

REPUBLIQUE DU BURUNDI

STRATEGIE DE COMMUNICATION DU GOUVERNEMENT DE LA REPUBLIQUE DU BURUNDI

Adoptée par le Conseil des Ministres en sa séance du 09 au 10 octobre 2013

Bujumbura, mai 2013

TABLE DES MATIERES

SIGLES ET ABREVIATIONS	5
0. INTRODUCTION.....	6
0.1. Justification de la stratégie de communication gouvernementale	6
0.2. Généralités sémantiques.....	6
0.3. Démarche méthodologique.....	7
0.4. Articulation du document.....	8
1. ETAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE	9
1.1. Institutions et structures impliquées dans la communication gouvernementale	9
1.1.1. <i>La Présidence de la République</i>	9
1.1.2. <i>La Première Vice - Présidence de la République</i>	10
1.1.3. <i>La Deuxième Vice - Présidence</i>	10
1.1.4. <i>Les Ministères</i>	11
1.1.5. <i>L'administration provinciale et communale</i>	12
1.2. Personnalités impliquées dans la communication gouvernementale	12
1.3. Outils et supports de la communication gouvernementale	13
1.3.1. <i>Communication intra-gouvernementale</i>	13
1.3.2. <i>Communication externe</i>	13
1.4. Analyse des sites web existants	14
1.4.1. <i>Le site web du gouvernement</i>	14
1.4.2. <i>Le site web de la Présidence de la République</i>	15
1.5. Défis et problèmes de la communication gouvernementale.....	15
2. CONTENU DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE	18
2.1. Vision et valeurs de la communication gouvernementale.....	18
2.2. Objectifs de la stratégie de communication gouvernementale.....	18
2.3. Résultats de la stratégie de communication gouvernementale	21
2.4. Messages et groupes cibles de la communication gouvernementale.....	24
2.4.1. <i>Messages du gouvernement</i>	24
2.4.2. <i>Groupes cibles de la communication gouvernementale</i>	25
2.5. Ressources financières	27
2.6. Mise en œuvre et suivi-évaluation.....	27
3. PLAN D'ACTION DE MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	29
4. CONCLUSION.....	36
ANNEXES.....	37

RESUME EXECUTIF

La Stratégie de Communication du Gouvernement de la République du Burundi s'inscrit dans une perspective de mise en œuvre de la Politique Nationale de Communication adoptée le 10 juillet 2013. Elle se situe en droite ligne avec les orientations de la Vision Burundi 2025 et du Cadre Stratégique de Croissance et de Lutte contre la Pauvreté (CSLP II).

Après avoir mis en évidence un ensemble de défis auxquels la communication gouvernementale est confrontée, la Stratégie de Communication du Gouvernement de la République du Burundi définit les valeurs, la vision, les objectifs de la communication gouvernementale et les résultats attendus.

Ainsi, la communication gouvernementale sera basée sur les valeurs suivantes :

- La responsabilité : le gouvernement doit savoir prendre l'initiative de communiquer ;
- Le droit de tous à l'information : l'information doit être rendue disponible et chaque citoyen a le droit de solliciter les informations voulues ;
- La transparence : la démocratie et la bonne gouvernance excluent l'opacité dans la gestion des affaires publiques ;
- La crédibilité : le message du gouvernement doit être crédible, basé sur la confiance qu'inspire l'émetteur ;
- L'efficacité et la sécurité : l'information est essentielle à la productivité ;
- Le dialogue et la concertation : la paix sociale repose sur la compréhension mutuelle dont le gouvernement doit savoir être le moteur.

La vision de la Stratégie de Communication du Gouvernement de la République du Burundi est que chaque burundais et chaque partenaire a accès à l'information voulue sur l'action du gouvernement.

Son objectif général est d'améliorer la communication du gouvernement en facilitant la fluidité d'une information pertinente et en développant des relations dynamiques de proximité qui apportent des réponses aux attentes des populations burundaises et de tous les autres partenaires. Cela se réalisera à travers douze (12) axes stratégiques et dix (10) sous axes.

Les résultats attendus sont :

- Le gouvernement développe davantage de synergie d'action ;
- L'information est plus fluide et facilite la prise des décisions adéquates en temps réel ;
- Les textes régissant les institutions, structures et acteurs impliqués dans la communication gouvernementale sont plus cohérents ;
- Les ressources humaines sont plus efficaces ;
- Les structures impliquées dans la communication gouvernementale sont mieux outillées ;
- L'information sur l'action du gouvernement est disponible et la population comprend mieux les messages, est mieux informée et exerce son droit à une information pertinente ;
- Les relations apaisées se créent entre le gouvernement et les groupes sociaux qui participent davantage aux initiatives de développement.

La Stratégie de Communication du Gouvernement de la République du Burundi vise donc à donner une orientation générale pour faire connaître à l'opinion tant nationale qu'internationale l'action gouvernementale de manière cohérente et en temps utile.

Elle fixe des principes directeurs qui serviront de référence pour les institutions et acteurs impliqués dans la communication gouvernementale. Sa mise en œuvre est donc une affaire de tous.

SIGLES ET ABREVIATIONS

ABP	:	Agence Burundaise de Presse
AFJO	:	Association Burundaise des Femmes Journalistes
BNUB	:	Bureau des Nations Unies au Burundi
CIC	:	Comité Interministériel de la Communication
CIEP	:	Centre d'Information, Education, Communication en matière de Population et Développement
CNC	:	Conseil National de la Communication
CSLP II	:	Cadre Stratégique de Croissance et de Lutte contre la Pauvreté II
Gouv	:	Gouvernement
MESRS	:	Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.
MRECI	:	Ministère des Relations Extérieures et de la Coopération Internationale
MTICRP	:	Ministère des Télécommunications, de l'Information, de la Communication et des Relations avec le Parlement
OMD	:	Objectifs du Millénaire pour le Développement
PAG	:	Programme d'Action du Gouvernement
PNUD	:	Programme des Nations Unies pour le Développement
PP	:	Porte-parole
PPB	:	Publications de Presse Burundaise
PR	:	Présidence de la République
RTNB	:	Radio Télévision Nationale du Burundi
SETIC	:	Secrétariat Exécutif des Technologies de l'Information et de la Communication
SGG	:	Secrétaire Général du Gouvernement
SGPPG	:	Secrétaire Général et Porte-parole du Gouvernement
SICG	:	Service d'Information et de Communication du Gouvernement
SP	:	Secrétaire Permanent
TIC	:	Technologie de l'Information et de la Communication
VP	:	Vice Présidence de la République

0. INTRODUCTION

0.1. Justification de la stratégie de communication gouvernementale

L'action gouvernementale se situe en droite ligne avec des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD), la Vision Burundi 2025 et le Cadre Stratégique de Croissance et de Lutte contre la Pauvreté (CSLP II).

Ses principales orientations sont définies dans le discours programme du 2 septembre 2010 prononcé par Son Excellence Monsieur le Président de la République, dans le décret fixant les missions du gouvernement ainsi que dans les plans sectoriels des différents ministères.

C'est dans une perspective d'informer les citoyens ainsi que les partenaires du Burundi sur les progrès atteints dans la mise en œuvre de ces orientations et de donner à l'opinion l'occasion d'exprimer sa perception sur l'action gouvernementale et d'exercer son droit à l'information que la présente stratégie est donc élaborée.

A l'évidence, la complexité des missions du gouvernement exige qu'il entretienne des relations étroites avec tous les acteurs de la société. Il doit organiser des interactions productives à l'interne et communiquer sur ce qui se fait et répondre aux attentes des citoyens et des différents partenaires.

Dès lors, la communication gouvernementale est un processus d'information, d'écoute et de réponse à des attentes, des interrelations et un dialogue entre les gouvernants et les différentes couches de la communauté nationale et internationale.

Il s'agit, sans doute, d'un marketing gouvernemental qui présente l'image de marque des services gouvernementaux et de l'action gouvernementale en délivrant en permanence des messages cohérents depuis le sommet jusque dans les moindres démembrements à la base. Elle se distingue, cependant, de la politique nationale de communication dont elle est une des composantes.

0.2. Généralités sémantiques

La communication gouvernementale évolue avec le niveau de démocratisation des pays. Elle a connu, au cours des dernières décennies, une évolution remarquable avec les modes de gestion de type entrepreneurial des administrations publiques et la médiatisation permanente de la politique.

Les définitions de ce genre de communication sont très diversifiées. La communication gouvernementale se définit, ainsi, comme l'action de faire connaître, faire comprendre, faire accepter des décisions ou des actes de l'autorité gouvernementale.

Elle est perçue comme l'ensemble des actions menées par les pouvoirs publics et leurs administrations, à destination de l'opinion ou de certains de ses segments, pour valoriser leur politique, leurs choix, leurs attitudes, ou pour promouvoir les comportements et les produits qui en résultent.

Dans une certaine mesure, elle s'appréhende comme un moyen qui permet à l'Etat de proposer, à défaut d'imposer, certains changements de mentalités et de comportements que le citoyen doit intégrer et adopter. Elle est aussi considérée comme un processus de diffusion de messages du pouvoir exécutif par des moyens diversifiés de communication de masse.

0.3. Démarche méthodologique

La Stratégie de Communication du Gouvernement de République du Burundi a été élaborée par un Consultant international et un Consultant national recrutés par le PNUD en réaction à une requête de la Deuxième Vice Présidence de la République. Ils ont travaillé du 28 novembre 2011 au 27 décembre 2011 sous la supervision de la Deuxième Vice Présidence de la République en adoptant une démarche participative et interactive.

Dans le souci de cerner leur rôle, capitaliser les expériences déjà acquises, identifier les insuffisances, recueillir les préoccupations et attentes et appréhender les pesanteurs, les Consultants ont associé au processus les institutions, les structures et les personnes impliquées dans la communication gouvernementale ainsi que les acteurs externes au système, observateurs ou partenaires de l'action gouvernementale.

Ils ont focalisé leurs préoccupations autour de plusieurs facteurs et ont tenu compte de l'ensemble de paramètres qui ont orienté l'analyse institutionnelle ayant conduit au diagnostic. C'est entre autres :

- les conditions de gestion des messages et les canaux utilisés pour le partage de l'information au sein de l'appareil gouvernemental ;
- les mécanismes de coordination et de programmation en place ;
- la répartition des tâches entre institutions telle que décrite dans les textes administratifs en corrélation avec la qualité des produits de communication gouvernementale existants ;
- les activités mises en œuvre et les interactions entre les acteurs de la communication gouvernementale et les composantes de la société civile/les médias ;
- les capacités techniques des structures médiatiques de service public appréciées par elles-mêmes et par des observateurs externes ;
- le contenu des publications du gouvernement, de la presse et des outils de communication électronique existants ;
- les mécanismes de feedback permettant d'apprécier l'opinion et les attentes de la population ;
- les appréciations de la société civile sur l'action gouvernementale ;
- la prise en compte des conditions de déroulement de la mission.

Une séance de validation du document a réuni en date du 21 décembre 2011 à la Deuxième Vice-Présidence de la République les acteurs impliqués dans la communication gouvernementale. Ces derniers ont saisi l'occasion pour faire des amendements et suggestions qui ont été pris en compte

dans la version finale de la stratégie qui a été transmis, par la suite, au Ministère en charge de la Communication pour toilettage et appropriation.

En raison du processus d'élaboration de la Politique Nationale de Communication qui était aussi en cours, le Ministère n'a entrepris et finalisé ce travail de toilettage qu'au cours de l'exercice 2013.

0.4. Articulation du document

Le document de Stratégie de Communication du Gouvernement de la République du Burundi comprend trois chapitres.

- Le premier chapitre met en évidence l'état des lieux de la communication gouvernementale ;
- Le second chapitre développe le contenu de la stratégie de communication gouvernementale ;
- Le dernier chapitre porte sur le plan d'actions de mise en œuvre de la stratégie de communication.

1. ETAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE

1.1. Institutions et structures impliquées dans la communication gouvernementale

La Constitution de la République du Burundi promulguée le 18 mars 2005 stipule dans son article 122 que dans l'exercice de ses fonctions, le Président de la République est assisté de deux Vice-présidents.

De son côté, l'article 126 de la même Constitution prévoit que les Vice-présidents prennent par arrêté, chacun dans son secteur, toutes les mesures d'exécution des décrets présidentiels. Les Ministres chargés de leur exécution contresignent les arrêtés des vice-présidents.

Le pouvoir exécutif repose donc sur une architecture ayant à son sommet un Président de la République, assisté par deux Vice-présidents et les Ministres et à sa base l'administration locale. Les structures de la communication gouvernementale regroupent ainsi les services de la présidence de la république, des vices présidences de la république, des ministères ainsi de l'administration provinciale et communale.

1.1.1. *La Présidence de la République*

L'article 199 de la Constitution donne des orientations sur l'activité communicationnelle du Chef de l'Etat avec les représentants du peuple. Il dispose en effet: « **Le Président de la République communique avec le Parlement réuni en congrès par voie de message. Ce message ne donne lieu à aucun débat** ».

De façon générale, le Président de la République est assisté en matière de communication par le Bureau chargé des Questions de Presse, d'Information et de Communication, le Service du Porte-Parole du Président de la République ainsi que le Secrétariat Général du Gouvernement et le Porte-Parole du Gouvernement.

Le Bureau chargé des Questions de Presse, d'Information et de Communication a notamment pour missions de :

- suivre la politique du pays dans le domaine de la communication ;
- assurer les relations du Président de la République avec les médias ;
- tenir le Président de la République constamment informé de l'actualité nationale et internationale et lui apporter une information utile à son action ;
- mettre à la disposition du Président de la République et de tous les autres services de la Présidence des informations et des synthèses relatives à l'actualité nationale et internationale, ainsi qu'aux grandes tendances de l'opinion publique ;
- traiter de toutes les questions en rapport avec la communication.

Le Service du Porte-parole du Président de la République a pour missions de :

- répondre aux médias en lieu et place du Président de la République pour des questions bien circonscrites à l'intention de l'opinion tant nationale qu'internationale sur instructions du Président de la République ;
- coordonner les activités des Porte-paroles des Vice-présidents de la République.

De son côté, le Secrétaire Général du Gouvernement et Porte - Parole du Gouvernement a pour mission d'appuyer le Président de la République et les Vice-Présidents de la République dans la coordination de l'action gouvernementale.

Il communique sur la politique de la nation dans le cadre des décisions prises par consensus en Conseil des Ministres. Il est assisté, entre autres, par un Service du Conseil des Ministres et un Service de la Documentation et des Archives.

Le premier service est chargé de :

- préparer, organiser et coordonner les travaux du Conseil des Ministres ;
- préparer les dossiers et les transmettre aux membres du Gouvernement ;
- établir les comptes-rendus des séances et ;
- s'assurer du suivi des recommandations et décisions arrêtées en Conseil des Ministres.

Le second service est chargé de :

- organiser, gérer et diffuser tous les documents produits dans le cadre de l'action gouvernementale ;
- rassembler et rendre disponible la documentation nécessaire à l'usage du Gouvernement.

1.1.2. *La Première Vice - Présidence de la République*

Le Premier Vice - Président de la République assure la coordination du domaine politique et administratif. Relèvent de sa tutelle huit (8) ministères dont celui des Télécommunications, de l'Information, de la Communication et des Relations avec le Parlement.

Il est appuyé en matière de communication par une Cellule Presse et Communication placée sous la supervision d'une Conseillère Principale assistée de quatre (4) conseillers.

Ces conseillers ont diverses formations de base, dont la Licence en Histoire et Géographie, en Langues et Littérature anglaise. Ils ne sont pas du domaine et n'ont pas d'expérience en communication.

La Conseillère Principale a une formation de base en langue et a exercé en qualité de journaliste pendant une dizaine d'années.

1.1.3. *La Deuxième Vice - Présidence*

Le Deuxième Vice-Président assure la coordination du domaine économique et social. Onze (11) ministères sont sous sa tutelle. Il est appuyé en matière de communication par une Cellule Presse et Communication placée sous la supervision d'un Conseiller Principal assisté de quatre (4) conseillers.

Ces conseillers ont diverses formations de base, allant de la Licence en Histoire, en Langues et Littératures africaines et en Journalisme. La plupart ont appris le métier de journaliste sur le tas et ont une expérience moyenne de 5 ans.

Le Conseiller Principal est titulaire d'un Diplôme d'Etudes Approfondies en Journalisme Environnemental et Communication et totalise une vingtaine d'années d'expérience professionnelle dans différents domaines dont la communication.

1.1.4. Les Ministères

La Constitution stipule dans son article 200: « **Les membres du Gouvernement peuvent assister aux séances de l'Assemblée Nationale et du Sénat et sont entendus chaque fois qu'ils le demandent** ».

En outre, elle dispose dans son article 202: « **L'Assemblée Nationale et le Sénat peuvent s'informer sur l'activité du Gouvernement par la voie des questions orales ou écrites adressées aux membres du Gouvernement** ».

Les Ministres exercent l'autorité hiérarchique sur les responsables des services de l'administration centrale et des projets relevant des secteurs dont ils sont titulaires. Ils exercent en outre leur autorité de tutelle sur les services publics autonomes et sur les organismes personnalisés comme les sociétés publiques, les administrations personnalisées et les établissements publics œuvrant dans les secteurs de leur intervention.

Au niveau de chaque Ministère, les Secrétaires Permanents sont, entre autres, chargés de planifier, programmer, coordonner et animer les activités des différentes Directions Générales et Inspections Ministérielles. Ils sont également chargés d'assurer les relations techniques du Ministère avec le Public en général, et avec la presse en particulier.

Les Ministères sont dotés de Cellules de Communication et de Porte-paroles dont les profils restent très variés. Leurs activités et leur efficacité varient donc selon les ministères. Comme le Ministère des Télécommunications, de l'Information, de la Communication et des Relations avec le Parlement a des attributions spécifiques en matière de communication, il importe de s'y intéresser de façon particulière.

Ce ministère est, en effet, chargé de la conception et de l'exécution de la politique nationale en matière de communication et de la mise en place d'un système de communication visant à promouvoir et redorer l'image du Burundi. A cet égard, l'administration centrale de ce ministère comprend:

- une Direction Générale de la Communication qui a pour mission spécifique d'élaborer et faire le suivi de la mise en œuvre de la politique nationale en matière de communication et ;
- une Direction Générale des Technologies de l'Information et de la Communication qui a pour mission principale de suivre les questions des programmes de développement des infrastructures et applications TIC et ;

En matière de communication externe, le Ministre est assisté le Porte-parole du Ministère qui s'exprime sur toutes les questions qui intéressent l'opinion et le Directeur du Site Web du Gouvernement qui publie sur le Site Web du Gouvernement les activités gouvernementales en général et celles du Ministère en particulier.

Le Ministère a aussi sous sa tutelle des entités publiques qui jouent un rôle très important en matière de communication. C'est notamment:

- la Radio Télévision Nationale du Burundi (RTNB) qui assure la couverture médiatique et la diffusion de toutes les activités du Gouvernement ;
- les Publications de Presse Burundaise (PPB), qui couvrent et diffusent les activités du gouvernement à travers deux publications dont *Le Renouveau en français* et *UBUMWE* en Kirundi.
- l'Agence Burundaise de Presse (ABP) qui édite deux bulletins quotidiens diffusés par mail.
- le Centre d'Information, Education, Communication en matière de Population et Développement (CIEP).
- l'Office Nationale des Télécommunications (ONATEL).

1.1.5. *L'administration provinciale et communale*

L'administration locale constitue le maillon le plus proche de la population sur lequel le gouvernement s'appuie pour conduire son action. La Constitution dispose que le pouvoir exécutif est délégué, au niveau provincial, à un Gouverneur de province chargé de coordonner les services de l'administration œuvrant dans la province.

De son côté, l'Administrateur communal est le représentant légal de la commune et de la population de son ressort. En cette qualité, il gère le patrimoine communal, dirige et supervise tous les services communaux et coordonne toutes les actions de développement socio-économique qui se mènent sur le territoire de la commune. Il prend toutes les mesures nécessaires à l'exécution des décisions du Conseil communal.

Enfin, le Chef de colline ou de quartier est l'animateur de la paix sociale et du développement dans sa circonscription. Pour ce faire, il organise, au moins une fois par trimestre, une rencontre ouverte à tous les habitants de la colline ou du quartier pour analyser la situation politique, sociale, économique et sécuritaire qui prévaut sur la colline ou dans le quartier.

1.2. **Personnalités impliquées dans la communication gouvernementale**

Les acteurs directement impliqués dans la communication gouvernementale sont entre autres:

- La Présidence de la République ;
 - Le Président de la République ;
 - Le Porte-parole du Président de la République ;
 - Le Secrétaire Général du Gouvernement et Porte-parole du Gouvernement
 - Le Conseiller Principal chargé des Questions de Presse, Information et Communication ;
 - Les Conseillers au Bureau chargé des Questions de Presse, Information et Communication, au Service du Porte-Parole du Président de la République et au Secrétariat General du Gouvernement;
- La Première Vice - Présidence de la république ;
 - Le Premier Vice - Président de la République
 - Le Conseiller Principal chargé de la Communication et Porte-parole du Premier Vice - Président de la République ;
 - Les Conseillers à la Cellule Presse et Communication de la Première Vice-Présidence de la République ;

- La Deuxième Vice - Présidence de la République ;
 - Le Deuxième Vice –Président de la République ;
 - Le Conseiller Principal chargé de la Communication et Porte-parole du Deuxième Vice – Président de la République ;
 - Les Conseillers à la Cellule Presse et Communication de la Deuxième Vice –Présidence de la République ;

- Les Ministères
 - Le Ministre ;
 - Le Porte - Parole du Ministère.

- Responsables à différents niveaux :
 - Tout personnel de l'administration publique qui doit, dans ses actes quotidiens, porter le message gouvernemental en adoptant les valeurs promues dans ce cadre.

 - Le Gouverneur de province, l'administrateur communal, le chef de zone, le chef de quartier ou de colline qui relaient la présence du gouvernement auprès de la population.

1.3. Outils et supports de la communication gouvernementale

Le gouvernement utilise une panoplie d'outils et de supports selon qu'il s'agit de la communication intra-gouvernementale et de la communication externe.

1.3.1. Communication intra-gouvernementale

Cette forme de communication se fait à travers :

- les correspondances officielles;
- le Conseil des Ministres ;
- les retraites gouvernementales ;
- les réunions statutaires ou ad' hoc ;
- les rapports hebdomadaires, mensuels;
- le téléphone fixe ou mobile ;
- l'Internet.

1.3.2. Communication externe

Elle se fait à travers les medias ou en face à face avec les cibles concernés.

1.3.2.1. Communication médiatique

Cette forme de communication se fait à travers:

- les médias publics et privés ;
- les sites web de la Présidence de la République, du Gouvernements et ceux des ministères ;
- les publications.

1.3.2.2. Communication directe en face à face

Cette forme de communication se fait à travers:

- les messages avec ou sans débat adressés au Parlement ou au Sénat ;
- des descentes sur le terrain du Président, des Vice-présidents et des Ministres ;
- les rencontres périodiques du Président, des Vice-présidents et des Ministres avec différentes composantes de la société ;
- les contacts de l'administration locale avec les populations.

1.4. Analyse des sites web existants

L'analyse fait sur les sites web opérationnels au moment de la collecte des données révèle qu'ils sont généralement mal conçus, présentés uniquement en langue française (aucune version en Kirundi ou en Anglais) et sont alimentés de façon irrégulière.

En guise d'illustration, ci-après sont indiquées les imperfections constatées sur le site web du gouvernement (Portail des Institutions de la République) et sur le site web de la Présidence de la République.

1.4.1. *Le site web du gouvernement*

Le site web du gouvernement a été créé en 2004 et apparait sous le nom «Portail des Institutions République du Burundi». Son identité est « www.burundi-gov.bi » tandis que son auteur est la République du Burundi.

La première partie du nom de domaine « gov. » permet de savoir qu'il s'agit d'un site officiel. L'adresse permet donc de constater que c'est un site web du gouvernement. Les dernières lettres du nom du domaine « .bi » indiquent sa nationalité.

On y relève les imperfections suivantes :

- Il n'y figure ni contact téléphonique ni contact électronique ;
- La rubrique classique «Nous contacter» n'y est pas prévue, il n'y a pas d'espace réservé aux questions. Le site n'est donc pas interactif ;
- Dans la «rubrique « Nouvel », seul la sous-rubrique «Actualités» est régulièrement mise à jour ;
- Les rubriques : Exécutif, Diplomatie, Conseil des Ministres et Le Burundi ne s'affichent pas ;
- Quoique dénommé « Portail des Institutions République du Burundi », les liens disponibles ne permettent pas d'accéder aux sites de la Présidence de la République, de la Deuxième Vice Présidence de la République et des Ministères ;
- Les liens des documents Code Pénal, la Constitution, le Code électoral, la Loi communale et la Loi sur la presse renvoient à la rubrique «Bienvenue» qui contient les dernières nouvelles mises en ligne. Donc ces documents ne sont pas téléchargeables sur le site ;
- La rubrique Bulletin «Burundi pas à pas», comporte une fiche d'inscription qui demande l'adresse e-mail et le nom. Mais quand ces données sont introduites et validées, le visiteur du site est

renvoyé vers un lien hypertexte aveugle «Error 604» qui signale qu'il n'y a pas de page à cette adresse. Le Bulletin n'y est donc pas disponible ;

- Il ne comporte pas non plus un compteur susceptible d'indiquer le nombre de visiteurs ;

1.4.2. *Le site web de la Présidence de la République*

Le site web de la Présidence de la République a été créé en 2003. L'identité de l'auteur Présidence de la République du Burundi y est très visible aussi bien au niveau du titre, de l'URL que de la signature.

On y relève les imperfections ci-après:

- Seule la rubrique « Décrets lois » et la sous rubrique « actualités » de la rubrique « Présidence info » sont régulièrement alimentées ;
- La rubrique « Le Président de la République » renvoie à une page avec un contenu corrompu ;
- La sous-rubrique « Ses réalisations » de la rubrique « La première dame » renvoie à une page avec un contenu corrompu ;
- La rubrique « Anciens présidents » renvoie à la liste mais les liens vers les noms individuels restent vides ;
- La rubrique « Organisation de la Présidence » indique que la page est en construction ;
- Les documents « cadre de dialogue » et « Programme Ecole pour tous » n'y sont pas disponibles bien qu'annoncés de façon très visible ;
- Aucune adresse ni contact ne semble disponible sur le site.
- Il n'intègre pas un moteur de recherche ni n'indique la fréquentation.

1.5. **Défis et problèmes de la communication gouvernementale**

De nombreuses initiatives sont prises dans le domaine de la communication par les institutions gouvernementales. Il existe également de ressources humaines et matérielles affectées aux diverses tâches.

L'analyse institutionnelle révèle que la communication gouvernementale est assez complexe à cause de la diversité des pôles en présence. On constate en effet:

- une diversité des émetteurs (Présidence, 2 Vice-présidences, 21 ministères) ;
- une diversité des thèmes des messages ;
- une multiplicité des cibles selon le domaine de compétence des ministères et ;
- une diversité des actions.

Le fonctionnement des différentes institutions suppose la mise en place de mécanismes de coordination facilitant le travail collaboratif et donc la synergie. La coordination de l'action du gouvernement doit être la fondation de la communication gouvernementale. Elle doit permettre de :

- constituer une équipe ayant donc un objectif commun et travaillant à l'atteindre ;
- produire et diffuser un message cohérent sur les objectifs visés et les actions pour les atteindre ;
- décider de la pertinence et de l'opportunité de la communication (messages, canaux, moments, etc).

Il se dégage de l'analyse du fonctionnement des institutions et structures impliquées dans la communication gouvernementale un ensemble de constats. Les conséquences ou les risques de ces constats constituent des problèmes de communication auquel le gouvernement devra apporter une solution afin d'améliorer sa communication. Ces problèmes sont avant tout identifiés comme des défis à surmonter à court, moyen et long termes.

En somme, la communication gouvernementale est en général réactive et peu proactive. Les défis internes et externes ainsi identifiés peuvent être regroupés en trois niveaux.

- Au niveau stratégique, la matière, le contenu, les thèmes et les objectifs de la communication ne sont pas bien définis. En conséquence, les cibles ne sont pas bien identifiées.
- Au niveau opérationnel, les ressources humaines censées mettre en œuvre la communication gouvernementale n'ont pas de profil adéquat et développent des activités qui ne semblent pas satisfaire les attentes des cibles. Les moyens financiers et matériels requis ne sont pas non plus affectés.
- Au niveau structurel, les canaux, techniques et technologiques adoptés pour la communication interne et externe ne sont pas en adéquation avec les enjeux. Le potentiel des TIC n'est pas judicieusement exploité.

Le tableau ci-après met en évidence les défis de la communication gouvernementale.

MATRICE DES DEFIS DE LA COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE

Domaines	Défis de la communication gouvernementale
Communication interne (intra et institutionnelle)	Pour communiquer, le gouvernement doit former une véritable équipe. Il doit donc parvenir à dépasser les différentes sensibilités politiques qui le composent, en développant une réelle synergie autour d'un projet commun
	L'action gouvernementale et les prises de décisions doivent être soutenues par une information efficace, gérée en temps réel, au sein et entre les structures/institutions.
	La communication gouvernementale ne semble pas être bien comprise. Son champ reste mal circonscrit. Le niveau de prise de conscience par les acteurs de leurs responsabilités afin de jouer pleinement leur rôle dans le cadre de cette communication semble faible.
Communication externe	La discontinuité et l'incohérence des actions et messages sont des risques constants de la communication gouvernementale. La coordination, la cohérence, les objectifs définis dans le temps ne sont pas perceptibles. L'opportunité et les types de communication doivent être appréciés.
	L'information sur l'action du gouvernement est assez peu accessible. Comment la rendre disponible en qualité, en réponse aux attentes des Burundais et des autres partenaires, assurant ainsi leur droit à l'information ?
	Le potentiel des outils de communication disponibles n'est pas judicieusement exploité. Comment améliorer la contribution des canaux de communication médiatiques et hors médias dans l'animation de la communication gouvernementale ?
	La communication gouvernementale exige un plus grand effort pour assurer une relative adéquation des contenus des messages avec les besoins et les attentes de la population burundaise et des autres partenaires.
	Pour une bonne communication gouvernementale, les messages doivent être crédibles et les cibles réceptives. Subsiste donc le défi de faire comprendre les différents messages délivrés par le gouvernement, limiter les risques de mauvaise interprétation, et le manque d'adhésion à l'action du gouvernement.

2. CONTENU DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE

2.1. Vision et valeurs de la communication gouvernementale

La vision du gouvernement est que chaque burundais et chaque partenaire doivent avoir accès à l'information voulue sur l'action du gouvernement.

Des valeurs définies dans la Constitution en l'occurrence la justice, la démocratie, la bonne gouvernance, le pluralisme, le respect des libertés et des droits fondamentaux de l'individu, l'unité, la solidarité, la compréhension mutuelle, puis la tolérance et la coopération entre les différents groupes ethniques de la société, il se dégage implicitement que la communication gouvernementale sera basée sur les valeurs suivantes :

- La responsabilité ;
- Le droit de tous à l'information ;
- La transparence ;
- La crédibilité ;
- L'efficacité et la sécurité ;
- Le dialogue et la concertation.

2.2. Objectifs de la stratégie de communication gouvernementale

L'objectif global de la stratégie est d'améliorer la communication gouvernementale en facilitant la fluidité d'une information pertinente et en développant des relations dynamiques de proximité qui apportent des réponses aux attentes des populations burundaises et de tous les autres partenaires.

Pour atteindre cet objectif, le gouvernement s'assigne cinq objectifs spécifiques. Chaque objectif spécifique est décliné en axes stratégiques voire en sous-axes stratégiques tels que mis en évidence dans le tableau ci-après.

MATRICE DES OBJECTIFS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE

OBJECTIFS SPECIFIQUES		AXES STRATEGIQUES	SOUS AXES STRATEGIQUES
N° 1	Renforcer la synergie d'action et les mécanismes de circulation et partage de l'information entre la Présidence, les Vice-présidences, les Ministères et l'administration de façon générale	Renforcement de l'esprit d'équipe et de la coordination de l'action du gouvernement.	Développement et mise en œuvre des actions et projets statutaires favorables à la synergie d'action. Initiation d'actions informelles facilitant le team building et les interdépendances fonctionnelles.
		Amélioration de la célérité, de la fluidité et de la sécurité de l'information et des messages au sein du gouvernement.	Définition de procédures et normes de gestion des messages gouvernementaux. Mise en place d'un intranet gouvernemental
N° 2	Contribuer à une organisation rationnelle et à l'amélioration de l'efficacité et de l'efficience des structures et institutions en charge de la communication gouvernementale	Révision du cadre institutionnel, légal et réglementaire de la communication gouvernementale.	Mise en cohérence des décrets portant fonctionnement des différentes structures de la communication gouvernementale. Elaboration et adoption des textes qui définissent les statuts, missions et profils des différents acteurs et institutions de la communication gouvernementale. Mise en place des institutions capables d'assurer une bonne coordination de la communication gouvernementale.
		Renforcement des capacités des acteurs, institutions et structures impliquées dans la communication gouvernementale.	Renforcement des capacités des ressources humaines en communication gouvernementale. Renforcement des capacités matérielles, techniques et financières des structures impliquées dans la communication gouvernementale.
			Renforcement des capacités pour la compréhension des messages de la communication gouvernementale.
N° 3	Accroître la production, la disponibilité et la diffusion d'informations pertinentes sur l'action du gouvernement	Facilitation de la production de contenus informationnels sur l'action du gouvernement.	
		Diffusion régulière d'information sur l'action du gouvernement.	
N° 4	Faciliter l'élaboration de supports et outils de communication susceptibles d'informer la population et les autres partenaires et répondre ainsi à leurs attentes	Développement et élaboration de supports et outils de communication écrite et audiovisuelle.	
		Développement et élaboration de supports dynamiques et interactifs de communication électronique.	

N° 5	Améliorer l'image du gouvernement et sa proximité vis-à-vis de la population burundaise et l'opinion internationale	Implication des représentations diplomatiques du Burundi dans la promotion de l'image du gouvernement et du pays en général.	
		Développement de la communication directe avec la population.	
		Création et animation de cadres dynamiques de concertation et de dialogue entre le gouvernement et les différentes composantes de la population burundais et les autres partenaires.	
		Développement de mécanismes plus formels de feedback, d'appréciation de l'opinion et des attentes de la population.	

2.3. Résultats de la stratégie de communication gouvernementale

Les résultats de la stratégie de communication gouvernementale sont :

- Le gouvernement développe davantage de synergie d'action ;
- L'information est plus fluide et facilite la prise des décisions adéquates en temps réel ;
- Les textes régissant les institutions, structures et acteurs impliqués dans la communication gouvernementale sont plus cohérents ;
- Les ressources humaines sont plus efficaces ;
- Les structures impliquées dans la communication gouvernementale sont renforcées en moyens humains, matériels et financiers ;
- L'information sur l'action du gouvernement est disponible ;
- La population est mieux informée et exerce son droit à une information pertinente ;
- Des relations apaisées sont créées entre le gouvernement et les groupes sociaux qui participent davantage aux initiatives de développement.

MATRICE DES RESULTATS DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE

OBJECTIF GENERAL :				
L'objectif général de la stratégie est d'améliorer la communication du gouvernement en facilitant la fluidité d'une information pertinente et en développant des relations dynamiques de proximité qui apportent des réponses aux attentes des populations burundaises et de tous les autres partenaires.				
OBJECTIFS SPECIFIQUES	AXES STRATEGIQUES	SOUS AXES STRATEGIQUES	RESULTATS	INDICATEURS
Renforcer la synergie d'action et les mécanismes de circulation et partage de l'information entre la Présidence, les Vice-présidences, les Ministères et l'administration de façon générale.	Renforcement de l'esprit d'équipe et de la coordination de l'action du gouvernement.	Développement et mise en œuvre des actions et projets statutaires favorables à la synergie d'action.	Synergie d'action accrue au sein du gouvernement PAG disponible	Nombre d'activités organisées Cohérence des messages
		Initiation d'actions informelles facilitant le team building et les interdépendances fonctionnelles.		
	Amélioration de la célérité, de la fluidité et de la sécurité de l'information et des messages au sein du gouvernement.	Définition de procédures et normes de gestion des messages gouvernementaux.	Informations plus fluides	Documents de procédures/charte graphique/niveau de mise en œuvre Intranet, etc.
		Mise en place d'un intranet gouvernemental		
Contribuer à une organisation rationnelle et à l'amélioration de l'efficacité et de l'efficience des structures et institutions en charge de la communication gouvernementale.	Révision du cadre juridico-légal, institutionnel et réglementaire de la communication gouvernementale.	Mise en cohérence des décrets portant fonctionnement des différentes structures de la communication gouvernementale.	Textes plus cohérents Cadre révisé et plus propice	Nombre de textes revus et corrigés Institutions mises en place et fonctionnelles
		Elaboration et adoption des textes qui définissent les statuts, missions et profils des différents acteurs et institutions de la communication gouvernementale.		
		Mise en place des institutions capables d'assurer une bonne coordination de la communication gouvernementale.		
	Renforcement des capacités des acteurs, institutions et structures impliquées dans la communication gouvernementale.	Renforcement des capacités des ressources humaines en communication gouvernementale.	RH plus efficaces	Nombre de formation Rapports de performances
		Renforcement des capacités matérielles, techniques et financières des structures impliquées dans la communication gouvernementale.	Structures plus outillés	Taux de ressources affectées/matériels acquis/rapports de performances
		Renforcement des capacités pour la compréhension des messages de la communication gouvernementale.	Population comprend mieux les messages	Réformes engagées Modules développés Nombres d'apprenants

Accroître la production, la disponibilité et la diffusion d'informations pertinentes sur l'action du gouvernement.	Facilitation de la production de contenus informationnels sur l'action du gouvernement. Diffusion régulière d'information sur l'action du gouvernement.		Information sur l'action du gouvernement disponible	Nombre de rapports produits/conférences de presse organisées, etc.
Faciliter l'élaboration de supports et outils de communication susceptibles d'informer la population et les autres partenaires et répondre ainsi à leurs attentes.	Développement et élaboration de supports et outils de communication écrite et audiovisuelle. Développement et élaboration de supports dynamiques et interactifs de communication électronique.		Population mieux informée	Nombre de program Sites dynamiques Taux de fréquentation des sites
Améliorer l'image du gouvernement et sa proximité vis-à-vis de la population burundaise et l'opinion internationale.	Implication des représentations diplomatiques du Burundi dans la promotion de l'image du gouvernement et du pays en général. Développement de la communication directe avec la population. Création et animation de cadres dynamiques de concertation et de dialogue entre le gouvernement et les différentes composantes de la population burundais et les autres partenaires. Développement de mécanismes plus formels de feedback, d'appréciation de l'opinion et des attentes de la population.		Messages du gouvernement mieux perçu Relations apaisées entre gouvernement et groupes sociaux Image positive du gouvernement Adhésion aux initiatives de développement	Résultats d'étude d'image Taux de mobilisation de ressources, etc.

2.4. Messages et groupes cibles de la communication gouvernementale

Les cibles de la communication sont les groupes de personnes visées par une action de communication. La population-cible de la communication du gouvernement est composée de publics-cibles primaire, secondaire et tertiaire. Les messages du gouvernement développés auprès de ces différents publics doivent être cohérents et déclinés différemment.

2.4.1. Messages du gouvernement

Le gouvernement est un acteur communicationnel uni vis-à-vis de la société. Cette action commune doit se manifester à travers son message qui va lui permettre la réussite de ses actions et la mobilisation des membres de la société et des partenaires.

La cohérence de la communication gouvernementale est une des conditions de sa crédibilité. La transmission de messages sur l'action gouvernementale va accroître la confiance de la population et de tous les partenaires. Pour ce faire, les acteurs impliqués dans cette communication doivent veiller à ce que ce message soit identique à tous les niveaux et dans tous les outils de la communication du gouvernement et à ce que chaque message soit clair, lisible, simple, logique et cohérent.

Tout message doit présenter le gouvernement comme une institution pourvoyeuse d'orientations politiques, de compétences techniques, de capacités de mise en œuvre de projets. Les messages doivent mettre l'accent sur les résultats et l'impact des interventions déjà menées. Le gouvernement doit communiquer sur ce qu'il réussit en réponse aux préoccupations des populations, sur ce qu'il veut faire en mettant l'accent sur son efficacité et son expertise.

Dans le cadre de la présente stratégie, les messages du gouvernement seront, d'une part, axés sur les domaines prioritaires retenus dans les documents de planification. D'autre part, seront diffusés des messages d'intérêt général orientés vers le changement de comportement. Ils tourneront par exemple autour de l'amélioration de la gouvernance et de la sécurité avec la valorisation du principe « tolérance zéro ».

Des messages seront formulés sur les thématiques prioritaires de l'action gouvernementale, notamment :

- la promotion d'une croissance économique durable et équitable ;
- la promotion du secteur privé et des investissements étrangers pour créer la richesse ;
- la réforme des programmes de l'enseignement ;
- les politiques en matière de soins de santé pour les enfants et les femmes qui accouchent dans les hôpitaux et centres de santé publics ;
- l'amélioration de l'accessibilité et la qualité des services sociaux de base ;
- le développement du secteur de l'agriculture et de l'élevage ;
- le développement du capital humain, la lutte contre le VIH/SIDA et le développement des statistiques ;
- la justice transitionnelle ;
- le développement des télécommunications etc.

2.4.2. *Groupes cibles de la communication gouvernementale*

2.4.2.1. Le public-cible primaire

Il se compose des personnes que le gouvernement veut informer ou dont il attend l'adoption de certains comportements. Il s'agit de la population en général à qui les messages du gouvernement s'adresseront en tenant compte des niveaux d'instruction, socio-économique, etc.

Pour donner une visibilité à son action, le gouvernement utilisera à la fois une communication par les médias et une communication directe en donnant une priorité au kirundi, la langue nationale. Seront diffusés :

- des émissions radio/TV;
- des spots et des communiqués ;
- des interviews, des conférences et des discours ;
- des interventions des porte-paroles ;
- des affiches ;

Le site web sera utilisé pour une certaine catégorie du public-cible primaire. La communication directe sera animée par des descentes de terrain, des visites, les séances publiques avec l'administration locale, etc.

2.4.2.2. Le public-cible secondaire

Il se compose des personnes qui vont faire passer les messages au public-cible primaire. Ce sont en l'occurrence les porte-paroles, l'administration locale, les fonctionnaires, les journalistes, la société civile, les leaders d'opinion.

Pour ce public, le gouvernement emploiera notamment :

- des points et conférences de presse ;
- des séances d'information et d'échanges ;
- des séminaires de formation et des ateliers ;
- le site web du gouvernement et des ministères ;
- des services de conseil sur des sujets particuliers ;
- la diffusion de prospectus, affiches, etc.
- des rapports et autres documents généraux ;
- des réunions et tournées de contacts.

2.4.2.3. Le public-cible tertiaire

Il se compose des personnes et institutions en position de décideurs. Elles peuvent faciliter le processus de communication et contribuer à influencer les changements de comportement souhaités par le gouvernement. La communication avec ces cibles vise à emporter leur adhésion, eu égard aux multiples implications politiques de la communication gouvernementale.

Il s'agit des autres institutions de l'Etat et acteurs, notamment :

- le parlement ;
- les instances judiciaires ;
- le Conseil National de la Communication ;
- le secteur privé ;
- les responsables politico-administratifs ;
- les partenaires techniques et financiers, etc.

La communication pourra prendre l'une des formes ci-après :

- Communications au Conseil des Ministres pour informer le Gouvernement sur une situation et des actions envisagées, mais aussi pour demander l'appui des ministères ;
- Exposés de programme devant le Parlement en vue d'un débat politique.
- Echanges d'informations stratégiques sur l'Intranet pour la coordination des informations dans une base de données.
- Réunions avec des partenaires, etc.

La communication gouvernementale s'adressera aussi aux partenaires au développement en vue de les amener à contribuer à la mobilisation des ressources. Il s'agira d'établir des circuits de communication officiels avec les bailleurs et les partenaires au développement afin d'échanger les informations sur des sujets précis.

Elle empruntera différents canaux de communication :

- Correspondances officielles ;
- Notes techniques de conjoncture ;
- Site web ;
- Newsletter et bulletins périodiques ;
- Réunions.

2.5. Ressources financières

La mise en œuvre de la stratégie de communication nécessite la disponibilité de ressources financières. Ces ressources doivent être programmées dans les budgets annuels de l'Etat. Les budgets de chaque institution devront comporter un chapitre indiquant les ressources nécessaires pour mener à bien les activités de communication.

Pour ce faire, le Comité Interinstitutionnel de la Communication dans un premier temps, puis le Service d'Information et de Communication du Gouvernement qui en prendra la relève, devront faire une planification annuelle des activités à mettre en œuvre au cours de l'année suivante en indiquant le budget requis.

Il sera par exemple nécessaire d'affecter environ 1% des budgets de chaque institution à la communication.

2.6. Mise en œuvre et suivi-évaluation

La stratégie de communication sera mise en œuvre par le Comité Interinstitutionnel de la Communication (CIC) qui constitue la première action urgente dans le processus d'exécution de la présente stratégie. Ce comité sera créé en tenant compte de la représentativité et de la participation effective de toutes les institutions impliquées dans la communication du gouvernement.

Toutefois, au regard des défis à relever, il importe que ce comité soit une structure transitoire vers une structure plus pérenne dénommée Service d'Information et de Communication du Gouvernement (SICG).

Le SICG sera un organe technique de coordination de la communication gouvernementale et de gestion des différents supports. Les missions précises de ce service seront définies en tenant compte de l'expérience déjà acquise et surtout des contraintes que le CIC aurait connues au cours de sa mission temporaire.

Le mécanisme de suivi évaluation de la présente stratégie sera arrimé à celui du CSLP II qui prévoit par exemple un rapport annuel. Simultanément, la stratégie fera également l'objet d'un suivi quotidien. L'évaluation sera au moins semestrielle et se fera à partir de plans d'action détaillés périodiques assortis d'un chronogramme dont les échéances seront suivies.

Les indicateurs à apprécier seront entre autres :

- Le niveau de mise en œuvre des différentes réformes organisationnelles et institutionnelles à engager ;
- Le nombre de plans de communication qui seront élaborés à partir de la présente stratégie et leur taux de mise en œuvre ;
- Le nombre et la pertinence des études spécifiques réalisées pour la mise en place de l'Intranet ;
- Le niveau de refonte et de mise à jour du site web du gouvernement;

- Le niveau de déploiement et le contenu de l'Intranet du gouvernement ;
- Le nombre d'activités mises en œuvre pour améliorer la communication interne ;
- Le nombre et la fréquence des activités de coordination de l'action gouvernementale ;
- Le nombre de supports de communication développés et leur taux de diffusion à l'endroit des cibles. Etc.

3. PLAN D' ACTIONS DE MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

OBJECTIFS	ACTIVITES	CIBLES	CANAUX	PERIODES				PRIORITE	RESP.
				2014	2015	2016	2017		
Objectif spécifique N° 1 : Renforcer la synergie d'actions et les mécanismes de circulation/partage de l'information entre la Présidence, les Vice-présidences, les Ministères et l'administration de façon générale.									
Axe stratégique N° 1 : Renforcement de l'esprit d'équipe et de la coordination de l'action du gouvernement									
Sous axe N° 1 : Développement et mise en œuvre d'actions et projets statutaires favorables à la synergie d'action.	Organisation régulière du Conseil des Ministres selon les dispositions en vigueur	Gouvernement	Réunions Courriers/autres	X	X	X	X	1	SGPPG/Min
	Elaboration et adoption d'un «Contrat de Gouvernance»	Gouvernement	Décret	X	X	X	X	1	PR/VP
	Elaboration et adoption d'un Programme d'Action du Gouvernement (PAG)	Toutes cibles	Réunions Ateliers / Médias	X	X	X	X	1	Gouvernement SP/Cadres
	Organisation régulière de réunions sectorielles coordonnées par chaque Vice-président.	VP/Min/Cadres		X	X	X	X	1	VP/Min/Cadres
	Organisation régulière de retraites gouvernementales sur des thèmes majeurs	Membres du Gouvernement	Réunions	X	X	X	X	1	PR/SGPPP/VP
	Elaboration d'un agenda gouvernemental hebdomadaire et mensuel partagé par tous les membres du gouvernement et les cadres de l'administration	Membres du Gouvernement, Cadres	Décret Note circulaire Intranet/Internet	X	X	X	X	1	Gouv/SP
Sous axe N° 2 : Initiation d'actions informelles facilitant le team building et les interdépendances fonctionnelles.	Organisation d'activités culturelles impliquant les membres du gouvernement et des cadres	Membres du Gouvernement, Cadres, Grand public	Divertissement	X	X	X	X	2	Gouv/cadres/CIC
	Organisation d'activités sociales impliquant les membres du gouvernement et des cadres	Membres du Gouvernement, Cadres, Grand public	Activités sociales	X	X	X	X	2	Gouv/cadres/CIC
Axe stratégique N° 2 : Amélioration de la célérité, de la fluidité et de la sécurité de l'information et des messages au sein du gouvernement									
Sous axe N° 1 : Définition des procédures et normes	Elaboration et adoption des procédures spécifiques sur les normes de gestion des messages au sein du gouvernement	Membres du Gouvernement, Cadres, Personnels	Décret Note circulaire	X				1	Cel. Com PR/VP/PP

de gestion des messages gouvernementaux.	Elaboration et adoption de la charte graphique du gouvernement	Toutes cibles	Tous canaux	X				1	CIC/Gouv
	Organisation de séances de sensibilisation sur les enjeux du partage efficient de l'information entre institutions	Membres du Gouvernement, Cadres, Personnels	Retraites Réunions Ateliers	X				1	Gouv
Sous axe N° 2 : Mise en place d'un système électronique de gestion de l'administration de l'Etat	Mise en place du COMGOV.	Membres du Gouvernement, Cadres, Personnels	Infrastructures TIC	X				2	MTIC-RP/Gouv/SETIC
	Mise en place du système intégré de gestion du Gouvernement	Membres du Gouvernement, Cadres, Personnels	Infrastructures TIC				X	2	MTIC-RP/Gouv/SETIC
Objectif spécifique N° 2 : Contribuer à une organisation rationnelle et à l'amélioration de l'efficacité et de l'efficience des structures et institutions en charge de la communication gouvernementale									
Axe stratégique N° 1 : Révision du cadre juridico-légal, institutionnel et réglementaire de la communication gouvernementale									
Sous axe N° 1 : Mise en cohérence des décrets portant fonctionnement des différentes structures de la communication gouvernementale.	Relecture et révision du Décret portant organisation du Secrétariat général et Porte-parole du Gouvernement	PR et SGG-PP	Décret Réunions	X				1	PR
	Relecture et révision du Décret portant organisation du Ministère des Télécommunications	MTIC-RP	Décret	X				1	MTIC-RP/Gouv
	Relecture et révision des autres textes régissant les institutions et structures impliquées dans la communication gouvernementale	Gouvernement	Décret	X				1	PR/Gouv
Sous axe N° 2 : Elaboration et adoption des textes qui définissent les statuts, missions et profils des différents institutions et acteurs de la communication gouvernemental.	Elaboration et adoption du texte portant cahier des charges, droits et devoirs des porte-paroles des institutions et des ministères	Porte-paroles	Réunions Décret	X				1	MTIC-RP/CIC /Gouv / SP
	Elaboration et adoption des cahiers de charges du Comité Interinstitutionnel de la Com (CIC) chargé de la mise en œuvre de la stratégie de communication gouvernementale	Cellules Communication Porte-paroles	Décret Note circulaire	X				1	PR/VP/PP
	Elaboration et adoption des textes régissant le SICG	Gouvernement	Réunions Décret			X		2	CIC/Gouv

Sous axe N° 3 : Mise en place des institutions capables d'assurer une bonne coordination de la communication gouvernementale.	Organisation de concertations mensuelles entre les cellules de Com de la PR, des VP et tous les porte-paroles des ministères	Cellules Communication Porte-paroles	Réunions	X	X	X	X	1	PR/VP/PP
	Création d'un réseau des unités de communication du gouvernement	Cellules Communication Porte-paroles	Réunions	X				1	Cellules Com Porte-paroles
	Mise en place du CIC	Toutes cibles	Réunion Décret/Note circulaire	X				1	Gouv.
	Organisation d'une campagne d'information et de sensibilisation sur la mise en place d'un SICG	Toutes cibles	Réunions	X	X			2	CIC
	Recrutement et nomination du personnel du Service d'Information et de Communication Gouvernementale	SICG	Décret		X			2	Gouv
	Plaidoyer pour la facilitation de la mission du SICG	Gouv	Réunions		X			2	SICG
	Réunion au moins hebdomadaire entre les porte-paroles, les ministres et le cabinet	Gouv	Réunions	X	X	X	X	1	Ministres/SP
	Implication effective des porte-paroles dans toutes les activités des ministères	PP	Note circulaire	X	X	X	X	1	Ministres/SP
Axe stratégique N° 2 : Renforcement des capacités des acteurs, institutions et structures impliquées dans la communication gouvernementale									
Sous axe N°1: Renforcement des capacités des ressources humaines en communication gouvernementale.	Mise en place de services de communication composés de professionnels de la communication	PR/VP/Ministères	Décret Ordonnance	X				1	PR/VP/Ministères
	Organisation de formations sur la communication institutionnelle et ses particularités.	PP et Conseillers Communication	Atelier Séminaire	X	X	X	X	1	MTIC-RP/PTF
	Organisation de formations sur les techniques de planification, gestion et évaluation de la communication gouvernementale.	PP et Conseillers Communication	Atelier Séminaire	X				2	MTIC-RP/PTF
	Organisation de formations sur les techniques de communication et de rédaction d'information.	PP et Conseillers en Communication	Atelier Séminaire	X	X	X	X	1	MTIC-RP/PTF
	Organisation de formations sur les relations publiques et les relations avec medias	Conseillers Communication, PP	Atelier Séminaire	X	X	X	X	1	MTIC-RP/PTF
	Organisation d'un media training pour les personnes impliquées dans la mise en œuvre de la communication gouvernementale.	PR, Vice-PR, Min TIC-RP, PP et Conseiller Communication	Stage	X	X	X	X	1	MTIC-RP/PTF

	Participation à des formations diplômantes en communication	PP, Conseillers Communication	Stage	X	X	X	X	2	MTIC-RP/MESRS/PTF
	Organisation de formations sur la communication de crise et la gestion de l'information sensible	PP, Conseillers Communication	Atelier Séminaire	X	X	X	X	2	MTIC-RP/PTF
Sous axe N°2: Utilisation optimale des TIC dans l'animation de la communication gouvernementale.	Organisation de formation sur l'utilisation des applications d'un intranet gouvernemental	Cadres Personnels	Atelier Séminaire		X			2	MTIC-RP/PTF
	Organisation de formations spécifiques sur les services en ligne	PP, Conseillers Communication	Atelier Séminaire	X				2	MTIC-RP/PTF
	Organisation de formations techniques sur la gestion et l'optimisation des sites web	Webmasters	Atelier Séminaire	X	X	X	X	1	M TIC-RP/PTF
	Organisation de voyage d'étude pour le partage des bonnes pratiques en gestion et optimisation de sites web gouvernementaux	Webmasters	Stage	X	X	X	X	2	MTIC-RP/PTF
	Organisation de formations sur les techniques de rédaction pour le web	PP, Conseillers Communication	Atelier Séminaire	X	X	X	X	1	MTIC-RP/PTF
	Formation à l'utilisation des logiciels graphiques et multimédias.	Webmasters	Atelier Séminaire	X				2	M TIC-RP/PTF
	Organisation de formations techniques sur l'usage des réseaux sociaux dans la communication gouvernementale	Webmaster, Conseiller Communication, SICG	Atelier Séminaire	X				1	MTIC-RP/PTF
Sous axe N°3: Amélioration des conditions matérielles, techniques et financières des médias de service public.	Dotation des matériels aux services en charge de la communication gouvernementale	Gouvernement	Matériel affecté	X	X	X	X	1	Gouvernement/Ministère/PTF
	Affectation de ressources annuelles dans le budget de l'Etat à la communication gouvernementale.	Gouvernement	Budget affecté	X	X	X	X	1	Gouvernement/Ministère/PTF
Objectif spécifique N° 3: Accroître la production, la disponibilité et la diffusion d'informations pertinentes sur l'action du gouvernement									
Axe stratégique N° 1 : Facilitation de la production de contenus informationnels sur l'action du gouvernement									

	Production de rapports périodiques sur la mise en œuvre du PAG	VP CIC/SICG	Rapports	X	X	X	X	1	SP
	Production de contenus informationnels pour tous les supports à partir des rapports produits sur le PAG	Toutes cibles	Tous canaux	X	X	X	X	1	PP/CIC/SICG
	Production de rapports annuels et de contenus informationnels sur la mise en œuvre du CSLP II	Toutes cibles	Tous canaux	X	X	X	X	1	PP/CIC/SICG
Axe stratégique N° 2: Diffusion régulière d'informations sur l'action du gouvernement									
	Organisation de points de presse hebdomadaire sur le Conseil des Ministres	Médias Toutes cibles	Médias	X	X	X	X	1	SGPPG/PP/CIC/SI CG
	Organisation de conférences/points de presse sur le contenu des rapports produits sur le PAG et le CSLP II	Médias Toutes cibles	Médias	X	X	X	X	1	
	Organisation d'une conférence de presse semestrielle par le Président de la République	Médias Toutes cibles	Médias	X	X	X	X	1	PR/CIC/SGPPG
	Organisation de conférences de presse trimestrielles par chaque VP/Ministres	Médias Toutes cibles	Médias	X	X	X	X	1	Cel. Com/CIC/SGPPG
	Elaboration, mise en œuvre et S/E de plans spécifiques de communication dans le domaine social et économique sur l'action du gouvernement	Toutes cibles	Réunions Ateliers Médias	X	X	X	X	1	Cel Com 2 ^{ème} VP PP Min CIC/SICG
	Elaboration, mise en œuvre et S/E de plans spécifiques de communication dans le domaine politique et administratif sur l'action du gouvernement	Toutes cibles	Réunions Ateliers Médias	X	X	X	X	1	Cel Com 1 ^{ère} VP PP Min CIC/SICG
	Elaboration et diffusion de messages d'intérêt social, économique, etc.	Toutes cibles	Médias Autres	X	X	X	X	1	PP/CIC/SICG
	Elaboration et délivrance effective des messages prévus par la constitution	Assemblée/Sénat	Messages	X	X	X	X	1	Gouv/Institutions
Objectif spécifique N° 4 : Faciliter l'élaboration de supports et outils de communication susceptibles d'informer la population et les autres partenaires et répondre ainsi à leurs attentes									
Axe stratégique N° 1 : Elaboration et développement de supports et outils de communication écrite et audiovisuelle									
	Elaboration et diffusion d'un bulletin trimestriel sur la mise en œuvre du PAG	Toutes cibles	Bulletin/Site web/Autres	X	X	X	X	1	CIC/PP
	Production et diffusion d'une émission radio/TV hebdomadaire sur le PAG et sa mise en œuvre	Toutes cibles	RTNB/Médias	X	X	X	X	1	CIC/PP/SP/Gouv

Axe stratégique N° 2 : Elaboration et développement de supports dynamiques et interactifs de communication électronique									
	Elaboration et adoption des TDR de la refonte du site web du gouvernement	Min Com/ Gouv	Ateliers Réunions	X				1	CIC/PP/SP/Gouv
	Refonte du site portail des institutions (avec éventuellement un changement de dénomination)	Toutes cibles	Décret TDR	X				1	CIC/PP/SP/Gouv
	Définition et élaboration des documents à mettre sur le site Internet et les dépliants du gouvernement	Toutes cibles	Réunions	X				1	CIC/SICG
	Développement des applications e-gouvernement	Toutes cibles	Autres		X	X	X	1	SETIC
Objectif spécifique N° 5 : Améliorer l'image du gouvernement et sa proximité vis-à-vis de la population burundaise et l'opinion internationale									
Axe stratégique N° 1 : Implication des représentations diplomatiques du Burundi dans la promotion de l'image du gouvernement et du pays en général									
	Sensibilisation des personnels diplomatiques en poste	Personnels des ambassades	Ateliers Messages, autres	X	X	X	X	2	PR/MRECI./Gouv
	Organisation des relations publiques dans les ambassades	Personnels des ambassades	Service	X	X	X	X	2	Personnels
Axe stratégique N° 2 : Développement de la communication directe avec la population									
	Organisation de séances régulières entre le gouvernement et l'administration locale	Administration locale	Réunions Circulaire, autres	X	X	X	X	1	Gouv/Min Intérieur
	Organisation de séances d'échanges entre l'administration locale et les populations	Toutes cibles	Réunions publiques	X	X	X	X	1	Gouverneurs/admini- stration locale
	Descentes périodiques du Président et des ministres sur le terrain	Toutes cibles	Communication directe	X	X	X	X	1	Gouv/Gouverneurs
Axe stratégique N° 3 : Création et animation de cadres dynamiques de concertation et de dialogue entre le gouvernement et les différentes composantes de la population burundais et les autres partenaires									
	Organisation de réunions périodiques d'échanges du SGPPG, et du gouvernement avec les médias sur le PAG ou autre actualité	Médias	Réunions	X	X	X	X	1	CCom/Min/CIC/SIC G/SGPPG
	Développement d'un partenariat avec les médias sur l'action gouvernementale	Médias	Réunions MOU	X					CIC/SICG
	Organisation d'échanges périodiques avec les autres institutions : Législatif, Judiciaire sur le PAG et l'actualité nationale	Institutions constitutionnelles	Echanges Réunions	X	X	X	X	1	Gouv/Institutions
	Organisation de réunions trimestrielles d'échanges	Société civile	Causeries	X	X	X	X	1	Gouv/société civile

	du gouvernement avec la société civile sur le PAG ou autres actualité		Réunions						
	Organisation de réunions trimestrielles avec les responsables des institutions internationales et des corps diplomatiques sur ce même thème	Corps diplomatiques	Réunions	X	X	X	X	1	Gouv
	Organisation de réunions trimestrielles d'échanges du gouvernement avec le secteur privé	Secteur privé	Réunions	X	X	X	X	1	Gouv
	Organisation de tournois sportifs entre les membres du gouvernement et ceux des médias et de la société civile	Médias Société civile	Loisirs	X	X	X	X	2	SICG
Axe stratégique N° 4 : Développement de mécanismes plus formels de feedback, d'appréciation de l'opinion et des attentes de la population.									
	Production de rapports trimestriels de l'administration locale sur les attentes de la population	Gouv	Rapports	X	X	X	X	1	Gouverneurs/admini stration locale
	Faire le monitoring des médias	Gouv	Rapports	X	X	X	X	1	PP/CIC/SICG

4. CONCLUSION

La présente stratégie de communication se veut être un instrument privilégiée pour asseoir une communication de développement au Burundi. Sa mise en œuvre est une affaire de tous les acteurs impliqués dans la communication gouvernementale.

Ces derniers doivent, dès lors, s'en appropriés et s'en servir au quotidien comme outil de travail. Le Gouvernement quant à lui s'engage à:

- faire une relecture des textes existants et en adopter de nouveaux en vue d'une réforme profonde des institutions impliquées dans la communication gouvernementale ;
- mettre en place à très court terme un Comité Interinstitutionnel de la Communication Gouvernementale qui assurera provisoirement une mission de coordination ;
- mettre en place à moyen terme un Service de l'Information et de la Communication du Gouvernement qui jouera un triple rôle de coordination, de relations publiques et de réalisation des supports dans la communication du gouvernement ;
- renforcer les ressources et moyens requis pour la mise en œuvre effective de la présente stratégie.

ANNEXES

ANNEXE 1: INDICATIONS SUR LE SERVICE D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION DU GOUVERNEMENT

La stratégie de communication gouvernementale recommande la mise en place d'un Comité Interinstitutionnel de la Communication. Ce Comité doit être un organe transitoire chargé de coordonner la mise en œuvre d'une stratégie de communication du gouvernement.

Toutefois, à moyen terme il importe que le gouvernement se dote d'un Service spécifique dédié à cette fin. Il pourrait être dénommé Service d'information et de Communication du Gouvernement (SICG). Ce Service ne devrait pas se substituer aux unités de communication des institutions et structures. Les modalités de mise en œuvre de cette structure ainsi que son ancrage institutionnel seront définis par le gouvernement, en révisant le cadre politico-institutionnel de la communication gouvernementale.

Le rôle des cellules de communication actuelles de la Présidence de la République et des deux Vice-présidences devra être revu dans le sens de l'information/communication autour de la personne et des activités courantes des titulaires de ces postes. Une partie des ressources humaines présentes au sein de ces cellules devra en conséquence être affectée au SICG qui sera davantage une structure technique en charge de l'élaboration et de la diffusion du message gouvernemental. Il développera des activités d'appui conseil à la conception, à la production des supports (écrits, audiovisuels et électroniques) et à l'animation des campagnes de communication.

Cette structure doit jouer un rôle de conseiller technique et partenaire des équipes de communication ministérielles. Appuyant la mission de coordination de l'action gouvernementale, elle doit donc accompagner le Porte-parole du gouvernement dans sa mission. Elle a pour vocation de concilier les contraintes politico-administratives des acteurs politiques et celles des professionnels de la communication. Elle devra donc être l'instance qui garantit la continuité au message de l'Etat au-delà des vicissitudes du calendrier politique qui fait fluctuer les acteurs.

De façon opérationnelle, le SICG mènera des activités permettant notamment:

- L'amorce d'une dynamique de la communication, afin qu'elle prenne de l'ampleur au sein des institutions et des structures;
- Une cohérence dans les interventions, pour une meilleure compréhension de la population burundaise et des partenaires ;
- D'éviter les formes d'intervention contradictoires du gouvernement et de l'administration autour d'une même question ;
- Une libre circulation de l'information pour limiter les cloisonnements entre les différents services des différentes institutions et structures ;
- La mise au point d'un réseau Intranet auquel tous les Ministères et autres démembrés de l'Etat pourront accéder et procéder directement à des échanges de données.

Le SICG gagnerait à prendre en compte les trois grandes fonctions essentielles d'une Direction des Communications. Son mandat doit prendre appui sur la mission et les valeurs de du gouvernement. Il

doit gérer les rapports entre le gouvernement et ses publics en participant à la définition des orientations en matière de communication, en développant des stratégies et des moyens efficaces pour promouvoir les messages du gouvernement et en favorisant les échanges avec les publics. À cette fin, il doit s'intégrer à la gestion stratégique du gouvernement.

Le SICG doit exercer principalement les fonctions de Conseil et de Coordination, de Relations avec les publics et enfin les fonctions de réalisation.

La fonction Conseil et Coordination

Cette fonction consiste à intégrer la communication à la gestion stratégique du gouvernement et à s'assurer de l'harmonisation dans la transmission des messages entre le gouvernement et ses publics. Il s'agit donc de :

- Analyser les situations ;
- Etablir les stratégies ;
- Définir les axes de communication ;
- Trouver les moyens et préparer des programmes en continuité avec les choix et orientations du gouvernement.

La fonction Relation avec les publics

Cette fonction vise à assurer des relations dynamiques avec les divers publics du gouvernement. Le service des communications a donc la responsabilité de gérer l'information institutionnelle auprès des différents publics du gouvernement et de s'assurer que les burundais et tous les partenaires sont informés des services auxquels ils ont droit et des responsabilités qui y sont rattachées.

La fonction Réalisation

Cette fonction correspond à la réalisation des moyens et des outils nécessaires à la mise en œuvre des stratégies et des programmes de communication. Elle comprend la recherche, la rédaction, le graphisme, l'édition, l'audiovisuel, les communications électroniques, la gestion du programme d'identification visuelle, la diffusion et l'organisation d'événements et de manifestations publiques et même, la gestion d'une bibliothèque ou d'un centre de documentation.

ANNEXE 2: PROFIL D'UN PORTE-PAROLE

Un porte-parole est la voix et la figure d'une institution. La tradition veut qu'il ait d'abord été nécessaire dans le cas d'une communication de crise. Mais l'évolution en a fait une figure alternative à qui il est délégué la prérogative de représenter.

S'il est attaché à la personne d'un dirigeant, il doit en être le reflet et même l'écho. Il est un acteur politique, engagé. C'est le cas du Porte-parole du Président de la République.

S'il est porte-parole du gouvernement, d'un ministère, sa position devient plus complexe. Il doit refléter son institution, à travers les valeurs, les positions et choix de cette institution. Le porte-parole du gouvernement et des ministères doit donc porter des messages, des idées, des valeurs, les choix opérés par une équipe. Il n'est donc pas l'homme d'une personne, mais l'homme d'une équipe censée être au service des intérêts nationaux. En conséquence, son choix ne doit pas se faire au hasard.

Pour être performants, les porte-paroles du gouvernement et des ministères doivent être en interaction permanente avec les services d'information et de communication du gouvernement. Par exemple, le Décret nommant le porte-parole du gouvernement français indique que le porte-parole «dispose du service d'information du Gouvernement». Le texte prévoit également qu'«il est informé, pour l'exercice de ses attributions, des différentes actions menées par les membres du Gouvernement».

Les qualités du porte-parole

- ☛ Il doit être incollable sur la quasi-totalité des actes du gouvernement ou de son ministère. Pour cela, il doit être mis au courant de tout. Il doit être associé par ses supérieurs hiérarchiques, mais lui-même doit savoir être proactif, disponible, solliciter l'implication, s'engager.
- ☛ Il doit donc être dynamique avoir un esprit d'équipe, et avoir une bonne pratique des médias ;
- ☛ Il doit être capable de faire savoir, faire comprendre, expliquer, justifier, défendre avec des arguments les différents actes et choix du gouvernement.
- ☛ Il doit savoir informer, mais aussi faire des commentaires.
- ☛ Il doit savoir soutenir la polémique et gérer la contradiction avec sérénité.
- ☛ Il doit avoir une personnalité et une conviction.
- ☛ Il doit surtout être crédible.

Les facteurs de crédibilité d'un porte-parole :

- ☛ L'assurance et l'aisance ;
- ☛ L'ouverture d'esprit ;
- ☛ Le contrôle et la maîtrise de soi ;
- ☛ L'authenticité ;
- ☛ L'expertise (savoir de quoi il parle) ;
- ☛ La véracité ;
- ☛ Le charisme et la proximité ;
- ☛ La clarté dans la formulation des messages ;
- ☛ L'honnêteté ;
- ☛ La capacité de créer des contenus solides et argumentés.