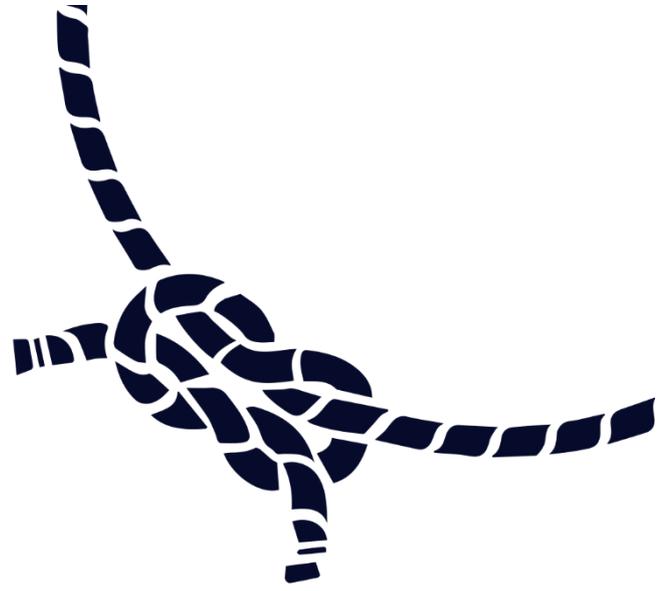




SCOUTISME BENINOIS



VÉRIFIÉ
RÉFÉRENTIEL DE QUALITE DE L'OMMS
Bonne Gouvernance
& Meilleures Pratiques du Scoutisme
www.sgs.com/gsat



STRATEGIE DE COMMUNICATION DU SCOUTISME BENINOIS 2018-2020

01 BP 2560 COTONOU - BENIN
+229 96 08 90 66 - 97 01 64 68
scoutismebenin@yahoo.fr
www.scoutismebeninois.org



COMMUNICATION

EQUIPE TECHNIQUE DE REALISATION

- **Ambroise MEDJA**, *Commissaire National chargé de la Communication et du marketing, Chef de mission*
- **Serge WEINSOU**, *Collaborateur extérieur, Assistant au Chef de mission*
- **Rolland AGBESSI**, *Directeur Exécutif, Assistant au Chef de mission*

COMITE TECHNIQUE DE MISE EN OEUVRE

- **Président** : Ambroise MEDJA
- **Vice-Président** : Jean Roland LOHENTO
- **Rapporteur** : K. Mawuli Yves EZOUN
- **Membres** :
 - Brigitte GBAGUIDI
 - Carlos KPASSASSI ;
 - Epiphane ODUNLAMI ;
 - Faïssol SOULE ;
 - Nelly ELEAZAR KOUAKOU ;
 - Pamela Urchelle AKPLOGAN ;
 - Rock KAKPO ;
 - Rodolpho BABATOUNDE ;
 - Stanislas TONAKPA ;
 - Sylvanos TOKPE GUEZO ;
 - Wilfried AHOUISSOUKPE ;

REMERCIEMENTS

Le présent travail n'aurait pas été possible si certaines personnes aussi bien internes qu'externe n'y ont vraiment contribué. C'est le lieu de saluer toute l'équipe d'Equilibre et Population pour son accompagnement et son coaching permanent dans la réalisation de ce document.

Nous remercions également le centre de soutien Afrique de l'organisation mondiale du mouvement scout pour ses conseils. La réalisation d'un outil de développement dépend aussi de la compréhension qu'en ont les responsables à divers niveaux.

C'est le lieu de saluer le leadership éclairé du Commissaire Général du Scoutisme Béninois le chef **Joachim DOMANOU** ainsi que tous les membres de son bureau.

Les remerciements vont également à la Direction Exécutive ainsi qu'à tous les bureaux régionaux pour leurs implications. Le bureau du forum des jeunes ne serait être oublié pour son rôle important de proposition dans la réalisation de ce document.

La contribution des cadres à divers niveaux de la Commission nationale chargée de la Communication et du marketing est remarquable

Ce document est aussi l'œuvre de la collaboration de certaines personnes ressources que nous souhaitons nommer

- **Armand DJEIGO**, *Evaluateur OMMS*
- **Fernand AKOUEDENOUDJE**, *ancien Commissaire/Communication*
- **Ambroise MEDJA**, *Commissaire chargé de la communication et du marketing*
- **Ilarion KINGNON**, *Ancien commissaire/communication*
- **Rolland AGBESSI**, *Directeur Exécutif*
- **Joël DOSSOU**, *Chargé de Programme*
- **Patrick LOKO**, *Personne ressource*
- **Rodrigue NOUAGIVI**, *Comptable*

Soyez en remercié tous !

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Analyse de la Communication interne.....	2
Tableau 2 : Analyse de la Communication Externe.....	3
Tableau 3 : Cadre logique.....	17
Tableau 4 : Suivi et évaluation.....	23
Tableau 5 : Budget	24

SOMMAIRE

EQUIPE TECHNIQUE DE REALISATION	i
COMITE TECHNIQUE DE MISE EN OEUVRE	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES TABLEAUX	iii
SOMMAIRE	iv
BREF APERÇU SUR LE SCOUTISME BÉNINOIS.....	v
Introduction.....	1
1 Cadre stratégique	2
2 Stratégie de Communication.....	4
2.1. Cibles.....	4
2.2. Objectifs	6
2.3. Messages.....	6
2.4. Notre savoir faire	7
2.5. Valeurs	7
2.6. Sujets sur lesquels le Scoutisme Béninois veut être reconnu	8
2.7. Positionnements	8
3. Stratégie éditoriale	12
3.1. Site web : https://www.scoutismebéninois.org	12
3.2. Réseaux propres à l'Association	14
5. Cadre logique.....	17
6. Suivi et évaluation du plan de communication	23
7. Budget du plan de communication.....	24
8. Dispositif institutionnel de mise en œuvre et du suivi – évaluation du plan	26
8.1. Le Bureau National	26
8.2. La Direction Exécutive	26
8.3. L'Equipe de communication et du marketing	26
8.4. Suivi – évaluation.....	27

BREF APERÇU SUR LE SCOUTISME BÉNINOIS

Qui sommes-nous ?

Nous sommes une association éducative pour les jeunes, membre de L'OMMS depuis 1964, volontaire, non politique, non militaire, ouverts à tous.

Le **Scoutisme Béninois**, est un mouvement de jeunes et d'adultes engagés volontairement pour promouvoir une éducation non formelle, complémentaire de la famille et de l'école. En tant qu'une Organisation Non Gouvernementale, il s'adresse à tous les jeunes, garçons et filles, sans aucune distinction d'origine sociale et ethnique, religieuse ou culturelle.

Avec ses 6444 membres (jeunes garçons et filles) répartis dans sept régions scoutes, quarante districts scouts, cent vingt groupes et trois cent soixante unités scoutes tant en milieu urbain qu'en milieu rural, le Scoutisme Béninois dispose de huit centres de jeunes répartis sur toute l'étendue du territoire national.

Que voulons-nous ?

Notre mission étant de contribuer à l'éducation intégrale de notre jeunesse, nous voulons qu'à terme, elle soit :

✓ Des hommes et des femmes de caractère et intègres

Responsables, sachant compter sur eux-mêmes, constants et qui tiennent la parole donnée, des jeunes capables de considérer le labeur humain et de construire la famille sur l'amour. Des jeunes qui comprennent leur dignité et celles des autres et qui sont capables de partager avec tout le monde dans la joie et l'affection.

✓ Des Agents de développement

Prêts à servir les autres, impliqués dans leur communauté, défenseurs et respectueux des droits des autres, croyant en la démocratie, engagés pour le développement, aimant la justice et faisant la promotion de la paix.

✓ Des Jeunes Créatifs

Des jeunes qui aimeraient laisser ce monde meilleur qu'ils ne l'avaient trouvé. Capables d'investir tous leurs efforts dans la sauvegarde de l'intégrité de la nature, qui aiment apprendre continuellement et sont à la recherche des voies et moyens pour régler les problèmes et soucieux des bienfaits du travail.

✓ Des Jeunes Spirituels

Libérés de la soif de possession avec un sens transcendantal de la vie, capables d'ouvrir leurs cœurs à Dieu, qui vivent leur foi joyeusement et enfin une partie intrinsèque de leur vie quotidienne, ouverts au dialogue compréhensifs, capables de respecter les traditions culturelles et croyances religieuses des autres.

Que faisons-nous ?

Nous proposons aux jeunes encadrés par des adultes volontaires des programmes d'activités éducatives attrayantes basées sur leurs centres d'intérêt. Cela se concrétise par des activités de plein air, de rencontres et d'échange, de formations, des randonnées et des loisirs sains. Nous initiations aussi avec nos jeunes des activités de développement Communautaire dans le cadre de la Promotion des Objectifs de Développement durable (ODD) à travers notamment des activités de :

- lutte contre changement climatique et de protection de l'Environnement ;
- la santé de reproduction des jeunes et des adolescents ;
- la prévention et la lutte contre les IST et le VIH/Sida ;
- la formation des jeunes aux compétences fondamentales notamment les valeurs civique et le leadership ;
- Education à la paix ;
- Promotions des droits des enfants et surtout la protection de l'enfant ;
- La promotion du genre et surtout la prévention des violences basées sur le Genre ;
- La promotion de la participation des jeunes au processus de prise de décision ;
- La promotion de la sécurité routière ;
- Employabilité des jeunes.

Durant les dernières années, notre association a initié divers projets de développement, ouvrant ainsi de nouvelles opportunités aux jeunes en améliorant en même temps la qualité de vie quotidienne de nos communautés. Nous avons beaucoup

plus travaillé sur des projets pour les enfants de la rue, des projets de lutte contre le VIH SIDA et le paludisme, un projet d'éducation à la paix et à la non-violence, un projet de centres d'accueil et de loisir pour les jeunes, un projet de sécurité alimentaire. Ces projets sont une contribution immédiate à la qualité de vie de nos communautés, et ce, en mettant la jeunesse au cœur de l'action de développement.

Dans nos centres de jeunes et plus spécifiquement dans le centre de Cotonou et de Lissèzoun, nous disposons de bibliothèque fonctionnelle grâce à l'appui de certains de nos partenaires.

Quelles sont nos potentialités ?

- Une jeunesse de plus en plus nombreuse à adhérer aux principes de notre mouvement et réellement engagée dans le processus du développement de sa communauté.
- Des ressources adultes suffisamment engagées au service des jeunes
- Une crédibilité auprès du gouvernement, auprès des ONG tant nationales qu'internationales, des agences des Nations Unies, des associations scouts partenaires tant du Nord que du Sud, et ceci couvert par un accompagnement régulier du Bureau Mondial du Scoutisme.
- Des infrastructures sociales et économiques telles que les centres de formation scout, des centres d'accueil des enfants de la rue, des centres scouts ruraux de développement. Nous disposons de huit centres de jeunes sur toute l'étendue du territoire national : Centre de Wologuèdè à Cotonou ; Centre de Ouidah ; Centre de Djassin ; Centre d' Agblangandan ; Centre de Gadomey dans le Mono ; Centre de Lissèzoun dans le Zou, deux Centres à Natitingou dans l'Atacora
- Des structures solides et décentralisées qui couvrent nos villes, nos quartiers et nos villages dans toutes les régions du pays.
- Une administration dirigée par un Directeur Exécutif soutenu par des volontaires.

Introduction

Scoutisme Béninois, est une ONG de référence en matière de mobilisation sociale et plus particulièrement en mobilisation de jeunes au Bénin. Vielle de plus de 90 ans, l'ONG capitalise plusieurs années de projets en faveurs des femmes et des jeunes sur l'ensemble du territoire national. Sa force est non seulement son ancrage en milieu communautaire mais aussi parce qu'elle dispose auprès des autorités d'une renommée d'une des plus grandes organisations de jeunesse du Bénin. Le Scoutisme Béninois est une organisation nationale membre de l'Organisation Mondiale du Mouvement Scout et travaille à promouvoir une jeunesse béninoise **Citoyenne, Autonome, Solidaire, Engagée et Responsable (CASER)**.

Pendant longtemps, le Scoutisme Béninois a mené des activités sans vraiment communiquer autour de celles-ci. A un moment donné le besoin de se rendre visible s'est fait ressentir et a été concrétisé dans le plan stratégique 2016-2019 comme une priorité. C'est d'ailleurs l'objectif spécifique N°3 du plan stratégique qui l'indique clairement (*OS3 : Améliorer la visibilité du Scoutisme Béninois*). Cet objectif prévoit pour fin 2017 l'élaboration de la stratégie de communication pour l'association au regard de l'enjeu majeure qu'est devenu la communication institutionnelle de nos jours.

Dans cette dynamique, un atelier d'élaboration diagnostic avec comme objectifs ***d'Evaluer la communication existante du Scoutisme Béninois et les actions antérieurs, de Diagnostiquer les points forts et faibles à renforcer, de Définir sur quel planning se déroulera la stratégie de Communication*** a eu lieu du 12 au 14 janvier 2018 à Kétou (République du Bénin).

L'atelier a regroupé les membres de la Commission nationale chargée de la Communication et du marketing, la Direction Exécutive, le bureau national, le bureau du forum national des jeunes, des personnes ressources et un consultant externe.

L'atelier a permis de poser un diagnostic de la communication du Scoutisme Béninois et de retenir les axes stratégiques. Une équipe de 7 personnes a été constituée pour exploiter l'ensemble des rapports produits lors de l'atelier et proposer un draft de la stratégie de Communication. Ce draft a été envoyé à tous les participants à l'atelier de Kétou qui ont fait des retours en termes de contribution et d'amélioration. Une restitution a été enfin faite au siège administratif de l'organisation et a connu la participation de la commission chargé de la communication et du marketing, la Direction exécutive et de certains membres du bureau national.

1 Cadre stratégique

La stratégie de communication d'une organisation est un des enjeux les plus importants de cette organisation. Comment pourrait-on envisager de se développer et d'être compétitif si l'organisation ne communique pas ?

Il s'agit non seulement de la communication externe visant les parties prenantes mais aussi de la communication interne qui permet d'établir un climat social bénéfique et favorable aux bons résultats. Dans ces deux types de communication, il est important de mettre en place une stratégie claire qui répond aux objectifs.

Intéressons-nous dans un premier temps à la communication interne du Scoutisme Béninois et sa communication externe que présente respectivement le tableau 1 et tableau 2 à travers ses forces et faiblesses d'une part puis les opportunités et menaces d'autre part.

Tableau 1 : Analyse de la Communication interne

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Bonne communication verticale : Communication régulière entre Direction Exécutive et Bureau National• Codification de la logistique : Le mobilier et l'équipement sont codifiés et répertoriés• Réunion fréquente de coordination : rencontre fréquente d'échange de la direction exécutive avec les chefs de projet, ainsi que de la Direction Exécutive avec le Commissaire Général,• Connexion par réseaux sociaux : tous les responsables du bureau national sont sur les réseaux sociaux et les discussions pour la plupart se mènent par les réseaux.	<ul style="list-style-type: none">• Absence d'orientation stratégique bien définie : le Scoutisme Béninois ne dispose pas de vision et d'orientation précise concernant sa communication interne.• Une attitude attentiste du personnel vis-à-vis de l'information : Le personnel ne va pas vers l'information. On se limite souvent aux rumeurs ;• Les membres du Bureau National pas trop impliqués dans les projets : Non utilisation des compétences et potentiel relationnel des membres du Bureau national dans la mise en œuvre des programmes et projets• Absence de temps d'analyse institutionnel pour les nouveaux recrues : les nouveaux recrues ne suivent pas un processus d'intégration dans les

	<p>principaux démembrements du Scoutisme béninois y compris les élus et les nommés ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création d'emails professionnels : le personnel ne dispose pas d'une adresse email sous label Scoutisme Béninois,
Opportunités	Menaces
1. Engagement des partenaires à accompagner la visibilité des organisations	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le changement régulier des membres de l'administration 2. Absence d'une politique concurrente de maintien du personnel

Tableau 2 : Analyse de la Communication Externe

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Existence d'un pôle de compétence en matière de communication. • Le Scoutisme Béninois anime un site Internet et une page Facebook qui mutualisent ses actions. • Le Scoutisme Béninois dispose de matériels audiovisuels comme : matériel de sonorisation et de projection de films en plein air, vidéo projecteur, appareil photo, d'un câblage internet haut débit. • Le Scoutisme Béninois bénéficie des supports de communication des canaux et réseaux d'ONG du pays et de l'Organisation Mondiale du Mouvement Scout. • Le Scoutisme Béninois peut compter sur les personnes ressources bénévoles expertes en communication. • Le Scoutisme Béninois a formé une équipe de jeunes et des responsables de la commission communication sur le développement et 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de panneaux de signalisation : les sièges de l'organisation et les réalisations ne sont pas indiqués par des panneaux, des plaques et des enseignes. • Faible utilisation des radios et des TV. aucun partenariat formel n'existe entre le scoutisme béninois et les chaînes de télé et radio. • Absence d'un professionnel en charge de la communication au sein de la direction exécutive

<p>l'animation d'un site web, la communication 2.0, sur l'utilisation de Facebook, twitter etc...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les visuels portant les activités (dépliants, prospectus, banderoles, etc) sont de bonne qualité : 	
Opportunités	Menaces
<ol style="list-style-type: none"> 1. L'avènement des réseaux sociaux. 2. La possibilité de formation sur la communication 2.0 3. Existence de nouveaux outils de communication moderne et adapté 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Continuer par utiliser les anciens canaux pour atteindre les jeunes. 2. La concurrence des organisations sœurs qui ne travaillent pas autant mais qui communiquent bien

2 Stratégie de Communication

2.1. Cibles

2.1.1. les jeunes

Ils veulent savoir ce que nous faisons et ce qu'ils peuvent gagner en adhérant au Scoutisme Béninois ;

2.1.2. les parents

Les parents sont intéressés par nos actions. Plus ils auront de vraies informations sur le travail que font les scouts, plus ils accompagneront les unités à la base et travailleront à promouvoir auprès de leurs amis les valeurs du Scoutisme.

2.1.3. les membres

Ce sont les scouts à travers le pays. Ils sont intéressés par les activités ainsi que les initiatives qui sont prises à travers le pays. C'est une forme de réédition de compte qui met en place les bases d'une transparence dans la gestion des activités.

2.1.4. les structures et les organes

Elles animent l'organisation à travers leurs initiatives. Elles sont aussi une des bénéficiaires de nos actions de communication surtout celles internes que le présent plan se propose de renforcer.

2.1.5. les Organisations sœurs et les réseaux d'organisations auxquelles le scoutisme béninois participent

Bien que concurrente parfois, certaines organisations sont la cible de nos actions dans la perspective des actions communes ou encore d'une sollicitation dans un domaine donné.

2.1.6. Les Organes et institutions de jeunesse

Besoin de savoir ce que nous faisons et les valeurs ajoutées que nos actions apportent.

2.1.7. Les Bailleurs et autres Partenaires Techniques et Financier (PTF)

Ils veulent connaître davantage l'organisation et ses actions, Attendent une expertise et une rigueur dans les actions du Scoutisme béninois, ainsi qu'une efficacité dans la conduite des projets menés tant auprès des populations que des politiques. Ils ont ainsi besoin de voir :

- les projets réalisés (livrables, actualités, publications, retours médias) ;
- les champs d'expertises (articles de référence, publications dans la presse) ;
- les positionnements de l'organisation par rapport aux questions touchant à la vie des jeunes (communiqués de presse, tribunes).

2.1.8. Décideurs politiques nationale et locale

Attentifs aux propositions des organisations et attendent du sérieux dans la conduite des activités. Il est nécessaire de développer une relation de confiance à travers plusieurs rendez-vous. Sans cela, il y a très peu de chances d'avoir des retombées vis à vis du plaidoyer et même de la mobilisation des ressources.

Il est important de communiquer en amont des événements et de mettre en avant la demande d'implication.

2.1.9. Journalistes

Ils attendent des informations ainsi qu'un contenu et du storytelling de qualité, en exclusivité, sur les thèmes d'expertise de l'Association.

Il est donc important de rendre plus visible l'organisation de démontrer son expertise, sa reconnaissance et d'avoir une action proactive auprès des journalistes pour augmenter le nombre de contacts.

NB : Dans la presse écrite, la mise en avant d'articles est souvent payante à l'inverse de la presse sur internet. A ce titre, il est important de cartographier ces deux types de presse,

afin de développer avec elles des relations de confiance pour un partenariat sur le long terme.

2.2. Objectifs

2.2.1. Objectif principal

Le Scoutisme Béninois devient un acteur incontournable et de référence dans ses champs d'intervention au Bénin à moyen terme et à l'international à long terme.

2.2.2. Objectifs secondaires

Les décideurs politiques béninoises considèrent le Scoutisme Béninois comme un interlocuteur avec lequel il faut compter pour co-construire les politiques et programmes en faveur des jeunes.

Les bailleurs considèrent le Scoutisme Béninois comme un acteur crédible et efficace avec lequel ils peuvent construire des partenariats durables.

Les parents font confiance au scoutisme béninois en inscrivant leurs enfants dans les unités scoutées.

Les jeunes bénéficient des actions du Scoutisme béninois et s'inscrivent dans les unités de par le pays.

2.3. Messages

2.3.1. Savoir-faire

Le Scoutisme béninois capitalise plusieurs décennies d'expériences en matière de mobilisation sociale et surtout celle des jeunes.

Le Scoutisme Béninois a une connaissance fine de l'environnement institutionnel et social du Bénin et travaille pour son évolution.

2.3.2. Qualité

Le Scoutisme Béninois est engagé dans plusieurs démarches qualité dans le but d'être l'une des premières organisations de jeunesse du Bénin à connaître une certification.

2.3.3. Couverture géographique

Le Scoutisme Béninois couvre tout le territoire national béninois et est aussi influent dans la sous-région ouest africaine pour avoir présidé plusieurs fois déjà le forum ouest africain des jeunes du scoutisme béninois qui comprend 17 associations scoutées de la zone.

2.3.4. Couverture humaine

Le Scoutisme béninois compte aujourd'hui 7000 membres et peut mobiliser près d'un million de jeunes dans notre pays

2.3.5. Equipe

Le Scoutisme Béninois rassemble une équipe de 12 professionnels dans les domaines de la mobilisation politique et sociale et sur les thématiques du genre, de la planification familiale et de la santé des adolescents (es) et jeunes de la promotion des ODD et plus particulièrement la protection de l'environnement.

2.3.6. Innovation technologique

L'équipe technique du Scoutisme Béninois ainsi que les bénévoles membres de la Commission Communication maîtrisent les technologies de l'information et de la communication pour informer les citoyens et citoyennes.

2.4. Notre savoir faire

2.4.1. Mobilisation sociale

La transition démographique et socioculturelle ainsi que l'émergence des médias numériques en Afrique encouragent une prise de parole généralisée. Des citoyen-ne-s mobilisé-e-s et un environnement favorable au dialogue sont les prémices d'un changement social harmonieux. (Radios / Internet / Evènements)

2.4.2. Mobilisation politique

Le Scoutisme Béninois travaille avec et en direction des décideurs politiques en collaboration avec d'autres organisations pour faire avancer le genre, la planification familiale ainsi que le statut et les droits des femmes et adolescentes (Informateur / Vigie / Ressource technique)

2.5. Valeurs

2.5.1. La Solidarité

Être solidaire c'est être toujours prêt à aider les autres sans jamais rien attendre en retour. Le scout se veut altruiste que ce soit au travers des bonnes actions ou au travers d'actes du quotidien. Ainsi, nombreuses sont les unités qui ont des projets solidaires que cela soit à la hauteur du quartier ou au travers de projets humanitaires.

2.5.2. La Citoyenneté

Respect du bien public, prendre conscience des problèmes de sa communauté et contribuer ensemble avec elle à les résoudre.

2.5.3. La promotion de la paix

Le scout est ami de tous et frère de tous les autres scouts. Les valeurs telles que la tolérance, le respect de l'autre, la courtoisie sont promues au scoutisme béninois.

2.5.4. Intégrité

Faire preuve de confiance, d'éthique, de transparence et de respect. Le scoutisme soutient un principe de responsabilité.

2.5.5. Expertise

Jouer un rôle de premier plan auprès des jeunes. visionnaire, visible active, impliquée dans la société.

2.6. Sujets sur lesquels le Scoutisme Béninois veut être reconnu

- **Promotion du genre**
- **Santé sexuelle et reproductive des jeunes et adolescents**
- **Planification familiale**
- **Agriculture et protection de l'environnement**
- **Education au dialogue et à la paix**

2.7. Positionnements

2.7.1. Egalité de genre

2.7.1.1. Les bienfaits de l'approche genre

L'approche genre, qui tend vers l'égalité entre les femmes et les hommes, vise des progrès concrets pour les droits des femmes. Elle engendre également des bénéfices pour l'ensemble des sociétés et contraint à une analyse précise de qui seront les bénéficiaires d'une action. L'approche genre permet de coller au plus près des besoins des populations. Les politiques « genrées » sont donc, par nature, plus efficaces.

D'une approche dite « femmes et développement » il y a quelques années, les membres de l'Association ont évolué vers l'approche genre, plus complète et transversale.

Non, l'approche genre ne concerne pas que les femmes, et n'exclut pas les hommes. En effet, elle inclut un travail sur les représentations et les normes sociales, notamment en

sensibilisant les hommes et les garçons. Pour toutes ces raisons, la société dans son ensemble a à gagner de l'autonomisation des femmes.

2.7.1.2. Genre, santé sexuelle et de la procréation : deux dynamiques fondamentalement liées

Garantir un bon accès à la santé sexuelle et de la procréation, pour chaque individu, hommes et femmes, c'est lutter à la base contre les inégalités de genre. Inversement, des rapports sociaux plus égalitaires entre les hommes et les femmes facilitent l'accès à un niveau de santé plus élevé pour toute la population. Ce cercle vertueux est la raison pour laquelle les membres de l'Association opèrent en synergie pour intégrer le genre de manière opérationnelle et transversale dans les interventions clés en matière de santé.

En effet, le genre est vu au sein de l'Association en termes de pensée universelle, d'équité dans l'accès à l'information et au traitement, d'acceptation et de prise en compte des différences culturelles, sociales, politique, sexuelles, etc. dans les réflexions et actions.

2.7.2. Planification familiale

2.7.2.1. La planification familiale : un levier du développement

Mais la PF est avant tout un droit. Un droit explicitement fondé sur différents textes et conventions internationales tels que la Déclaration universelle des droits Humains, le Pacte international relatif aux droits civils et politiques, la CEDEF, le Protocole de Maputo ou encore la Convention relative aux droits de l'enfant. Les gouvernements sont donc, en théorie, tenus de garantir à leur population l'accès à cette planification. Des textes de lois et documents programmatiques sont élaborés et validés par la plupart des pays en développement où, malheureusement, cet accès universel continue d'être un rêve. Dans ces pays, pas moins de 222 millions de femmes n'ont pas accès à la planification familiale.

2.7.2.2. La planification familiale pour réaliser les Objectifs du Millénaire pour le développement et protéger les femmes

En permettant aux femmes et jeunes filles d'éviter des grossesses non-désirées, d'espacer ou de limiter les naissances, on peut :

- agir directement sur la mortalité maternelle et infantile,
- limiter la propagation des IST/MST,
- améliorer le niveau d'éducation des jeunes,
- promouvoir l'égalité de genre.

Autrement dit, garantir l'accès à la planification familiale, permet de se rapprocher de la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement.

2.7.3. Adolescentes en situation de vulnérabilité : Prendre en compte leurs besoins dans les politiques et programmes de développement est une nécessité

La nécessité d'agir au niveau mondial et dans les pays concernés en faveur des adolescentes et particulièrement de celles en situation de grande vulnérabilité, fait l'objet d'une récente prise de conscience. Cependant, elles ne bénéficient encore que rarement des programmes, y compris ceux à destination des jeunes, et accèdent difficilement aux informations et conseils ainsi qu'aux structures socio-sanitaires. Mieux comprendre et prendre en compte leurs besoins spécifiques dans les politiques et programmes de développement est indispensable :

- pour atteindre les Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD),
- pour réduire les inégalités de genre,
- pour que les droits de toutes soient respectés.

Des pistes concrètes d'actions pour améliorer la santé et les droits des adolescentes, il faut agir à tous les niveaux : renforcer les filles elles-mêmes, mobiliser la communauté, améliorer les politiques et les programmes.

2.7.4. Agriculture et protection de l'environnement

D'ici 2050, la population africaine devrait doubler pour compter 2,2 milliards d'habitants. Un quart de la population de la planète – et autant de bouches à nourrir - vivront alors sur ce continent. Quelle place donner à l'agriculture dans ce contexte ?

L'agriculture devrait constituer un levier majeur de la croissance de demain en Afrique. Mais pour cela, le continent devra se tourner vers une agriculture maraichère et vivrière raisonnée, c'est-à-dire basée sur des pratiques agro-écologiques utilisant les services rendus par les écosystèmes plutôt que de les remplacer par des engrais et pesticides. Une agriculture plus respectueuse des sols, de la biodiversité et de l'environnement, mais permettant de produire presque autant que l'intensif. Son intérêt est multiple. D'abord elle est écologiquement intéressante et en plus, elle nécessite, contrairement à l'agriculture intensive, une main d'œuvre importante. Elle est donc créatrice d'emplois. Elle crée ainsi du lien social et permet ainsi de maintenir une vie en

dehors des villes, à l'heure où l'urbanisation apparaît galopante, et elle permet aux populations rurales d'acquérir une autonomie financière. C'est aussi un enjeu d'émancipation pour les femmes, celles-ci étant très souvent derrière ces petites structures agricoles. L'agriculture coche tellement de cases qu'il apparaît délirant de ne pas davantage l'évoquer lorsqu'on parle de l'Afrique de demain.

Ils concernent notamment :

- la protection des ressources et des milieux (gestion quantitative et qualitative de l'eau, préservation des sols agricoles et de la qualité de l'air,...) ;
- la préservation de la biodiversité sauvage et domestique ;
- la limitation des impacts du changement climatique et l'adaptation à ces effets ;
- l'augmentation de la sobriété et la performance énergétique du secteur agricole ;
- l'utilisation et la valorisation la plus pertinente possible de la biomasse à travers ses différents usages (biocarburants, production d'électricité ou de chaleur, biomatériaux et chimie bio-sourcée) ;
- la réduction de la dépendance des exploitations agricoles aux intrants et le développement de l'économie circulaire, notamment en matière de valorisation des effluents d'élevage ;
- la préservation des terres agricoles, en luttant contre leur artificialisation.

2.7.5. Education au dialogue et à la paix

Malgré l'engagement croissant des Etats pour la paix, la raréfaction des ressources naturelles, les conflits d'intérêts et les ambitions expansionnistes ont été à l'origine de nombreux conflits durant la dernière décennie.

La paix est pourtant largement considérée comme un idéal. Depuis la fin de la Première Guerre mondiale, la « *der des der* », avec la création de la SDN (Société des Nations, ancêtre de l'ONU) en passant par les mouvements pacifiques des années 70, nombreuses ont été les organisations et les initiatives visant la prévention des conflits ou la limitation des dégâts matériels et psychologiques.

Depuis quelques années, une méthode de pacification a acquis un écho particulier au sein de la communauté internationale. C'est l'éducation à la paix, qui, par son rayon d'action multidimensionnel et l'implication des populations locales, s'est imposée comme une alternative pertinente à la réponse militaire de résolution des conflits. L'éducation à la paix est donc une approche préventive de la résolution des conflits basée sur l'enseignement et la diffusion des valeurs de paix et d'égalité. Les programmes de

sensibilisation à la paix permettent une meilleure compréhension des conflits et des formes structurelles d'injustice, afin de les résoudre dans la concertation et le dialogue. L'éducation à la paix a pour objectif principal d'amener personnes, groupes et Etats à établir eux-mêmes des relations plus pacifiques en leur apprenant à résoudre pacifiquement leurs différends. Ce processus passe par :

- l'instauration d'un respect mutuel entre les peuples ;
- la sensibilisation à la citoyenneté et à l'égalité ;
- l'apprentissage de toutes les valeurs positives nécessaires à la mise en place d'un état de paix,
- Etc.

3. Stratégie éditoriale

3.1. Site web : <https://www.scoutismebéninois.org>

3.1.1. Cibles du site

3.1.1.1. Cibles premières

- Bailleurs ;
- Décideurs politiques ;
- Organes et institutions de jeunes

3.1.1.2. Cibles secondaires

- Organes et structures du Scoutisme ;
- Parents ;
- Jeunes ;
- Journalistes ;
- Grand public ;
- OSC/ONG

3.1.2. Contenus

Le site est une vitrine de l'association. De ce fait, il contient tous les éléments suivant :

- son identité (histoire, valeurs, membres, ect.),
- les positionnements de l'association sur ses champs d'expertise,
- les actualités,
- les actions de mobilisation sociale et politique,
- les retours presse,

- les publications et productions,
- les ressources et actualités du secteur.
- différents rapports validés par le conseil National ou la conférence Nationale (rapport d'activité, rapport financier, ...)

Pour une plus large diffusion, une option pour s'abonner à la newsletter est disponible.

3.1.3. Canaux et supports

3.1.3.1. Online

Le site est l'épicentre de la communication de l'association du fait des cibles et du "faible coût" de son utilisation.

Les membres pourront faire la promotion de leurs actions en lien avec l'organisation. Cela peut prendre la forme d'un article pour le site dans le sens « telle unité, tel groupe de tel district membre du Scoutisme béninois.... ».

Toutes les actions, publications et actualités de l'Association sont relayées sur les réseaux sociaux :

- Twitter : permet de relayer les actualités, les prises de positions sur l'actualité et interpeller les décideurs comme les journalistes. C'est également un levier de mobilisation sociale lors des campagnes.
- Facebook est le réseau social qui permettra aux membres de relayer à leur communauté, les actualités de l'Association, et les mobiliser lors des campagnes.
- Youtube - Les vidéos produites dans le cadre de l'Association sont uploadées sur sa chaîne Youtube. Pour en faire la promotion, elles sont également mises en ligne sur le site et partagées sur les réseaux sociaux des régions car ce sont des contenus viraux auprès du public, surtout chez les jeunes.
- Les communiqués de presse seront, en plus de leur mise en ligne sur le site, diffusés sur les sites spécialisés, réseaux et les mailing lists des régions.

Les régions relayeront sur leurs supports web (site, mails, réseaux sociaux, presse, réseaux) les principales informations et actualités de l'association. Un mail est envoyé aux régions avec le lien du nouvel article pouvant être relayé.

3.1.3.2. Offline

Le site web sera mis comme référence contact pour toute personne voulant en savoir plus sur l'Association. Ils pourront ainsi poser leurs questions en envoyant un mail au mail contact. Ces informations seront sur les différents supports de communication : dossier de présentation, papier à en-tête, affiches, papier à lettre, etc.

Des affiches, flyers et autres supports print pourront être développés dans le cadre de campagnes ou de participation à des événements publiques.

3.2. Réseaux propres à l'Association

3.2.1. les réseaux à utiliser par le Scoutisme Béninois

- Facebook et Tweeter (communication externe)
- Whatsapp (communication interne)

3.2.2. Notre stratégie de communication

3.2.2.1. Facebook

- Créer une page pour les projets sur Facebook avec référence sur le site ;
- Commenter les images ou les légènder ;
- Inclure sur le site des possibilités d'interactions entre les articles et les lecteurs pour avoir des retours sur les articles.

3.2.2.2. Tweeter

- Former les membres du personnel et de la commission communication sur l'utilisation de tweeter ;
- Animer les pages régulièrement.

3.2.2.3. Youtube

La chaine **Youtube** de l'association sera en quelque sorte le web TV ou se regroupent toutes les vidéos produites dans l'association. Toute vidéo mise en ligne devra être publiée sur la page pour plus de crédibilité et d'animation

3.2.3. Comment communiquer sur ces réseaux

- Pour **tweeter** :
 - textes courts et concis, messages-clés
- Pour **Facebook** :
 - Ne pas avoir des textes figés mais varier les publications (utiliser les reportages ou story-telling) ;
 - Diversifier les genres (faire parler les enfants ou les parents) ;
 - Ne pas figer les publications uniquement à ce que fait le Scoutisme béninois
- **Périodicité** : au moins une publication par semaine ;
- **Taille** : Avoir des messages courts et avec des textes concis (8 lignes maximum) ;

- **Syntaxe** : Soigner l'écriture ; Eviter les mots compliqués et les fautes d'orthographe.
- **modalité de publication**
 - les administrateurs et éditeurs de la page sont responsabilisés pour animer la page ;
 - faire valider systématiquement les articles par le comité de validation créé sur à cet effet. Dès lors que la majorité simple valide l'article la publication doit intervenir.

➤ **Le contenu**

Dans une publication, il faut l'accompagner d'une photo ou d'une vidéo. Les photos et les vidéos doivent montrer les activités de l'association. Les personnes en situation de travail ou sur le terrain doivent être montrées focaliser sur un travail ou présenter une bonne mine.

Par rapport à l'écriture, une publication doit inclure au plus quatre phrases. Des publications les plus courtes intéressent les lecteurs. S'il est nécessaire de fournir plus d'informations, on peut ajouter un lien vers le site pour plus de détails.

En ce qui concerne le contenu des phrases écrites, on doit inclure au moins un des sujets suivants, complété par des photos ou des vidéos : des réalisations ou une activité de l'association ou même d'une structure locale.

- Pour les publications :
 - **Veiller à publier avec la même fréquence.** Publier une fois par semaine (même jour et même heure) et autant que possible des activités. Il est important ici d'utiliser la fonction de « programmer une publication » qui permet aux administrateurs d'une page de programmer des publications pour plus tard.
 - **Utiliser des #hashtags** qui sont pertinents. C'est sera utile d'avoir certains hashtags dans toutes les publications comme #Scoutisme ou #Bénin. C'est aussi important de trouver les hashtags populaires.

- **Les publications doivent inciter l'engagement des lecteurs.** C'est utile d'avoir des phrases qui invitent le lecteur à aimer ou partager la publication. Les lecteurs sont plus probables à réagir et s'engager avec une story.
- **Publier à l'heure où les personnes qui aiment la page sont plus actives.** Les administrateurs de la page peuvent trouver l'heure quand plus des gens sont en ligne suivant les « statistiques ».
- **Les publications boostées doivent cibler les audiences appropriées.** Booster une publication sur Facebook peut être très efficace si l'audience appropriée est ciblée. Si le but de la publication est d'attirer des volontaires, par exemple, il faut cibler des gens jeunes. Si le but est d'attirer des donateurs, l'audience appropriée sera des personnes en âge moyen (40 – 60). Finalement, si le but est d'attirer des inscriptions pour CIFOP, le booste doit cibler des jeunes Sénégalais. Le Facebook permet de faire le ciblage très efficacement et d'avoir une audience appropriée et large avec un coût bas.
- **Créer des partenariats avec d'autres ONG pour promouvoir nos publications.** Si nos partenaires partagent nos publications, la diffusion sera élargie.

3.2.4. Jeunes ambassadeurs locaux du Scoutisme

Ceux sont de jeunes scouts qui sont identifier et former pour représenter et parler du scoutisme partout où besoin se fera sentir.

3.2.4.1. Critère de sélection des jeunes ambassadeurs

- Jeunes scout 16-23 ans
- Niveau d'études : Classe de première et plus
- Faciliter à s'exprimer
- Être éloquent (e)
- Parler plusieurs langue nationales est un atout ;

4. Cadre logique

Tableau 3 : Cadre logique

Objectifs spécifiques	Résultats	Activités	Acteur responsable	Autres acteurs impliqués	Année d'exécution		
					2018	2019	2020
OS1 : COMMUNICATION INTERNE. Instaurer des échanges fréquents et réguliers entre le personnel de la Direction exécutive, le Bureau National et les Commissaires scouts de région	R11 : de bonnes ambiances de travail et de bons rapports de coopération, de courtoisie, de civilités sont créées entre les membres de l'équipe nationale du scoutisme béninois	A11 : création d'un habillement officiel pour le personnel pour les activités de terrain	CNCM	DE, CNF		*	
		A12 : création d'un cadre permanent de civilités entre collègues, d'échange de vœux lors des célébrations, de soutien et entre-aide lors des cérémonies familiales.	CNA	DE, CNF	*	*	*
	R12 : la vision, la mission ainsi que les valeurs et axes stratégiques de l'association sont connus du personnel	A21: Transmission au personnel d'une note officielle qui présente la mission, les valeurs et axes d'intervention du Scoutisme Béninois.	DE	CGAA	*		

Objectifs spécifiques	Résultats	Activités	Acteur responsable	Autres acteurs impliqués	Année d'exécution		
					2018	2019	2020
		A22: Affichage dans chaque local du Scoutisme Béninois une présentation de la mission, les valeurs et axes d'intervention de l'association	DE	CGAA	*	*	*
	R13 : le personnel ainsi que le bureau national sont renforcés sur l'utilisation de réseaux sociaux et l'internet	A31: élaboration d'un guide succincte sur l'utilisation de réseaux sociaux	CNCM	CNA, DE	x	x	x
		A32 : organisation d'un atelier de deux jours au profit du personnel sur le l'internet et les réseaux sociaux	CNCM	DE			
	R14 : les membres du Bureau National suivant leurs compétences dans la négociation, la mise en œuvre et le suivi des projets et programme sont impliqués dans les programmes de l'association.	A41: élaboration d'un répertoire de compétence des membres du bureau national et leurs souhaits en termes de participation à un programme	CNDC	DE	*		
		A42: élaboration commune des projets et coordination commune avec les membres du bureau national	CNDC	DE	*		

Objectifs spécifiques	Résultats	Activités	Acteur responsable	Autres acteurs impliqués	Année d'exécution		
					2018	2019	2020
OS2 : Objectif 2 : COMMUNICATION EXTERNE. Installer et animer une communication dynamique entre le Scoutisme béninois, ses partenaires et réseaux au niveau national et international.	R21 : la charte graphique du Scoutisme béninois est adoptée par le Bureau national	A11 : organisation d'un mini atelier de diffusion de la charte auprès des membres du bureau national	CNCM	DE, BN	*		
		A21 : formation du personnel sur l'utilisation de la nouvelle charte	CNCM	DE, BN	*		
	R22 : une base de données des dirigeants et responsables chargés de la communication, des partenaires et réseaux au niveau national et international est élaborée	A22 : Confection d'une base de données (Version informatique et version papier) contenant la liste et adresses de contact des structures évoquées	CNCM		*		
		A23 : mettre en place un système périodique d'actualisation de cette base de données	CNM	DE BN CSR	x	x	x

Objectifs spécifiques	Résultats	Activités	Acteur responsable	Autres acteurs impliqués	Année d'exécution		
					2018	2019	2020
		A13 : Organisation des activités de visibilité au profit du Scoutisme Béninois (Journée africaine du Scoutisme, Journée du souvenir, Journée internationale de la jeunesse, Journée internationale de l'enfant, etc.)	CNCM	DE CSR CGC	x		
		A14 : Protéger la marque du Scoutisme mondial au niveau national	CNCM				
		A15 : Réaliser et archiver les press book	CNCM				
OS3 : Objectif 3 : COMMUNICATION EXTERNE. Développer une circulation d'informations entre le SB, les cibles des projets, le public, les partenaires, les autorités au niveau	R41 : Les ressources financières internes du Scoutisme Béninois sont accrues	A11 : Organiser des séances de sensibilisation des scouts sur les enjeux de la mobilisation des ressources propres	CNF				
		A12 : Informatiser le système de gestion des cotisations annuelles	CNF	CNMAC CGC		x	x

Objectifs spécifiques	Résultats	Activités	Acteur responsable	Autres acteurs impliqués	Année d'exécution		
					2018	2019	2020
local, national et international	R31 : un réseau des partenaires de la communication du Scoutisme Béninois constitué d'ONG, de structures, d'organes de presse, d'agence de presse est mis en place	A11 : signature avec chaque partenaire de communication un protocole de partage réciproque d'information avec le public, les tenir au courant par appels téléphoniques, SMS, Email, lettres postes, documents,	CNCM			x	x

Objectifs spécifiques	Résultats	Activités	Acteur responsable	Autres acteurs impliqués	Année d'exécution		
					2018	2019	2020
	R32 : un pool de journaliste volontaire est créé autour des activités du Scoutisme béninois	A21 : création d'un pool de journaliste volontaire autour des activités du scoutisme					
		A22 : un renforcement de capacité des journalistes est organisé autour de vision de la mission et des valeurs du Scoutisme béninois					

5. Suivi et évaluation du plan de communication

Tableau 4 : Suivi et évaluation

N°	Action	Délai	Calcul	Cout an 1	Cout triennal
Actions 1	Organiser une réunion trimestrielle de la cellule de communication, et y présenter un rapport de suivi du plan.	Par mois	10.000 x17x4	680000	2040000
Actions 2	Organiser une réunion d'évaluation semestrielle mi-parcours de la cellule avec la Direction exécutive,	juin 18 juin 19 juin 20	Frais de réunion 10000 x 17 x 2 =100 000 f cfa	340000	1020000
Actions 3	Organiser une réunion d'évaluation annuelle de la communication avec la cellule de communication, le pôle de journalistes volontaires et la Direction exécutive,	juin 18 juin 19	10000x25	250000	750000
Actions 4	Organiser une réunion d'évaluation triennale du plan de communication avec la cellule de communication, le pôle de journalistes volontaires et la Direction exécutive,	juin 20	25x10000	-	250000
TOTAL				1270000	4060000

6. Budget du plan de communication

Tableau 5 : Budget

N°	Action	Décal	Calcul	Cout an 1	Cout triennal
1	Afficher dans chaque local une présentation de la mission, les valeurs et axes d'intervention de JED	Mars 18	Confection 10 affiches sur toile 10 x 10 000 f = 100000 f cfa.	100 000 f cfa	100000
2	Elaborer un guide succinct sur l'utilisation de l'Internet et des réseaux sociaux avec des exemples concrets.	Mars 18	Edition de guide. Tirage 100 exemplaires : 10 pages x 20 f = 20 000 f cfa	20 000 f cfa	20000
3	Organiser un atelier tournant de formation de deux jours au niveau national pour le personnel	Avril 18	1 atelier = 500 000	500 000 cfa	500000
4	Renforcer tout le personnel de l'ONG à la connaissance des principes, dimension, mission et réalités du scoutisme national et international	Mai 18 Mai 20	1 ateliers = 500 000	500 000 cfa	500000
	Diffuser des supports de marketing promouvant une belle image de l'ONG,	Lors de chaque rencontre	Rapport annuel = 1000 000 f cfa Dépliants = 500 000 f cfa.	1000 000 f cfa 500 000 f cfa	3000000 1000000
5	Animer une émission radiophonique mensuelle sur le scoutisme	Hebdomadaire	Cout / an : 20 000 f x 12 = 240000 f cfa	240000 f cfa	240000
	Elaborer des articles de presse lors de chaque grande activité de des commémorations des grandes dates du scoutisme.	A partir de Mai 18 4 / an	4 x 200 000 = 800 000 f cfa	800 000 f cfa	2400000
6	Elaborer un planning annuel d'activités avec au moins une réunion mensuelle de la cellule de communication, maximum 2 heures de temps, et partager le procès-verbal au niveau de tout le bureau national	Février 18 Année 19 Année 20	Indemnités personnes ressources et expert = 3 x 5000 x 12 = 180 000 f cfa	180 000 f cfa	540000

7	Renforcer les membres du groupe sur les missions, valeurs, résultats et thématiques de l'ONG.	Mars 18 Mars 20	Cout atelier = 10 x 20 000 = 200 000 f cfa	200 000 f cfa	400000
	Planifier des rencontres périodiques, une fois par mois, suivant un calendrier annuel.	Mars 18 Année 19 Année 20	Cout réunion = 6 x 12 x 10 000 = 720 000 f cfa	720 000 f cfa	2160000
8	Poser un panneau signalétique sur route et un enseigne devant chaque local rendant visible la présence de l'ONG	Juin 18	Panneau 6 x 100 000 = 600000 f cfa	600000 f cfa	600000
			Enseigne = 7 x 70 000 = 490 000 f cfa	490 000 f cfa	490000
9	Organiser une émission mensuelle interactive	mensuelle A partir d'Avril 18	Animateur Cout / an : 80 000 f x 12 = 960 000 f cfa	960 000 f cfa	2880000
	Diffuser dans une chaine TV, au moins une fois par an, un film de reportage sur les réalisations l'association	Annuelle A partir de jan 18	Cout réalisation : 500 000 f cfa Cout diffusion : 500 000 f cfa	500 000 f cfa 500 000 f cfa	1500000 1500000
	Conserver dans un compte Youtube de l'ONG et diffuser sur les réseaux sociaux, les reportages vidéo sur les activités	A chaque activité A partir de février 18	Matériel de reportage= 500 000 f cfa	500 000 f cfa	500000
	a. Former tout le personnel à l'utilisation rationnelle et optimale des réseaux sociaux pour la communication interne et externe, lors d'un atelier tournant de deux jours.	Mois Mars 18 Mars 20	4 ateliers = 75 000 f X 4 = 300 000 cfa	300 000 cfa	600000
	Assurer le suivi évaluation du plan	3 ans		400 000 f cfa	1500000
TOTAL F CFA				9 10 000	20 430 000

7. Dispositif institutionnel de mise en œuvre et du suivi – évaluation du plan

7.1. Le Bureau National

Le Bureau National est l'organe de mise en œuvre des décisions de la Conférence Nationale et est responsable de la mise en œuvre du plan stratégique. Le Commissaire national chargé de la communication est le responsable de la mise en œuvre de la présente stratégie.

Il joue un rôle de premier plan. Il doit :

- mettre en œuvre le plan ;
- faire le suivi au quotidien de sa mise en œuvre ;
- assurer la maîtrise de la mise en œuvre par le biais de tableaux de bord ;
- rendre compte au Commissaire Général.

Pour plus d'opérationnalité, le Commissaire Général a mis en place un Comité Technique de mise en œuvre du plan stratégique que le Commissaire national chargé de la communication préside.

Les autres organes du Scoutisme Béninois (Commissions Nationales, Commissariat National et Régional etc.) exécuteront leurs interventions dans le respect de leurs attributions.

7.2. La Direction Exécutive

La Direction Exécutive est l'organe technique en charge de la mise en œuvre des programmes du Scoutisme Béninois. Elle assure la gestion quotidienne des activités sous la direction du Commissaire Général. Elle apportera son appui à la mise en œuvre du plan de communication en s'investissant dans la production de contenu pour les différents canaux

7.3. L'Equipe de communication et du marketing

L'Equipe de communication est fondamentale pour la réalisation des rapports annuels, brochures, sites web etc.

L'Equipe de communication est également décisive pour assurer que la contribution des partenaires soit dûment reconnue, que leurs logos figurent en bonne

place sur les publications-clés, et qu'ils soient mentionnés à l'occasion de la réalisation d'évènements.

7.4. Suivi – évaluation

- une évaluation régulière de l'état de la mobilisation des ressources financières,
- l'évaluation à mi-parcours du plan au deuxième trimestre de 2018,
- l'évaluation finale se fera au troisième trimestre de 2019 et servira à préparer une nouvelle stratégie de communication.

