l'espace social camerounais | 14 |
| ii. Des principaux thèmes et messages..... | 14 |
| iii. De la ponctualité des informations ITIE et du moment de sortie du rapport ITIE.... | 14 |
| iv. Du coût de financement des activités de communication..... | 15 |
| v. Du positionnement de la cellule de communication | 15 |
| 2- Contraintes observées au niveau opérationnel..... | 15 |
| i. Des articles et reportages sur l'ITIE..... | 16 |
| ii.Des canaux et supports de communication utilisés..... | 16 |
| iii. De la communication interne au sein du Secrétariat Permanent..... | 16 |
| B- Au niveau des administrations intéressées à la mise en oeuvre de l'ITIE | 17 |
| C- Au niveau des entreprises pétrolières, gazières, minières et de carrières | 17 |
| D- Au niveau des organisations de la société civile intéressées a la mise en oeuvre de l'ITIE..... | 17 |
| IV. Synthèse FFMO et problèmes de communication à résoudre | 18 |
| A-Synthèse Forces-Faiblesses-Menaces-Opportunités | 19 |
| B- Problèmes à résoudre par la communication ITIE | 19 |
| CADRE STRATÉGIQUE..... | 20 |
| I. Objectifs de la communication | 21 |
| A-Objectif général..... | 21 |
| B-Objectifs spécifiques..... | 22 |
| II. Cibles de communication | 22 |

| | |
|--|-----------|
| A-Cœur de cible | 20 |
| B-Cibles principales | 21 |
| C-Cibles secondaires | 21 |
| D-Cibles tertiaires | 22 |
| III. Approches stratégiques et canaux de communication | |
| IV. Thèmes et contenus de messages clés | |
| CADRE OPÉRATIONNEL | 33 |
| I. Acteurs de la mise en œuvre de la communication ITIE | 34 |
| II. Plan d'actions opérationnel | 41 |
| III. Chronogramme | 42 |
| IV. Budget | 42 |
| V. Approche innovante de financement des activités de communication phare contenus dans la présente stratégie | 43 |
| VI. Suivi et évaluation de la stratégie nationale de communication | 44 |
| Conclusion | 44 |

LISTE DES ACRONYMES, SIGLES ET ABRÉVIATIONS

CAPAM : Cadre d'Appui et de Promotion de l'Artisanat Minier

FMI : Fonds Monétaire International

FDR : Feuille de Route

ITIE : Initiative pour la Transparence dans les Industries Extractives

MINFI : Ministère des Finances

MINMIDT : Ministère des Mines, de l'Industrie et du Développement Technologique

PASIE : Programme d'Amélioration de la Surveillance des Industries Extractives en Afrique subsaharienne

PCQVP : Publiez Ce Que Vous Payez

PR : Propriété réelle

RAA : Rapport Annuel d'Avancement

SNH : Société Nationale des Hydrocarbures

SP/ITIE : Secrétariat Permanent

TDR : Terme De Référence

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

En quatorze années de mise en œuvre de la Norme ITIE au Cameroun, l'un des acquis incontestable est d'avoir rendu accessibles des informations exhaustives, crédibles, et régulières sur l'état de la gouvernance du secteur extractif camerounais. La présente stratégie nationale de communication vise l'arrimage du pays à la Norme ITIE 2019, en son Exigence 7.1 tout en impliquant l'ensemble des Collèges à la mise en œuvre.

La communication ITIE jouit depuis lors d'importants acquis qu'il sera utile de préserver pour la suite sur les prochaines années tels que: l'identité visuelle, l'engagement fort de l'Etat, la levée du tabou ancien sur les revenus du secteur pétrolier, l'élaboration de chronogramme annuel des activités de sensibilisation communication à très court terme, etc.

De l'analyse diagnostique de la mise en œuvre des activités de communication entre 2013 et 2019, il ressort qu'un certain nombre de difficultés ont handicapé sa performance et in fine l'atteinte des objectifs arrêtés ainsi que des résultats et impact de la mise en œuvre de ladite communication. Parmi celles-ci, il y'a lieu de citer, sans être exhaustif, des contraintes financières, des asymétries informationnelles, une timide mobilisation des collègues intéressés à la mise en œuvre de l'ITIE, etc. En outre, les différents intervenants de la chaîne de communication ITIE n'étaient pas mobilisés au moyen d'une stratégie de communication. L'analyse Forces –Faiblesses-Menaces-Opportunités (FFMO) a permis de détecter à la fois les opportunités à saisir sur les prochaines années et les faiblesses à corriger pour une mise en œuvre qui produit les résultats et impact attendus. Ladite analyse a par ailleurs permis d'identifier les problèmes de communication qui révèlent notamment un faible niveau d'information et de formation des publics cibles ; une timide mobilisation des acteurs autour de la sensibilisation ; une visibilité et notoriété insuffisante de l'ITIE-Cameroun.

Pour pallier aux problèmes de communication sus mentionnés, l'analyse stratégique a permis d'arrêter de nouveaux objectifs stratégiques de communication, de peaufiner les axes de communication, d'identifier les cibles et les bénéficiaires de ladite communication, d'orienter les thèmes et contenus de messages à véhiculer, etc. L'approche retenue dans le cadre de la présente stratégie suppose la pleine mobilisation du cœur de cible sur les trois prochaines années, à l'effet d'atteindre les bénéficiaires finaux de l'ITIE (cibles tertiaires) en vue de faciliter le dialogue sur la gouvernance des ressources extractives. Les messages et thèmes ici proposés pourront être ajustés annuellement en fonction des priorités nationales définies dans le plan de travail et des opportunités.

Au plan opérationnel, un plan d'action, assorti d'un chronogramme et d'un budget ont été élaborés. S'agissant des activités retenues dans le cadre de la présente stratégie nationale de communication, certaines ont été reconduites car relevant de la pratique du Comité et elles se déclinent autour des axes ci-après: activités permanentes, activités de tradition et événementiels, etc. D'autres activités antérieurement mises en œuvre ont été remodelées pour tenir compte de l'exigence de débat public. Et, enfin, de nouvelles activités font tout simplement leurs entrées. L'innovation de la présente stratégie nationale de communication repose sur la proposition d'une approche de financement innovante de certaines activités à travers la formulation d'offre de participation pour mobiliser les entreprises extractives et les Organisations de la Société Civile. Le suivi-évaluation de la stratégie nationale de communication sera réalisée dans le cadre du Rapport Annuel d'Avancement ou tout autre mécanisme qui sera arrêté par le Comité.

INTRODUCTION

Dans sa décision du 29 juin 2018, le Conseil d'Administration de l'ITIE a recommandé au Cameroun de se doter d'une stratégie de communication impliquant les trois Collèges (les Administrations, les Organisations de la Société Civile, les Entreprises Extractives) intéressés à la mise en œuvre de l'ITIE. La présente proposition vise donc d'une part, à répondre à ladite recommandation, et d'autre part, à élaborer les lignes d'orientations stratégiques qui permettront au Cameroun de respecter l'Exigence 7.1 de la nouvelle édition de la Norme ITIE adoptée à Paris (France) en juin 2019. Cette exigence stipule que :

Le groupe multipartite doit s'assurer que les divulgations du gouvernement et des entreprises sont compréhensibles, activement promues, accessibles au public et qu'elles contribuent au débat public. Le gouvernement, les parlementaires, la société civile, les entreprises et les médias constituent les publics cibles.

A) LE GROUPE MULTIPARTITE EST TENU DE :

- S'assurer que les informations sont largement accessibles et diffusées. Le groupe multipartite est encouragé à les décomposer en rapports thématiques et à les publier en ligne.
- Veiller à ce que les informations soient compréhensibles, notamment en s'assurant qu'elles sont rédigées dans un style clair et intelligible et disponibles dans les langues qui conviennent ; il se préoccupera des défis qui existent en matière de besoins et d'accès à l'information de certains groupes de citoyens, notamment selon des critères de genre.
- Veiller à ce que des actions de sensibilisation – organisées par le gouvernement, la société civile ou les entreprises – soient menées afin de mieux faire connaître et de faciliter le dialogue à propos de la gouvernance des ressources extractives, sur la base des divulgations ITIE dans le pays et dans un but d'inclusion sociale.

B) LE GROUPE MULTIPARTITE EST ENCOURAGÉ À :

- Produire de brefs rapports de synthèse contenant une analyse claire et équilibrée des informations présentées, en veillant à ce que les sources des données et les auteurs soient clairement mentionnés.
- Résumer et comparer la part de chaque flux de revenus dans les recettes
- totales obtenues par chaque niveau de gouvernement, national et infranational.
- Déployer des efforts en vue du renforcement des capacités, en particulier au niveau de la société civile et par le biais de ses organisations, afin d'améliorer la compréhension des informations et des données contenues dans les rapports et les divulgations en ligne, et d'encourager l'utilisation des informations par les citoyens, les médias et les autres parties intéressées.

Au gré des changements de la Norme ITIE, la communication ITIE a évolué sur la durée, elle est passée d'une communication dont le but 1er était de rendre l'information ITIE accessible au grand public (en fournissant une source d'information fiable sur les revenus de l'Etat dans le secteur extractif, rapprochée aux paiements des entreprises extractives), à une communication d'influence, qui, recherche le dialogue sur la gouvernance des ressources extractives à partir des informations ITIE.

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE LA PRESENTE STRATEGIE DE COMMUNICATION

■ A. CONTEXTE

1. AU PLAN INTERNATIONAL

- Adoption en juin 2019 au cours de la Conférence mondiale de l'ITIE à Paris, d'une nouvelle Norme ITIE. Les principales innovations apportées par cette dernière portent sur la transparence des contrats, la participation de l'État et le commerce des matières premières, l'impact environnemental et social, l'égalité de genre et l'intégration dans les systèmes d'information des administrations.
- Préparation de la 2ème Validation du Cameroun à l'ITIE dont le démarrage est projeté pour la fin du mois de décembre 2019. Une demande de prorogation dudit démarrage a été formulée par le Cameroun afin que celui-ci débute en mars 2020.

2. AU PLAN NATIONAL

L'émergence en 2035 à travers la politique des Grandes Opportunités du Président de la République, Son Excellence Paul BIYA, constitue le cadre de référence de l'action économique et sociale du Gouvernement. Aussi, ce projet de Stratégie Nationale de Communication est élaboré dans le contexte ci-après :

► Au plan socio-politique.

le gouvernement entend renforcer la participation citoyenne à la gestion des affaires publiques locales (décentralisation). Le pays a adopté en fin 2019 la Loi portant Code général des Collectivités Territoriales Décentralisées.

► Au plan économique et financier.

il s'agit de tenir le cap vers l'émergence malgré les différents chocs qui ont impacté négativement la croissance, les comptes publics et le développement humain. D'ailleurs, le pays s'est doté de la Stratégie Nationale de Développement 2020-2030 qu'accompagnent le nouveau Code pétrolier, le Plan Directeur d'Industrialisation, la Loi n° 2018/011 du 11 juillet 2018 portant Code de transparence et de bonne gouvernance dans la gestion des finances publiques au Cameroun, sans oublier le programme économique et financier appuyé par la Facilité élargie de Crédit, etc. Tous ces instruments visent la transformation structurelle de l'économie camerounaise dans le but d'entraîner un développement durable et inclusif.

1- Dans son adresse spéciale à la Nation du 10 septembre 2019

➤ Au plan sociologique

le pouvoir des réseaux sociaux prend de l'importance et constitue à la fois un moyen de pression sur les pouvoirs publics et de dénonciation, utilisé par les citoyens. La population camerounaise prend de plus en plus conscience de ses droits et est prompte à les revendiquer. L'on observe aussi une montée en puissance des organisations de la société civile.

➤ Au plan médiatique

le contexte est favorable aux droits de l'Homme et aux libertés publiques. Par ailleurs, on assiste à une dématérialisation de l'espace public, avec le développement des réseaux sociaux.

➤ Au plan de la mise en œuvre de l'ITIE au Cameroun

Le Cameroun est dans l'attente du démarrage de la 2ème Validation sous le prisme de la Norme ITIE. Par ailleurs, il se trouve en pleine réflexion pour l'appropriation de la Norme ITIE 2019. La mise en œuvre de l'ITIE se caractérise par la fin de l'exécution du plan d'action triennal 2017-2019 du Comité ITIE.

■ B. JUSTIFICATIONS ET MISSIONS

La présente stratégie vise la réalisation des missions ci-après :

- **Une mission normative** : arrimer la communication ITIE à la Norme ITIE 2019 et fixer le cap de ce que devrait être le discours sur l'ITIE et les informations ITIE ;
- **Une mission prescriptive** : formuler des objectifs à atteindre, indiquer le chemin, faire valoir les résultats et les indicateurs de performance en impliquant les trois Collèges intéressés à l'ITIE ;
- **Une mission de financement** : indiquer la stratégie de financement de certaines activités phares.

II. L'INITIATIVE POUR LA TRANSPARENCE DANS LES INDUSTRIES EXTRACTIVES AU NIVEAU INTERNATIONAL ET AU CAMEROUN

■ A. AU NIVEAU INTERNATIONAL

1. Les grandes étapes de l'ITIE au Cameroun

L'ITIE désigne à la fois une Norme et une Association :

- La Norme ITIE est une Norme mondiale visant à promouvoir une gestion ouverte et responsable des ressources naturelles. Les ressources naturelles telles que le pétrole, le gaz, les mines solides appartiennent aux citoyens.

- L'Association est constituée de plus de cinquante pays répartis sur quatre (4) continents (Afrique, Europe, Amérique et Asie). Elle fait le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la Norme ITIE dans les pays membres. Lesdites instances sont : le Conseil d'administration et le Secrétariat International de l'ITIE basés à Oslo (Norvège).

■ B. AU NIVEAU DU CAMEROUN

1) Juin 2005 :

- Adhésion, sur les Très Hautes Instructions du Président de la République;
- Mise en place des premières instances de mise en œuvre de l'ITIE par Décret du Premier Ministre n°2005/2176/PM du 16 Juin 2005, créant le Comité de suivi de la mise en œuvre des principes de l'ITIE (Comité ITIE). Ces instances étaient constituées du Comité et du Secrétariat Technique.

Nov.2007 : Obtention du statut de pays candidat

Oct. 2013 : Obtention du statut de pays conforme

Juil. 2017 : Démarrage de la 1ère Validation sous le prisme de la Norme ITIE 2016

Juin 2018 : Décision du Conseil d'administration de l'ITIE saluant le Cameroun pour les progrès significatifs réalisés dans la mise en œuvre de la Norme ITIE.

Juil. 2018 : Mise en place des nouvelles instances de mise en œuvre de l'ITIE, par Décret n°2018/ 6026/PM du 17 juillet 2018 portant organisation et fonctionnement du Comité de suivi de la mise en œuvre de l'Initiative pour la Transparence dans les Industries Extractives. Ces nouvelles instances sont : le Comité et son Secrétariat Permanent.

Déc. 2019 : Demande de report du démarrage de la 2ème Validation sous le prisme de la Norme ITIE 2016.

2. Les instances de mise en œuvre de l'ITIE au Cameroun

Le décret n°2018/6026/PM du 17 juillet 2018, portant création, organisation et fonctionnement du Comité de suivi de la mise en œuvre de l'Initiative pour la Transparence dans les Industries Extractives (ITIE), qui est composé d'un organe d'orientation. 2018, portant création, organisation et fonctionnement du Comité de suivi de la mise en œuvre de l'Initiative pour la Transparence dans les Industries Extractives (ITIE), qui est composé d'un organe d'orientation stratégique, le Comité, et d'un organe opérationnel, le Secrétariat Permanent, chargé de suivre la mise en œuvre de l'Initiative pour la Transparence dans les Industries Extractives.

a. Le Comité

Le Comité est une plateforme multi-acteurs. En vertu de l'article 3 du décret n° 2018/6026/PM du 17 juillet 2018 le Comité est chargé de :

- Approuver annuellement et suit la mise en œuvre d'un Plan de travail adopté par l'ensemble des parties prenantes ;
- Identifier les obstacles à la mise en œuvre de la Norme ITIE et propose au gouvernement des mesures correctives ;

- Encourager l'intégration de la transparence dans les administrations, les entités publiques et privées intervenant dans le secteur extractif au moyen de la déclaration et de la diffusion systématiques des données ITIE produites,
- Superviser les déclarations ITIE des entreprises et veille, au moins une fois par an, à la confection d'un rapport de conciliation ;
- Approuver et diffuser les informations ITIE, etc.

Il comprend 28 membres, venant des entités publiques, du secteur privé, des OSCs, des élus locaux.

• i. Entités publiques

- **La Présidence du Comité ITIE** est assurée par le Ministre des Finances. Le Ministère des Finances, dans ses principales divisions (Direction Générale des Impôts, Direction Générale du Trésor de la Coopération Financière et Monétaire, Direction Générale des Douanes, Programme de Sécurisation des Recettes des Mines, de l'Eau et de l'Energie, etc.) collabore avec l'ITIE en lui fournissant les informations sur les montants règlementaires versés par les entreprises extractives suivant les différents types d'impôts.
- **La Vice-Présidence** est confiée au Ministre des Mines, de l'Industrie et du Développement Technologique. Le Ministère en charge des Mines, dans ses principales divisions qui interviennent dans la collaboration avec l'ITIE (Direction des Mines, Direction de l'industrie, Cadastre minier, CAPAM, etc.) et met à la disposition de l'Initiative toutes les informations attendues de lui dans le cadre du suivi de la chaîne de valeur du secteur extractif. La place du MINMIDT au sein de l'ITIE est d'autant plus importante que le Président de la République attache un grand prix à la réalisation du DSCE et du Plan Directeur d'Industrialisation articulés autour des piliers industriels que sont les mines et les hydrocarbures.

Les autres entités publiques présentes au sein du Comité, sont les suivantes:

- **La Présidence de la République** siège au Comité ITIE. En vertu du décret N°2011/412 du 09 décembre 2011 portant réorganisation de la Présidence de la République, le Secrétariat général de la Présidence de la République : « veille à la réalisation des programmes d'action approuvés par le Président de la République et impartis aux Chefs de départements ministériels.... ».
- **Les Services du Premier Ministre** siègent au Comité ITIE dans le cadre du suivi de l'action gouvernementale. Ils veillent à : « la réalisation des programmes d'action gouvernementale impartis aux Chefs de Départements Ministériels... ». Par ailleurs, le Premier Ministre est l'un des destinataires du Rapport Annuel d'Activités du Comité ITIE.

Annuel d'Activités du Comité ITIE.

- **Le Ministère de la Décentralisation et du Développement Local** collabore avec l'ITIE pour donner corps aux transferts infranationaux afin d'impulser le développement socio-économique des collectivités territoriales décentralisées et promouvoir la bonne gouvernance au sein des Collectivités Territoriales Décentralisées. De nombreuses attentes sont formulées à l'endroit de ce nouvel entrant, ce d'autant plus que le Comité

- **La Commission Nationale Anti-Corruption** collabore avec l'ITIE dans le cadre de la lutte contre la corruption dans le secteur extractif.
- **La Société Nationale Hydrocarbures (SNH)** collabore avec l'ITIE dans le cadre de la mission à elle confiée pour la gestion des intérêts de l'Etat dans le secteur des hydrocarbures.

■ NOTES IMPORTANTES

La Norme ITIE 2019, s'avère un peu plus favorable à l'environnement, les femmes, etc. Une solution serait de convier aux sessions du Comité les ministères en charge desdites thématiques, en tant qu'observateur dans le cadre d'une synergie d'actions entre parties prenantes dans et en dehors du Comité.

est préoccupé par l'effectivité des transferts infranationaux.

- **Le Ministère en charge de la Justice**, dans ses principales divisions (droits de l'homme, greffe, etc.), collabore avec l'ITIE notamment dans le cadre de la feuille de route de la propriété réelle. A la lecture de la Norme 2019, l'échéance de divulgation des propriétaires réels en janvier 2020.

ii. Secteur privé

Le secteur privé au sein de l'ITIE est constitué d'entreprises du secteur pétrolier, transport pétrolier, gazier, minier, et structures assimilées.

- **Les sociétés extractives** (pétrole, gaz, mines) collaborent avec l'ITIE dans le cadre de la collecte des informations autour de la chaîne de valeur du secteur extractif et des propriétaires réels.
- **La Chambre de Commerce, d'Industrie et des Mines (CCIMA)** a été créée le 21 Juillet 1921, et est un organisme de promotion qui joue le rôle d'interface entre, d'une part, les milieux d'affaires privés et, d'autre part, les pouvoirs publics en matière de consultation et de représentation dans des nombreux domaines de l'économie. Elle est un cadre d'harmonisation des points de vue des membres du secteur minier dans le but de porter leurs voix auprès des autorités.
- **Le Groupement Inter-Patronal du Cameroun (GICAM)** est la plateforme la plus représentative du secteur privé au Cameroun et sert d'interface auprès des pouvoirs publics sur des sujets économiques majeurs. Ainsi, dans le cadre du dialogue ITIE, la collaboration du GICAM pourrait être essentielle pour permettre aux pouvoirs publics de cerner entre autres, les attentes du patronat des industries extractives.

iii. Organisations de la Société Civile et les médias

Les organisations de la société civile agissent dans le cadre de l'ITIE comme « Lanceur

d'alerte » et y portent les préoccupations des populations riveraines. Le paysage de la société civile camerounaise comprend une multitude d'OSCs. Le décret du Premier ministre sus cité, constitue une réelle avancée dans le cadre de la mise en œuvre de l'ITIE, en ce qu'il décline la conception camerounaise de la société civile intéressée à la mise en œuvre de l'ITIE au Cameroun. Au Comité, siègent les organisations de la société civile ci-après :

- Trois grandes confessions religieuses au Cameroun (catholique, protestante, musulmane),
- Transparency International ;
- Publiez Ce Que Vous Payez
- Union des Journalistes. Les compétences.
- des membres de l'UJC sont axées sur la rédaction (reportages, dossiers, enquêtes, interviews) et éventuellement leur diffusion via les réseaux sociaux, bien que le niveau de compétence digitale soit à améliorer par ses membres.
- Deux organisations de la société civile camerounaise intervenant dans le suivi des industries extractives. et mandatées par leurs pairs dans le cadre de la plate-forme de redevabilité en vertu de l'article 4.D du Décret du Premier Ministre sus visé.

• iv. Elus locaux au sein du Comité ITIE

- Deux représentants du Sénat, de l'Assemblée Nationale, siègent au sein de l'ITIE. Les parlementaires utiliseront les informations ITIE dans le cadre de leur traditionnelle missions. Au-delà de cet aspect, les parlementaires peuvent utiliser les informations ITIE pour effectuer le suivi de l'activité des entreprises extractives dans les lieux d'exploration ou d'exploitation et de leur implication dans les projets sociaux à travers les dépenses sociales.
- Deux Maires des communes riveraines collaborent avec l'ITIE afin de porter au comité les préoccupations des communes riveraines.

• v. Observateurs

Plusieurs entités sont conviées à prendre part aux réunions du Comité ITIE, notamment,

- La Chambre des Comptes de la Cour Suprême : dont le rôle est de certifier les données des régies financières. Avec l'intégration qui met l'accent sur la ponctualité des données, Ce rôle est appelé à évoluer selon l'approche que retiendra le Comité ITIE.
- Les Partenaires Techniques et Financiers , tels le Fonds Monétaire International (FMI), la Banque Mondiale.

b. Le Secrétariat Permanent

Le Secrétariat Permanent est constitué des points focaux et des personnels permanents.

- i. Points focaux du Secrétariat Permanent

Ils sont chargés dans le cadre du processus ITIE, de la collecte des informations ITIE au sein de leur administration d'origine. Il fait distinction (...) focaux d'entités publiques et (.....) de points focaux d'entités privées au sein du Secrétariat Permanent. Il existe au sein du Secrétariat Permanent, des focaux d'entités publiques et des points focaux d'entités privées.

- ii. Personnels Permanents

En dehors du Secrétaire Permanent, les effectifs de l'ITIE comprennent les personnels ci-après : un cadre, un comptable, un responsable de la communication, des agents d'appui (agent de liaison, un chauffeur).

De nouveaux postes à pouvoir sont ouverts dans le décret du Premier Ministre de juillet 2018 sus-évoqué.

C- METHODOLOGIE UTILISÉE

Pour élaborer la présente stratégie, il a fallu d'abord faire la recherche documentaire (Cf. sources documentaires exploitées). Cette ressource documentaire a été complétée par l'administration d'un questionnaire, des entretiens individuels localisés, là où besoin d'information spécifique se faisait sentir. Ces entretiens n'ont pas toujours fait l'objet d'un enregistrement formel, mais ont été l'objet d'une prise systématique de notes.

Ce qui a permis de dégager un certain nombre d'éléments pertinents pouvant être considérés comme les forces à consolider et les lacunes à combler, les menaces à éviter et les opportunités à saisir et à exploiter pour garantir le succès de la communication à mettre en oeuvre. Un avant projet de communication a été ébauché par le Responsable de la communication.

Un groupe ad hoc a été mis en place pour impliquer les différents Collèges de la phase de l'élaboration à la phase d'évaluation, en passant par le suivi et la mise en oeuvre de la présente stratégie de communication.

La présente proposition de stratégie nationale de communication implique et engage l'ensemble des collèges à la mise en oeuvre de l'ITIE,. Aussi s'articule-t-elle autour des trois grands axes ci-après : **Analyse diagnostique, Cadre Stratégique, Cadre Opérationnel**





ANALYSE DIAGNOSTIQUE

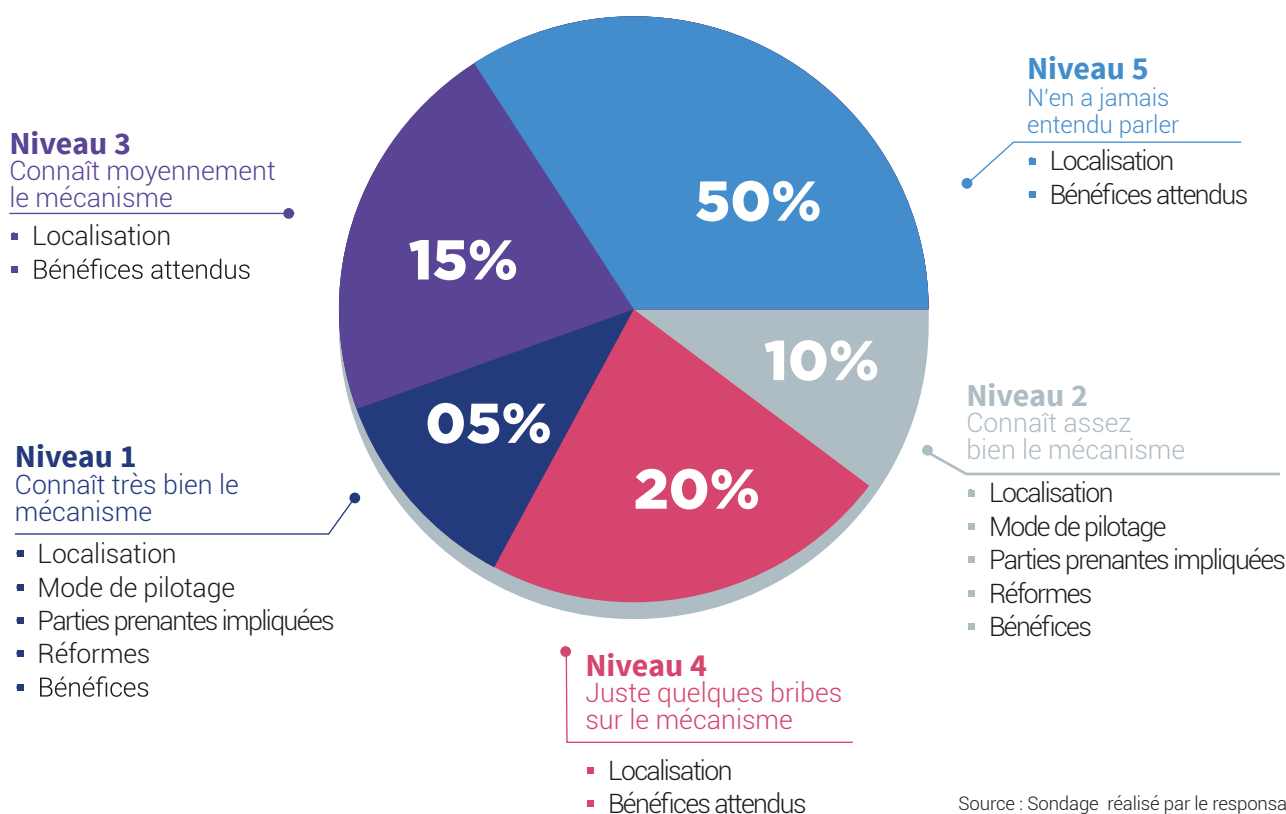
I. AU NIVEAU DU DÉPLOIEMENT DE LA COMMUNICATION ITIE PAR LE SECRÉTARIAT PERMANENT

C'est sur la base des plans de travail en vigueur (triennaux ou annuels) et des Chronogrammes à court terme des activités de communication, que le Secrétariat Permanent à travailler durant les périodes de référence (2013-2019). Ainsi le constat peut être dressé que les objectifs de communication convenus sont demeurés en voie d'être atteints en raison des contraintes observées tant au niveau du cadre stratégique que du cadre opérationnel.

A-Contraintes observées au niveau du cadre stratégique

1. De la présence de l'ITIE dans l'espace social camerounais

Au cours de la période de référence, les actions de communication sont restées quelques peu timides, improvisées, et discontinues. Pour apprécier les niveaux de connaissance sur l'ITIE, un mini sondage a été administré sur 100 personnes de la ville de Yaoundé qui, a cours de la période de référence, mobilisée, l'essentiel des activités de communication. Il se dégage les tendances suivantes :



Ce sondage qui reste une tendance, montre que l'ITIE reste relativement peu connue au Cameroun et en extrapolant, au Cameroun. Ledit sondage fait suite à une étude de la société civile antérieure en 2013 qui indiquait que le niveau de connaissance de l'ITIE est de 6% dans les principales régions et villes minières du Cameroun.

2. Des principaux thèmes de messages véhiculés

En l'absence d'une stratégie de communication qui oriente les contenus de messages à développer, Jusqu'ici l'ITIE-Cameroun a communiqué sur les revenus générés par le secteur extractif et les résultats des Validation. Pour certaines activités, les messages ci-après ont été déclinés :

- « L'ITIE est notre affaire à tous, lisons et incitons les autres à lire les rapports de l'ITIE sur le site Web www.eiticameroun.org »
- <https://www.facebook.com/ITIECameroun/photos/a.374515509378176/971495216346866/?type=3&theater>
- « Je suis une femme, j'aime lire les rapports ITIE afin d'être éclairée sur la gestion des ressources extractives dans mon pays »
- <https://www.facebook.com/ITIECameroun/photos/a.374515509378176/1005340439629010/?type=3&theater>
- La signature de l'ITIE est demeurée : « l'information pétrolière, gazière et minière pour tous », à l'heure pourtant où l'ITIE a évolué vers les résultats et impact.

3. De la ponctualité des données ITIE et du moment de sortie du rapport ITIE

L'antériorité des informations ITIE porte au plus tôt sur trois ans, au moment d'organiser les activités de sensibilisation, toute chose de nature à limiter l'attractivité dudit rapport pour les cibles. Le Comité produit généralement son produit phare, le rapport ITIE vers la fin du mois de décembre faisant entrer le rapport ITIE en concurrence avec le traditionnel discours du chef de l'Etat à la Nation.

4. Du coût de financement des activités de communication

L'adage selon lequel : « la communication n'a pas de prix, elle a un cout», trouve ici toute sa raison d'être. En effet l'on note une tendance baissière du cout de financement des activités de communication au cours des périodes de référence :

| Années | Activités réalisées | Coût |
|--------|---|-------------------------|
| 2016 | <ul style="list-style-type: none"> • Jeux Universitaire • Salon de l'action gouvernementale (SAGO) • Conférence à l'Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM) • Atelier de remplissage • Atelier de publication | Plus de 20 000 000 FCFA |
| 2017 | <ul style="list-style-type: none"> • Atelier par les pairs • Atelier de remplissage • Atelier de publication • Salon PROMOTE 2017 • SAGO 2017 | 17 755 055 FCFA |
| 2018 | <ul style="list-style-type: none"> • Conception de visuels numériques et animation • Formation et sensibilisation de cibles prioritaires • Atelier de remplissage | 5 257 359 FCFA |
| 2019 | <ul style="list-style-type: none"> • Atelier de publication • Plan de travail 2019 pas encore adopté à date | En attente |

5. Du positionnement de la Division de communication ITIE

L'organigramme du Secrétariat Permanent n'est pas encore disponible à date. Pourtant le Secrétariat Permanent est bel et bien doté d'un Responsable de la communication recruté par avis d'appel à candidature n° 01/2015/AAC/MINFI/ Comité ITIE du 02 avril 2015.

Depuis l'adoption du Décret n° 2018, le positionnement de ladite communication a fait l'objet d'une analyse critique de la société civile. Pour les organisations de la société civile : « alors que l'ITIE repose de plus en plus sur la communication, le Décret sus- cité inscrit cette composante dans une position secondaire, reléguant ainsi la Communication à une action support à l'ITIE. Un tel positionnement dans l'Unité de Gestion Administrative, singulièrement en un seul employé « Responsable de la communication et de la Sensibilisation », (Cf. Article 13 du Décret) augure davantage d'une logique favorisant l'information et au meilleur des cas la communication institutionnelle, devant faire du Secrétariat Permanent un prolongement des pouvoirs publics. Ce qui est en contradiction avec l'esprit de la Norme ITIE à l'heure de la recherche des résultats et impact (Cf. Exigence 7) de la mise en œuvre de l'ITIE».

B-Contraintes observées au niveau du cadre opérationnel

1. Des articles et reportages sur l'ITIE

Les médias camerounais connaissent « l'ITIE » seulement par opportunisme; lorsqu'il se produit une activité de l'ITIE, notamment, la sortie d'un Rapport ITIE. Pour le reste, « l'ITIE » est une réalité relativement absente dans les médias. Les journalistes eux-mêmes semblent ne pas trop en savoir sur la question, raison sans doute du traitement à la fois inconstant et peu fouillé (préférence des comptes rendus), qu'ils réservent à la question.

De même une revue des publications de la presse cybernétique permet également de faire ressortir de nombreuses occurrences liées à l'ITIE dans des medias tels : Camer.be, Investir au Cameroun, Cameroon-info.net et d'autres supports de même type.

2. Des canaux et supports de communication usités

En termes de canaux : l'évènementiel (salons, foires, atelier, etc.) a été le canal le plus utilisé au cours de la période sous revue. Le site internet a aussi été usité.

En termes de supports : des supports imprimés ont été produits pour la conférence mondiale de l'ITIE à Lima en 2016 et un mini stock de gadgets a été renouvelé en 2017. En dehors de ces moments, c'est avec les supports de communication portant sur les précédents exercices que l'ITIE est allée sur les salons et foires sus-indiqués.

3. De la communication interne au sein du Secrétariat Permanent

Au cours de la période sous revue, il ne s'est tenu aucune réunion du Secrétariat Permanent. Ce qui pose un problème du nivellement du niveau d'information, du planning des activités, de la dynamique d'équipe et l'appropriation de la Norme.

A titre d'illustration, Il n'existe pas de tableau d'affichage au siège de l'ITIE à Bastos. Si la communication sous forme électronique se fait par courriels, reste que les adresses emails du secrétariat (secretariatitiecmr@gmail.com) et du personnel ne sont pas des adresses professionnelles.

■ 2. AU NIVEAU DES ADMINISTRATIONS INTÉRESSÉES À LA MISE EN ŒUVRE DE L'ITIE

Les départements ministériels publient les informations ITIE à partir de leurs sites internet. Elles semblent en retrait de la sensibilisation autour du rapport ITIE que ce soit à l'endroit de leurs personnels ou des cibles ITIE. Quoique bien d'actions peuvent avoir été réalisées par lesdites administrations au cours de la période sous revue, sans répercussions au niveau du Secrétariat Permanent.

Pour ce qui concerne la Société Nationale des Hydrocarbures pour sa part dispose d'un espace ITIE où elle documente les activités de l'ITIE ou les activités liées à l'ITIE. Ces efforts pourraient être renforcés par la mise en lumière d'actions en matière d'utilisation des informations ITIE.

■ 3. AU NIVEAU DES ENTREPRISES PÉTROLIÈRES, GAZIÈRES ET MINIÈRES

Au cours de la période de référence, les Entreprises extractives intéressées à la mise en œuvre de l'ITIE publient les informations ITIE en ligne. Du côté de la sensibilisation autour des informations ITIE et du dialogue sur la gouvernance des ressources naturelles, telle qu'attendus par la Norme ITIE, les entreprises extractives semblent quelque peu en retrait, même s'il peut s'agir d'un souci de remontée d'information vers l'ITIE. Dans l'ensemble, elles participent régulièrement aux réunions du Comité et fournissent dans le cadre du processus de conciliation, les informations attendues d'elles.

La communication intra-collège (dans et en dehors du Comité ITIE) des entreprises extractives reste à renforcer. L'on enregistre déjà un « Protocole des entreprises du secteur des hydrocarbures.

■ III .4. AU NIVEAU DES ORGANISATIONS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE INTÉRESSÉES À LA MISE EN ŒUVRE DE L'ITIE

Plusieurs organisations de la société civile camerounaise travaillent sur les questions des industries extractives, en intervenant sur différentes thématiques. Sur la période de référence, ce sont les Organisations de la Coalition Camerounaise PCQVP, qui se sont le plus illustrées sur la thématique « Industries Extractives » notamment CRADEC, DMJ, FODER, PCQVP, RELUFA, etc.). Ladite coalition a ainsi signé plusieurs documents de positionnement sur la mise en œuvre de l'ITIE. La Coalition a également publié plusieurs éditions du magazine « en toute transparence ». Toutefois, on note que les actions des Organisations de la Société civile sont restées éparses, à cause de la contrainte financière.

Les médias sont en général conviés à couvrir les activités de communication de l'ITIE, reste à les inciter à générer le niveau de débat public attendus d'eux.

La communication intra-collège (dans et en dehors du Comité ITIE) est renforcée par la mise en place d'un « Protocole des organisations de la société civile ».

Au total, malgré les faiblesses et les écueils, la communication ITIE jouit de quelques acquis au cours des périodes de référence qu'il convient de relever notamment : une identité visuelle, l'engagement fort de l'Etat, la levée du tabou ancien sur les revenus du secteur pétrolier, etc. L'existence d'un chronogramme annuel constitue également un des acquis de ladite période.

IV. ANALYSE FORCES-FAIBLESSES- OPPORTUNITES MENACES ET PROBLEMES DE COMMUNICATION A RESOUDRE

■ A. ANALYSE FORCES-FAIBLESSES- MENACES ET ENFIN OPPORTUNITÉS

La mise en œuvre d'une stratégie de communication qui permette de réaliser la sensibilisation et le dialogue autour des informations ITIE, exige de bien appréhender le problème de communication à résoudre. Pour y parvenir, cela passe par une bonne représentation des aspects à consolider, des faiblesses à corriger, des opportunités à saisir contenues dans la Norme ITIE 2019.

| FORCES | FAIBLESSES |
|--|--|
| Engagement fort de l'Etat Engagement fort du champion de l'ITIE | Insuffisance des actions de vulgarisation autour des derniers rapports ITIE tant au niveau national que local |
| Existence du Comité, sorte de plateforme multi-acteurs ouverte au dialogue et au consensus | Promotion insuffisante du rôle, des missions, des leçons apprises, de la localisation, des réformes impulsées par l'ITIE auprès des cibles au plan national et local |
| Commencement d'un système d'identité visuelle (logo, signature) | Alignement insuffisant des priorités de l'ITIE sur celles du gouvernement |
| Réformes légales et institutionnelles suscitées par l'ITIE | Contraintes financières réelles chez toutes les parties prenantes (Etat, entreprises extractives, société civile, élus locaux) et synergie d'actions à renforcer entre les différents intervenants |
| Existence du Comité, sorte de plateforme multi-acteurs ouverte au dialogue et au consensus | Non-respect des délais (Date de sortie du rapport ITIE) |
| | Non adossement de la communication sur une stratégie |

| OPPORTUNITES | MENACES |
|--|--|
| Démarrage de 2eme décade du DSCE | Difficultés à mobiliser des financements |
| Nouvelle Norme ITIE 2019 qui met l'accent sur l'environnement, les questions hommes/femmes, la divulgation des contrats, l'intégration ITIE, propriétaires réels, etc. | Culture de l'oralité |
| Promulgation de nouvelles lois (Loi de transparence, nouveau code pétrolier, etc.) | Suspission des citoyens à l'endroit des initiatives venant de l'Etat |
| Adoption d'un protocole des OSC et d'une plateforme de redevabilité desdites OSC | Crise dans dans le NOSO |
| Adoption d'un protocole des entreprises du secteur des hydrocarbures | |
| Developpement des réseaux sociaux dans l'espace public | |
| Engagement des autorités dans la lutte contre la corruption et des flux financiers illicites | |

■ B. PROBLÈMES DE COMMUNICATION À RÉSOUDRE

Sur la base de la synthèse FFMO, la sensibilisation/communication ITIE est confrontée à trois problèmes :

- **Problème d'information et de formation:** Il s'agit d'informer et d'outiller les public-cibles de l'ITIE sur l'importance des informations ITIE, comme instrument qui leur permet d'avoir accès à toute l'information sur le secteur extractif et d'ouvrir le débat public en vue d'une gouvernance dudit secteur qui profitent à tous.
- **Faible mobilisation des acteurs autour de la sensibilisation:** Il s'agit ici de fédérer les acteurs autour de la sensibilisation et du dialogue sur la gouvernance des ressources extractives, à partir des informations ITIE.
- **Problème de Visibilité et de Notoriété de L'ITIE.** il s'agit de positionner l'ITIE dans l'opinion publique comme instrument de promotion de la transparence et de la redevabilité dans les secteurs pétrolier, gazier, minier.

C'est fort de l'identification desdits problèmes de communication que, le cadre stratégique de la présente stratégie de communication est proposé en tenant compte de l'Exigence 7.1 de la Norme ITIE 2019.



CADRE STRATEGIQUE

Le but de l'ITIE est notamment de promouvoir une culture de confiance entre les citoyens, le gouvernement, le secteur privé en privilégiant la transparence et la bonne gouvernance dans les industries extractives, au bénéfice des populations.

I. OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION

■ A. OBJECTIF GÉNÉRAL

D'ici 2022, Promouvoir auprès de 20% des publics cibles, l'ITIE comme outil de transparence qui facilite l'accès aux informations ITIE fiables, en rendant compte de l'état de la gouvernance des secteurs pétrolier, gazier et minier tout en contribuant à la réflexion (débat) autour de ladite gouvernance pour que les ressources extractives profitent aux populations camerounaises.

■ B. OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

D'ici 2022, il s'agit de :

Objectif spécifique 1

Accroître la notoriété et la visibilité de l'Initiative au Cameroun. Comme résultats attendus, au moins 60% de la population cible connaît l'ITIE.

Objectif spécifique 2

Inciter les publics cibles à utiliser les informations ITIE pour le dialogue autour de la gouvernance des ressources extractives. Pour y parvenir, il faut

- Rendre l'information ITIE disponible et accessible ;
- Former les publics cibles à utiliser les informations ITIE ;
- Disséminer ladite information ITIE et faciliter le dialogue autour de la gouvernance des ressources extractives. Comme résultats attendus, au moins 20% des publics cibles utilisent les informations ITIE pour faciliter le dialogue autour de la gouvernance des industries extractives.

II. CIBLES DE COMMUNICATION

Les ressources extractives appartiennent à l'Etat donc aux populations camerounaises. La communication ITIE est donc une communication tournée vers le grand public. Mais, comme il s'agit d'une notion fourre-tout, il importe de la segmenter pour identifier les publics cibles qui permettront à l'ITIE d'atteindre les objectifs sus arrêtés.

- **Cœur de cible :** Les trois Collèges qui sont dans et en dehors du Comité (Administrations, Entreprises Extractives, Organisations de la Société Civile) ;
- **Cible principale:** Le Cœur de cible+ Les élus locaux (Députés, Sénateurs, Maires, etc.) + les médias nationaux, universitaires, chercheurs, étudiants ;

- **Cibles secondaires:** Les administrations qui ne siègent pas au Comité (Environnement, Affaires Foncières, CONSUPE, MINEPAT), Les Organisations Communautaires à la Base et leurs leaders (autorités religieuses, leaders associatifs locaux, chefs traditionnels etc.), les grandes écoles et universités, les PTF (FMI, Banque Mondiale, BAD, etc.), les autres Organisations internationales (Droits de l'homme, etc.) + Les décideurs+ Les médias locaux ;
- **Cibles tertiaires:** Les populations riveraines +Grand public

III. APPROCHES STRATEGIQUES ET CANAUX DE COMMUNICATION

La présente stratégie de communication s'appuie sur un mix de quatre approches complémentaires:

| APPROCHES | CANAUX | SUPPORTS |
|--|---|--|
| Communication Institutionnelle Et Approches Partenariales | <ul style="list-style-type: none"> • Plaidoyer • Evènementiel • Communication interne et externe | <ul style="list-style-type: none"> • Atelier • Cérémonie • Journées ITIE • Conférence • Caravane • Supports imprimés et gadgets • Relations publiques et presse |
| Renforcement De Capacités | Evènementiel | <ul style="list-style-type: none"> • Ateliers/séminaires • Sessions de formation des publics cibles de la Norme ITIE • Supports imprimés et gadgets • Relations publiques et presse |
| Communication De Masse Sociale | Evènementiel | <ul style="list-style-type: none"> • Campagne dans les medias traditionnels (supports audio, presse écrites et TV) et le web • Supports imprimés et gadgets • Relations publiques et presse |
| Digitale | <ul style="list-style-type: none"> • Web • Réseaux sociaux | <ul style="list-style-type: none"> • Animation web du Comité et Réseaux sociaux |

IV. THEMES / MESSAGES CLÉS

Il s'agit de quelques orientations ou idées de contenus de messages se rapportant à la mise en œuvre de l'ITIE au Cameroun. Ces orientations serviront de ligne directrice (en termes de contenu) à la création des messages devant figurer sur les supports de communication à produire et à diffuser aux niveaux national et local.

Les différentes propositions de message ont été formulées pour accompagner les pouvoirs publics dans leur quête d'émergence dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie Nationale de Développement à l'horizon 2030.

Elles s'alignent également sur le discours prononcé par le Chef de l'Etat Chef de l'Etat S.E.M. Paul Biya, le 10 septembre 2019, quand il a affirmé : « Elle (la communauté nationale) espère également voir notre pays poursuivre résolument sa marche vers le progrès, grâce à une réflexion féconde sur les voies et moyens de créer les conditions d'une exploitation optimale des ressources naturelles (...) ». En effet, l'ITIE participe à ladite réflexion à l'échelle du secteur extractif.

| THÈMES | FAIBLESSES/OPPORTUNITÉS | CONTENUS DES MESSAGES |
|---|---|--|
| Meilleure connaissance de l'ITIE | Insuffisante appropriation de l'ITIE au Cameroun notamment, son rôle, ses missions, ses parties prenantes, les reformes impulsées | La transparence ITIE vous apporte toute la lumière sur la gestion du pétrole, du gaz, des mines au Cameroun |
| | Mettre en lumière l'importance (bénéfice) de la notation ITIE pour le Cameroun | La notation ITIE renforce l'attractivité de la destination et l'image de marque du Cameroun en vue d'une croissance qui profite à tous et pour l'émergence |
| | Importance des informations ITIE | Les informations ITIE contribuent à la réflexion sur la gouvernance du secteur extractif au Cameroun |
| | Mettre en lumière l'action de l'ITIE pour prévenir les conflits liés aux ressources extractives et agir la paix | En apportant toute la lumière sur la gouvernance du secteur extractif, l'ITIE est un instrument de prévention de conflits liés aux ressources extractive, |
| Divulgarion des contrats | Avantages de la publication des contrats pétroliers, gaziers, et miniers | La divulgation des contrats pétroliers, gaziers, et miniers profite à tous dans le cadre de l'émergence |
| Propriétaires réels | Avantages à divulguer les propriétaires réels | La divulgation des propriétaires réels permet de lutter contre le trafic d'influence, conflit d'intérêt, la fraude dans le secteur extractif |

| THÈMES | FAIBLESSES/OPPORTUNITÉS | CONTENUS DES MESSAGES |
|--|---|--|
| Environnement | Mettre en lumière les flux payés ou non payés en matière environnement ainsi que le cadre légal | L'ITIE contribue à la lutte contre l'exploitation anarchique des sites miniers et la préservation de l'environnement |
| Au cœur du commun (es)autés et des communautés | Mettre en lumière les minerais exploités et ce qui a été transféré par les entreprises ou l'Etat central au profit des commun (es) et des communautés | La transparence vous rendre compte de vos droits et met en lumière les minerais de vos localités |

V. ANALYSE DE PUBLICS CIBLES

| CIBLES | GOVERNEMENT (ENTITÉS PUBLIQUES INTÉRESSÉES À LA MISE EN ŒUVRE DE L'ITIE) |
|---------------------------|---|
| Objectifs spécifiques | <ol style="list-style-type: none"> 1. Amener les départements ministériels intéressés à la mise en œuvre de l'ITIE à rendre les informations ITIE disponibles et accessibles dans le cadre de l'intégration des systèmes d'information ; 2. Accompagner les départements ministériels intéressés à la mise en œuvre de l'ITIE à sensibiliser leur personnel à l'importance des informations ITIE; 3. Former les agents des entités publiques dans et en dehors de l'ITIE à UTILISER LES INFORMATIONS ITIE qu'ils peuvent utiliser pour impulser de nouvelles réformes et générer le débat sur la gouvernance des ressources extractives et proposer des réformes. |
| Préoccupation de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Bénéfices de la notation ITIE pour le Cameroun • Promotion et Valorisation des ressources extractives pour l'émergence du Cameroun • Dans le secteur des hydrocarbures l'Etat a en souci de: i)-Accroître l'offre en énergie, ii)-Relancer l'exploitation de pétrole, ii)-Améliorer leur niveau de production, iv)-Accroître les revenus de l'Etat ; v) Améliorer l'épanouissement des populations riveraines des champs pétroliers, vi)-Renforcer la place du gaz dans l'économie, etc. • Dans le secteur minier, l'Etat a en souci de: i) accroître la visibilité du potentiel minier i)- Augmenter la contribution dudit secteur ; ii)- optimiser les revenus ; iii)- Mener des réformes pour préserver les intérêts étatiques ; iv) diversifier le secteur productif et transformer les produits miniers ; vi) encadrer l'artisanat minier. • Sécuriser les revenus issus de l'activité extractive et lutter contre la corruption et les transferts financiers illicites dans les secteurs pétrolier, gazier et minier • Protection de l'environnement |
| Besoin d'informations | <ul style="list-style-type: none"> • Informations à renseigner par les entités publiques en vue de respecter la Norme ITIE 2019 • Recommandations du conciliateur et du Validateur |

| CIBLES | GOVERNEMENT (ENTITÉS PUBLIQUES INTÉRESSÉES À LA MISE EN ŒUVRE DE L'ITIE) |
|--|--|
| Messages-clés | <ul style="list-style-type: none"> • Les informations ITIE contribuent à la réflexion sur la gouvernance du secteur extractif au Cameroun • La transparence apporte toute la lumière sur la gestion du pétrole, du gaz, des mines au Cameroun • La notation ITIE renforce l'attractivité de la destination Cameroun pour une croissance qui profite à tous • La divulgation des contrats pétroliers, gaziers, et miniers profite à tous dans le cadre de l'émergence |
| Comportements attendus | <ul style="list-style-type: none"> • Les entités publiques rendent l'information ITIE disponible et accessible • Les entités publiques voient leurs capacités renforcées en matière d'information ITIE et mènent des actions de dissémination vers leurs personnels ou certaines cibles de communication identifiées dans la présente stratégie de communication • Les entités publiques participent au débat sur la gouvernance extractive |
| Approches retenues | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation (susciter l'éveil) • Education • Analyse des informations et rapports |
| Arguments, preuves et illustrations | <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en lumière les informations ITIE intéressant ladite cible ou utilisées par celle-ci dans le cadre du débat au cours de la période de couverture de la stratégie de communication |

| CIBLES | GOVERNEMENT (ENTITÉS PUBLIQUES INTÉRESSÉES À LA MISE EN ŒUVRE DE L'ITIE) |
|----------------------------------|--|
| Objectifs spécifiques | <ol style="list-style-type: none"> 1)-Amener les départements ministériels intéressés à la mise en œuvre de l'ITIE à rendre les informations ITIE disponibles et accessibles dans le cadre de l'intégration des systèmes d'information ; 2)-Accompagner les départements ministériels intéressés à la mise en œuvre de l'ITIE à sensibiliser leur personnel à l'importance des informations ITIE; 3)-Former les agents des entités publiques dans et en dehors de l'ITIE à UTILISER LES INFORMATIONS ITIE qu'ils peuvent utiliser pour impulser de nouvelles réformes et générer le débat sur la gouvernance des ressources extractives et proposer des réformes. |
| Préoccupation de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Bénéfices de la notation ITIE pour le Cameroun • Promotion et Valorisation des ressources extractives pour l'émergence du Cameroun • Dans le secteur des hydrocarbures l'Etat a en souci d': |

| CIBLES | GOUVERNEMENT (ENTITÉS PUBLIQUES INTÉRESSÉES À LA MISE EN ŒUVRE DE L'ITIE) |
|---------------------------|--|
| Préoccupation de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • i)-Accroître l'offre en énergie, ii)-Relancer l'exploitation de pétrole, ii)-Améliorer leur niveau de production, iv)-Accroître les revenus de l'Etat ; v) Améliorer l'épanouissement des populations riveraines des champs pétroliers, vi)-Renforcer la place du gaz dans l'économie, etc. • ii)-Dans le secteur minier, l'Etat a en souci d': i) accroître la visibilité du potentiel minier i)- Augmenter la contribution dudit secteur ; ii)- optimiser les revenus ; iii)- Mener des réformes pour préserver les intérêts étatiques ; iv) diversifier le secteur productif et transformer les produits miniers ; vi) encadrer l'artisanat minier. • Sécuriser les revenus issus de l'activité extractive et lutter contre la corruption et les transferts financiers illicites dans les secteurs pétrolier, gazier et minier • Protection de l'environnement |
| Besoin d'informations | <ul style="list-style-type: none"> • Informations à renseigner par les entités publiques en vue de respecter la Norme ITIE 2019 • Recommandations du conciliateur et du Validateur |

| CIBLES | SECTEUR PRIVÉ (ENTREPRISES GAZIÈRES, PÉTROLIÈRES, MINIÈRES) ET STRUCTURES ASSIMILÉES |
|----------------------------|--|
| Objectifs spécifiques | <ul style="list-style-type: none"> • Inciter les entreprises gazières, pétrolières, minières (dans et en dehors) à œuvrer pour rendre les informations ITIE accessibles et disponibles • Amener les entreprises extractives à œuvrer pour améliorer la notoriété et la visibilité de l'ITIE en menant des actions de dissémination des informations ITIE auprès de leurs personnels, et des publics cibles identifiés dans le cadre de la présente stratégie • Former les entreprises extractives à utiliser les informations ITIE pour faciliter le débat et/ou de la réflexion sur le secteur extractif |
| Préoccupations de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Formation à la Norme ITIE, à ses enjeux et ses bénéfices • Mise en lumière de leurs actions sociales et environnementales auprès des populations riveraines • Valoriser leur image comme entreprise citoyenne, engagée dans la transparence • Susciter les inquiétudes concernant la corruption |
| Besoin d'informations | <ul style="list-style-type: none"> • Informations à renseigner par les opérateurs du secteur des industries extractives pour respecter la Norme ITIE • Informations sur la traçabilité des contributions effectuées au gouvernement • Informations sur les conditions d'octroi des licences et contrats du secteur extractif |

| CIBLES | SECTEUR PRIVÉ (ENTREPRISES GAZIÈRES, PÉTROLIÈRES, MINIÈRES) ET STRUCTURES ASSIMILÉES |
|--|---|
| Messages-clés | <ul style="list-style-type: none"> • Les informations ITIE contribuent à la réflexion sur la gouvernance du secteur extractif au Cameroun • La transparence apporte toute la lumière sur la gestion du pétrole, du gaz, des mines au Cameroun • La notation ITIE renforce l'attractivité de la destination Cameroun, l'image du pays pour une croissance qui profite à tous • La divulgation des contrats pétroliers, gaziers, et miniers profite à tous dans le cadre de l'émergence |
| Comportements attendus | <ul style="list-style-type: none"> • Les entreprises Extractives rendent disponibles et accessibles les informations ITIE • Les entreprises Extractives organisent ou participent aux actions de dissémination des informations ITIE • Les entreprises Extractives sont formées et utilisent les informations ITIE dans le cadre du débat et/ou de la réflexion sur le secteur extractif |
| Approches retenues | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation (susciter l'éveil) • Education • Analyse des informations ITIE et rapports |
| Arguments, preuves et illustrations | Mettre en lumière les informations ITIE intéressant ladite cible ou utilisées par celle-ci dans le cadre du débat au cours de la période de couverture de la stratégie de communication |

| CIBLES | ORGANISATIONS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE ET MEDIAS |
|-----------------------------------|--|
| Objectifs spécifiques | <ol style="list-style-type: none"> 1. Amener les organisations de la Société Civile et les médias à œuvrer pour améliorer la notoriété et la visibilité de l'ITIE en menant des actions de dissémination des informations ITIE 2. Former les organisations de la Société Civile et des médias dans et en dehors de l'ITIE à UTILISER les informations ITIE pour faciliter le débat sur la gouvernance des ressources extractives |
| Préoccupations de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Défis du secteur extractif camerounais • Réformes à faire • Réalités de terrain |
| Besoin d'informations | <ul style="list-style-type: none"> • Condition d'octrois des licences et contrat • Respect des clauses contractuelles • Transferts infranationaux • Dépenses sociales • Contribution économique • Engagement citoyen |

| CIBLES | ORGANISATIONS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE ET MEDIAS | |
|--|--|---|
| Messages-clés | <ul style="list-style-type: none"> • Les informations ITIE contribuent à la réflexion sur la gouvernance du secteur extractif au Cameroun • La transparence ITIE vous apporte toute la lumière sur la gestion du pétrole, du gaz, des mines au Cameroun • La divulgation des contrats pétroliers, gaziers, et miniers profite à tous dans le cadre de l'émergence | |
| Comportements recherchés | OSCs | <ul style="list-style-type: none"> • Les OSCs organisent ou participent aux actions de dissémination des informations ITIE • Les OSC utilisent les informations ITIE pour faire pression sur le gouvernement et les sociétés extractives • Les OSCs utilisent les informations ITIE pour faciliter le dialogue sur la gouvernance des ressources extractives |
| | Médias | <ul style="list-style-type: none"> • La mobilisation des médias à forte audience nationale et/ou locale pour disséminer les informations ITIE et améliorer la visibilité et la notoriété de l'ITIE • Les médias publient des articles qui facilitent le débat sur la gouvernance des ressources extractives au Cameroun |
| Approches retenues | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation (susciter l'éveil) • Education • Plaidoyer et approches partenariales locales • Analyse des informations ITIE | |
| Arguments, preuves et illustrations | Mettre en lumière les infz le cadre du débat au cours de la période de couverture de la stratégie de communication | |

| CIBLES | ELUS LOCAUX (PARLEMENTAIRES, MAIRES, PRÉSIDENTS DES CONSEILS RÉGIONAUX) |
|-----------------------------------|--|
| Objectifs spécifiques | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les élus locaux aux priorités nationales du gouvernement dans les industries extractives • Former les parlementaires dans et en dehors de l'ITIE à utiliser les informations ITIE pour faciliter le dialogue sur la gouvernance des ressources extractives |
| Préoccupations de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Contribution des ressources extractives à l'économie • Clé de répartition des revenus entre le national et le local et effectivité des quotes-parts (transferts infranationaux) dues aux entités locales ou CTD • Exploitation clandestine, impact environnementale de l'exploitation minière • Information sur les projets extractifs en cours |

| CIBLES | ELUS LOCAUX (PARLEMENTAIRES, MAIRES, PRÉSIDENTS DES CONSEILS RÉGIONAUX) |
|--|--|
| Besoin d'informations | <ul style="list-style-type: none"> • Exploiter les informations ITIE dans le cadre du débat d'orientation budgétaire et des questions écrites ou orales • Pour participer au contrôle des différentes étapes de la chaîne des ressources, de la décision d'extraction ou d'exploitation, à l'affectation des revenus, en assurant transparence et débat ouvert au public |
| Messages - clés | <ul style="list-style-type: none"> • Les informations ITIE contribuent à la réflexion sur la gouvernance du secteur extractif au Cameroun • La transparence ITIE vous apporte toute la lumière sur la gestion du pétrole, du gaz, des mines au Cameroun • ITIE, la transparence vous rend compte de vos droits et met en lumière les minerais de vos localités |
| Comportements recherchés | <ul style="list-style-type: none"> • Les Parlementaires voient leur capacité technique de contrôle et d'appréciation de l'action gouvernementale renforcés par l'utilisation des informations ITIE • les Parlementaires mettent en place un réseau de parlementaires qui utilisent les informations ITIE dans le cadre de leurs missions • Les élus locaux voient leur capacité technique de contrôle et d'appréciation de l'exploitation des minerais dans leurs localités accrue et peuvent utiliser les informations ITIE pour participer au débat sur la gouvernance extractive |
| Approches retenues | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation (susciter l'éveil) • Education • Plaidoyer • Analyse des informations ITIE |
| Arguments, preuves, illustrations | Mettre en lumière les informations ITIE intéressant ladite cible ou utilisées par celle-ci dans le cadre du débat au cours de la période de couverture de la stratégie de communication |

| CIBLES | LES UNIVERSITÉS ET GRANDE ÉCOLES |
|------------------------------|---|
| Objectifs spécifiques | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les étudiants des grandes écoles et universités aux priorités nationales du gouvernement dans les industries extractives • Sensibiliser et former les étudiants à UTILISER les informations ITIE pour susciter le dialogue sur la gouvernance extractive au Cameroun dans le cadre de leur mémoire de recherche • Signer des conventions de partenariats avec les grandes écoles et universités pour inciter les étudiants à mener des travaux de recherche sur l'ITIE |

| CIBLES | LES UNIVERSITÉS ET GRANDE ÉCOLES |
|--|---|
| Préoccupations de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Effectivité des quotes-parts (transferts infranationaux) dues aux entités locales ou CTD • Exploitation clandestine, impact environnementale de l'exploitation minière • Retombées de l'exploitation des minerais pour les populations • Sur l'efficacité des politiques publiques du secteur extractif et les projets extractifs en cours |
| Besoin d'informations | Informations relatives à la transparence sur toute la chaîne de valeur des minerais exploités dans leur commune ciblée |
| Messages - clés | <ul style="list-style-type: none"> • Les informations ITIE contribuent à la réflexion sur la gouvernance du secteur extractif au Cameroun • La transparence ITIE vous apporte toute la lumière sur la gestion du pétrole, du gaz, des mines au Cameroun |
| Comportements recherchés | <ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants des grandes écoles et universités sont sensibilisés aux informations ITIE • Les étudiants des grandes écoles et universités sont sensibilisés sur les priorités du gouvernement dans les IE • les étudiants sont motivés à mener des travaux de recherches à partir des informations ITIE grâce aux conventions partenariales signées |
| Approches retenues | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation (susciter l'éveil) • Education • Approches partenariales • Analyse des informations ITIE |
| Arguments, preuves, illustrations | Mettre en lumière les informations ITIE intéressant ladite cible ou utilisées par celle-ci dans le cadre du débat au cours de la période de couverture de la stratégie de communication |

| CIBLES | LES POPULATIONS RIVERAINES ET LES LEADERS COMMUNAUTAIRES À LA BASE (AUTORITÉS RELIGIEUSES, LEADER ASSOCIATIF, CHEF TRADITIONNELS, AUTORITÉS DÉCONCENTRÉES ET DÉCENTRALISÉES) |
|------------------------------|--|
| Objectifs spécifiques | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les populations riveraines et les leaders communautaires à la base aux informations ITIE • Amener les populations riveraines à poser leurs préoccupations dans le cadre du dialogue pour la gouvernance des ressources extractives |

| CIBLES | LES POPULATIONS RIVERAINES ET LES LEADERS COMMUNAUTAIRES À LA BASE (AUTORITÉS RELIGIEUSES, LEADER ASSOCIATIF, CHEF TRADITIONNELS, AUTORITÉS DÉCONCENTRÉES ET DÉCENTRALISÉES) |
|-----------------------------------|---|
| Préoccupations de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Effectivité des quotes-parts (transferts infranationaux) dues aux entités locales ou CTD • Exploitation clandestine, impact environnementale de l'exploitation minière • Retombées financières pour les populations • Sur les politiques publiques du secteur extractif et les projets extractifs en cours |
| Besoin d'informations | Informations relatives à la transparence sur toute la chaîne de valeur des minerais exploités dans leur commune ciblée |
| Approches retenues | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation (susciter l'éveil) • Education • Approches partenariales locales • Analyse des informations ITIE |
| Comportements recherchés | <ul style="list-style-type: none"> • Les populations riveraines sont sensibilisées à l'ITIE • Les populations riveraines portent leurs préoccupations dans le cadre du dialogue sur la gouvernance des ressources extractives |
| Messages -clés | <ul style="list-style-type: none"> • La transparence vous rend compte de vos droits et met en lumière les minerais de vos localités • La transparence ITIE vous apporte toute la lumière sur la gestion du pétrole, du gaz, des mines au Cameroun |
| Arguments et preuves | Mettre en lumière les informations ITIE intéressant ladite cible ou utilisées par celle-ci dans le cadre du débat au cours de la période de couverture de la stratégie de communication |

| CIBLES | LES PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS (PTF)ET LES ORGANISATIONS INTERNATIONALES(OI) |
|------------------------------|--|
| Objectifs spécifiques | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les PTF et les OI aux informations ITIE • Amener les PTF et les OI à utiliser les informations ITIE en mentionnant leurs sources dans le cadre de leurs travaux sur le Cameroun en vue de faciliter le dialogue pour la gouvernance des ressources extractives |

| CIBLES | LES PTF ET LES ORGANISATIONS INTERNATIONALES |
|--|---|
| Préoccupations de la cible | <ul style="list-style-type: none"> • Intervention directe de la SNH au budget de l'Etat • Exploitation clandestine, impact environnementale de l'exploitation minière • Retombées financières pour les populations • Sur les politiques publiques du secteur extractif et les projets extractifs en cours |
| Comportements recherchés | Utiliser les informations ITIE dans leurs publications |
| Messages - clés | Les informations ITIE contribuent à la réflexion sur la gouvernance du secteur extractif au Cameroun |
| Besoin d'informations | Informations relatives à la transparence sur toute la chaîne de valeur des minerais exploités dans leur commune ciblée |
| Comportements recherchés | <ul style="list-style-type: none"> • Les PTF et les OI sont sensibilisées à l'ITIE • Les PTF et les OI UTILISENT les informations ITIE dans leurs travaux |
| Approches retenues | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation (susciter l'éveil) • Education • Analyse des informations ITIE |
| Arguments, preuves, illustrations | Mettre en lumière les informations ITIE intéressant ladite cible ou utilisée par celle-ci au cours de la période de couverture de la stratégie de communication |



CADRE OPERATIONNEL

C'est le plan élaboré à partir des approches et techniques transversales proposées et qui ressort les activités à mener, leurs périodes, les responsables, les indicateurs et les coûts d'exécution pour la période de mise en œuvre allant 2020 à 2022.

I. LES ACTEURS DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA COMMUNICATION ITIE

Le tableau ci-dessous, représente les acteurs de la mise en œuvre de la communication ITIE. Pour pallier aux problèmes identifiés supra, il est proposé d'intégrer dans la mise en œuvre des actions de communication, une commission Permanente de Communication constituée ainsi que déclinée ci-dessous. (Point de décision).

| ACTEURS DE LA COMMUNICATION ITIE | RÔLE ET RESPONSABILITÉ |
|---|--|
| Le Comité ITIE | <ul style="list-style-type: none"> • Le Président du Comité, en tant que top management autorise la mise en œuvre des activités de Communication sur proposition de la Division de Communication du Secrétariat Permanent. • Le Comité, est chargé de l'adoption de la stratégie nationale de communication et du plan annuel de communication institutionnel |
| Les trois Collèges de l'ITIE <ul style="list-style-type: none"> • Le Collège des Administrations • Le Collège des Entreprises • Le Collège de la Société Civile | <ul style="list-style-type: none"> • Les trois Collèges intéressés à la mise en œuvre de la norme ITIE ont l'obligation au regard de la Norme ITIE de mener des actions de sensibilisation et générer le débat public sur la gouvernance des ressources extractives. Ils sont émetteurs des messages retenus dans le cadre de la présente stratégie nationale auprès de chaque cible de communication identifiée. • Dans le cadre des offres de participations, les trois Collèges peuvent mutualiser les efforts pour mener ensemble des activités de communication dans le cadre de la présente stratégie nationale. |
| Les personnels du Secrétariat Permanent | <p>Les personnels dudit Secrétariat sont chargés de la mise en œuvre du Plan de travail et sont par conséquent des relais et des ambassadeurs de l'ITIE. A ce titre, ils peuvent capter les réactions des différents publics cibles et les rapporter au Secrétariat permanent et la commission de communication afin d'adapter/évaluer les actions.</p> |
| Le RESP/COM de l'ITIE | <p>Le RESP/COM apporte son soutien et conseil en communication aux différents Collèges sur le volet communication. Le RESP/COM s'assure de l'adéquation des plans d'actions des différents Collèges avec la stratégie nationale de communication.</p> <p>Le RESP/COM est chargé en vertu de l'avis d'appel à candidature n° 01/2015/AAC/MINFI/Comité ITIE/ du 02 avril 2015 de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participer à l'élaboration du plan de travail du Comité par la proposition du volet sensibilisation/ communication y compris la préparation du budget afférent dans le respect de la Norme ITIE |

| ACTEURS DE LA COMMUNICATION ITIE | RÔLE ET RESPONSABILITÉ |
|---|--|
| <p>Les personnels du Secrétariat Permanent</p> | <p>Les personnels dudit Secrétariat sont chargés de la mise en œuvre du Plan de travail et sont par conséquent des relais et des ambassadeurs de l'ITIE. A ce titre, ils peuvent capter les réactions des différents publics cibles et les rapporter au Secrétariat permanent et la commission de communication afin d'adapter/évaluer les actions.</p> |
| <p>Le RESP/COM de l'ITIE</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Organiser la mise en œuvre des activités de sensibilisation et de communication conformément au plan de travail adopté par le Comité • Organiser la conception des supports de communication pour la diffusion des rapports ITIE (Conciliation, Validation) • Veiller à la traduction en temps opportun de tous les supports de communication en concertation avec le traducteur • Assurer le suivi des stocks des supports de communication • Proposer un planning des activités de sensibilisation/communication • Organiser la réalisation des activités de sensibilisation/communication • Proposer le développement des approches partenariales ou alliances stratégiques avec les OSC, les journalistes ou autres acteurs pertinents, notamment pour la mise en œuvre des activités d'information, de sensibilisation et d'éducation des acteurs. • Contribuer à la participation du Comité aux évènements nationaux et internationaux de • Participer à toute évaluation de la mise en œuvre de l'ITIE pour le volet communication, notamment dans le cadre des missions de Validation • Proposer toute action de nature à renforcer la sensibilisation et la communication sur l'ITIE dans le cadre au Cameroun dans le cadre du débat public autour de la gestion des secteurs d'activités concernés par la mise en œuvre de cette initiative • Coordonner l'élaboration des rapports d'activités du Comité dans le respect de la Norme ITIE • Assurer toutes autres tâches connexes selon les nécessités de service • Participer à la relecture des données contextuelles du rapport ITIE dans le cadre de l'intégration (nouveau) |

| ACTEURS DE LA COMMUNICATION ITIE | RÔLE ET RESPONSABILITÉ |
|----------------------------------|--|
| Le RESP/COM de l'ITIE | <ul style="list-style-type: none"> • Il/Elle travaille avec un webmaster qui associe à la fois des compétences de web designer et de community manager. • Le RESP/COM recourt en cas de besoin à des compétences externes telles que un infographe, un dessinateur, un cameraman, un monteur, un cabinet de communication, une imprimerie, un traducteur, etc. |
| Les Experts | Ils sont à la fois internes (personnels permanents) et externes à l'ITIE (entreprises, médias, usagers/citoyens, monde universitaires). Ils apportent du contenu technique et ou scientifique. Ils peuvent intervenir lors de réunions, des débats, d'entretiens avec certains partenaires. |

| ACTEURS DE LA COMMUNICATION ITIE | RÔLE ET RESPONSABILITÉ |
|----------------------------------|--|
| La Commission communication | <p>Mécanismes de fonctionnement</p> <ul style="list-style-type: none"> • La commission communication se réunit une fois tous les mois, et peut se rencontrer chaque fois que de besoin, soit formellement, soit par moyen électronique pour s'assurer du suivi de la mise en œuvre de la présente stratégie de communication de l'ITIE. • La commission peut, à toutes fins utiles, développer des alliances stratégiques avec les OSC, les journalistes ou autres acteurs pertinents, notamment pour la mise en œuvre des activités d'information, de sensibilisation et d'éducation des cibles identifiées. |

II. PLAN D' ACTIONS OPERATIONNEL A METTRE EN ŒUVRE PAR LE SECRETARIAT PERMANENT DU COMITE ITIE

| APPROCHE | COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE | | | | | | |
|---|--|--|--|--------------------------------|----------------------|-------------------------------------|-------------|
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | PLAIDOYER | | | | | | |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Responsables | Partenaires |
| Courriers de relance des entités publiques et privées | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire | -Information des publics cibles - plaidoyer auprès des publiques cibles | -Au moins 20 OSC touchées -Au moins 08 administrations touchées -Au moins 20 entreprises extractives touchées -Au moins 20 médias touchés | Au moins 100 courriers déposés | 2020 2021 2022 | -Comité - Secrétariat - RCCOM | |

| APPROCHE | | COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE, RENFORCEMENT DES CAPACITES | | | | | |
|--|--|--|--|--|----------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | | EVENEMENTIEL | | | | | |
| Session de Sensibilisation et de renforcement des capacités des publics cibles de la Norme ITIE (de tradition) | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire | -Elaboration des TDR -Montage Infographie -Organisation et animation d'un atelier de vulgarisation de la stratégie nationale de communication -Dossier de presse | -Au moins 20 OSC touchées -Au moins 08 administrations touchées -Au moins 20 entreprises extractives touchées -Au moins 20 médias touchés | -01 atelier de vulgarisation organisé -01 Compte rendu -01 article à publier sur le site | 2020 2021 2022 | -Comité -Secrétariat -RCCOM | |
| APPROCHES | | COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | | EVENEMENTIEL | | | | | |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Responsables | Partenaires |
| XXX édition des Journées ITIE | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire | -Elaboration des TDR -Montage Infographie -Animation de la 1ère édition des Journées ITIE -Dossier de presse -Conception des fiches de suivi et de reporting.... | -Au moins 02 cœur de cible touchés -Au moins 03 Cibles principales touchées - Au moins 03 cibles secondaires touchées | -01 édition des Journées ITIE se tient -01 Compte rendu | 2021 2022 | -Comité -Secrétariat -RCCOM | Entreprises Extractives |
| Atelier de présentation au publiques du rapport ITIE | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire | -Elaboration des TDR -Organisation de l'atelier de publication et de débat autour du rapport ITIE -Discussion et choix de la thématique de débat -Lancement d'un Prix de l'ITIE selon les catégories -Rédaction du contenu du dossier de presse -Conception des fiches de suivi et de reporting.... | Au moins 02 cœur de cible touchés -Au moins 03 Cibles principales touchées - Au moins 03 cibles secondaires touchées | -Au moins 03 sessions du Comité sont tenues -01 Compte rendu -01 article à publier sur le site | 2020 2021 2022 | -Comité -Secrétariat -RCCOM | Entreprises Extractives |

| APPROCHE | COMMUNICATION DE MASSE | | | | | | |
|--|--|--|--|--|----------------------|--|--|
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | EVENEMENTIEL | | | | | | |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Responsables | Partenaires |
| Atelier de publication et de débat autour du rapport ITIE | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire | -Elaboration des TDR -Organisation de l'atelier de publication et de débat autour du rapport ITIE -Discussion et choix de la thématique de débat -Lancement d'un Prix de l'ITIE selon les catégories -Rédaction du contenu du dossier de presse -Conception des fiches de suivi et de reporting.... | Au moins 02 cœur de cible touchés -Au moins 03 Cibles principales touchées - Au moins 03 cibles secondaires touchées | -Au moins 03 sessions du Comité sont tenues -01 Compte rendu -01 article à publier sur le site | 2020 2021 2022 | -Comité -Commission communication-RCCOM | Entreprises Extractives |
| Participation du Comité aux activités des autres parties prenantes au plan national et international | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire | -Exposés -Rédaction des contenus pour la newsletter | -Au moins 03 participation aux activités des organisations nationales et internationales | -03 exposés | 2020 2021 2022 | -Président du Comité -SP -RCCOM | |
| sensibilisation dans les communes riveraines (calcaire, marbre, or, diamants) | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire -Riverains | -Elaboration des TDRs -Recrutement du prestataire -Mission des équipes de l'ITIE dans les localités ciblées -Conception des boîtes à images à partir du filtrage des données des rapports ITIE sur la localité -Impression et distribution des boîtes à images -Implication des radios locales | -02 boîtes à image produites et distribuées à partir des informations ITIE 2020, 2021, 2022 | -Nombre de boîtes à images distribuées -Nombre de radios locales impliquées | 2020 2021 2022 | -Comité -Commission communication -RCCOM | -Prestataires -OBC -Entreprises Extractives dans et en dehors du Comité actives dans la localité |

| APPROCHE | | COMMUNICATION DE MASSE | | | | | |
|---|--|---|---|--|------------------------------|--|--|
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | | EVENEMENTIEL | | | | | |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Respon-sables | Partenaires |
| Cycle de conférence dans les universités et grandes écoles et signature de convention Partenariale avec les universités et les grandes écoles | Grandes écoles et universités | Exposés | -Au moins 01 cycle de conférence dans les universités -Au moins 01 partenariats signés | -Nombre de cycle de conférence tenu -Article en ligne -Nombre de mémoires ou de thèse sur l'ITIE | 2020 2022 | -Comité - Secrétariat | |
| Négociation et signature des conventions et partenariats avec les publiques cibles de la norme | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire -Riverains+ grand public | -Elaboration des TDRs | Au moins un partenariat signé | Nombre de convention signé | 2020 2021 2022 | - Comité -Secrétariat | |
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | | COMMUNICATION DE MASSE | | | | | |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Respon-sables | Partenaires |
| Production des supports de communications imprimés et gadgets | -Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire -Riverains+ grand public | -Elaboration des TDRs -Rédaction des contenus et des principaux messages -Recrutement du prestataire -Conception, production et diffusion de 04 capsules de 06 à 13 minutes sur une ou plusieurs thématiques-phare de l'ITIE en Fr et sous tirage en anglais | Au moins 03 tv et 01 radio associés à la campagne | -Nombre de capsules -Nombre de passage -nombre de téléspectateurs et auditeurs potentiellement touchés | 2020 2021 2022 | -Comité -Secrétariat - RCCOM | -Prestataires, -ADTIONS concernées par l'ITIE |
| | | Conception, traduction et production et diffusion de micro capsules de 06 à 13 minutes sur une ou plusieurs thématique- phare de l'ITIE en langue locale | Au moins 03 radio locales touchées | -Nombre de capsules -Nombre de passage -nombre d'auditeurs potentiellement touchés | | | |

| APPROCHE | COMMUNICATION DE MASSE | | | | | | |
|--|---|--|---|---|----------------------|----------------------------------|--------------|
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | COMMUNICATION DE MASSE | | | | | | |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Responsables | Partenaires |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Responsables | Partenaires |
| Conception et production de deux plaquettes sur deux thématiques du rapport ITIE | Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire | -Rédaction des contenus -Montage Infographie -Impression -Distribution | 1000 exemplaires produits et distribués | Nombre d'exemplaires produits et diffusés | 2020 2021 2022 | -Comité -Secrétariat RCCOM | Prestataires |

| APPROCHE | DIGITALE | | | | | | |
|--|---|---|---|---------------------|----------------------|--|-------------|
| TECHNIQUE TRANSVERSALE | COMMUNICATION DE MASSE | | | | | | |
| Activités | Cibles | Descriptif | Résultats attendus | Indicateurs | Timing | Responsables | Partenaires |
| Refonte du site internet du Comité et animation dudit site | Comité | -Appel à candidature pour recrutement d'un webmaster -Recrutement d'un webmaster cumulant les atouts d'un web-designer et d'un community Manager -Arrimage du site internet à la Norme ITIE | -Le site internet du Comité est refondu et l'arrimage à Norme ITIE effectif -l'actualisation des éléments est effectif | -Contrat | 2020 2021 2022 | -Comité -Commission communication RCCOM Webmaster | |
| Hébergement du site internet | ANTIC CAMTEL | Hébergement au point cm sur trois ans | La valorisation du point cm est effective | Facture de Paiement | 2020 | -Comité -Commission communication RCCOM Webmaster | |
| Animation Social media | Cœur de cible -Cible principale -Cible secondaire -Riverains | Conception, production, Diffusion digitale de visuels animés sur les données clés de l'ITIE | Les pages facebook et twitter sont animées | | 2020 2021 2022 | -Comité -Commission communication RCCOM Webmaster | |
| monitoring de la presse (de tradition) | SP /ITIE | Configuration des emails professionnels | Les emails professionnels des personnels ITIE sont créés | Mailing liste du SP | 2020 | -Commission communication -RCCOM Webmaster | |

III. CHRONOGRAMME

Le chronogramme d'exécution du plan d'action ci-dessus s'étale sur une période allant de 2020 à 2022. Le phasage de toutes les activités assorties des approches y afférentes est le suivant.

| Activités | Années | 2020 | | | | | | | | | | | | 2021 | | | | | | | | | | | | 2022 | | | | | | | | | | | |
|--|--------|------|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|------|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|------|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|
| | | J | F | M | A | M | J | JL | A | S | O | N | D | J | F | M | A | M | J | JL | A | S | O | N | D | J | F | M | A | M | J | JL | A | S | O | N | D |
| STRATEGIES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVER-SALE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PLAIDOYER | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVER-SALE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Courriers aux entités tant publiques que privées | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVER-SALE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EVENEMENTIEL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Atelier de vulgarisation de la stratégie nationale de communication | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cérémonie de signature de la charte de communication ITIE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Années | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mois | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2020 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2021 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2022 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REINFORCEMENT DE CAPACITES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EVENEMENTIEL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sessions de formation des publics cibles de la Norme à l'ITIE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sessions de sensibilisation et de renforcement des capacités des publics cibles de la Norme à l'ITIE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| XXX édition des journées ITIE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| STRATEGIE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVER-SALE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| COMMUNICATION DE MASSE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EVENEMENTIEL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Années | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| mois | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2020 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2021 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2022 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Atelier de présentation au public du rapport ITIE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Participation du Comité aux activités des autres parties prenantes | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sensibilisation dans les localités riveraines | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EVENEMENTIEL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVER-SALE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cycle de conférence dans les universités et grandes écoles et signature de convention partenariale | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sous réserve de la planification des activités par lesdites parties prenantes

| Activités | Années mois | 2022 | | | 2021 | | | 2020 | | | 2021 | | | 2022 | | |
|--|----------------|------|---|---|------|---|---|------|---|---|------|---|---|------|---|---|
| | | J | F | M | J | F | M | J | F | M | J | F | M | J | F | M |
| TECHNIQUE TRANSVER- SALE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Négociation et signature des partenariats avec les publics cibles de la stratégie de communication | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Partenariats avec des radios locales | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Activités | Années | | | | | | | | | | | | | | | |
| | mois | | | | | | | | | | | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVER- SALE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Campagne dans les médias à forte à forte audience au plan national et local | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Conception, production des supports de communications (imprimés et gadget) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TECHNIQUE TRANSVER- SALE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| COMMUNICATION DE MASSE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIGITALE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Activités | Années | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Mois | | | | | | | | | | | | | | | |
| Refonte du site internet | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hébergement du site internet | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Animation social media | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoring de la presse | | | | | | | | | | | | | | | | |

++=Activités menées conjointement avec les autres Collèges intéressés à la mise en œuvre de l'ITIE, après formulation des offres de participation

| Désignation | 2020 | | | 2021 | | | 2022 | | | TOTAL |
|--|--------|-----------|-------------------|------|------------|-------------------|------|-----------|-------------------|------------|
| | QTE | PU | PT | QTE | PU | PT | QTE | PU | PT | |
| | FF | FF | | | | | | | | |
| Courriers aux entités tant publiques que privées | | | | | | | | | | |
| Atelier de vulgarisation de la stratégie nationale de communication | 01 | | 5 000 000 | | | | | | | |
| Sessions de formation des publics cibles de la Norme à l'ITIE | 01 | 4 000 000 | 4 000 000 | 01 | 4 000 000 | 4 000 000 | 01 | 3 000 000 | 3 000 000 | |
| Participation du Comité aux Conférences annuelles | 01 | 3 000 000 | 3 000 000 | 01 | 3 000 000 | 3 000 000 | 01 | 4 000 000 | 4 000 000 | |
| XXX édition des journées ITIE++ | | - | - | 01 | 15 000 000 | 15 000 000 | - | - | - | |
| Atelier de publication et de débat autour du rapport ITIE | FF | FF | 5 500 000 | FF | FF | 5 500 000 | FF | FF | 5 500 000 | |
| Conception, production et distribution de supports de visibilité (deux plaquettes sur deux thématiques du rapport ITIE Fr / ANG et un flyer) | 1000x3 | 2000x3 | 3 000 000 | 1000 | 2000x3 | 3 000 000 | 1000 | 2000x3 | 3 000 000 | |
| Participation du Comité aux activités des autres parties prenantes dans et en dehors de la ville de Yaoundé | FF | FF | 500 000 | FF | FF | 500 000 | FF | FF | 500 000 | |
| Sensibilisation dans les communes riveraines++ | FF | FF | 10 500 000 | | | | | | | |
| Conception, production et diffusion 01 micro capsule de 06 minutes à diffuser dans 02 radios locales | | | | | | 10 500 000 | | | | 10 500 000 |
| Conception, production et distribution de boite à outil | 1000 | 2000 | 2 000 000 | | | | 1000 | 2000 | 2 000 000 | |
| Cycle de conférence dans les universités et grandes écoles | 01 | 5 000 000 | 5 000 000 | - | - | - | 01 | 5 000 000 | 5 000 000 | |
| Négociation et signature des partenariat avec quelques publics cibles de la présente stratégie de communication | FF | FF | 1 000 000 | | | 1 000 000 | | | 1 000 000 | |
| Campagne dans les médias à forte à forte audience au plan national++ | | | | | | | | | | |
| Conception, production et diffusion de 03 capsules de 03 à 06 minutes dans 03 médias et 01 radio | 04 | 4 500 000 | 18 000 000 | | | | | | | |
| Conception, production et diffusion de 01 capsules de 06 minutes dans 03 médias et 01 radio sur le thème "XXXème rapport ITIE vient de paraître" | | | | 01 | 4 500 000 | 4 500 000 | 01 | 4 500 000 | 4 500 000 | |
| Conception, production et diffusion 01 micro capsule de 06 minutes à diffuser dans 02 radios locales ++ | 01 | 4 500 000 | 4 500 000 | | | | 01 | 4 500 000 | 4 500 000 | |
| Refonte du site internet, puis animation | FF | 500 000 | 500 000 | - | - | - | - | - | - | |
| Hébergement du site internet | FF | FF | 50 000 | FF | FF | 50 000 | FF | FF | 50 000 | |
| Animation réseaux sociaux | 06 | 50 000 | 300 000 | 06 | 50 000 | 300 000 | 06 | 50 000 | 300 000 | |
| Conception, production, diffusion de visuels animés sur les données clés de l'ITIE FR/ANG | | | | | | | | | | |
| Création emails professionnels | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| Monitoring de la presse | FF | FF | 200 000 | | | 200 000 | | | 200 000 | |
| Suivi-évaluation de la Stratégie de communication | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| TOTAL | | | | | | | | | | |
| TOTAL GENERAL | | | 60 825 000 | | | 47 325 000 | | | 43 825 000 | |

Le budget global de la stratégie nationale de communication ITIE sur les périodes allant de 2020 à 2022, est ventilé de manière forfaitaire, comme suit par année:

- **Année 2020 : 60 825 000 FCFA ;**
- **Année 2021: 47 325 000 FCFA ;**
- **Année 2022 : 43 825 000 FCFA.**

V. APPROCHES DE FINANCEMENTS INNOVANTES DES ACTIVITES DE COMMUNICATION DE LA PRESENTE STRATEGIE

L'Engagement à l'ITIE est bel et bien celui de l'Etat du Cameroun. Le contexte de contrainte financière et l'obligation pour les Collèges de mener des activités de sensibilisation, ont commandé de formuler pour certaines activités majeures de la présente stratégie, des offres de participations à adresser aux entreprises extractives et aux OSCs, dans le cadre d'une stratégie de mutualisation des efforts.

VI. SUIVI ET EVALUATION DE LA STRATEGIE NATIONALE DE COMMUNICATION

Le Suivi -évaluation de la mise en œuvre de la présente stratégie nationale de communication se fera dans le rapport annuel d'avancement ou par tout autre mécanisme institué

CONCLUSION

Le point de départ de la stratégie nationale de communication proposée au Comité ITIE a été le diagnostic de la situation de la communication dans l'espace social camerounais et un essai d'auto-évaluation de la mise en œuvre du déploiement de la communication entre 2017 et 2019 par les différents Collèges.

Aussi, la présente stratégie doit tout d'abord permettre d'accroître la visibilité de l'ITIE ainsi que l'accessibilité des données ITIE à travers une bonne circulation de l'information sur les rapports ITIE, le processus ITIE et l'impact de l'Initiative. Cela amènera le (s) public (s) cibles identifiés dans la présente stratégie, à faciliter le débat public relatif à l'amélioration de la gouvernance du secteur extractif. L'autre ambition de cette stratégie est d'amener les acteurs engagés dans le processus ITIE à jouer un rôle plus actif dans la mise en œuvre de la communication ITIE. Ce qui exige d'eux de s'approprier la Norme ITIE mais aussi les informations contenus dans les rapports ITIE, qui dressent l'état de la gouvernance du secteur extractif camerounais par exercice.

SOURCES DOCUMENTAIRES EXPLOITÉES

- Décision du Conseil d'administration de l'ITIE du 29 juin 2018
- Norme ITIE 2019
- Stratégie de communication ITIE du Nigeria
- Stratégie de communication ITIE du Sénégal
- Stratégie de communication du Secrétariat International de l'ITIE de l'année 2019-2020
- Stratégie de communication du projet de fer de MBALAM
- Stratégie globale du PNUD sur les industries Extractives
- Stratégie de communication ACP-UE sur les minéraux de développement
- Élaborer un plan de communication stratégique pour une organisation publique, COMM Collection N°19, Edition 19 mars 2013
- https://fedweb.belgium.be/sites/default/files/downloads/broch_commcollection19_plan_com_strategique_fr.pdf
- Etablir le plan de communication d'un projet, COMM Collection N°12, Édition 2016,
- https://fedweb.belgium.be/sites/default/files/downloads/COMM12_fr_web_interactive.pdf

