RÉPUBLIQUE DU TCHAD
******
UNITÉ – TRAVAIL – PROGRÈS
******
COUR SUPRÊME
******
CHAMBRE DES COMPTES
******



جمهورية تشاد
******
وحدة - عمل – تقدم
******
محكمة العليا
******
ديوان المحاسبة
******

COOPERATION TCHAD-UNION EUROPENNE
PROGRAMME D'APPUI A LA CONSOLIDATION DE L'ETAT
(ACET 2) – Phase 2 – 11eme FED

STRATEGIE ET PLAN DE COMMUNICATION DE LA CHAMBRE DES COMPTES DE LA COUR SUPREME

SEPTEMBRE 2020

BP 5495 Ndjamena-Tchad – Tél +235 22525178 - Fax: +235 22525178
E-mail : cs.tchad@intnet.td

Table des matières

INTRODUCTION **1**

I. POLITIQUE DE COMMUNICATION **3**

1.1. IDENTITE ORGANISATIONNELLE 3
1.2. PRINCIPES FONDAMENTAUX DE COMMUNICATION 4
1.3. OBJECTIFS STRATEGIQUES DE COMMUNICATION 4

II. STRATEGIE DE COMMUNICATION **5**

2.1. AXE 1 RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE 5
2.2. AXE 2 AMELIORATION DE LA COMMUNICATION A DESTINATION DU PUBLIC 5

III. PLAN COMMUNICATION ET DE VISIBILITE **6**

IV. ACTIVITES SPECIFIQUES DE COMMUNICATION ET VISIBILITE **8**

V. MATRICE DU CADRE LOGIQUE DES ACTIONS **10**

VI. BUDGET DU PLAN DE COMMUNICATION **13**

VII. CHRONOGRAMME DES ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE **15**

VIII. ARRANGEMENTS ET MODALITES DE MISE EN OEUVRE **17**

INTRODUCTION

Le but prioritaire d'un plan de communication et de visibilité est de fournir aux différents groupes cibles et parties prenantes, une information appropriée et de qualité sur la base d'une méthodologie rigoureuse, participative, à partir des objectifs, des activités, des modalités de mise en œuvre, des réalisations concrètes et des indicateurs spécificités qui démontrent l'atteinte des résultats escomptés.

Une communication efficiente de l'information devra à la fois améliorer la connaissance générale de l'institution, fournir des informations fiables sur tous les éléments les plus importants des actions, activités et résultants, et garantir l'engagement des différents acteurs et parties prenantes pour que l'action de la Chambre des Comptes contribue à l'amélioration de la transparence et de la bonne gouvernance dans la gestion des finances publiques et au renforcement de l'Etat de droit au Tchad.

1.1. Contexte de la mission

Suite aux réformes institutionnelles intervenues dans le cadre du Forum National Inclusif tenu du 19 au 27 Mars 2018, la Cour des Comptes est redevenue une Chambre des Comptes de la Cour Suprême (CS) et ce, conformément aux dispositions de la Constitution du 4 mai 2018 et par Ordonnance N° 015/PR/2018, du 31 Mai 2018, portant Attributions, Organisation, Fonctionnement et Règles de procédure devant la Cour Suprême. Ainsi, selon les dispositions des articles 46, 47 et 48 de ladite ordonnance, la Chambre des Comptes comprend trois (03) sections :

- Section de Jugement des Comptes, compétente en matière de jugement des comptes ;
- Section du Contrôle des Affaires Financières et Budgétaires qui exerce une mission de contrôle sur l'ensemble des services de l'Etat ;
- Section de Discipline Budgétaire et Financière, compétente pour sanctionner les fautes de gestion.

Les articles 55, 56 et 58 disposent que la Chambre des Comptes est une juridiction en matière de contrôle des finances publiques. Elle assure notamment le contrôle des opérations budgétaires et comptables des administrations publique et établit un rapport sur chaque projet de loi de règlement. Ce rapport est adressé à l'Assemblée Nationale (AN) accompagné de la déclaration générale de conformité entre les comptes individuels des comptables et les comptes généraux de l'Etat.

Les reformes induites par le Forum National Inclusif ont entrainé le départ de 40 % des anciens Conseillers de la Cour des Comptes et l'arrivée de nouveaux Conseillers. Compte tenu des attentes du Gouvernement en termes de régularité et de certification des comptes en général et du contrôle de l'exécution des Lois de Finances en particulier, le renforcement des capacités de ces Conseillers en matière de jugement des comptes, de contrôle des affaires financières et budgétaires et de discipline budgétaire et financière est nécessaire. Par ailleurs, l'efficacité d'une Institution Supérieure de Contrôle (ISC) en termes de promotion d'une responsabilité accrue dans la gestion des finances publiques, de la transparence et de l'efficience, repose dans une large mesure sur une bonne stratégie de communication avec l'ensemble de ses parties prenantes qu'il est nécessaire d'élaborer. D'où le recrutement d'une expertise en vue d'appuyer la Chambre des Comptes pour la réalisation de cette activité avec le soutien de l'Union européenne à travers le Devis-Programme Pluriannuel ACET2

Selon les Termes de références (TDR) six activités spécifiques sont identifiées comme nécessaires pour atteindre les objectifs du marché. Il s'agit de : revue documentaire ; organisation des entretiens ; élaboration du diagnostic de la situation de communication de la Chambre ; rédaction de la stratégie et du plan de communication ; validation de la stratégie et du plan de communication ; rédaction des rapports de mission.

1.2. Objectif général

L'objectif général du projet dans lequel le présent marché s'inscrit est le suivant: améliorer la visibilité du rôle, des missions et des résultats de la Chambre des Comptes de la Cour Suprême vis-à-vis du public et des partenaires, ainsi que la promotion d'une responsabilité accrue de l'ensemble des parties prenantes, la transparence et l'efficience dans la gestion des finances publiques.

1.3. Résultats à atteindre par l'expert

Au terme de cette mission, les résultats suivants seront atteints :

- Un diagnostic de la situation de communication de la Chambre des Comptes est réalisé ;
- Les besoins en matière de communication de toutes les structures de la Chambre des Comptes sont identifiés afin d'améliorer la situation issue du diagnostic ci-dessus ;
- Une stratégie de communication et un plan triennal de communication intégré et bien structuré (objectifs, public cible, axes de communication, moyens, messages, budget, suivi évaluation) sont élaborés et validés.

1.4. Livrables attendus

A la fin de sa mission l'Expert devra présenter et faire valider :

- Une stratégie et un plan triennal de communication (interne et externe),
- Le budget du plan de communication,
- Les modalités de mise en œuvre comprenant un tableau des tâches par acteurs/responsables sur la durée totale du projet.

1.5. Méthodologie

La revue documentaire, les entretiens individuels ou groupés avec les Conseillers, le parquet, les greffiers et le personnel, ainsi que les représentants des parties prenantes (Assemblée Nationale, Ministères, les autres chambres de la Cour Suprême, etc.), les représentants des organisations de la société civile, des médias, des Partenaires techniques et financiers, etc. ont contribué à la réalisation du diagnostic de la situation actuelle de communication de la Chambre des Comptes permettant d'alimenter la réflexion pour l'élaboration de la stratégie et du plan de communication. Pour l'essentiel, ce travail a été nourri par une multitude de données issues de nombreuses sources documentaires fournies, par la présidente de la Chambre des Comptes, les président (e)s de sections, le Secrétariat général, à l'expert en charge de l'élaboration de la stratégie et du plan de communication. Par ailleurs, l'approche méthodologique, basée sur l'utilisation de l'outil SWOT (*Strengths, Weaknesses Opportunities and Threats*), a permis d'identifier, d'une part, les forces et faiblesses en matière de communication interne et externe de la Chambre des Comptes ; et, d'autre part, les opportunités et menaces ou facteurs de risques dont il faut tenir compte. En définitive, la phase de diagnostic a permis de cerner les défis majeurs dont le plan de communication devra contribuer à relever. Les orientations et axes stratégiques visent à contribuer à relever ces défis afin de combler les attentes de la Chambre des Comptes en matière de communication pour rendre ses actions et résultats visibles, se faire connaître davantage par le public et améliorer ses relations avec les parties prenantes.

I. POLITIQUE DE COMMUNICATION

Une politique de communication d'une organisation ou institution s'articule généralement autour de la vision, des valeurs et missions constitutives de son identité organisationnelle. Elle se fonde également sur quelques principes de base, des objectifs stratégiques et de communication.

1.1. Identité organisationnelle

La vision, les missions et valeurs de la Chambre des Comptes ont été clairement définies dans le Plan Stratégique de Développement de la Chambre des Comptes (PSCDCT) couvrant la période 2020-2024. La politique de communication de la Chambre des Comptes doit refléter cette identité organisationnelle.

1.1.1. Vision

Etre une Institution Supérieure de Contrôle (ISC) des finances publiques crédible, performante, produisant des rapports et arrêts de qualité, œuvrant efficacement pour la promotion de la transparence, la reddition des comptes publics et la bonne gouvernance au Tchad.

1.1.2. Missions

- **Assister** : l'Assemblée Nationale dans le contrôle de l'exécution des lois de finances.
- **Certifier** : la régularité, la sincérité et la fidélité du compte général de l'Etat.
- **Juger** : les ordonnateurs, les contrôleurs financiers et les comptables publics.
- **Contrôler** : la légalité financière et la conformité budgétaire de toutes les opérations de dépenses et de recettes de l'Etat.
- **Evaluer** : l'économie, l'efficacité et l'efficience de l'emploi des fonds publics au regard des objectifs fixés, des moyens utilisés et des résultats obtenus ainsi que la pertinence et la fiabilité des méthodes, indicateurs et données permettant de mesurer la performance des politiques et administrations publiques.
- **Enquêter ou analyser** : sur toute question budgétaire, comptable et financière sur demande du Président de la République ou de l'Assemblée Nationale.
- **Sanctionner** : les fautes de gestion commises envers l'Etat, les collectivités territoriales et les organismes soumis au contrôle de la Cour.

1.1.3. Valeurs

- **Indépendance**: Dans le cadre de nos travaux, nous bénéficions de la liberté entière pour programmer nos contrôles, en définir les objectifs et la portée ainsi que les résultats qui en découlent selon les normes internationales. Nous œuvrons à la concrétisation de notre indépendance financière et de notre autonomie de gestion.

- **Professionnalisme** : Nous veillons au respect des normes professionnelles internationales dans l'exercice de nos fonctions et nous veillons à nous acquitter de notre mission avec compétence, rigueur et objectivité.

- **Valeur ajoutée** : Nous contribuons par nos travaux à l'information du citoyen sur la manière dont les ressources publiques ont été utilisées et nous formulons des recommandations pertinentes permettant l'amélioration de la transparence et de bonne gouvernance. Nous œuvrons à faire une différence dans la vie des citoyens.

- **Intégrité**: Nous accordons une attention particulière au respect de notre serment et de notre déontologie en ayant une conduite exemplaire dans l'accomplissement de notre mission et dans nos relations avec les organismes contrôlés. Nous accordons une importance majeure à la confiance du public.

1.2. Principes fondamentaux de communication

Durant la phase de diagnostic, quelques principes fondamentaux ont été énoncés comme devant orienter la politique de communication de la Chambre des Comptes. Il s'agit de :

- Indépendance ;
- Transparence des actions, activités et résultats ;
- Responsabilité et redevabilité vis-à-vis des citoyens-contribuables et du public en général;
- Ouverture au public et partage des connaissances ;
- Reddition des comptes (contrôle des finances publiques et jugement des comptes);
- Visibilité et crédibilité ;
- Qualité, véracité, fiabilité et sincérité de l'information ;
- Respect de la confidentialité dans le processus de traitement et de divulgation de l'information

1.3. Objectifs stratégiques de communication

Selon les participants aux entretiens individuels et discussions en groupes, la stratégie de communication de la Chambre de Compte devra viser à atteindre plusieurs objectifs généraux et stratégiques dont les plus pertinents sont :

- Accroître la visibilité, améliorer l'impact et l'efficacité des travaux de la Chambre des Comptes ;
- Informer les citoyens sur la gestion des fonds publics en conformité avec la loi ;
- Permettre aux comptables publics d'améliorer leur gestion ;
- Exercer son obligation légale d'informer le public,
- Garantir la transparence, affirmer sa crédibilité vis-à-vis des justiciables et du public ;
- Améliorer l'efficacité de son travail ;
- Informer le grand public sur sa spécificité en tant qu'institution supérieure de contrôle ;
- Amener les gestionnaires des deniers publics à prendre conscience de leur obligation de rendre compte ;
- Mettre en place un service de communication avec des spécialistes;
- Améliorer la communication interne
- Renforcer la communication avec les parties prenantes et entités institutionnalisées ;
- Etablir un cadre de communication avec les parties prenantes et entités non institutionnalisées.

Plus spécifiquement, les objectifs stratégiques proposés sont les suivants :

- Préparer et rendre disponibles à temps les Rapports sur l'exécution des lois de finances ;
- Améliorer la communication avec toutes les parties prenantes, en particulier les justiciables (constituer des dossiers des justiciables, définition du périmètre des comptables) ;
- Améliorer la communication avec les autres organes de contrôle;
- Faire connaître la Chambre des Comptes aux citoyens
- Doter la CDC de moyens et outils de communication pour améliorer les relations avec les parties prenante
- Faciliter la transmission et la fluidité de l'information au sein de la Chambre et entre les sections ; la communication entre la Chambre, le Parquet et les Greffes ;
- Fournir des informations pertinentes et fiables au public en matière de reddition des comptes ;
- Doter la CDC d'une salle de presse et d'un centre de documentation.

II. STRATEGIE DE COMMUNICATION

La stratégie de communication de la Chambre des Comptes devra s'articuler autour de deux axes stratégiques : renforcement de la communication interne (axe 1) et amélioration de la communication à destination du public (axe 2).

2.1. Axe 1 Renforcement de la communication interne

La communication interne de la Chambre des Comptes devra permettre au personnel d'accéder à la bonne information et à temps tout en faisant la promotion des échanges entre les membres. Cela suppose l'existence ou la mise en place d'un système performant de gestion et partage de l'information utilisant les TIC ainsi que différents outils de communication.

2.1.1. **Objectif stratégique 1** : Mettre en place un système de gestion et de partage de l'information afin de renforcer l'efficacité des actions et créer la réactivité des parties prenantes

2.1.2. **Objectif stratégique 2** : Améliorer l'impact et l'efficacité des travaux de la Chambre afin de rendre visible ses actions en matière de reddition des comptes publics.

2.2. Axe 2 Amélioration de la communication à destination du public

Une communication ciblée et orientée vers le public devrait avoir pour objectif global d'améliorer la visibilité du rôle, des missions et des résultats de la Chambre des Comptes de la Cour Suprême vis-à-vis du public et des partenaires, ainsi que la promotion d'une responsabilité accrue de l'ensemble des parties prenantes, la transparence et l'efficience dans la gestion des finances.

2.2.1. **Objectif stratégique 1** : Accroître la visibilité de la Chambre, de ses actions et résultats.

2.2.2. **Objectif stratégique 2** : Faire connaître la Chambre par ses justiciables, les parties prenantes et le public.

2.2.3. **Objectif stratégique 3** : Améliorer l'image et la perception de la Chambre comme une véritable institution supérieure de contrôle et de reddition des comptes.

III. PLAN COMMUNICATION ET DE VISIBILITE

Le diagnostic de la situation fournit une vue synoptique, d'une part, des forces et faiblesses en matière de communication de la Chambre des Comptes ; et d'autre, révèle quelques opportunités que celle-ci pourrait saisir pour améliorer sa communication interne et externe en dépit de l'existence de quelques facteurs défavorables. Les orientations et axes stratégiques qui en découlent constituent le socle sur lequel est assis le plan de communication et de visibilité.

Tableau synthétique - Plan de communication et de visibilité de la Chambre des Comptes.	
1. Background et Résumé	Dans sa dimension **communication interne**, le plan de communication propose des actions visant au renforcement de la communication à l'intérieur de la Chambre des Comptes et ayant pour finalités de faciliter la gestion, le partage de l'information de manière fluide afin, d'une part, de créer la réactivité au sein de la Chambre des Comptes et renforcer l'efficacité de ses actions ; et, d'autre part, d'améliorer l'impact et l'efficacité de ses travaux en vue de rendre visible ses actions en matière de reddition des comptes publics. Dans sa **dimension externe**, le plan de communication entend contribuer à une meilleure connaissance des fonctions, attributions, missions, organisation, fonctionnement, activités et résultats de la Chambre des Comptes. Les actions proposées visent prioritairement à toucher les justiciables de la Chambre des Comptes, les parties prenantes et le public ainsi que la population d'une manière générale. En définitive le plan d'action vise à mettre en exergue le rôle primordial de la Chambre des Comptes en tant qu'institution supérieure de contrôle et l'impact potentiel de ses actions et son influence sur l'amélioration de la gouvernance et la consolidation de l'Etat au Tchad.
2. Objectifs généraux de communication	L'objectif général est de contribuer à assurer la visibilité du rôle, des missions et des résultats de la Chambre des Comptes de la Cour Suprême vis-à-vis du public et des partenaires ainsi que la promotion d'une responsabilité accrue des justiciables et de l'ensemble des parties prenantes, la transparence et l'efficience dans la gestion des finances publiques.
3. Objectifs Spécifiques	Améliorer la gestion et le partage de l'information avec toutes les parties prenantes afin de renforcer l'efficacité des actions et créer la réactivité des acteurs concernés par la réalisation des actions de la CDC. Favoriser l'appropriation des différentes réalisations de la CDC par les groupes cibles et les bénéficiaires afin d'en assurer la pérennisation. Accroître la visibilité et la connaissance de la CDC. Contribuer à une meilleure connaissance par les justiciables, les parties prenantes institutionnalisées, la société civile, les médias, le secteur privé de ses missions, actions, activités et résultats ainsi que de son influence sur l'amélioration de la gouvernance et la reddition des comptes au Tchad.

4. Groupes Cibles	▪ Les entités relevant du portefeuille des activités et les justiciables de la Chambre des Comptes (ordonnateurs, inspecteurs, comptables publics) ▪ Les parties prenantes institutionnalisées (législatif, exécutif, et judiciaire, autres institutions de contrôle, etc.), société civile, médias, universités, secteur privé, etc. ▪ Les partenaires techniques et financiers. ▪ Les autres Institutions Supérieures de contrôle.
5. . Période couverte par le PDC et visibilité	36 mois. Cette période couvre une partie de la durée du Plan stratégique pour le Développement de la Chambre des Comptes (PSDCCT) 2020-2024. Le chronogramme fournit les détails de la répartition des activités.
Actions de Communication	Activités proposées
	Au total 36 activités sont proposées pour renforcer la communication interne et améliorer la communication à destination des justiciables, des parties prenantes et du public en général.
Ressources Humaines	Pour assurer l'exécution effective du plan de communication et assurer une bonne visibilité de la Chambre des Comptes de l'action, les personnes ressources ci-dessous seront responsables de sa supervision de sa mise en œuvre et de son suivi: • Mme Zara Mahamat Brahim Itno, Présidente de la Chambre des Comptes • Les présidentes de Sections. • Service de communication. • Prestataires de services.
Ressources Financières	Le budget total du plan de communication est chiffré à titre indicatif à **: 172 100 000 FCFA (Cent soixante et douze millions cent mille Francs CFA)**

IV. ACTIVITES SPECIFIQUES DE COMMUNICATION ET VISIBILITE

AXE STRATEGIQUE 1 RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE
ACTIVITES PROPOSEES
Activité 1 : Décision portant création d'un service de communication au sein de la Chambre des Comptes. Activité 2 : Organisation du service de communication conformément aux différentes fonctions de communication (relations publiques, information, communication interne, etc.) et NTIC (Webmaster, Réseaux). Activité 3 : Recrutement et affectation des ressources humaines tenant compte des différentes fonctions. Activité 4 : Mobilisation et allocation des ressources financières et matérielles au service de communication. Activité 5 : Recrutement d'un prestataire pour l'étude de faisabilité technique en vue de l'installation d'un réseau Intranet Activité 6: Réalisation d'une étude de faisabilité pour l'installation de l'Intranet Activité 7 : Recrutement d'un prestataire en vue de l'installation du réseau intranet Activité 8 : Installation et mise en service du réseau d'intranet de la Chambre des Comptes Activité 9 : Formation de l'équipe de communication, des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du réseau Intranet. Activité 10 : Recrutement d'un prestataire de services pour la réalisation du Site Web Activité 11 : Proposition d'une Charte graphique du Site Web par le prestataire et validation par la CDC Activité 12 : Construction du Site Web par le prestataire de services Activité 13 : Formation de l'équipe de communication à l'administration et l'animation du Site Web. Activité 14 : Formation des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du site Web. Activité 15: Organisation des séances d'information et de présentation du Manuel de procédure, des guides d'audits et autres documents à l'intention des utilisateurs internes, des justiciables et autres parties prenantes. Activité 16 : Edition du Manuel de procédure, des guides et autres documents de communication afin de faciliter leur utilisation et dissémination. Activité 17 : Elaboration des modules de formation sur le traitement, la circulation, le classement, la confidentialité et la non confidentialité de l'information. Activité 18 : Organisation de sessions de formation à l'attention des Greffiers et du personnel d'appui (assistantes et secrétaires). Activité 19: Collecte et diffusion régulière des rapports (activités, formation, études, audits) des comptes rendus (réunions, missions). Activité 20 : Edition d'un Bulletin d'information et de Liaison (BIL). Activité 21 : Fabrication et installation d'un tableau d'affichage pour les notes d'information et de service Activité 22 : Etude de faisabilité technique et financière du système de gestion informatisée, d'archivage et conservation dématérialisée de la documentation. Activité 23 : Installation du système de gestion informatisée, d'archivage et de conservation dématérialisée de la documentation.

AXE STRATEGIQUE 2 AMELIORATION DE LA COMMUNICATION A DESTINATION DU PUBLIC
ACTIVITES PROPOSEES
Activité 1 : Remise solennelle des rapports de la Chambre aux destinataires (Présidence, Assemblée Nationale). Activité 2 : Publication du rapport annuel public au Journal Officiel et sur le site Web de la Chambre des Comptes. Activité 3 : Présentation des rapports par la Présidente devant la Commission Finances, Budget et Comptabilité publique de l'Assemblée Nationale Activité 4 : Présentation du rapport annuel par le Président de la Cour Suprême assisté de la présidente de la Chambre devant l'Assemblée Nationale. Activité 5 : Conception, réalisation et diffusion des microprogrammes et spots radiophoniques. Activité 6 : Insertions de messages et d'annonces sous forme de publi-reportages dans les journaux. Activité 7 : Négociation et signature des contrats de partenariats de production et diffusion de magazines audiovisuels sur les activités de la Chambre des Comptes avec les médias publics et privés. Activité 8 : Création d'un Cadre de concertation et d'échanges avec les parties prenantes institutionnelles Activité 9 : Organisation des réunions périodiques (trimestrielle ou semestrielle) du Cadre de concertation. Activité 10 : Organisation des rencontres périodiques avec les parties prenantes non institutionnelles. Activité 11: Organisation d'un point de presse ou conférence de presse avec les médias. Activité 12 : Interviews aux médias autour des rapports et activités de la Chambre des Comptes. Activité 13 : Organisation des journées portes ouvertes.

V. MATRICE DU CADRE LOGIQUE DES ACTIONS

AXE STRATEGIQUE 1 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE	
Objectif stratégique 1 : Mettre en place un système de gestion, de partage d'information afin de créer la réactivité au sein de la Chambre des Comptes et renforcer l'efficacité de ses actions.	
Objectif stratégique 2 : Améliorer l'impact et l'efficacité des travaux de la Chambre afin de rendre visible ses actions en matière de reddition des comptes publics.	
Effet 1 : La Chambre des Comptes dispose d'un système efficace de gestion et de partage d'information permettant d'améliorer la communication interne et la visibilité de ses actions en matière de reddition des comptes publics.	
Pour réaliser ces deux objectifs stratégiques et obtenir l'effet recherché, les actions et activités ci-dessous seront nécessaires.	
Produit 1. : Un système efficace de gestion et de partage d'information est mis en place au sein de la Chambre des Comptes.	
Actions	**Activités**
Action 1.1.: Création d'un véritable service de communication doté des ressources humaines compétentes, financières et matérielles appropriés.	Activité 1 : Décision portant création d'un service de communication au sein de la Chambre des Comptes. Activité 2 : Organisation du service de communication conformément aux différentes fonctions de communication (relations publiques, information, communication interne, etc.) et NTIC (Webmaster, Réseaux). Activité 3 : Recrutement et affectation des ressources humaines tenant compte des différentes fonctions. Activité 4 : Mobilisation et allocation des ressources financières et matérielles au service de communication.
Action 1.2. : Installation d'un réseau intranet avec connexion Internet haut débit au sein de la Chambre**.**	Activité 1: Réalisation d'une étude de faisabilité technique et financière Activité 2:Elaboration des Termes de références pour le recrutement d'un prestataire de services Activité 3 : Recrutement du prestataire pour l'étude de faisabilité technique et financière Activité 4 : Réalisation de l'étude de faisabilité et d'un cahier de charges pour le recrutement d'un prestataire Activité 5 : Recrutement du prestataire en vue de l'installation du réseau intranet Activité 6 : Installation et mise en service du réseau d'intranet de la Chambre des Comptes Activité 7 : Formation de l'équipe de communication, des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du réseau Intranet.
Action 1.3 : Réalisation d'un Site Web dynamique, doté d'un portail pour l'accès du public et des liens avec d'autres sites pertinents.	Activité 1 : Elaboration des Termes de références pour le recrutement d'un prestataire de services Activité 2 : Elaboration d'un cahier de charges pour la réalisation du Site Web Activité 3 : Proposition d'une Charte graphique par le prestataire et validation par la Chambre des Comptes Activité 4 : Construction du Site Web par le prestataire de services Activité 5 : Formation de l'équipe de communication à l'administration et l'animation du Site Web. Activité 6 : Formation des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du site Web.
Produit 2 : **La communication interne de la Chambre des Comptes a été améliorée grâce à l'utilisation de différents canaux, moyens et outils de**	

communication.	
Action 2.1 : Vulgarisation du Manuel de procédure, des guides d'audits et autres documents de communication	Activité 1 : Organisation des séances d'information et de présentation du Manuel de procédure, des guides d'audits et autres documents à l'intention des utilisateurs internes, des justiciables et autres parties prenantes. Activité 2 : Edition du Manuel de procédure, des guides et autres documents de communication afin de faciliter leur utilisation et dissémination.
Action 2.2 Renforcement des capacités du personnel de la Chambre sur les principes et règles gestion de l'information administrative et juridictionnelle.	Activité 1 : Elaboration des modules de formation sur le traitement, la circulation, le classement, la confidentialité et la non confidentialité de l'information. Activité 2 : Organisation des sessions de formation à l'attention des Greffiers et du personnel d'appui (assistantes et secrétaires).
Action 2.3: Mise en place d'un dispositif de collecte, centralisation, traitement, gestion et partage de l'information.	Activité 1: Collecte et diffusion régulière des rapports (activités, formation, études, audits) des comptes rendus (réunions, missions). Activité 2: Edition et diffusion d'un Bulletin d'information et de Liaison (BIL). Activité 3: Fabrication et installation d'un tableau d'affichage pour les notes d'information et de services. Activité 4 : Etude de faisabilité technique et financière du système de gestion informatisée, d'archivage et conservation dématérialisée de la documentation. Activité 5 : Installation du système de gestion informatisée, d'archivage et de conservation dématérialisée de la documentation.
AXE STRATEGIQUE 2 AMELIORATION DE LA COMMUNICATION A DESTINATION DU PUBLIC	
Objectif stratégique 1 : Accroître la visibilité de la Chambre, de ses actions et résultats.	
Objectif stratégique 2 : Faire connaître la Chambre par ses justiciables, les parties prenantes et le public.	
Objectif stratégique 3 : Améliorer l'image et la perception de la Chambre comme une véritable institution supérieure de contrôle et de reddition des comptes.	
Produit 1 : **Une visibilité accrue et une meilleure connaissance des missions de la Chambre des Comptes par ses justiciables ont été assurées.**	
Action 3.1 : Publicité, divulgation et dissémination des différents rapports de la Chambre des Comptes	Activité 1 : Remise solennelle des rapports de la Chambre aux destinataires (Présidence, Assemblée Nationale). Activité 2 : Publication du rapport annuel public au Journal Officiel et sur le site Web de la Chambre des Comptes. Activité 3 : Présentation des rapports par la Présidente devant la Commission Finances, Budget et Comptabilité publique de l'Assemblée Nationale Activité 4 : Présentation du rapport annuel par le Président de la Cour Suprême assisté de la présidente de la Chambre devant l'Assemblée Nationale.
Action 3.2 : Campagne d'information et de sensibilisation des justiciables, organismes et entités relevant du	Activité 1 : Conception, réalisation et diffusion des microprogrammes et spots radiophoniques. Activité 2 : Insertions de messages et d'annonces sous forme de publi-reportages dans les journaux.

portefeuille des activités de la Chambre.	Activité 3 : Négociation et signature des contrats de partenariats de production et diffusion de magazines audiovisuels sur les activités de la Chambre des Comptes avec les médias publics et privés.
Action 3.3 : Renforcement des relations avec les parties prenantes institutionnelles et non institutionnelles.	Activité 1 : Création d'un Cadre de concertation et d'échanges avec les parties prenantes institutionnelles Activité 2 : Organisation des réunions périodiques (trimestrielle ou semestrielle) du Cadre de concertation. Activité 3 : Organisation des rencontres périodiques avec les parties prenantes non institutionnelles.
Produit 2 : **L'image et la perception de la Chambre des Comptes comme une véritable institution supérieure de contrôle et de reddition des comptes ont été améliorées vis-à-vis du public.**	
Action 3.4 : Organisation d'événements médiatiques lors de la en marge de la remise solennelle et de la présentation des rapports de la Chambre des Comptes.	Activité 1 : Organisation d'un point de presse ou conférence de presse avec les médias. Activité 2 : Interviews aux médias autour des rapports et activités de la Chambre des Comptes.. Activité 3 : Organisation des journées portes ouvertes.

VI. BUDGET DU PLAN DE COMMUNICATION

ACTIVITES DE COMMUNICATION	BUDGET ESTIMATIF- 36 mois Plan de Communication et de Visibilité				Observations
	Année 1 (2021)	Année 2 (2022	Année 3 (2023)	TOTAL	
AXE 1 : RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION INTERNE					
Activité 1 : Décision portant création d'un service de communication au sein de la Chambre des Comptes.	0	0	0	0	Acte administratif
Activité 2 : Organisation du service de communication conformément aux différentes fonctions de communication et NTIC (Webmaster, Réseaux).	0	0	0	0	Acte administratif
Activité 3 : Recrutement et affectation des ressources humaines tenant compte des différentes fonctions.	0	0	0	0	Salaires du personnel
Activité 4 : Mobilisation et allocation des ressources financières et matérielles au service de communication.	1.500.000	1.500.000	1.500.000	4.500.000	Budget
Activité 5 : Recrutement prestataire étude de faisabilité technique en vue de l'installation d'un réseau Intranet	500 000	0	0	500 000	
Activité 6: Réalisation étude de faisabilité installation Intranet	3 000 000	0	0	3 000 000	
Activité 7 : Recrutement d'un prestataire en vue de l'installation du réseau intranet	500 000	0	0	500 000	
Activité 8 : Installation et mise en service du réseau d'intranet de la Chambre des Comptes	15 000 000	5000 000	5000 000	25000 000	Sous réserve étude faisabilité
Activité 9 : Formation de l'équipe de communication, des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du réseau Intranet.	3 000 000	3.000. 000	3. 000 000	9000 000	
Activité 10 : Recrutement d'un prestataire de services pour la réalisation du Site Web	500 000	0	0	500 000	
Activité11 : Proposition Charte graphique du Site Web par le prestataire et validation par la CDC	0	0	0	0	Prestataire
Activité 12 : Construction, mise en fonctionnement et animation du Site Web par le prestataire de services	15.000.000	1500.000	1500.000	18000.000	
Activité13 : Formation de l'équipe de communication à l'administration et l'animation du Site Web.	500 000	500 000	500.000	1500.000	
Activité 14: Formation des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du site Web.	1.500.000	1.500.000	1.500.000	4.500.000	
Activité 15 : Organisation des séances d'information et de présentation du Manuel de procédure, des guides d'audits et autres documents à l'intention des utilisateurs internes.	4000 000	4000 000	4000 000	12 000.000	-
Activité 16 : Edition du Manuel de procédure, des guides et autres documents de communication afin de faciliter leur utilisation et dissémination.	3000 000	3000 000	3000 000	9000 000	Frais d'édition et impression
Activité 17 : Elaboration des modules de formation sur le traitement, la circulation, le classement, la confidentialité et la non confidentialité de l'information.	1 000 000	1000 000	1 000 000	3 000 000	Prestataire
Activité 18 : Organisation sessions formation pour Greffiers et du personnel d'appui (assistantes et secrétaires).	1000 000	1000 000	1000 000	3000 000	Prestataire
Activité 19: Collecte et diffusion régulière des rapports et des comptes rendus (réunions, missions).	0	0	0	0	Personnel service communication
Activité 20: Edition d'un Bulletin d'information et de Liaison (BIL).	0	0	0	0	
Activité 21: Fabrication et installation d'un tableau d'affichage pour les notes d'information et de service.	100 000	0	0	100 000	Personnel service communication
Activité 22 : Etude de faisabilité technique et financière du système de gestion informatisée, d'archivage et conservation dématérialisée de la documentation.	0	3000 000		3000 000	
Activité 23 : Installation système de gestion informatisée, d'archivage et conservation dématérialisée documentation.					Evaluation étude faisabilité
TOTAL GENERAL en Francs CFA	**50 100 000**	**25 000 000**	**22 000 000**	**97 100 000**	

ACTIVITES DE COMMUNICATION	BUDGET ESTIMATIF- 36 mois Plan de Communication et de Visibilité				Observations
	Année 1 (2021)	Année 2 (2022	Année 3 (2023)	TOTAL	
. **AXE 2 : AMELIORATION DE LA COMMUNICATION A DESTINATION DU PUBLIC**					
Activité 1 : Remise solennelle des rapports de la Chambre aux destinataires (Présidence, Assemblée Nationale).	500 000	500 000	500 000	1 500 000	Couverture et médiatisation
Activité 2 : Publication du rapport annuel public au Journal Officiel et sur le site Web de la Chambre des Comptes.	1 000 000	1 000 000	1 000 000	3 000 000	Frais de dissémination
Activité 3 : Présentation des rapports par la Présidente devant la Commission Finances, Budget et Comptabilité publique de l'Assemblée Nationale	500 000	500 000	500 000	1 500 000	Couverture et médiatisation
Activité 4 : Présentation du rapport annuel par le Président de la Cour Suprême assisté de la présidente de la Chambre devant l'Assemblée Nationale.	1 000 000	1 000 000	1 000 000	3 000 000	Couverture et médiatisation
Activité 5: Conception, réalisation et dissémination de différents outils de communication (dépliants, posters, affiches, autocollants, calendriers) pour faire connaître la CDC.	6000 000	6000. 000	6. 000 000	18 000 000	Frais d'édition et dissémination
Activité 6 : Insertions de messages et d'annonces sous forme de publi-reportages dans les journaux.	3000 000	3000 000	3000 000	9000 000	Annonces et insertions
Activité 7 : Négociation et signature des contrats de partenariats de production et diffusion de magazines audiovisuels sur les activités de la Chambre des Comptes avec les médias publics et privés.	6000 000	6000 000	6000 000	18 000 000	Contrats avec les médias
Activité 8 : Conception, réalisation et diffusion des microprogrammes et spots radiophoniques pour faire connaître la Chambre par les différents groupes cibles.	1500.000	1500.000	1500.000	4500.000	Frais de réalisation et diffusion
Activité 9 : Création d'un Cadre de concertation et d'échanges avec les parties prenantes institutionnelles	0	0	0	0	Acte administratif
Activité 10 : Organisation des réunions périodiques (trimestrielle ou semestrielle) du Cadre de concertation.	1.500.000	1.500.000	1.500.000	4.500.000	Collation + couverture médias
Activité 11 : Organisation des rencontres périodiques avec les parties prenantes non institutionnelles.	2000 000	2000 000	2000 000	6 000.000	Frais d'organisation
Activité 12 : Organisation de points de presse ou conférences de presse avec les médias.	1000 000	1000 000	1000 000	3000 000	Frais d'édition et impression
Activité 13: Interviews aux médias autour des rapports et activités de la Chambre des Comptes.	0	0	0	0	Présente, Conseillers
Activité 14 : Organisation des journées portes ouvertes	1000 000	1000 000	1000 000	3000 000	Frais d'organisation
TOTAL Axe 2 en Francs CFA	**25 000 000**	**25 000 000**	**25 000 000**	**75000 000**	

Tableau récapitulatif	BUDGET ESTIMATIF -36 mois			
Coûts Activités	Année 1	Année 2	Année 3	Total
Activités Axe 1	50 100 000	25 000 000	22 000 000	97 100 000
Activités Axe 2	25000 000	25 000 000	25 000 000	75 000 000
Total	**75 100 000**	**50 000 000**	**47 000 000**	**172 100 000**

VII. CHRONOGRAMME DES ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE

Chronogramme indicatif des activités de communication et de Visibilité	Chambre des Comptes (CDC)						
	Année 1 (2021)		Année 2 (2022)		Année 3 (2023)		Responsable
Axe 1 Renforcement de la communication interne	1-6	7-12	1-6	7-12	1-6	7-12	
Activité 1 : Décision portant création d'un service de communication au sein de la Chambre des Comptes.							PCS
Activité 2 : Organisation du service de communication conformément aux différentes fonctions de communication (relations publiques, information, communication interne, etc.) et NTIC (Webmaster, Réseaux).							PCDC
Activité 3 : Recrutement et affectation des ressources humaines tenant compte des différentes fonctions.							PCDC
Activité 4 : Mobilisation et allocation des ressources financières et matérielles au service de communication.							PCS PCDC
Activité 5 : Recrutement d'un prestataire pour l'étude de faisabilité technique en vue de l'installation d'un réseau Intranet							
Activité 6: Réalisation d'une étude de faisabilité pour l'installation de l'Intranet							
Activité 7 : Recrutement d'un prestataire en vue de l'installation du réseau intranet							
Activité 8 : Installation et mise en service du réseau d'intranet de la Chambre des Comptes							
Activité 9 : Formation de l'équipe de communication, des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du réseau Intranet.							
Activité 10 : Recrutement d'un prestataire de services pour la réalisation du Site Web							
Activité 11 : Proposition d'une Charte graphique du Site Web par le prestataire et validation par la CDC							
Activité 12 : Construction du Site Web par le prestataire de services							
Activité13 : Formation de l'équipe de communication à l'administration et l'animation du Site Web.							
Activité 14 : Formation des Conseillers, Greffiers et autres membres du personnel à l'utilisation du site Web.							
Activité 15 : Organisation des séances d'information et de présentation du Manuel de procédure, des guides d'audits et autres documents à l'intention des utilisateurs internes, des justiciables et autres parties prenantes.							
Activité 16 : Edition du Manuel de procédure, des guides et autres documents de communication afin de faciliter leur utilisation et dissémination.							
Activité 17 : Elaboration des modules de formation sur le traitement, la circulation, le classement, la confidentialité et la non confidentialité de l'information.							
Activité 18 : Organisation de sessions de formation à l'attention des Greffiers et du personnel d'appui (assistantes et secrétaires).							
Activité 19: Collecte et diffusion régulière des rapports (activités, formation, études, audits) des comptes rendus (réunions, missions).							
Activité 20 : Edition d'un Bulletin d'information et de Liaison (BIL).							
Activité 21: Fabrication et installation d'un tableau d'affichage pour les notes d'information et de service.							
Activité 22 : Etude de faisabilité technique et financière du système de gestion informatisée, d'archivage et conservation dématérialisée de la documentation.							
Activité 23 : Installation du système de gestion informatisée, d'archivage et de conservation dématérialisée de la documentation.							

Chronogramme indicatif des activités de communication et de Visibilité	Chambre des Comptes (CDC)						
	Année 1 (2021)		Année 2 (2022)		Année 3 (2023)		Responsables
Axe 2 Amélioration de la communication à destination du public	1-6	7-12	1-6	7-12	1-6	7-12	
Activité 1 : Remise solennelle des rapports de la Chambre aux destinataires (Présidence, Assemblée Nationale).							PCS
Activité 2 : Publication du rapport annuel public au Journal Officiel et sur le site Web de la Chambre des Comptes.							PCDC
Activité 3 : Présentation des rapports par la Présidente devant la Commission Finances, Budget et Comptabilité publique de l'Assemblée Nationale							PCDC
Activité 4 : Présentation du rapport annuel par le Président de la Cour Suprême assisté de la présidente de la Chambre devant l'Assemblée Nationale.							PCS PCDC
Activité 5: Conception, réalisation et dissémination de différents outils de communication (dépliants, posters, affiches, autocollants, calendriers) pour faire connaître la CDC.							
Activité 6 : Insertions de messages et d'annonces sous forme de publi-reportages dans les journaux.							
Activité 7 : Négociation et signature des contrats de partenariats de production et diffusion de magazines audiovisuels sur les activités de la Chambre des Comptes avec les médias publics et privés.							
Activité 8 : Conception, réalisation et diffusion des microprogrammes et spots radiophoniques pour faire connaître la Chambre par les différents groupes cibles.							
Activité 9 : Création d'un Cadre de concertation et d'échanges avec les parties prenantes institutionnelles							
Activité 10 : Organisation des réunions périodiques (trimestrielle ou semestrielle) du Cadre de concertation.							
Activité 11 : Organisation des rencontres périodiques avec les parties prenantes non institutionnelles.							
Activité 12 : Organisation de points de presse ou conférence de presse avec les médias.							
Activité 13: Interviews aux médias autour des rapports et activités de la Chambre des Comptes.							
Activité 14 : Organisation des journées portes ouvertes							

VIII. ARRANGEMENTS ET MODALITES DE MISE EN OEUVRE

La validation du Plan de Communication constitue la première étape. Ensuite, sa mise en œuvre nécessite la mobilisation des ressources de l'Etat, des partenaires de la Chambre des Comptes dans le cadre des programmes et initiatives en faveur des Institutions Supérieures de Contrôle et des Partenaires au développement du Tchad.

Pour ce qui concerne l'Etat, la session budgétaire en cours offre l'opportunité à la Chambre des Comptes de plaider pour la prise en compte du financement du plan de communication par son inscription au budget pour l'année 2021 et les autres années suivantes.

S'agissant des PTF, il s'agira de mobiliser leur financement soit dans le cadre de l'appui budgétaire classique, soit la formulation d'une requête pour une assistance technique pour la formulation d'un Programme d'Appui à la Reddition des Comptes (PARC) dont le Plan de communication constituera un volet. La Chambre devra envisager la tenue d'une rencontre de plaidoyer à cet effet avec l'appui du Gouvernement. Enfin, une autre initiative doit être prise pour solliciter l'INTOSAI et les autres bailleurs susceptibles d'être intéressés.