

PLAN DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITÉ DE L'AGENCE NATIONALE DE SURVEILLANCE DES SYSTÈMES FINANCIERS DÉCENTRALISÉS

Proposé par :

Dr (M.A.) De-Laure Laurent FATON, le Consultant

JUIN 2024

Sommaire

SIGLES ET ACRONYMES	3
Introduction	4
I. Brève présentation de l' ANSSFD et de ses missions.....	5
1.1 Présentation de l' Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés	5
1.2 Vision et missions de l' Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés	6
1.2.1 La vision de l' Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés	6
1.2.2 Missions de l' Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés	6
1.3 Objectifs de la consultation	6
II. Méthodologie d' élaboration et analyse diagnostique	7
2.1 Méthodologie d' élaboration du plan de communication et de visibilité	7
2.2 Analyse-diagnostic de la situation de communication et de visibilité de l' ANSSFD	9
2.2.1 Forces	9
2.2.2 Faiblesses	9
2.2.3 Opportunités	10
2.2.4 Menaces.....	10
2-3- Problèmes de communication à résoudre	10
III- Axes, objectifs, cibles, messages clés de communication	10
3-1- Axes de communication	10
3-2- Objectifs de communication et de visibilité	11
3-2-1- Objectif général de communication	11
3-2-2- Objectifs spécifiques de communication.....	11
IV- Déclinaison des objectifs en cibles, activités, outils et messages	11
4-1- Accroissement de la visibilité de l' agence au niveau des autorités publiques.....	11

4-1-1- Cibles.....	11
4-1-2- Activités	11
4-1-2-1- Activités médias.....	11
4-1-2-2- Activités hors-médias.....	12
4-1-3- Outils de communication	12
4-2- Accroissement de la visibilité de l' agence au sein de la population.....	13
4-2-1- Cibles.....	13
4-2-2- Activités	13
4-2-2-1- Activités médias.....	13
4-2-2-2- Activités hors- médias.....	14
4-2-3- Outils de communication	14
4-2-4- Messages clés	14
4-3- Contribution au renforcement des outils de communication interne.....	15
4-3-1- Cibles.....	15
4-3-2- Activités	15
V- Planification des moyens	15
5-1- Mécanisme de gestion opérationnelle du plan.....	16
5-2 Budget prévisionnel annuel.....	17
VI- Tableau synthétique des axes, objectifs, cibles, activités, outils et supports	18
VII- Chronogramme de mise en œuvre.....	21
VIII- Mécanisme de suivi-évaluation.....	23
Conclusion.....	24
ANNEXES	25

SIGLES ET ACRONYMES

- ANSSFD** : Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés
- CSFAM** : Comité de Stabilité Financière et d'Assainissement du secteur de la Microfinance
- IMF** : Institutions de Microfinance
- MEF** : Ministère de l'Economie et des Finances
- UMOA** : Union Monétaire Ouest-Africaine
- SFD** : Systèmes Financiers Décentralisés

Introduction

L'Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés, dans le cadre de la réalisation de ses missions, a jugé nécessaire d'élaborer des plans stratégiques en vue de garantir une bonne gestion de ses activités.

En dehors de ces plans stratégiques inscrits dans ses programmes, elle s'est dotée de certains plans opérationnels. Au nombre de ceux-ci figure le plan de la communication et de la visibilité. En réalité, il s'avère nécessaire pour l'agence d'avoir un plan de communication et de visibilité afin de se faire connaître et faire connaître ses missions aux cibles stratégiques et à la population. Ceci l'aidera à mieux se positionner parmi les structures du ministère de l'économie et des finances, à avoir plus de proximité avec les systèmes financiers décentralisés, et à être mieux connue de la population.

C'est pour cette raison qu'un consultant a été sélectionné avec pour obligation de conduire toutes les activités du processus d'élaboration de ce plan de communication et de visibilité.

Spécifiquement, il s'agira pour lui de :

- élaborer un plan de communication opérationnel pour l'ANSSFD pour l'année 2024 ;
- définir les objectifs, cibles, messages clés, canaux et activités de communication ;
- renforcer la visibilité et la notoriété de l'ANSSFD auprès de ses publics cibles.

C'est dans cette logique que ce plan est élaboré. Il s'articule en sept (07) grandes parties à savoir :

- la brève présentation de l'agence et de ses missions ;
- la méthodologie d'élaboration et l'analyse-diagnostic ;
- la définition des axes de communication, des objectifs, cibles et des messages clés de communication ;
- l'identification des activités, des outils de communication et des moyens ;
- la présentation du tableau synthétique des axes, objectifs, cibles, activités, outils et supports ;
- la définition du mécanisme de mise en œuvre et suivi évaluation du plan de communication avec les acteurs impliqués ;
- la présentation du calendrier de mise en œuvre du plan.

I. Brève présentation de l'ANSSFD et de ses missions

1.1 Présentation de l'Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés

L'Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés est un établissement public à caractère social et scientifique. Elle est régie par le décret N°2015-346 du 15 juin 2015 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés et le décret N° 2021-670 du 22 décembre 2021 portant approbation des statuts de l'Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés.

Elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière selon les dispositions la loi n° 2020-20 du 02 septembre 2020 portant création, organisation et fonctionnement des entreprises publiques en République du Bénin et de l'Acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique. Selon l'article 3 de ses statuts. Elle est placée sous la tutelle du Ministère de l'Economie et des Finances.

L'ANSSFD est dirigée par plusieurs organes à savoir :

- l'Organe délibérant qui est le Conseil des Ministres. Il prend les décisions qui relèvent des attributions de l'actionnaire unique ou de l'assemblée générale des actionnaires dans les sociétés ;
- le Conseil d'administration doté des pouvoirs les plus étendus pour déterminer les orientations de l'activité de l'Agence et veiller, en toutes circonstances, à leur mise en œuvre ;
- la Direction générale dirigée par le Directeur général qui assure la gestion quotidienne et la bonne marche de l'Agence. Il est responsable de l'exécution, de la coordination et de la gestion de ses activités et de son développement dans le respect des orientations validées par le Conseil d'administration. Il travaille avec les directions techniques.

1.2 Vision et missions de l'Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés

1.2.1 La vision de l'Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés

A l'horizon 2027, être une Agence nationale de supervision du secteur de la finance décentralisée de référence dans l'espace UMOA, veillant à la mise en place d'un secteur de la microfinance professionnel et assaini pour une meilleure promotion de l'inclusion financière au Bénin.

1.2.2 Missions de l'Agence Nationale de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés

La mission principale est d'assurer la prévention, la supervision et la protection du secteur de la finance décentralisée.

Les principales fonctions et attributions de l'ANSSFD sont :

- veiller à l'application de la réglementation des systèmes financiers décentralisés ;
- instruire les demandes d'autorisation d'exercice des activités de microfinance;
- assurer l'assainissement du secteur et la vulgarisation des textes réglementaires ;
- contribuer à l'élaboration et l'amélioration du cadre juridique, comptable et financier des SFD ;
- proposer des mesures appropriées à l'encontre des SFD et dirigeants ne respectant pas la réglementation ;
- assurer le contrôle sur pièces et sur place des SFD ;
- collecter, traiter et diffuser les informations statistiques sur les SFD ;
- réaliser des études sur la finance décentralisée ;
- contribuer à l'élaboration des stratégies nationales sur le secteur ;
- veiller à la protection des dépôts collectés par les SFD ;
- contribuer à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme dans les SFD ;
- exercer une fonction de veille permanente sur l'ensemble du secteur.

1.3 Objectifs de la consultation

La consultation pour l'élaboration du plan de communication et de visibilité vise quatre (04) principaux objectifs :

- analyser la situation de communication de l'ANSSFD ;
- définir la stratégie de communication et de visibilité de l'ANSSFD ;
- élaborer un plan d'actions annuel de communication et de visibilité de l'ANSSFD ;
- proposer un mécanisme de gouvernance du plan de communication et de visibilité.

II. Méthodologie d'élaboration et analyse diagnostique

2.1 Méthodologie d'élaboration du plan de communication et de visibilité

L'approche méthodologique proposée dans le cadre de cette mission est participative et interactive. Elle s'articule autour de six (06) phases essentielles. Il s'agit de :

✓ ***la phase de rencontres d'échanges avec les responsables de l'agence***

Il s'agit d'échanger avec quatre responsables de l'agence en vue de mieux connaître les problèmes de communication qui se posent à leur niveau. C'est aussi l'occasion de recueillir leurs attentes par rapport au plan de communication à élaborer. Ces échanges qui se font à travers un guide d'entretien permettent surtout de procéder à une brève évaluation des potentialités, contraintes, forces, faiblesses, menaces et perspectives de l'ANSSFD.

Ces entretiens se font suivant les axes majeurs ci-après : (1) l'importance de la communication dans la gestion de l'ANSSFD, (2) le recensement des outils de communication utilisés par l'ANSSFD ; (3) l'appréciation des actions de communication de l'ANSSFD ; (4) l'identification des problèmes de communication de l'ANSSFD et (5) les attentes par rapport au plan de communication à élaborer ;

✓ ***la phase d'appropriation des documents stratégiques nécessaires à la compréhension de la mission et de l'organigramme de l'ANSSFD***

Pour réussir la mission, il urge de connaître la mission et l'organigramme de l'ANSSFD.

La lecture approfondie des différents documents stratégiques de l'agence permet de mieux comprendre sa vision, ses missions et ses axes d'interventions. Ceci doit beaucoup aider dans l'accomplissement de la mission d'élaboration du plan de communication. Il en est de même de l'organigramme de l'agence dans la proposition du dispositif de mise en œuvre du plan.

Cette phase s'avère très importante dans la mesure où elle permet d'aller au-delà des échanges avec les responsables en vue de mieux cerner les différents contours de l'agence ;

✓ ***la phase d'évaluation du dispositif de communication de l'ANSSFD***

A cette phase, il est procédé à la recherche sur les différentes plateformes de communication de l'ANSSFD. Ces recherches permettent d'apprécier les actions de communication de l'agence.

A partir des résultats obtenus, il est procédé à une analyse situationnelle du dispositif existant de communication de l'agence ;

✓ ***la phase d'analyse diagnostic et d'identification des problèmes de communication de l'agence***

Il s'agit pour le consultant de synthétiser toutes les données collectées lors des phases précédentes pour procéder à une bonne analyse-diagnostic de la situation de communication de l'agence. Ainsi, ressortit-il les forces, faiblesses, opportunités et menaces de la situation de communication. Ce tableau lui permet les problèmes à résoudre dans le plan de communication.

Ces différents problèmes sont classés par ordre de priorité en vue de retenir les plus pertinents qui sont pris en compte dans l'élaboration du plan ;

✓ ***la phase d'identification des objectifs, cibles, messages clés, outils, canaux et activités de communication***

Au regard des problèmes identifiés et conformément aux TDR, le plan est élaboré. Il comporte les objectifs, les cibles, les messages clés, outils, les canaux et les activités de communication proposés. Ce plan présente aussi un calendrier annuel d'actions et le mécanisme de sa mise en œuvre.

Dans l'ensemble, ce plan doit justifier les raisons de la mission qui consistent à accroître sa visibilité et sa notoriété, faire connaître son rôle et ses missions, promouvoir les actions menées et asseoir sa légitimité et son autorité ;

✓ ***les ateliers de pré-validation et de validation du plan de communication***

Cette phase se fait en deux étapes. La première étape permet au consultant de présenter le plan proposé aux responsables de l'ANSSFD en vue de recueillir leurs différentes observations. Il s'agit de la phase de la pré-validation. Le consultant tient alors compte des observations pour finaliser le plan qu'il présente à nouveau aux mêmes responsables. C'est la phase de la validation du plan. Cette étape marque la fin du processus. Le consultant peut

alors déposer les livrables attendus.

2.2 Analyse-diagnostic de la situation de communication et de visibilité de l'ANSSFD

Nous procédons à l'analyse SWOT de la situation de communication et de visibilité de l'agence. Cette analyse permet de mieux comprendre ses défis et d'identifier les leviers pour l'amélioration de la situation.

La synthèse de cette analyse se présente comme suit :

2.2.1 Forces

- Un personnel bien formé et très dynamique ;
- Existence d'initiatives de communication depuis 2015 ;
- Existence du Comité de Stabilité Financière et d'Assainissement du secteur de la microfinance ;
- Existence du Réseau National des Maires pour l'Assainissement du Secteur de la Microfinance créé en Août 2023 ;
- Volonté collectivement affichée de doter l'ANSSFD d'un plan de communication et de recherche des moyens de son financement ;
- Existence d'une note de conjoncture paraissant périodiquement (chaque trois ou six mois) ;
- Existence de quelques plaquettes sur les textes de lois régissant le secteur de la microfinance ;
- Existence sous forme imprimée de la liste des structures agréées ;
- Organisation régulière de sensibilisations et de rencontres avec les systèmes financiers décentralisés ;
- Prise en compte, dans les communications médiatiques, des langues nationales ;
- Existence d'Office 365 comme outil de communication interne.

2.2.2 Faiblesses

- Inexistence d'un document ou plan de communication ;
- Inexistence d'un budget de communication ;
- Méconnaissance de l'importance de la mission et des actions menées par l'Agence par les autorités publiques ;
- Méconnaissance de l'importance de la mission et des actions menées par l'Agence par la population ;
- Manque de panneaux d'informations sur la plupart des bureaux au siège de l'agence ;
- Peu de partenariats avec les médias classiques comme modernes ;

- Faible utilisation des médias et réseaux sociaux ;
- Site web fonctionnel mais peu alimenté ;
- Inexistence d'autres plateformes de communication telles que : Facebook, Instagram... ;
- Inexistence d'outils de communication interne tels que : boîte à suggestions, interphone ;
- Faible implication de tous les responsables dans les prises de parole médiatiques au nom de l'agence ;
- Non-participation aux salons et symposiums en tant que structure exposant.

2.2.3 Opportunités

- Existence de plusieurs rencontres telles que les salons et les symposiums dans le domaine de la finance et de la microfinance au Bénin ;
- Forte propension de nouveaux médias (médias sociaux et réseaux sociaux) dans le pays et même dans les zones rurales ;
- Existence de structures de microfinances agréées sur tout le territoire national ;
- Existence d'Organisations Non Gouvernementale intervenant dans le secteur de la microfinance.

2.2.4 Menaces

- Restrictions instaurées dans la gestion de la communication des structures publiques par la Direction de la Communication de la Présidence de la République ;

2-3- Problèmes de communication à résoudre

L'analyse-diagnostic de la situation de communication et de visibilité de l'Agence révèle plusieurs problèmes clés à résoudre, hiérarchisés par ordre de priorité :

- ❖ faible visibilité de l'agence au niveau des autorités publiques ;
- ❖ faible visibilité de l'agence au niveau de la population ;
- ❖ manque d'outils de communication interne au sein de l'agence.

III- Axes, objectifs, cibles, messages clés de communication

3-1- Axes de communication

Dans le cadre de l'élaboration du plan de communication et de visibilité, trois (03) axes stratégiques ont été identifiés pour l'atteinte des objectifs.

- **Axe 1** : Accroissement de la visibilité de l'agence au niveau des autorités publiques ;
- **Axe 2** : Accroissement de la visibilité de l'agence au sein de la population ;

- **Axe 3** : Renforcement des outils de communication interne au sein de l'agence.

3-2- Objectifs de communication et de visibilité

A l'issue de l'analyse-diagnostic, un objectif général et trois objectifs spécifiques se dégagent.

3-2-1- Objectif général de communication

L'objectif général visé par ce plan de communication et de visibilité est d'assurer une forte visibilité institutionnelle à l'ANSSFD et mieux le faire connaître aux populations.

3-2-2- Objectifs spécifiques de communication

Les objectifs spécifiques formulés dans le cadre de l'élaboration du plan de communication sont :

- **objectif spécifique 1** : Accroître la visibilité de l'agence au niveau des autorités publiques ;
- **objectif spécifique 2** : Accroître la visibilité de l'agence au sein de la population ;
- **objectif spécifique 3** : Contribuer au renforcement des outils de communication interne.

IV- Déclinaison des objectifs en cibles, activités, outils et messages

4-1- Accroissement de la visibilité de l'agence au niveau des autorités publiques

4-1-1- Cibles

- les autorités gouvernementales et parlementaires ;
- les autorités du ministère de l'économie et des finances ;
- les autorités locales (Maires, Chef d'arrondissements et Conseillers communaux) ;

4-1-2- Activités

4-1-2-1- Activités médias

Les activités proposées par média spécifique sont :

Télévision :

- ❖ Organisation de conférence de presse à la parution de chaque note de conjoncture ;
- ❖ Organisation de débats sous forme de table ronde des acteurs des systèmes financiers décentralisés.

Presse écrite :

- ❖ Reportage sur les activités de l'ANSSFD et points de presse dans les journaux de grande audience ;
- ❖ Publication d'articles de presse sur les notes de conjoncture de l'ANSSFD à leur parution.

Affichage :

- ❖ Production et installation panneaux à des points stratégiques.

Les réseaux sociaux (page Facebook et compte LinkedIn) :

- ❖ Publication régulière des contenus pertinents sur les activités de l'ANSSFD.

Site internet

- ❖ Gestion et alimentation du site ;
- ❖ Actualisation des informations concernant les activités de l'ANSSFD et le secteur de la microfinance.

4-1-2-2- Activités hors-médias

- ❖ Organisation de la revue annuelle du secteur de la microfinance ;
- ❖ Renforcement des séances avec le Comité de Stabilité Financière et d'Assainissement du Secteur de la Microfinance et le Réseau National des Maires pour l'Assainissement du Secteur de la Microfinance.

4-1-3- Outils de communication

Les différents outils de communication proposés sont : des visuels et un film documentaire.

- **Les visuels**

Au nombre de neuf (09), les visuels à réaliser vont appuyer les messages proposés dans le plan de visibilité et de communication. Ils sont conçus pour être utilisés dans la production des panneaux d'affichage et les diffusions sur le site internet et les réseaux sociaux.

- **Emissions**

Des émissions radiophoniques et télévisées seront organisées sur plus chaînes pour discuter des notes de conjoncture et autres sujets importants du secteur de la microfinance au Bénin.

4-2- Accroissement de la visibilité de l'agence au sein de la population

4-2-1- Cibles

- les populations béninoises ;
- les autorités locales (Maires, Chef d'arrondissements et Conseillers communaux) ;
- les responsables des groupements et associations des femmes, des paysans et des artisans ;
- les responsables des confessions religieuses, traditionnels et les leaders d'opinions.

4-2-2- Activités

4-2-2-1- Activités médias

Les activités proposées par média spécifique sont :

Télévision :

- ❖ Diffusion de films documentaires ;
- ❖ Initiation de l'émission : *Les minutes de l'ANSSFD*. C'est un passage de 10 minutes sur une chaîne de télévision chaque mois pour aborder un sujet pertinent du secteur.

Radio :

- ❖ Emissions sur les systèmes financiers décentralisés et les textes de lois ;
- ❖ Initiation de l'émission : *Les minutes de l'ANSSFD*. C'est un passage de 10 minutes sur une chaîne de radio chaque mois pour aborder un sujet pertinent du secteur.

Presse écrite :

- ❖ Reportage sur les activités de l'ANSSFD et points de presse dans les journaux de grande audience ;
- ❖ Production et distribution des brochures explicatives sur les missions de l'ANSSFD ;
- ❖ Réalisation des dépliants sur les textes de lois dans le secteur des SFD.

Affichage :

- ❖ Production et installation panneaux à des points stratégiques.

Les réseaux sociaux (page Facebook et compte LinkedIn) :

- ❖ Publication régulière des structures agréées (au moins mensuellement) ;
- ❖ Publication régulière des textes de lois sur la microfinance ;
- ❖ Publication régulière des contenus pertinents sur les activités de l'ANSSFD.

Site internet

- ❖ Gestion et alimentation du site ;
- ❖ Diffusion régulière des textes de lois sur le secteur des SFD ;
- ❖ Actualisation des informations concernant les activités de l'ANSSFD et le secteur de la microfinance.

4-2-2-2- Activités hors- médias

- ❖ Organisation des journées annuelles d'informations de l'ANSSFD sur toute l'étendue du territoire.

4-2-3- Outils de communication

Les différents outils de communication proposés sont : des visuels et un film documentaire.

- Les visuels

Au nombre de neuf (09), les visuels à réaliser vont appuyer les messages proposés dans le plan de visibilité et de communication. Ils sont conçus pour être utilisés dans la production des panneaux d'affichage et les diffusions sur le site internet et les réseaux sociaux.

- Film documentaire

Il faudra réaliser un film documentaire pour faire le bilan des activités de l'ANSSFD depuis sa création. Ce film qui sera diffusé permettra de donner la parole aux différents acteurs des systèmes financiers décentralisés, aux autorités locales et aux populations pour recueillir leurs avis les actions de l'agence et leurs éventuelles attentes. Ce documentaire sera diffusé sur plusieurs chaînes de télévision classiques.

- Emissions

Des émissions radiophoniques et télévisées seront organisées sur plus chaînes pour discuter des sujets importants liés aux textes de lois règlementant les systèmes financiers décentralisés, les missions de l'ANSSFD et autres sujets importants du secteur de la microfinance au Bénin.

4-2-4- Messages clés

a-Nous prévenons, supervisons et protégeons le secteur de la finance décentralisée au Bénin.

Faites-nous confiance.

b- Avez-vous des doutes sur une structure de microfinance ?

Contactez-nous pour en avoir l'assurance.

c- Avec l'ANSSFD, notre IMF est bien surveillée et protégée.

Accompagnez-nous.

d- Les collectes d'épargne sont règlementées au Bénin

Ne tombez pas sous le coup de la loi

e- Les placements de fonds sont règlementés au Bénin

Ne tombez pas sous le coup de la loi

f- Les octrois de crédit sont règlementés au Bénin

Ne tombez pas sous le coup de la loi

g-1- Chaque jour et partout au Bénin, Nous œuvrons pour un secteur de la microfinance sécurisé

h-2- Chaque jour et partout au Bénin, Nous prévenons, supervisons et protégeons le secteur de microfinance au Bénin

i- Partout au Bénin, Nous prévenons les crises dans le secteur de la microfinance

j- Avez-vous des préoccupations sur un système financier décentralisé au Bénin ?

Contactez-nous

4-3- Contribution au renforcement des outils de communication interne

4-3-1- Cibles

Le personnel administratif de l'ANSSFD représente la cible de l'atteinte de cet objectif.

4-3-2- Activités

- ❖ Installation d'interphone dans les différents bureaux de l'ANSSFD ;
- ❖ Installation d'une boîte à suggestions dans l'enceinte de la direction ;
- ❖ Conception et pose des panneaux d'informations bien conçues sur les portes de tous les bureaux de la direction de l'ANSSFD.

V- Planification des moyens

La mise en œuvre de ce plan de communication nécessitera la mobilisation de ressources humaines et financières. À cet effet, nous les avons les identifiées afin de faciliter la réalisation des activités.

5-1- Mécanisme de gestion opérationnelle du plan

La mise en œuvre plan de ce plan nécessitera une équipe de deux personnes. Il s'agit d'un Responsable chargé de la communication et d'un Community Manager. Le premier est responsable de la mise en place effective du plan. Il est secondé par le Community Manager qui s'occupe exclusivement de la gestion de la communication digitale sous sa supervision.

Le Responsable chargé de la Communication à un rôle permanent alors que le Community Manager n'est pas obligatoirement permanent. Il peut faire son travail suivant un cahier de charge particulier. L'essentiel est qu'il s'occupe efficacement de la gestion, de l'alimentation et de l'actualisation du site internet et des autres plateformes numériques de l'ANSSFD.

5-2 Budget prévisionnel annuel

ACTIVITÉS	Coût de réalisation
Publication trimestrielle de la note de conjoncture de l'ANSSFD	---
Reportage sur les activités de l'ANSSFD dans les journaux de grande audience, les radios et télévisions	5.000.000
Publication régulière des structures agréées (au moins mensuellement)	----
Initiation de l'émission : <i>Les minutes de l'ANSSFD</i>	3.000.000
Organisation de conférence de presse à la parution des notes de conjoncture	6.000.000
Emissions sur les systèmes financiers décentralisés et les textes de lois.	2.500.000
Diffusion de films documentaires	6.500.000
Organisation de débats sous forme de table ronde radio/télé	2.500.000
Production et installation panneaux à des points stratégiques	2.000.000
Réalisation des dépliants sur les textes de lois dans le secteur des SFD	1.000.000
Production et distribution des brochures explicatives sur les missions de l'ANSSFD	2.000.000
Gestion et alimentation du site	1.500.000
Renforcement des séances avec le CSFAM	---
Organisation de la revue annuelle du secteur de la microfinance	10.000.000
Organisation des journées d'informations de l'ANSSFD sur toute l'étendue du territoire	15.000.000
Installation d'interphone dans les différents bureaux de l'ANSSFD	1.500.000
Conception et pose des panneaux d'informations bien conçues sur les portes de tous les bureaux de la direction de l'ANSSFD	500.000
TOTAL	59.000.000

VI- Tableau synthétique des axes, objectifs, cibles, activités, outils et supports

AXE	OBJECTIFS	CIBLES	ACTIVITÉS	OUTILS	SUPPORTS
AXE 1 : Accroissement de la visibilité de l'agence au niveau des autorités publiques	OS 1 : Accroître la visibilité de l'agence au niveau des autorités publiques	-Les autorités gouvernementales et parlementaires	Organisation de conférence de presse à la parution de chaque note de conjoncture	Média	TV
		-Les autorités du ministère de l'économie et des finances	Organisation de débats sous forme de table ronde des acteurs des systèmes financiers décentralisés		
		-Les autorités locales	Reportage sur les activités de l'ANSSFD et points de presse dans les journaux de grande audience	Médias	Presse écrite
			Publication d'articles de presse sur les notes de conjoncture de l'ANSSFD à leur parution		
			Organisation des journées annuelles d'informations de l'ANSSFD sur toute l'étendue du territoire	Hors média	
AXE 2 : Accroissement de la visibilité de l'agence au sein	OS 2 : Accroître la visibilité de l'agence au sein de la	-Les populations béninoises	Diffusion de films documentaires	Médias	TV
		-Les autorités locales -Les responsables	Initiation de l'émission : <i>Les minutes de l'ANSSFD</i> . C'est un passage de 10 minutes sur une chaîne de télévision chaque mois		

PLAN DE COMMUNICATION

de la population	population	des groupements et associations des femmes, des paysans et des artisans -Les responsables des confessions religieuses, traditionnels et les leaders d'opinions	pour aborder un sujet pertinent du secteur	Média	Radio			
			Emissions sur les systèmes financiers décentralisés et les textes de lois					
			Initiation de l'émission : <i>Les minutes de l'ANSSFD</i> . C'est un passage de 10 minutes sur une chaîne de radio chaque mois pour aborder un sujet pertinent du secteur					
						Reportage sur les activités de l'ANSSFD et points de presse dans les journaux de grande audience	Médias	Presse écrite
						Production et distribution des brochures explicatives sur les missions de l'ANSSFD		
						Réalisation des dépliants sur les textes de lois dans le secteur des SFD		
Production et installation panneaux à des points stratégiques								
Axe 3 : Renforcement des outils de communication interne au sein de l'agence	OS 3 : Contribuer au renforcement des outils de communication interne.	Personnel administratif de l'ANSSFD	Installation d'interphone dans les différents bureaux de l'ANSSFD	Hors média	Affichage			
			Installation d'une boîte à suggestions dans l'enceinte de la direction					
			Conception et pose des panneaux d'informations bien conçues sur les portes de tous les bureaux de la direction de l'ANSSFD					

VII- Chronogramme de mise en œuvre

Année 2024

Activités	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Organisation de conférence de presse de parution de chaque note de conjoncture ;				X			X
Organisation de débats sous forme de table ronde des acteurs des systèmes financiers décentralisés			X		X		X
Reportage sur les activités de l'ANSSFD et points de presse dans les journaux de grande audience		X	X	X	X	X	X
Publication d'articles de presse sur les notes de conjoncture de l'ANSSFD à leur parution				X			X
Production et installation panneaux à des points stratégiques				X			
Organisation des journées annuelles d'informations de l'ANSSFD sur toute l'étendue du territoire							X
Diffusion de films documentaires							X
Initiation de l'émission : <i>Les minutes de l'ANSSFD</i> . C'est un passage de 10 minutes sur une chaîne de télévision chaque mois pour aborder un sujet pertinent du secteur		X	X	X	X	X	X
Emissions sur les systèmes financiers décentralisés et les textes de lois				X		X	
Initiation de l'émission : <i>Les minutes de l'ANSSFD</i> . C'est un passage de 10 minutes sur une chaîne de radio chaque mois pour aborder un sujet pertinent du secteur		X	X	X	X	X	X
Reportage sur les activités de l'ANSSFD et points de presse dans les journaux de grande audience		X	X	X	X	X	

PLAN DE COMMUNICATION

Production et distribution des brochures explicatives sur les missions de l'ANSSFD					X		
Réalisation des dépliants sur les textes de lois dans le secteur des SFD					X		
Installation d'interphone dans les différents bureaux de l'ANSSFD				X			
Installation d'une boîte à suggestions dans l'enceinte de la direction		X					
Conception et pose des panneaux d'informations bien conçues sur les portes de tous les bureaux de la direction de l'ANSSFD			X				

VIII- Mécanisme de suivi-évaluation

Pour une réussite parfaite de la mise en œuvre de ce plan, il est recommandé de mettre en place un mécanisme de suivi-évaluation. Ainsi, après chaque six (06), une évaluation doit être faite. Pour cette évaluation, l'ANSSFD peut faire recours au Consultant ou à une autre expertise.

Conclusion

Le présent plan de communication et de visibilité qui a pour objectif d'assurer une forte visibilité institutionnelle à l'ANSSFD et de mieux la faire connaître aux populations. Son élaboration s'est faite suivant les modalités définies par les Termes de Références (TDR). La démarche méthodologique qui a permis de la faire s'est déroulée en six phases. De l'analyse diagnostic de la situation de l'agence, il ressort l'absence d'un dispositif opérationnel de communication, le manque d'outils de communication interne et une faible visibilité institutionnelle au sein du ministère de tutelle.

Au regard de cette situation, trois axes de communication ont été identifiés. Ces axes ont permis de formuler les trois objectifs spécifiques à savoir :

- accroître la visibilité de l'agence au niveau des autorités publiques ;
- accroître la visibilité de l'agence au sein de la population ;
- contribuer au renforcement des outils de communication interne.

Pour atteindre ces objectifs, des cibles ont été identifiées. A chacun de ces cibles, des activités médiatiques à travers la presse, la radio, télévision, l'internet et les réseaux sociaux. De même, des activités non médiatiques sont prévues comme l'organisation revue annuelle des systèmes financiers décentralisés. Par ailleurs, des outils de communication sont conçus.

La mise en œuvre de ce plan nécessitera le recrutement d'un Responsable chargé de la communication et d'un Community Manager. Le budget prévisionnel annuel de sa réalisation est estimé à Cinquante Neuf Millions (59.000.000) francs CFA.

La réussite de la mise en œuvre de plan de communication et de visibilité de l'ANSSFD dépendra du respect du chronogramme de son exécution et du dispositif de suivi-évaluation proposé.

ANNEXES

(Voir le fichier des visuels)