



POLITIQUE DE COMMUNICATION

Décembre 2017

Sommaire

PRÉAMBULE.....	4
1 FONDEMENTS.....	5
2 OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION	5
3 PRINCIPES DIRECTEURS	5
3.1 UN IMPORTANT LEVIER DE DEVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL	5
3.2 UNE RELATION PRIVILEGIEE AVEC LE PUBLIC INTERNE	5
3.3 UN RAYONNEMENT EXTERNE QUI PART DE L'INTERNE	6
3.4 UNE COHERENCE ET UNE COMPLEMENTARITE	6
3.5 UNE OBJECTIVITE ET UNE CLARTE.....	6
3.6 UNE TRANSPARENCE ET UNE REDDITION DE COMPTES	7
3.7 UNE COMMUNICATION AVEC LES PARTIES PRENANTES.....	7
3.8 UNE POLITIQUE DE DIVULGATION DE L'INFORMATION	7
4 CHAMPS D'APPLICATION.....	7
4.1 L'IDENTITE VISUELLE DE CARITAS BENIN	7
4.2 LES PRODUCTIONS INSTITUTIONNELLES, IMPRIMEES OU MULTIMEDIA	7
5 CHAMPS D'INTERVENTION	8
5.1. LA COMMUNICATION INTERNE	8
5.1.1 Les principes directeurs.....	8
5.1.2 Les outils et moyens de communication.....	8
5.2. LA COMMUNICATION EXTERNE	8
5.2.1. Les principes directeurs.....	8
5.2.2. Les avenues de la communication externe	9
5.2.3. Les techniques, moyens et actions.....	9
6. MÉCANISMES	10
6.1. LES STANDARDS GRAPHIQUES, LINGUISTIQUES ET SONORES	10
6.1.1. La qualité visuelle	10

6.1.2.	La qualité linguistique	10
6.1.3.	La qualité sonore	10
7.	PUBLICS CIBLES.....	11
7.1.	LES PUBLICS INTERNES	11
7.2.	LES PUBLICS EXTERNES.....	11
8.	PARTAGE DES RESPONSABILITÉS.....	11
8.1.	LA PRESIDENCE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION.....	11
8.2.	LA DIRECTION NATIONALE ET LES DIRECTIONS DIOCESAINES	11
8.3.	LE SECRETARIAT ADMINISTRATIF	12
8.4.	LE RESPONSABLE DES RESSOURCES HUMAINES.....	12
8.5.	LES CHEFS PROJETS	12
8.6.	POINT FOCAL DE COMMUNICATION, CHARGE DE COMMUNICATION OU SERVICE DE COMMUNICATION.	12
8.7.	LA REPRESENTATION A DIVERSES REUNIONS	13
8.8.	LES MEMBRES DU PERSONNEL	13
9.	PLANIFICATION STRATEGIQUE DE COMMUNICATION.....	13
10.	DIAGNOSTIC ET OUTILS DE COMMUNICATION.....	13
11.	IMPUTABILITÉ ET MESURES DE PERFORMANCE	13
	CONCLUSION	14

PRÉAMBULE

Présente au Bénin depuis 1958, Caritas Bénin met en œuvre la Pastorale Sociale de l'Eglise Catholique. Elle intervient dans plusieurs domaines (protection de l'enfant, protection de l'environnement, urgences majeures, eau, Hygiène-assainissement, autonomisation des ménages, lutte contre le VIH SIDA, etc.) pour aider les populations à améliorer leurs conditions de vie et d'existence. Les résultats de ses réalisations sont satisfaisants et convainquent ses principaux partenaires. L'Accord Cadre signé avec le Gouvernement Béninois et la reconnaissance de Caritas Bénin en tant qu'organisation d'utilité publique par ce dernier en sont des preuves palpables.

Pour assurer et garantir une gestion plus transparente et crédible, les responsables à divers niveaux de l'Organisation expriment et témoignent de l'engagement de Caritas Bénin à s'acquitter du devoir de redevabilité et à répondre aux exigences des normes de gestion de Caritas Internationalis (CI). A ce propos, la norme 4.2 stipule que « Les Organisations membres ont une politique de communication qui définit la responsabilité de communication avec les différentes parties prenantes (bénéficiaires, structures internationales, diocésaines et églises locales, gouvernement, partenaires de mise en œuvre, bailleurs, public en général, etc.) et les différentes voies de communication utilisées ».

Soucieuse de partager ses valeurs, consolider l'unité dans son développement, insuffler le sentiment d'appartenance et de loyauté au niveau de ses acteurs, Caritas Bénin dans ses interventions met un accent sur la transparence, la cohérence et la continuité. Elle établit pour ce faire, des lignes de conduite, des règles du jeu et un partage clair des tâches dans sa communication. Conformément aux directives de CI, elle a décidé de se doter d'une politique de communication qui définit la façon dont elle ambitionne communiquer avec ses différentes parties prenantes.

Cette politique propose à l'ensemble des acteurs et parties prenantes de Caritas Bénin, un cadre de référence et d'orientation pour toutes les actions de communication de l'organisation, aussi bien à l'interne qu'à l'externe. Elle induit la cohésion de Caritas Bénin, l'intensification et le maintien de son rayonnement, sa notoriété et la visibilité de ses actions. La présente politique établit les principes, les objectifs et les directives qui s'imposent à tous les acteurs de l'organisation. Ceci, pour promouvoir une culture de communication, optimiser la contribution de l'ensemble des ressources en communication, harmoniser les activités de communication et permettre d'y reconnaître une unicité d'actions.

La politique de communication constitue un outil de gestion pour contribuer à la réalisation des grandes orientations de Caritas Bénin. Elle se concrétise dans un plan de communication qui énonce les priorités institutionnelles de communication. À cette fin, le Plan de communication s'opérationnalise à travers le plan annuel d'action établi par le Service de communication en réponse aux besoins de communication, aussi bien des acteurs que des parties prenantes.

1 FONDEMENTS

La politique de communication de Caritas Bénin prend notamment appui sur :

- sa mission, sa vision et ses valeurs ;
- sa planification stratégique et les orientations qui en découlent ;
- Les Normes de gestion de Caritas Internationalis.

Elle a également pour fondement les documents à caractère juridique suivants :

- Le décret sur les moyens de communication sociale (Inter Mirifica)
- L'instruction pastorale « communion et progrès » sur les moyens de communication sociale élaboré par mandat spécial du concile œcuménique vatican II
- La loi n° 2015-07 portant code de l'information et de la communication en République du Bénin.
- La loi n° 2014-14 relative aux communications électroniques et à la poste en République du Bénin

2 OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

La politique de communication de Caritas Bénin a pour objectifs de :

- Énoncer les principes qui sous-tendent les orientations et les activités de communication du réseau Caritas Bénin ;
- Assurer l'uniformité de l'image de Caritas et la cohérence de sa communication aussi bien verbale, écrite que visuelle ;
- Préciser les rôles et responsabilités des parties prenantes dans les activités de communication ;
- Améliorer la qualité des relations interpersonnelles et intergroupes au niveau du réseau Caritas Bénin ;
- Accroître l'efficacité de la communication pour le rayonnement de l'organisation (visibilité, lisibilité et crédibilité).

3 PRINCIPES DIRECTEURS

Caritas Bénin retient huit principes de base sur lesquels elle fonde sa communication.

3.1 UN IMPORTANT LEVIER DE DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL

La communication pour Caritas Bénin, constitue un important outil pour son développement organisationnel. Elle a une fonction stratégique dans la gestion de l'organisation et est transversale à toutes ses réalisations.

3.2 UNE RELATION PRIVILÉGIÉE AVEC LE PUBLIC INTERNE

La communication interne et externe font partie de la dynamique de construction de l'image d'une organisation., « ...L'image d'une entreprise dépend de l'image qu'en

diffusent les hommes qui y vivent : une personne motivée à l'interne fait une entreprise aimée à l'extérieur »¹. Caritas Bénin considère donc son personnel comme le premier promoteur de l'image valorisante de l'organisation. Elle attend de lui qu'il participe activement au processus d'échanges d'information tant à l'interne qu'à l'externe, devenant ainsi des relais d'informations pertinentes, justes et fiables.

Aussi, Caritas Bénin considère avoir prioritairement envers son public interne, la responsabilité de communiquer sur ses activités, ses projets et ses orientations. Dans ce cadre, une stratégie de communication interne devra être développée et des moyens déployés pour faciliter la circulation de l'information entre diocèses, directions, secteurs, projets et programmes. Cela permettra de renforcer le sentiment d'appartenance du personnel à un même corps ou réseau.

3.3 UN RAYONNEMENT EXTERNE QUI PART DE L'INTERNE

Comme toute organisation, Caritas Bénin est immergée dans un environnement avec lequel elle effectue des échanges de diverses manières. Elle a donc besoin de communiquer avec cet environnement.. La communication externe est tout aussi vitale que la communication interne. Selon Marie-Hélène Wesphalen, « toute politique de communication homogène commence à l'interne et se prolonge à l'externe² ». Les faits parlant plus que les discours, la première source de rayonnement externe d'une organisation est dans le comportement de son personnel sur le terrain ou en contact direct avec le monde extérieur, dans ses activités, dans ses réalisations.

Eu égard à ce qui précède, Caritas Bénin veillera à ce que les actions de communication avec le public externe soient cohérentes. Elle fournira à ce public une information fiable et de qualité sur l'organisation, ses orientations, ses programmes / projets et ses réalisations. Caritas demeurera à l'écoute des besoins et des opinions du public externe et en tiendra compte dans la mesure du possible dans les orientations et décisions qui resteront transparentes.

3.4 UNE COHÉRENCE ET UNE COMPLÉMENTARITÉ

La communication doit favoriser l'accès rapide à l'information et témoigner d'un grand souci de transparence. Elle doit être cohérente et complémentaire aux actions mises en place.

3.5 UNE OBJECTIVITÉ ET UNE CLARTÉ

La communication de l'organisation doit reposer sur une perception claire et juste de la compréhension des faits et des enjeux. Caritas Bénin doit montrer de façon convaincante que son discours est fondé sur une analyse rigoureuse des faits et qu'elle est sensible aux besoins de ses parties prenantes.

¹ Marie-Hélène Wesphalen, « Communicator » 4^{ie} édition, Page78

² Marie-Hélène Wesphalen, « Communicator » 4^{ie} édition, Page11

3.6 UNE TRANSPARENCE ET UNE REDDITION DE COMPTES

La méthode de communication de Caritas Bénin doit être claire et transparente avec toutes les parties prenantes. Elle devra utiliser une information appropriée.

3.7 UNE COMMUNICATION AVEC LES PARTIES PRENANTES

La Politique de communication doit souligner les responsabilités de communication avec plusieurs catégories de parties prenantes (bénéficiaires, structures décentralisées, gouvernement, partenaire de mise en œuvre, donateurs, grand public, etc.) et les canaux de communication à utiliser.

3.8 UNE POLITIQUE DE DIVULGATION DE L'INFORMATION

Caritas Bénin s'engage à rendre accessible au public l'information relative à ses programmes et projets et considère cet engagement comme une composante clé de la participation effective de toutes les parties prenantes et surtout, de ses bénéficiaires.

4 CHAMPS D'APPLICATION

La présente politique s'applique à toutes les relations de Caritas Bénin, aussi bien avec les acteurs en interne qu'avec les parties prenantes en externe. Les aspects concernés se présentent comme suit :

4.1 L'IDENTITÉ VISUELLE DE CARITAS BÉNIN

L'identification visuelle (logo) de Caritas Bénin doit se retrouver sur toutes ses productions institutionnelles. La Direction Nationale veillera à l'utilisation du Logo dans le respect des proportions et de la charte graphique, recommandées par la confédération Caritas Internationalis.

Les Caritas diocésaines doivent se conformer aux présentes dispositions avec la possibilité de leur identification à partir du logo initial.

4.2 LES PRODUCTIONS INSTITUTIONNELLES, IMPRIMÉES OU MULTIMÉDIA

Toute production imprimée ou multimédia, publicité ou article donnant de la visibilité à Caritas Bénin ou faisant la promotion de ses programmes, projets, structures (directions, services,, secteurs, etc.) à l'interne comme à l'externe, doit respecter les dispositions de la présente politique.

Ces productions se rapportent :

- à la définition et l'application de l'image visuelle de l'organisation ;
- aux outils et moyens de visibilité des programmes, projets et diverses réalisations de terrain. Il s'agit de site web, des divers réseaux sociaux, des médias, des événementiels, des activités de mobilisation de ressources ;
- aux productions institutionnelles telles que (Cartes de vœux, agenda, calendrier, divers rapports d'activités ou financiers, le bulletin d'information etc.) ;

- aux actions de communication pour le changement de comportement et à celles ayant pour objectif, toute forme de mobilisation sociale ;
- aux différentes publications, reportages et interviews sur les médias de masse.

5 CHAMPS D'INTERVENTION

5.1. LA COMMUNICATION INTERNE

5.1.1 Les principes directeurs

La communication favorise l'animation, et la cohésion au sein du réseau Caritas Bénin. Elle crée ainsi la confiance entre tous ses acteurs à divers niveaux pour développer en eux un sentiment d'appartenance et susciter leur engagement à la mission de l'institution. Caritas Bénin, dans sa communication interne, veut aussi faire prendre conscience de l'importance de son rôle social à ses acteurs. Elle fait sien le principe selon lequel une information régulière, accessible et pertinente doit circuler entre les acteurs (personnes et groupes de personnes). A cet effet, elle consulte périodiquement ces derniers et sollicite leurs opinions, réactions, avis et conseils.

5.1.2 Les outils et moyens de communication

Les outils et moyens de communication officiels sont, entre autres:

- les réunions officielles ou statutaires (réunions d'informations, d'échange, d'équipe, de résolution des problèmes, de conduite des projets, de négociation...);
- les notes de service, note d'information, lettre au personnel ;
- le bulletin d'information ;
- l'affichage ;
- le site Web de la Caritas ;
- les réseaux sociaux
- les publications officielles ;
- les conférences et commissions ;
- le Mail ;
- les séances d'information ;
- les groupes de discussion ;
- les comptes rendus de réunion ;
- les ateliers ;
- les événements ;
- le bouche à oreille ;
- les contacts téléphoniques ;
- la messagerie instantanée

5.2. LA COMMUNICATION EXTERNE

5.2.1. Les principes directeurs

Caritas Bénin reconnaît qu'elle vit en interaction avec les parties prenantes de ses actions et qu'elle doit se préoccuper d'entretenir des relations de qualité avec ses dernières. Pour ce faire, Caritas Bénin s'approprie le principe de la circulation régulière

de l'information accessible et pertinente entre elle et ses parties prenantes. La communication vise avant tout à faire connaître sa mission, ses programmes, ses orientations et ses réalisations auprès du public externe.

A travers sa communication externe, Caritas Bénin :

- se décrit plutôt qu'elle se qualifie ;
- donne de la visibilité et de la lisibilité à ses actions ;
- cherche des appuis à la réalisation de sa mission ;
- veut amener ses divers publics externes à prendre conscience de l'importance de sa contribution au développement social, culturel et économique des populations à la base.

A l'externe, Caritas Bénin se soucie de la réverbération (rayonnement réfléchi) sociale de sa communication.

5.2.2. Les avenues de la communication externe

5.2.2.1. La promotion des programmes et projets

Il s'agit ici de faire connaître les programmes et projets de Caritas Bénin, leur pertinence ainsi que leur impact sur la vie des populations.

5.2.2.2. L'image institutionnelle

Dans l'énoncé de sa mission, Caritas Bénin a précisé l'image qu'elle se fait d'elle-même et qu'elle veut projeter. Cet aspect vise à raffermir son positionnement et valoriser l'organisation auprès du public. Les principaux agents de son positionnement sont le personnel à divers niveaux et les parties prenantes de ses actions.

5.2.3. Les techniques, moyens et actions

Les techniques utilisées en matière de communication externe sont:

- les relations publiques ;
- les relations avec la presse ;
- les activités de promotion ;
- les relations avec les pouvoirs publics.

Les moyens retenus sont:

- les publications officielles, les dépliants sur les programmes et projets ;
- le matériel de présentation et d'information sur support électronique ou autre ;
- le matériel de support logistique.

Les actions à privilégier sont:

- les rencontres et visites entre les acteurs et parties prenantes ;
- la participation à des forums, congrès, débats publics, etc.,
- l'organisation de congrès, journées portes ouvertes, d'activités de rassemblement, etc.,

- les inaugurations et lancements ;
- les événements à caractère protocolaire.

6. MÉCANISMES

6.1. LES STANDARDS GRAPHIQUES, LINGUISTIQUES ET SONORES

Caritas Bénin donne une importance particulière à la qualité de sa communication avec ses différents publics. Pour maintenir des standards de qualité visuelle, linguistique et sonore de la communication, une normalisation et une coordination sont nécessaires.

6.1.1. La qualité visuelle

La qualité visuelle dans la communication est offerte par une cohérence dans les réalisations graphiques d'une même organisation. Cette cohérence est garantie par la charte graphique ou normes graphiques qui est un document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité graphique de l'organisation

Il convient donc:

- que Caritas Bénin se dote d'une charte graphique qui lui permet de conserver une cohérence graphique dans les réalisations de supports visuels ;
- qu'elle s'assure de la connaissance et du respect de cette charte par son personnel et les parties prenantes de ses activités.

6.1.2. La qualité linguistique

La langue de communication de Caritas Bénin avec ses publics est le français. Cependant, lorsqu'il est nécessaire, elle peut communiquer dans la langue du destinataire ou de ses partenaires sur le plan international.

L'usage du français est exclusif et obligatoire dans la dénomination officielle de Caritas Bénin, sur toute affiche ou signalisation placée à l'intérieur ou à l'extérieur des bâtiments ou utilisée pour l'identifier lors d'événements particuliers, d'expositions, de congrès, etc. Cette règle vaut également pour l'identification de Caritas Bénin dans son site Web.

Toute personne appelée à communiquer par écrit au nom de Caritas Bénin est responsable de la qualité linguistique de sa communication vis-à-vis de Caritas Bénin.

6.1.3. La qualité sonore

Ce champ d'intervention doit respecter les normes en la matière, puisque la communication se fait de plus en plus par le truchement des médias électroniques. Caritas Bénin doit veiller à la qualité de ses productions tout en évitant la pollution sonore.

7. PUBLICS CIBLES

Tout processus de communication vise à porter un message à un public donné. La notion de public est fondamentale en communication. En effet, sont fonction du public, la forme du message, les canaux à utiliser, et bien plus encore, les techniques de communication à déployer.

Les publics internes et externes du réseau Caritas Bénin sont définis comme suit :

7.1. LES PUBLICS INTERNES

- La conférence Episcopale ;
- L'Evêque Président de Caritas Bénin ;
- Les évêques présidents des Caritas diocésaines
- Le Conseil d'Administration ;
- Le conseil consultatif des directeurs diocésains ;
- Les délégations diocésaines, paroissiales et villageoises de Caritas
- Le personnel salarié, bénévole et volontaire de Caritas Bénin.

7.2. LES PUBLICS EXTERNES

- La population ;
- Les bénéficiaires ;
- Les partenaires techniques et financiers ;
- Les autres organisations de la société civile ;
- L'Etat et ses démembrements ;
- Les fournisseurs et prestataires de services ;
- Les médias locaux, nationaux et internationaux.

8. PARTAGE DES RESPONSABILITÉS

Plusieurs intervenants participent à la communication de Caritas Bénin. Ces acteurs devront œuvrer en synergie afin de promouvoir une image valorisante de l'organisation envers ses différents publics.

8.1. LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

La présidence du Conseil d'Administration est le porte-parole officiel de Caritas Bénin. En l'absence du président, l'un des deux vices présidents pourra jouer ce rôle.

8.2. LA DIRECTION NATIONALE ET LES DIRECTIONS DIOCÉSAINES

La Direction Nationale et les Directions Diocésaines sont dirigées par des Directeurs (national et diocésains). Ils sont les porte-paroles officiels de Caritas Bénin au niveau national ou diocésain, quant à la mise en œuvre des décisions stratégiques et des orientations. Ils peuvent déléguer leurs responsabilités et autoriser toutes interventions publiques faites au nom du réseau Caritas Bénin. Outre le chargé de communication ou le Point Focal Communication, la Direction pourra responsabiliser d'autres personnes

pour assurer des communications spécifiques telles que la communication financière, la communication en situation d'urgence, en situation de crise, etc... Pour assurer l'homogénéité de l'image de l'organisation, la Direction veillera à la bonne collaboration et à la synergie d'actions entre le Point Focal ou le Chargé de Communication et les personnes responsabilisées pour des communications spécifiques.

8.3. LE SECRÉTARIAT ADMINISTRATIF

Interface de l'organisation avec les Partenaires Techniques et Financiers et avec les autres Organisations de la Société Civile, le Secrétariat Administratif est en charge de la gestion des courriers « arrivées » et « départs » et des appels téléphoniques. C'est aussi le secrétariat qui est chargé de la rédaction des principaux actes administratifs, des notes de services et autres informations à caractère descendant et ascendant

8.4. LE RESPONSABLE DES RESSOURCES HUMAINES

Le Responsable des Ressources Humaines est un important acteur de la communication interne à l'adresse du personnel. Il veille à ce que toutes les informations relatives au statut du personnel, à son administration et à sa gestion, soient portées aux concernés en temps opportun.

8.5. LES CHEFS PROJETS

Les Chefs Projets ou Coordonnateurs de Projets sont les premiers responsables de la communication avec leur équipe projet et leurs bénéficiaires. Il s'agit là d'une forme de communication interne à leur projet.

Ils veilleront à la bonne circulation et au partage de l'information relative à leur projet vers et avec le service en charge de la communication institutionnelle afin que les réalisations, acquis et points de succès soient relayés par les canaux officiels de communication de l'organisation.

Les activités de communication visant un public plus large ou utilisant un média de masse seront organisées en collaboration avec le service de communication.

8.6. POINT FOCAL DE COMMUNICATION, CHARGÉ DE COMMUNICATION OU SERVICE DE COMMUNICATION.

Le service de communication assiste le Directeur quant aux actes de communication visant à doter ou à améliorer l'image, de l'organisation. A ce titre, il :

- coordonne l'élaboration, la mise à jour et l'exécution du plan de communication. Il élabore à partir du Plan d'Action (triennal ou quinquennal), des Plans de Travail Annuels qu'il met en œuvre ;
- organise et coordonne différentes activités de communication externes telles que les relations de presse, relation avec les médias, les événements, etc. ;

- assure le développement et l’animation des différentes plateformes relatives aux médias sociaux et au site Web ;
- valide après avis du Directeur, les supports de communication élaborés au niveau du réseau Caritas Bénin avant diffusion.

8.7. LA REPRÉSENTATION À DIVERSES RÉUNIONS

La Direction nationale ou diocésaine désigne selon les circonstances et les partenaires impliqués, la personne qui représentera l’organisation à une rencontre ou à un événement.

8.8. LES MEMBRES DU PERSONNEL

Chaque membre du personnel se considère comme un canal de diffusion d’une image valorisante de Caritas Bénin à son niveau d’intervention. Le personnel de Caritas Bénin est donc invité à agir en ambassadeur fidèle, crédible et positif.

9. PLANIFICATION STRATEGIQUE DE COMMUNICATION

La mise en œuvre de cette politique sera opérationnalisée par une planification annuelle des activités de communication. Ce plan d’activités annuel qui sera élaboré en collaboration avec tous les acteurs, tiendra compte des objectifs, des activités majeures et des principaux moyens de communication retenus.

10. DIAGNOSTIC ET OUTILS DE COMMUNICATION

La revue de littérature affirme que toute démarche de communication vise à doter une organisation d’une image ou à modifier son image. Or la force de cette image dépend de la pertinence et de l’efficacité de la stratégie générale de communication découlant de la politique.

C’est dire donc que la mise en œuvre de la présente politique de communication passe par une démarche stratégique qui part de l’analyse de la situation et du diagnostic pour aboutir au choix des moyens de communication.

Il est donc important de faire l’état des lieux des trois principales composantes d’images de l’organisation (image réelle, image acquise, image désirée), avant de fixer des objectifs à atteindre et de retenir les outils et techniques de communication.

La présente politique devra être validée par toutes les Caritas diocésaines du réseau Caritas Bénin.

11. IMPUTABILITÉ ET MESURES DE PERFORMANCE

La Direction Nationale et les directions diocésaines de Caritas Bénin évaluent périodiquement les activités stratégiques de communication et l’atteinte des objectifs en matière de communication interne et externe. Elles apprécient, chaque année, la politique au regard des principes directeurs et des objectifs particuliers à elle assignés.

Des sondages cycliques permettront d'identifier les éventuels freins et résistances à l'implantation de la politique pour les éliminer en vue d'avoir une meilleure image de Caritas Bénin à l'externe.

En somme, la Direction Nationale de Caritas Bénin approuve le Plan de communication et en évalue l'atteinte des objectifs.

CONCLUSION

La politique de communication de Caritas Bénin est un cadre de référence et d'orientation pour toutes les actions de communication de l'organisation, aussi bien les interventions à l'interne que celles à l'externe. Elle vise à assurer la cohésion des interventions puis, à intensifier et maintenir le rayonnement, la notoriété et la place de Caritas Bénin dans l'arène des organisations d'envergure nationale.

Cependant, force est de reconnaître qu'en marge de la communication organisée, systématique et quantifiable que sous-tend la politique, il y a une communication informelle, qui revêt une importance stratégique capitale, qui circule entre les individus ou les groupes et qui permet d'anticiper les événements et d'être proactif. Cette communication repose sur l'engagement, la motivation, le dynamisme et le sentiment d'appartenance des individus et des groupes. Pour qu'elle soit efficace, l'organisation doit prendre conscience de son importance et promouvoir une tradition dans ce sens qui permet aux acteurs et parties prenantes de s'approprier les valeurs consignées dans la présente politique. Il importe que le plan de communication et les plans d'action tiennent compte de cette dualité. Car la deuxième composante est plus diffuse et présente le risque d'échapper à la mise en œuvre de la politique.