

#ASHTAG

A G E N C Y

PLAN DE COMMUNICATION SPÉCIFIQUE COMMUNE DE CARTHAGE



SOMMAIRE

- 1. Contexte général**
- 2. Rappel des principales orientations stratégiques de la commune**
- 3. Rappel des problématiques de la commune**
- 4. La problématique retenue**
- 5. Plan de communication spécifique**

1

**Contexte
Général**

LE CONTEXTE GÉNÉRAL

Depuis la révolution de 2011, la Tunisie a mis en place d'importantes mesures visant à favoriser le processus de la gouvernance locale et d'implanter les dispositifs nécessaires à la mise en place d'une administration communicante avec les citoyens en général, et avec la société civile en particulier, tout en prônant les principes de participation et de transparence.

C'est dans ce cadre que le projet IDM « Initiative pour le Développement Municipal en Tunisie » de la GIZ s'est engagé pour appuyer l'Unité de l'Administration Électronique dans la mise en œuvre de l'engagement 11 du 4ème Plan d'Action National du Partenariat pour un Gouvernement Ouvert (2021-2023) relatif à l'appui à la mise en œuvre des plans d'action du gouvernement ouvert au niveau local, et en particulier le 1er sous-engagement sur le développement des mécanismes de communication avec les citoyens au niveau de 08 communes à savoir, la commune de Carthage, Hammam chatt, Zriba, Zaouit sousse, Dar Chaaban Fehri, Regueb, Essouassi et Gabes.



2

**Rappel des principales
orientations stratégiques
de la commune**

PRINCIPALES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

Axe 1

Améliorer l'image de la municipalité (rôle, missions, vocation, positionnement) à travers un travail d'information et de sensibilisation des acteurs en externe.

Axe 2

Renforcer les capacités de l'équipe de la municipalité en matière de communication externe mais également celles des acteurs associatifs et des acteurs médiatiques.

Axe 3

Améliorer l'information et la communication avec les différents acteurs, diversifier les outils de communication à l'externe et appuyer l'équipe de la municipalité avec de nouveaux moyens techniques

Axe 4

Susciter l'adhésion des parties prenantes en externe (Fédérer, rassurer, écouter, accompagner, sensibiliser, informer, etc.)



Rappel des problématiques de la commune de Carthage

PRINCIPALES PROBLEMATIQUES DE LA COMMUNE DE CARTHAGE

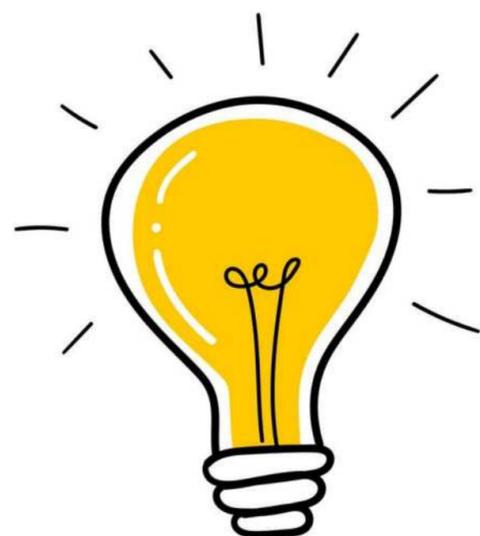
Le plan d'urbanisation de la commune

Digitalisation des services de la commune

Le Marketing territorial

**Valorisation des Jeunes dans le development
local**

LA PROBLEMATIQUE RETENUE POUR CE PLAN DE COMMUNICATION



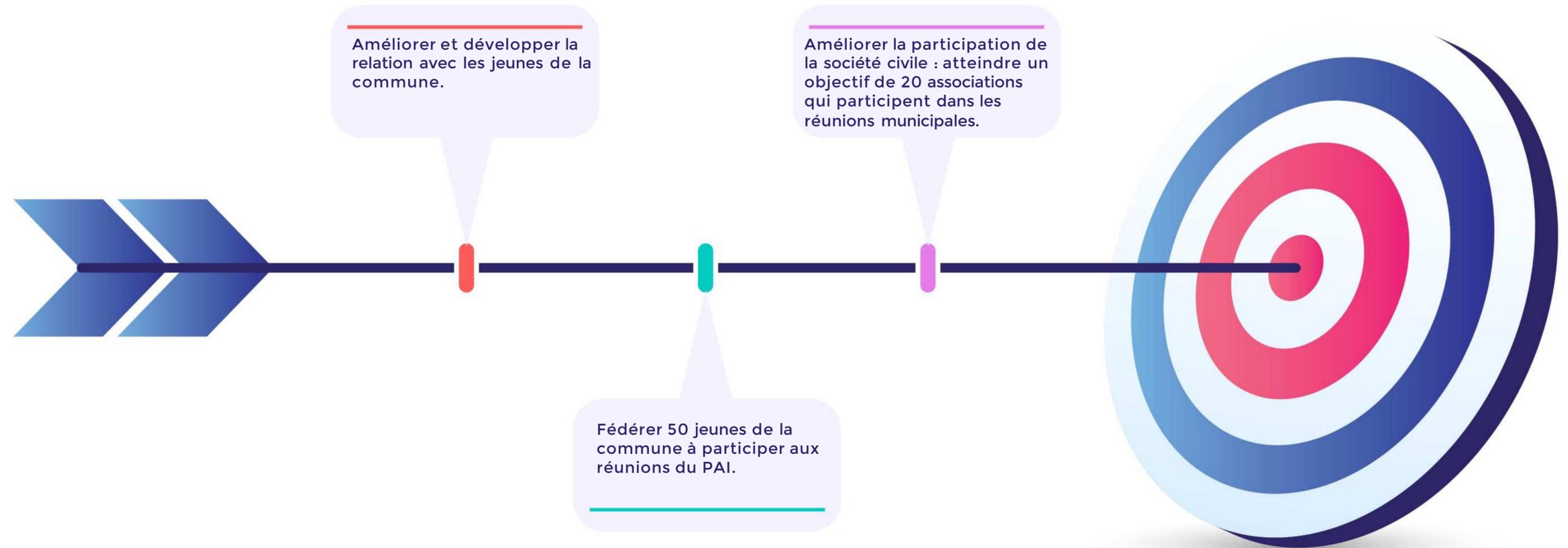
**La valorisation des Jeunes
dans le développement local**





**Plan de communication sur
La valorisation des Jeunes dans
le développement local dans
la commune de Carthage**

OBJECTIFS DE COMMUNICATION



CIBLES DE COMMUNICATION

- Les associations / associations ayant un intérêt pour les Jeunes

- Les jeunes de la région



- Les représentants des quartiers

- Les institutions travaillant avec les jeunes : institutions d'enseignement, institutions culturelles, institutions sportives..

MESSAGES DE COMMUNICATION

| CIBLE DE COMMUNICATION | MESSAGE DE COMMUNICATION |
|--|---|
| Les associations | Valorisation du rôle des jeunes dans le développement local |
| Représentants des quartiers | Importance de leur rôle dans la sensibilisation des Jeunes à la participation dans l'affaire locale |
| Institutions travaillant avec les jeunes | Importance de leur rôle dans la sensibilisation des Jeunes à la participation dans l'affaire locale |
| Jeunes de la région | L'importance de la participation des jeunes dans la prise de décision |

SUPPORTS DE COMMUNICATION

| CIBLE DE COMMUNICATION | SUPPORTS DE COMMUNICATION | DESCRIPTION DES ACTIONS DE COMMUNICATION |
|-----------------------------|--------------------------------|---|
| Les associations | Les conventions de partenariat | Formaliser et diffuser une procédure de collaboration avec les associations |
| | Les réunions périodiques | Etre à l'écoute de la société civile, mettre en avant le rôle important des associations pour la réussite des projets de la commune et pour la sensibilisation des citoyens et notamment les jeunes de la région. |
| | Emailing | Fédérer de nouvelles associations Consolider la relation avec les associations actuelles en les tenant informées de toute actualité concernant la commune |
| | Site web | Diffuser les actualités de la commune, les activités de la communes, les réunions et les évènements, les PV des réunions... |
| Représentants des quartiers | Flyers | Mettre en avant le rôle important que peut jouer le citoyen et son impact sur sa région |
| | Réunions de sensibilisation | Sensibiliser les représentants des quartiers à participer dans les activités de la commune en mettant en avant le rôle important qu'ils jouent pour la réussite des projets de la commune et pour la sensibilisation des citoyens et notamment les jeunes de la région. |
| | Site web | Le site web offre des renseignements sur les services municipaux et les activités de la commune. |

SUPPORTS DE COMMUNICATION

| CIBLE DE COMMUNICATION | SUPPORTS DE COMMUNICATION | DESCRIPTION DES ACTIONS DE COMMUNICATION |
|--|---------------------------|--|
| Institutions travaillant avec les jeunes | Emailing | <ul style="list-style-type: none">-Fédérer de nouvelles institutions-Consolider la relation avec les institutions actuelles en les tenant informées de toute actualité concernant la commune. |
| | Flyers | Mettre en avant le rôle important que peuvent jouer ces institutions pour inciter les jeunes à participer dans le développement local et l'impact de cette participation sur les projets de la commune |
| | Journées d'information | Les sensibiliser sur l'importance de leur rôle dans la valorisation du rôle des jeunes dans l'affaire locale. |
| | Site web | Le site web offre des renseignements sur les services municipaux et les activités de la commune |

SUPPORTS DE COMMUNICATION

| CIBLE DE COMMUNICATION | SUPPORTS DE COMMUNICATION | DESCRIPTION DES ACTIONS DE COMMUNICATION |
|------------------------|---|--|
| Jeunes de la régions | Réseaux sociaux: Facebook, Instagram | <ul style="list-style-type: none"> - Diffuser régulièrement des messages courts d'informations et de sensibilisation sur les réseaux sociaux de la commune. - Axes de communication sur les réseaux sociaux: posts de sensibilisation des jeunes à participer dans l'affaire locale, Les projets réalisés ou à réaliser, participations des jeunes dans les activités de la commune, les informations administratives, les actualités et les activités de la commune, les évènements de la commune... - Créer des # qui ciblent les jeunes dans les posts de sensibilisation adressés à cette cible - Utiliser le dialecte Tunisien pour se rapprocher plus de la cible Jeune |
| | Application mobile | Cette application mobile permettra à la commune de se rapprocher plus de ses citoyens et principalement des jeunes, elle va favoriser la participation citoyenne, elle pourra comporter les fonctionnalités suivantes : Actualités, Agendas des évènements, Démarche administratives, Projets en cours, Sondage, Collecte des déchets, Suggestions, Réclamations... |
| | Flyers | Mettre en avant l'importance de la participation des jeunes dans la prise de décision et valoriser leur rôle dans le développement local |
| | Vidéo 2d | Sensibiliser les jeunes sur l'importance de leur rôle dans la participation dans la prise de décision |
| | Site web | Le site web offre des renseignements sur les services municipaux et les activités, actualités et évènements de la commune |
| | Haut parleur | Informersur des évènements ou activités de la commune |
| | Evènements/ compétitions | <ul style="list-style-type: none"> -Organiser des évènements ayant pour objectif d'engager les jeunes et les sensibiliser à participer dans le développement local et la prise de décision au sein de leur commune -Ces évènements peuvent comporter une sorte de compétition avec des gains (chèques cadeaux, des trophées..) ce qui incitera les jeunes à participer plus à ces évènements |

BUDGETISATION ET TIMELINE

- La planification des actions de communication devra être faite de façon mensuelle
- Consulter les fichiers Excel de planification et Budgétisation des actions de communication

#ASHTAG

A G E N C Y

