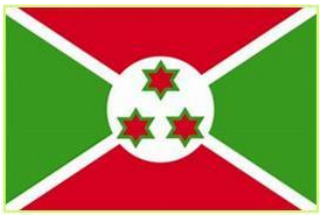
REPUBLIQUE DU BURUNDI



MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT

STRATEGIE DE COMMUNICATION DU MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT SC 2020-2027

SEPTEMBRE 2021

PREFACE

Au Burundi, le développement d'une diplomatie communicationnelle inclut aussi une communication qui s'oriente dans le domaine du développement. En effet, l'intégration du nouveau Plan National de Développement 2018-2027 requiert une communication y adaptée, qui cible à la fois les partenaires et la population.

L'existence d'un Plan d'Actions Annuel préétabli et sur base duquel la Direction de la Communication mène les activités de la communication au sein de l'institution a occasionné l'enregistrement d'un certain taux de succès pour certaines actions sans aucune démarche stratégique préalable. Toutefois, certains objectifs liés aux missions du Ministère ne pourraient pas avoir de résultats escomptés sans la mise en place d'une combinaison de la communication diplomatique et celle pour le développement à travers une Stratégie de Communication préétablie.

L'objectif à long terme de ce document vise à améliorer et renforcer la communication au sein du Ministère des Affaires Etrangères et de la coopération au Développement. Il va également définir des actions à mettre en œuvre pour permettre d'informer les publics cibles pouvant exercer une influence sur le Burundi. La Stratégie de Communication à l'externe permettra aussi de faire connaître le Burundi au-delà des clichés.

Dans le secteur du développement, la Stratégie de Communication vise à promouvoir auprès des partenaires des axes d'intervention se trouvant dans le PND 2018-2027 afin d'orienter la coopération en conséquence.

En ce qui concerne la communication avec la Diaspora, la stratégie de communication va consolider la cohésion au sein du personnel, augmenter le niveau de connaissance de tout le personnel sur l'organisation et la gestion de la Diaspora burundaise en rendant disponibles et accessibles les informations et les formations requises.

Nous voudrions d'emblée présenter nos sincères remerciements à l'équipe qui était chargée d'élaborer ce document pour le travail effectué ainsi qu'à tous ceux qui vont contribuer à sa mise en œuvre.

Puisse cette Stratégie de Communication du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement contribuer à consolider une communication diplomatique inclusive et soutenue, pour un développement durable au Burundi.

LE MINISTRE DES AFFAIRES ETRANGERES
ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT

Ambassadeur Albert SHINGIRO

TABLE DES MATIERES

PREFACE **1**

TABLE DES MATIERES **2**

LISTE DES TABLEAUX **4**

FIGURE **4**

ACRONYMES ET ABREVIATIONS **5**

RESUME EXECUTIF **6**

INTRODUCTION GENERALE **8**

0. 1. Contexte et justification 8

0.2.Rôle de la Stratégie de Communication 9

0.3.Méthodologie d'élaboration de la Stratégie de Communication (SC) 2020-2027 9

CHAP I : CADRE CONCEPTUEL **11**

I.1. Définition des concepts 11

I.1.1. Le concept de '' Communication'' 11

I.1.3. Communication interne 11

I.1.4. Communication externe 11

I.1.5. Le concept de '' Développement'' 12

I.1.6. Communication pour le développement 12

I.1.7. Le concept de ''Diaspora'' 12

I.1.8. Le concept de ''Migration'' 13

CHAPII : ANALYSE DU CONTEXTE DE COMMUNICATION DIPLOMATIQUE AU BURUNDI ET AU MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT **14**

II.1. Etat des lieux 14

II.2. Analyse des Forces, Faiblesses Opportunités et Menaces de la Communication au Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement **15**

I^{ERE} PARTIE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE **17**

CHAP I : AXES D'INTERVENTION ET OBJECTIFS DE COMMUNICATION POUR L'ORIENTATION STRATEGIQUE **17**

I.1. Vision 17

I.2. Axes d'intervention 17

I.3. Objectifs stratégiques 17

III.4. Actions 18

CHAP II. CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE COMMUNICATION AINSI QUE LE CADRAGE BUDGETAIRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION **27**

II.1. Calendrier de mise en œuvre des actions de communication 27

II.2. Cadrage budgétaire de la SC 27
II.3. MECANISMES DE SUIVI-EVALUATION DE LA MISE EN OEUVRE DE LA SC 2020-2027 27
II.3.1. Cadre institutionnel de coordination de la mise en œuvre de la SC 27
III.3.2. Mécanismes de suivi et évaluation 28
II^{EME} PARTIE LA COMMUNICATION AVEC LA DIASPORA 30
CHAPITRE I. JUSTIFICATION DE L'ELABORATION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION AVEC LA DIASPORA 30
I.1. INTRODUCTION 30
I.2. Justification d'une Stratégie de Communication avec la Diaspora 31
CHAPITRE II. LA COMMUNICATION AVEC LA DIASPORA 33
II. 1. Objectifs de la Communication avec la Diaspora 33
II.1.1. Objectif général 33
II.1.2. Objectifs spécifiques 33
II.1.3. Objectifs opérationnels poursuivis par la Communication avec la Diaspora 33
II.3. Approches utilisées 39
II.3.1. Le plaidoyer 39
II.3.2. La mobilisation sociale 39
II.3.3. La Communication pour le changement social 39
II.3.4. Le renforcement des capacités 40
II.4. Canaux et Supports de communication avec la Diaspora 40
II.4.1. Mass-média ou Moyens de communication de masse 40
II.4.1.2. Les radios communautaires 41
II.5. Production des outils de communication promotionnels 42
II.6. Communication interpersonnelle 42
II. 7. Messages clés destinés aux groupes cibles 42
III^{ème} PARTIE : PLAN DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DU MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT 2020-2027 ET COUT ESTIMATIF ... 43
CONCLUSION GENERALE 65
ANNEXES 66

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Analyse FFOM.....15

I.5. Tableau 2 : Les Axes, Objectifs et Actions de Communication 21

Tableau 4 : Questions fondamentales auxquelles répond la Stratégie de Communication avec la Diaspora et son Plan de mise en œuvre.....31

Tableau 5 : Activités stratégiques de communication avec la Diaspora, stratégies de mise en œuvre, résultats attendus et Indicateurs de résultats 35

Tableau 6 : Plan de mise en œuvre de la Stratégie de Communication du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement 2020-2027 et cout estimatif.....43

FIGURE

Figure 1 : Montage institutionnel du mécanisme de suivi-évaluation 29

ACRONYMES ET ABREVIATIONS

1. **AMDH :** L'Association marocaine des droits humains
2. **CCC** : Communication pour le Changement du Comportement
3. **C4D** : Communication pour le Développement
4. **DGAG** : Direction Générale de l'Administration et de la Gestion
5. **DGDEMONG** : Direction Générale de la Diaspora, de la promotion de l'Emploi des Migrants et des Organisations Non-Gouvernementales Etrangères et des Associations Sans But Lucratif
6. **DIRCOM** : Direction de la Communication
7. **FFOM** : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces
8. **IOV :** Indicateurs Objectivement Vérifiables
9. **MAECD** : Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement
10. **ODD** : Objectifs de Développement Durable
11. **OMS :** Organisation mondiale de la Santé
12. **PAA** : Plan d'Actions Annuel
13. **PND 2018-2027** : Plan Nationale de Développement (2018-2027)
14. **PNUD :** Programme des Nations Unies pour le développement
15. **SC** : Stratégie de la Communication
16. **SDGs** : Sustainable Development Goals
17. **TIC** : Technologies de l'Information et de la Communication

RESUME EXECUTIF

1. Au Burundi, le développement d'une diplomatie communicationnelle inclut aussi une communication qui s'oriente dans le domaine du développement. En effet, l'intégration du nouveau Plan National de Développement 2018-2027 requiert une communication y adaptée, qui cible à la fois les partenaires et la population.

2. L'existence d'un Plan d'Actions Annuel préétabli et sur base duquel la Direction de la Communication mène les activités de la communication au sein de l'institution a occasionné l'enregistrement d'un certain taux de succès pour certaines actions sans aucune démarche stratégique préalable. Toutefois, certains objectifs liés aux missions du Ministère ne pourraient pas avoir de résultats escomptés sans la mise en place d'une combinaison de la communication diplomatique et celle pour le développement à travers une Stratégie de communication préétablie.

3. Le document de Stratégie de Communication du Ministère des Affaires Etrangères et de la coopération au Développement vise en priorité l'amélioration de la communication diplomatique interne et externe ; de la communication pour le développement en général et de la communication avec la Diaspora.

4. La Stratégie de Communication a été élaborée en trois parties, avec une introduction générale. La première parle de la communication en général, et la deuxième met un accent particulier sur la communication avec la Diaspora. La troisième partie est un plan de mise en œuvre de la Stratégie de Communication et le budget s'y rapportant.

5. Dans l'introduction générale, le document de Stratégie de Communication décrit les contextes politico-diplomatique et socio-économique dans lesquels la SC est élaborée, son utilité et l'approche méthodologique qui a été suivie pour son élaboration.

6. La première partie qui parle de la Stratégie globale de Communication du Ministère découle de l'orientation du document de Politique Etrangère du Gouvernement, et du Plan National de Développement.

   Dans cette partie, la Stratégie de Communication du Ministère des Affaires Etrangères et la Coopération au Développement dans la perspective 2027 se décline en 4 axes d'intervention, 21 objectifs stratégiques, et 35 actions prioritaires concourant à l'atteinte de la vision stratégique du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement.

Cette partie englobe deux chapitres dont l'un est dédié aux axes et orientations stratégiques traduits en des objectifs de communication et actions prioritaires afin d'améliorer la communication diplomatique et de faire face aux défis y relatifs.

Le chapitre suivant, à la même partie, développe le calendrier de mise en œuvre des actions de communication ainsi que le cadrage budgétaire de la SC. Il montre également les mécanismes de suivi-évaluation de la SC 2020-2027. Ce mécanisme décrit l'organisation institutionnelle du suivi-évaluation des objectifs et actions de communication inscrits dans le SC 2020-2027.

7. La deuxième partie qui parle de la Stratégie de Communication avec la Diaspora découle de l'orientation de la Politique Nationale de la Diaspora et son Plan Stratégique de Mise en œuvre, adopté en 2016.

   Cette partie est composée de deux chapitres. Le premier parle de la justification de l'élaboration d'une stratégie de communication avec la Diaspora. Le deuxième quant à lui parle de la communication avec la Diaspora.

8. La troisième partie présente la mise en œuvre, des actions globales de Communication du Ministère préétablies avec un budget sur sept (7) ans. Elle présente également,un coût estimatif avec des actions de communication avec la Diaspora préétablies les unes sur une période de trois (3) ans et les autres sur une période de sept (7) ans.

9. La conclusion générale fait ressortir le résumé des trois parties précédentes.

INTRODUCTION GENERALE

0. 1. Contexte et justification

Le Gouvernement du Burundi a adopté la Politique Nationale de Communication, lors du Conseil des Ministres du 13 juillet 2013. Cette politique a donné une orientation générale et les principes directeurs qui serviront de référence pour rendre efficace l'environnement médiatique et l'environnement de la communication au Burundi. Dans le cadre de relever les principaux défis de communication qui se manifestaient dans le secteur des media et de la communication, le Gouvernement, à travers cette politique, s'est fixé des objectifs globaux à réaliser progressivement à l'horizon 2025. Parmi ces objectifs figure celui de ***« Disposer des stratégies appropriées pour améliorer la communication au Burundi »[1].***

Ainsi le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement est l'interlocuteur obligatoire des Missions Diplomatiques et Consulaires, des Organisations Régionales et Internationales, des Organisations Non Gouvernementales et Associations Sans But Lucratif Etrangères accréditées ou œuvrant au Burundi ainsi que les autres partenaires extérieurs, comme l'indique le Décret No 100/053/ du 01 septembre 2020 portant Missions et Organisation du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement, article 1. Il a entre autres dans ses missions, de concevoir une stratégie de communication interne et externe du Ministère, à travers la Direction de la Communication.

Le Plan National de Développement du Burundi (PND) 2018-2027 s'est également révélé un instrument stratégique qui nécessite une diplomatie communicationnelle facilitant sa mise en œuvre d'où la proposition, dans ce document, des actions de communication à mettre en œuvre.

Par ailleurs, la communication avec la Diaspora s'est aussi avérée nécessaire par le fait que cette dernière préserve un lien avec son pays d'origine ou d'héritage. Pour préserver cette richesse humaine et mettre à contribution cette Diaspora, le Gouvernement de la République du Burundi, par le décret N°100/180 du 27 octobre 2009 portant réorganisation du Ministère des Relations Extérieures et de la Coopération Internationale, a mis en place la Direction de la Diaspora pour prendre en compte les intérêts, les aspirations et la contribution des Burundais de l'étranger au développement de leur pays d'origine.
Il revient donc au Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement à travers la Direction de la Diaspora de proposer les grandes orientations en vue de renforcer le partenariat entre le Gouvernement et la Diaspora dans ce secteur.
C'est dans ce cadre qu'a été élaboré en 2016, la Politique Nationale de la Diaspora, et son Plan stratégique de mise en œuvre. Lors de l'élaboration de ladite Politique, un objectif

[1]Document de Politique Nationale de la Communication, p.7-8

général « Prendre en compte les besoins et les aspirations de la diaspora et maximiser sa contribution au développement du pays »[2], avec comme un des objectifs spécifiques de : « Améliorer la Communication avec la Diaspora »[3], qui se subdivise en deux autres objectifs dont l'un est : « Mettre en place des mécanismes appropriés et des outils multimédias de communication avec la Diaspora »[4]. Pour atteindre cet objectif, une des actions proposées était de « Développer une stratégie de communication avec la diaspora ».[5]

0.2. Rôle de la Stratégie de Communication

En interne, la Stratégie de Communication va contribuer à échanger des informations, motiver le personnel, à le rassembler autour des valeurs communes et d'engagements tels que prescrits dans la loi no 1/28 du 23 août 2006 portant Statut Général des Fonctionnaires. Elle va également rendre le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement attrayant auprès de ses partenaires.

En externe, la Stratégie de Communication va permettre d'informer le public cible et les acteurs qui peuvent exercer une influence sur ce que fait le Burundi. La stratégie de communication à l'externe est utile pour faire connaître le Burundi au-delà des clichés.

Dans le secteur du développement, la Stratégie de communication va servir d'outil de promotion auprès des partenaires des axes d'intervention du PND 2018-2027 afin d'orienter la coopération en conséquence.

La Stratégie de Communication avec la Diaspora contribue à l'accroissement de la cohésion au sein du personnel, augmente le niveau de connaissance de tout le personnel sur l'organisation et la gestion de la Diaspora burundaise en rendant disponibles et accessibles les informations et les formations requises.

0.3. Méthodologie d'élaboration de la Stratégie de Communication (SC) 2020-2027

La méthodologie adoptée pour l'élaboration de la Stratégie de Communication du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement est axée sur une approche participative et interactive. Après avoir élaboré un projet de Stratégie de Communication, la Direction de la Communication qui pilote l'activité conformément au Décret No 100/053/ du 01 septembre 2020 portant Missions et Organisation du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement, a impliqué les différents services du Ministère, à

[2] Politique Nationale de la Diaspora, 2016 p29
[3] Ibidem, p 30
[4] Ibidem, p30
[5] Ibidem, p34.

commencer par le Cabinet, l'Inspection Générale, la Direction des Affaires Juridiques et toutes les autres Directions Générales du Ministère. De même, certains acteurs externes ou partenaires de l'action gouvernementale ont été contactés. Le but était de capitaliser les expériences déjà acquises, identifier les déficiences, recueillir les préoccupations et les attentes des uns et des autres.

Une revue de la littérature sur certains termes et des entretiens semi-directifs ont été effectués.

La Direction de la Communication a coordonné les activités, sous la supervision du Cabinet du Ministre. En effet, les documents de Politique Nationale de la Communication, Recherche et Costing préalables au Développement d'une Stratégie de Communication pour le Développement en appui au Plan National de Développement ont servi de guide dans l'élaboration de ce document.

Des objectifs et des actions stratégiques ont été formulés sur base des missions du Ministère inscrites dans le Décret No 100/053/ du 01 septembre 2020 portant Missions et Organisation du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement. Les forces et les faiblesses, les opportunités et les menaces endogènes et exogènes du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement ont été recueillis auprès de certaines structures et personnes impliquées dans la communication politico-diplomatique ainsi que la communication pour le développement.

Une consultation de la Diaspora afin de connaître leur point de vue quant aux actions à développer pour renforcer sa communication avec le Gouvernement, a été effectuée par la Direction ayant la Diaspora dans ses attributions. Le Document de Politique Nationale de la Diaspora ainsi que les recommandations issues des éditions antérieures de la Semaine de la Diaspora ont également servi de référence pour la définition d'une stratégie de communication avec la Diaspora.

CHAP I : CADRE CONCEPTUEL

I.1. Définition des concepts

I.1.1. Le concept de ‘‘ Communication’’

La communication peut être comprise comme une mise en commun d'informations et de connaissances. Plus précisément, la communication est « un processus dynamique au cours duquel un émetteur et un récepteur échangent et partagent des informations, des idées, des opinions, des sentiments ou des réactions »[6].

La communication est une fonction de management du service public qui se subdivise respectivement en communication interne et en communication externe.

I.1.2. Communication institutionnelle

La communication institutionnelle est une communication qui regroupe l'ensemble des actions de communication qui visent à promouvoir l'image d'une institution, d'une entreprise ou d'une organisation vis-à-vis de ses administrés, clients et différents partenaires.[7]

La communication institutionnelle peut être définie comme la production d'informations sur le milieu interne et externe et comme la création d'interfaces.

I.1.3. Communication interne

La communication interne est une des déclinaisons de la communication d'entreprise. Elle est la composante d'un système global d'organisation des flux d'information et des échanges visant un équilibre informationnel et relationnel. Sa particularité réside moins dans les techniques de communication utilisées que dans la cible visée, soit l'ensemble des salariés d'une entreprise, et dans les objectifs particuliers qui sont poursuivis.[8]

Dans une organisation, plus qu'ailleurs, l'information, qui est la matière première de la décision, n'est pas donnée mais elle est construite.

I.1.4. Communication externe

D'une part, la communication externe regroupe au sein du service de communication l'ensemble des formes et processus de communication d'une organisation envers le monde extérieur et les groupes cibles.

Quelle que soit la taille de l'entreprise, la communication externe joue un rôle fondamental pour son image et sa notoriété. C'est suite à des actions de communication externe que les

[6] Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, Niamey, Niger, avril 2002, p.2
[7] https://www.definitions-marketing.com /définition/communication-institutionnelle/ (visité le 22 septembre 2020)
[8] La communication interne des entreprises 7e édition (Nicole d'Almeida Thierry Libaert), Dunod 2014

partenaires, les clients et les prospects forgent leur opinion et leur attitude vis-à-vis de l'entreprise.[9]

D'autre part, la communication externe correspond à l'ensemble des actions de communication mises en place par une collectivité, une entreprise ou une tout autre organisation afin de valoriser son activité et son image auprès du public. La communication externe d'une entreprise auprès des particuliers dépend des objectifs marketing de l'entreprise, c'est-à-dire des cibles visées et du positionnement recherché.[10]

I.1.5. Le concept de '' Développement''

Tout homme aspire au développement à court ou à long terme. D'où la nécessité de bien comprendre la signification exacte de ce terme.

De manière synthétique, le concept de « développement **»** peut être défini comme « un long processus de changement d'ordre quantitatif et qualitatif intervenant dans une société au plan politique, économique, social, culturel et scientifique, et menant vers le bien-être individuel et collectif »[11].

I.1.6. Communication pour le développement

La communication pour le développement est un processus social axé sur le dialogue et ayant recours à un large éventail d'outils et de méthodes. L'objectif est de chercher à apporter des changements à différents niveaux, tels que l'écoute, la relation de confiance, le partage des connaissances et des compétences, l'application de politiques, le débat et l'apprentissage de changements importants et durables. Il ne s'agit aucunement de déployer des campagnes de relations publiques ou de communication institutionnelle.[12]

I.1.7. Le concept de ''Diaspora''

Il n'existe pas de définition universellement accepté de la diaspora. Les concepts diffèrent largement mais, de manière générale, certains s'inspirent de la vaste définition de travail proposée dans le manuel « Comment associer les diasporas au développement » : Manuel à l'usage des décideurs et praticiens dans les pays d'origine et d'accueil, rédigé par l'OIM et Migration Policy Institute en 2012 : « Les émigrants et leur descendance qui vivent hors de leur pays natal ou du pays de leurs parents, sur une base temporaire ou permanente, tout en conservant des liens affectifs et matériels avec leurs pays d'origine ».[13]

Lors de la Conférence Ministérielle sur la Diaspora de juin 2013, les participants ont révélé que les diasporas traditionnelles sont considérées comme des groupes extraordinaires de

---

[9] https://www.strategies.fr/communication-externe.html , visité le 16 septembre 2020.

[10] https://www.wearecom.fr/dictionnaire/communication-externe/ , visité le 16 septembre 2020

[11] Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, Niamey, Niger, avril 2002, p.2

3 Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, Niamey, Niger, avril 2002, p.8

[12] Congrès mondial sur la C4D (Rome, 2006)

[13] CONFERENCE MINISTERIELLE SUR LA DIASPORA, Centre International de Conférences Genève, 18-19 juin 2013

personnes souvent privées de leurs droits qui avaient fui les persécutions et souhaitaient ardemment rentrer chez elles. Elles sont perçues comme « l'ensemble des personnes qui vivent loin de leur pays d'origine et qui continuent, d'une manière ou d'une autre, à s'identifier à lui, qu'il s'agisse de ressortissants étrangers naturalisés, de résidents expatriés, d'étudiants, de travailleurs migrants, d'exilés ou de demandeurs d'asile ».

La Politique Nationale de la Diaspora définit la Diaspora comme « État de dispersion d'un peuple ou d'un groupe ethnique dans le monde. La notion de diaspora est fréquemment utilisée pour affirmer une identité commune malgré la dispersion d'un groupe. »[14]

I.1.8. Le concept de ''Migration''

Migration est le déplacement d'une personne ou d'un groupe de personnes, soit entre pays, soit dans un pays entre deux lieux situés sur son territoire. La notion de migration englobe tous les types de mouvements de population impliquant un changement du lieu de résidence habituelle, quelles que soient leur cause, leur composition, leur durée, incluant ainsi notamment les mouvements des travailleurs, des réfugiés, des personnes déplacées ou déracinées.[15]

I.1.9. Le concept de ''Stratégie de Communication''

La Stratégie de Communication est « un plan cadre comprenant une combinaison d'interventions de communication capables de susciter les changements nécessaires en matière de connaissances, d'opinions, d'attitudes, de croyances et de comportements au niveau de la population visée, en vue de résoudre un problème de développement, selon un calendrier donné et compte tenu des ressources disponibles. Elle constitue un engagement et une boussole permettant de mobiliser et d'orienter les actions et les énergies des différents partenaires»[16].

[14] Politique Nationale de la Diaspora, 2016 p42
[15] Ibidem, p45
[16] Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, Niamey, Niger, avril 2002, p.8

CHAPII : ANALYSE DU CONTEXTE DE COMMUNICATION DIPLOMATIQUE AU BURUNDI ET AU MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT

II.1. Etat des lieux

En interne, au sein du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement, l'information circule par le biais du courrier électronique, des notes internes et des réunions de service, des affiches, réseau de communication avec ou sans internet, boite à suggestions locale et en ligne, etc.

La communication externe du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement cible particulièrement les partenaires, la presse et le grand public. L'information circule par le biais des correspondances (lettre, note verbale, circulaire, communiqué, etc.), du courrier électronique, du site web, des réseaux sociaux (Twitter, facebook, instagram, etc.) et des publications. Une adresse électronique est utilisée pour la transmission des courriers électroniques officiels.

En ce qui concerne la communication pour le développement, des réunions sont organisées à l'endroit du personnel et/ou des partenaires pour s'approprier des axes d'intervention inscrits dans le PND 2018-2027.

A ce jour, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement ne dispose pas de stratégie de communication à laquelle l'on puisse se référer comme base de travail.

Toutefois, il existe un Plan d'Actions Annuel préétabli et sur base duquel le Ministère mène les activités de la communication.

II.2. Analyse des Forces, Faiblesses Opportunités et Menaces de la Communication au Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement

Tableau 1 : Analyse FFOM

SECTEUR	FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
Développement de la Coopération Internationale et de l'intégration Régionale	Existence : -Décret réorganisant le Ministère - PND 2018-2027 - Document de Politique Etrangère du Burundi -Politique Nationale de la Communication -Stratégie Nationale de Communication - Politique Nationale de la Diaspora et son Plan Stratégique de Mise en œuvre -Document de Stratégie Nationale d'Intégration	-Insuffisance des moyens financiers (budget alloué à la communication) -Insuffisance d'outils de la communication -Insuffisance de séances de renforcement des capacités professionnelles -Manque d'un service d'interprétariat -Système de communication utilisant en grande partie le modèle classique. -Insuffisance de mécanismes favorisant la collaboration adéquate entre la Diaspora et les Missions Diplomatiques et	-Existence des Partenariats Techniques et Financiers -Volonté politique gouvernementale	-Gel des fonds de certains partenaires -Mésentente entre les Partenaires impliqués sur la priorisation dans l'allocation des fonds -COVID-19 -Retard dans le développement des TIC -Manque de patriotisme au niveau de certains membres de la Diaspora burundaise

SECTEUR	FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
	Régionale -Plan d'Actions Annuel du Gouvernement -PAA du Ministère -Ressources humaines, matérielles et financières -Stratégie Sectorielle du Ministère	Consulaires -Manque d'un système d'information sur le profilage de la Diaspora - Manque d'un système d'information sur la cartographie des réalisations de la Diaspora		

I^{ERE} PARTIE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

CHAP I : AXES D'INTERVENTION ET OBJECTIFS DE COMMUNICATION POUR L'ORIENTATION STRATEGIQUE

I.1. Vision

D'ici 2027, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement communique au vrai sens du terme, en utilisant les outils et les canaux renforcés et combinés (digital, classique, outils de communication pour le développement).

La notoriété du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement est rehaussée.

Les intérêts du Burundi sont défendus à l'échelle internationale.

Les projets et/ou programmes du Ministère sont accessibles au personnel du Service interne (Administration centrale et Service Extérieur), et aux partenaires extérieurs (partenaires bilatéraux et multilatéraux, d'autres institutions, Diaspora).

I.2. Axes d'intervention

1. Amélioration de la Communication institutionnelle
2. Amélioration de la communication diplomatique ;
3. Consolidation du partenariat entre le Gouvernement et la Diaspora
4. Développement de la coopération et des partenariats sous régional, régional et international à travers une communication opportune

I.3. Objectifs stratégiques

1. Faire du personnel de l'Administration Centrale du Ministère des Ambassadeurs de l'Institution
2. Mettre à jour régulièrement les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger des avancées politique, sécuritaire, socio-économique, et aussi faire connaître la position-pays à jour, sur certaines questions.
3. Motiver le personnel de l'Administration Centrale du Ministère dans son travail quotidien
4. Rassembler le personnel du Ministère
5. Mettre en place un service d'interprétariat
6. Harmoniser professionnellement les adresses électroniques du personnel

7. Accroître la notoriété et la marque du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement en tant qu'interlocuteur obligatoire des partenaires extérieurs du Gouvernement
8. Défendre les intérêts du Burundi en ce qui concerne les activités du Ministère des Affaires Etrangères par la participation aux émissions publiques et aux autres émissions/entretiens radiotélévisées.
9. Entretenir des relations étroites avec la presse.
10. Améliorer la visibilité du Ministère des Affaires Etrangères sur la scène nationale et internationale.
11. Encourager une participation globale de la cible interne et externe à la liberté d'expression afin d'aboutir au renforcement de la gouvernance au sein du Ministère et de la communication diplomatique
12. Assurer une large diffusion des informations sur le Ministère et sur le Burundi
13. Renforcer l'accès du public à l'information relative aux appels d'offres internationaux
14. Renforcer les capacités des Cadres de la Direction de la Communication
15. Renforcer les capacités des Cadres du Ministère
16. Accroître l'efficacité et le professionnalisme de la Direction de la Communication
17. Partager l'information sur l'agenda du développement et les actions planifiées.
18. Redorer l'image du pays et sensibiliser au renforcement du partenariat
19. Uniformiser les sites web des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger
20. Encourager les Chefs de Missions Diplomatiques à s'investir pour informer le monde sur les réalisations du pays ainsi que les opportunités qui sont au Burundi
21. Développer un partenariat avec les medias régionaux et internationaux à travers lesquels on pourrait faire circuler des articles, des commentaires et des émissions qui parlent du Burundi
22. Lancer et vulgariser le document de Politique Etrangère, outil incontournable et de référence pour toute communication diplomatique

III.4. Actions

1. Informer au moins 80% du personnel de l'Administration centrale du Ministère par des communiqués, réunions, assemblées, publication des informations sur les projets et programmes du Ministère.
2. Informer au moins 80% des Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger par des communiqués, correspondances administratives, appels téléphoniques, courriels, réunions et/ou retraites des avancées politique, sécuritaire, socio-économique, et aussi faire connaitre la position-pays à jour, sur certaines questions.
3. Pourvoir au personnel du Ministère des tenues appropriées surtout lors des évènements comme la Commémoration de la Fête du Travail, de l'Indépendance, et d'autres Journées évènementielles.

4. Préparer au moins une rencontre/an plus ou moins détendue des autorités du Ministère, dans un cadre autre que le travail, avec le reste du personnel de l'Administration Centrale du Ministère (Lors des évènements par exemple)
5. Fédérer u moins 80% du personnel de l'Administration centrale autour d'une activité sportive et/ou récréative d'ici 2025.
6. Recruter au moins 6 interprètes (français, anglais, Kiswahili, arabe, mandarin, espagnol, russe)
7. Création des e-mails professionnels du personnel suivant leurs noms
8. Atteindre une participation de 12k personnes qui suivent les activités du Ministère sur twitter d'ici le 1er juillet 2021 lors du 59e anniversaire de l'indépendance du Burundi
9. Engager régulièrement avec le contenu des autres pages diplomatiques des pays partenaires.
10. Participer à plus ou moins 15 émissions publiques d'ici 2027.
11. Effectuer au moins 7 entretiens avec les différents medias d'ici 2027.
12. Lancer trois nouvelles initiatives de médias sociaux et augmenter de 50% le nombre d'abonnés aux médias sociaux pour Facebook et Instagram d'ici décembre 2022.
13. Mettre en place un bulletin trimestriel du Ministère d'ici 2022
14. Organiser au moins une journée portes ouvertes/ an
15. Elaborer un document qui décrit les activités phares de chaque direction du MAECD d'ici 2022.
16. Disponibiliser deux boîtes à suggestions : une qui est locale et une autre en ligne et qui est liée au site web du Ministère.
17. Publier au moins 5 articles, 12 tweets, 5 photos sur instagram, 3 informations sur facebook/mois sur les activités du Ministère
18. Instruire tous les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger de créer des comptes twitter et des sites web de ces Missions d'ici 2024.
19. Encourager les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger à participer aux émissions et interviews des medias locaux et internationaux.
20. Veiller au renouvellement du contrat d''hébergement du site web au moins une fois/an et associer la Direction de la Communication dans l'analyse des dossiers des soumissionnaires.
21. Publier au moins 8 articles, 10 tweets, 10 photos sur instagram, 8 informations sur facebook/mois sur le Burundi
22. Sortir au moins 4 magazines en version française et 4 magazines en version anglaise sur le Ministère
23. Entretenir des relations étroites avec la presse en effectuant au moins 2 entretiens/an dans les différents medias.
24. Publier au moins 1 information/mois relative aux appels d'offres internationaux
25. Faire bénéficier à au moins 95% des Cadres de la Direction de la Communication des formations dans l'utilisation des outils de communication existant au Ministère, d'ici 2025.
26. Faire bénéficier à au moins 95% des Hauts Cadres et Cadres du Ministère des formations dans le domaine des TIC
27. Doter la Direction de la Communication des logiciels (Suite Adobe) d'ici 2022

28. Doter la Direction de la Communication du matériel informatique (au moins 10 ordinateurs, 3 imprimantes, 2 disques dures externes, antivirus, 3 modems, Cameras et/ou appareil photos professionnels, enregistreurs, etc.) d'ici 2024 ;
29. Doter la Direction de la Communication d'un véhicule de liaison en permanence
30. Doter le personnel de la Direction de la Communication et des tenues appropries (au moins 1 costume/an/Cadre)
31. Publier sur la fenêtre de la Diaspora au moins 5 articles/an relatifs aux programmes du Gouvernement et/aux réalisations de la Diaspora.
32. Informer au moins 80% des planificateurs, des exécutants et des bénéficiaires des activités de développement, y compris la communauté des partenaires sur les avancées et/ou actions planifiées pour la mise en œuvre du PND 2018-2027 en ce qui concerne le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement d'ici 2027.
33. Organiser au moins une semaine diplomatique/an
34. Uniformiser les sites web des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger
35. Organiser les journées Portes Ouvertes au niveau des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger
36. Plaider auprès des entreprises locales compétentes en vue d'obtenir une quantité des cultures d'exportation (café, thé, etc.) destinées à être envoyées dans les Missions Diplomatiques du Burundi à l'étranger, en vue de faire la promotion du Burundi et d'attirer les investisseurs étrangers.
37. Négocier et Signer des accords de coopération avec les medias régionaux et/ou internationaux
38. Organiser des réunions et/ou ateliers de vulgarisation du Document de Politique Etrangère à l'endroit du personnel du Ministère

I.5. Tableau 2 : Les Axes, Objectifs et Actions de Communication

L'association des axes d'intervention, des objectifs stratégiques et des actions de communication y relatives peut se résumer comme suit dans le tableau ci-dessous:

Axes d'intervention	Objectifs stratégiques	Actions
1. Amélioration de la Communication institutionnelle	Lancer et Vulgariser le document de Politique Etrangère, outil incontournable et de référence pour toute communication diplomatique	Imprimer et partager les documents portant Politique Etrangère
	Organiser des réunions /ateliers de vulgarisation de la Politique Etrangère à l'endroit du personnel du MAECD	Organiser des réunions /ateliers de vulgarisation de la Politique Etrangère à l'endroit du personnel de l'Administration Centrale et du Service Extérieur
	Lancer et vulgariser la Stratégie de Communication du MAECD	Imprimer, distribuer et diffuser les documents portant Stratégie de Communication du MAECD
		Organiser des ateliers de vulgarisation de la SC du MAECD à l'Administration Centrale, au Service Extérieur et auprès des partenaires
	Réunir le personnel de l'Administration Centrale du Ministère pour en faire des Ambassadeurs de l'Institution.	Organiser des assemblées, des réunions et/ou retraites l'endroit du personnel de l'Administration Centrale du Ministère.
		Informer le personnel par des publications des informations sur les activités du Ministère.
	Mettre à jour les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger des avancées politique, sécuritaire, socio-économique, et aussi faire connaître	Informer les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger par des communiqués, correspondances administratives, appels téléphoniques, courriels, avancées politique, sécuritaire, socio-économique, et aussi

	la position-pays à jour, sur certaines questions.	faire connaître la position-pays à jour, sur certaines questions.
		Organiser des réunions et/ou retraites à l'endroit des Chefs de Missions diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger.
	Motiver le personnel de l'Administration Centrale du Ministère dans son travail quotidien	Pourvoir au personnel du Ministère des tenues appropriées surtout lors des évènements comme la Commémoration de la Fête du Travail, de l'Indépendance, et d'autres Journées évènementielles.
		Préparer au moins trois rencontres/an dans un climat plus ou moins détendu des autorités du Ministère avec le personnel de l'Administration Centrale du Ministère lors de la fête du Travail, Fête Nationale de l'indépendance, Journée Internationale de la Femme, etc.
	Renforcer la cohésion sociale du personnel de l'Administration Centrale du Ministère.	Rassembler le personnel de l'Administration centrale autour d'une activité sportive et/ou récréative.
	Mettre en place un service d'interprétariat	Recruter des interprètes (anglais, Kiswahili, arabe, mandarin, espagnol, russe)
	Harmoniser professionnellement les adresses électroniques du personnel	Mettre en place les e-mails professionnels du personnel.
		Mettre en place un système d'archivage électronique des dossiers du Ministère.
2. Amélioration de la communication diplomatique	Accroître la notoriété et la marque du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement en tant qu'interlocuteur obligatoire des partenaires extérieurs du	Améliorer les publications sur le compte twitter en qualité et en fréquence
		Sensibiliser et renforcer les capacités du personnel du Ministère dans l'utilisation des réseaux sociaux utilisés par l'institution.

	Gouvernement	Engager régulièrement avec le contenu des autres pages des institutions publiques et/ou para publiques, des Missions diplomatiques du Burundi à l'étranger et des missions diplomatiques des pays partenaires accréditées à Bujumbura.
	Défendre les intérêts du Burundi.	Participer aux émissions publiques organisées par le Gouvernement.
		Organiser des séances d'échanges et d'information à l'endroit des représentants des missions diplomatiques, organisations internationales et régionales, et les ONGs étrangères accréditées à Bujumbura, Burundi.
		Organiser des audiences et entretiens à l'endroit des représentants des missions diplomatiques, organisations internationales et régionales, et les ONGs étrangères accréditées à Bujumbura, Burundi.
		Organiser et/ou participer aux émissions/entretiens radiotélévisées.
	Encourager les Chefs de Missions Diplomatiques à s'investir pour informer le monde sur les réalisations du pays ainsi que les opportunités d'investissement au Burundi	Organiser les journées Portes Ouvertes au niveau des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger
		Plaider auprès des entreprises locales compétentes en vue d'obtenir une quantité des cultures d'exportation (café, thé, etc.) destinées à être envoyées dans les Missions Diplomatiques du Burundi à l'étranger, en vue d'en faire la promotion et ainsi attirer les investisseurs étrangers.

	Améliorer les relations étroites avec la presse	Effectuer des entretiens avec les différents media locaux et internationaux d'ici 2027.
	Développer un partenariat avec les media régionaux et internationaux à travers lesquels on pourrait faire circuler des articles, des commentaires et des émissions qui parlent du Burundi	Négocier et Signer des accords de coopération avec les media régionaux et/ou internationaux
	Améliorer la visibilité du Ministère des Affaires Etrangères sur la scène nationale et internationale.	Lancer des nouvelles initiatives des réseaux sociaux
	Harmoniser les sites webs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	Concevoir, payer l'hébergement et l'entretien des sites webs de toutes les Ambassades et Consulats Généraux du Burundi à l'étranger. Ces Sites webs auront des liens directs sur le site web du Ministère.
	Encourager une participation globale de la cible interne et externe à la liberté d'expression en ce qui concerne le renforcement de la gouvernance au sein du Ministère et de la communication diplomatique	Lancer l'initiative de deux boîtes à suggestions : une qui est locale et une autre en ligne et qui est liée au site web du Ministère.
		Organiser au moins une journée portes ouvertes et/ou semaine dédiée à la communication par an
	Assurer une large diffusion des informations sur le Ministère et sur le Burundi	Elaborer des magazines en version française et en version anglaise sur le Ministère
		Mettre en place un bulletin trimestriel du Ministère d'ici 2022
		Doter le Ministère d'un document qui décrit les activités phares de chaque direction du MAECD d'ici 2022.
		Publier des articles,des tweets, des photos sur

		instagram, des informations sur facebook sur les activités du Ministère
		Instruire tous les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger de créer des comptes twitter et des sites web de ces Missions d'ici 2024.
		Encourager les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger à participer aux émissions et interviews des medias locaux et internationaux.
		Veiller au renouvellement du contrat d'hébergement du site web au moins une fois/an et associer la Direction de la Communication dans l'analyse des dossiers des soumissionnaires
	Commenter les activités du Ministère	Entretenir des relations étroites avec la presse en effectuant au moins 2 entretiens/an dans les différents medias.
	Renforcer l'accès du public à l'information relative aux appels d'offres internationaux	Publier au moins 1 information/mois relative aux appels d'offres internationaux
	Renforcer les capacités des Cadres de la Direction de la Communication	Faire bénéficier aux Cadres de la Direction de la Communication des formations dans l'utilisation des outils de communication existant au Ministère, d'ici 2025.
	Renforcer les capacités des Cadres du Ministère	Faire bénéficier aux Hauts Cadres et Cadres du Ministère des formations dans le domaine des TIC
	Accroître l'efficacité et le professionnalisme de la Direction de la Communication	Doter la Direction de la Communication des logiciels (Suite Adobe) d'ici 2022
		Doter la Direction de la Communication et le service Informatique du matériel nécessaire pour la prestation des activités.

3. Développement de la coopération et des partenariats sous régional, régional et international à travers une communication opportune etagissante	Partager l'information sur l'agenda du développement et les actions planifiées.	Informer les planificateurs, les exécutants et les bénéficiaires des activités de développement, y compris la communauté des partenaires sur les avancées et/ou actions planifiées pour la mise en œuvre du PND 2018-2027 en ce qui concerne le Ministère des Affaires Etrangères, jusqu'à l'horizon 2027.
	Redorer l'image du pays et sensibiliser au renforcement du partenariat	Organiser au moins une semaine diplomatique/an.

CHAP II. CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE COMMUNICATION AINSI QUE LE CADRAGE BUDGETAIRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

II.1. Calendrier de mise en œuvre des actions de communication

La stratégie de la communication est un document qui est élaborée pour une durée de sept ans (2020-2027).

Le plan de mise en œuvre de ce projet est élaboré pour être réalisé en sept (7) ans. Après les 36 premiers mois (2021-2024), il peut être réajusté.

II.2. Cadrage budgétaire de la SC

Le budget doit prendre en considération les coûts internes et externes. Ceux-ci impliquent les ressources humaines, matérielles et financières. Il doit également calculer les moyens humains et budgétaires nécessaires à la réalisation de chacune des actions de communication.

La mise en œuvre de cette Stratégie de Communication sera principalement financée par le budget du Gouvernement. Suite à des contraintes budgétaires liées à la crise mondiale et à la pandémie Covid-19, un recours au financement des partenaires pourrait être effectué par le Ministère dans le cadre des relations d'amitié et de coopération. La demande de financement nécessite un engagement ferme et permanent de la part des parties prenantes, quant à la mobilisation des ressources et à la provision de ces derniers.

Au cas où les contraintes budgétaires imposeraient des choix, les autorités devront définir la manière stratégique d'allouer ces ressources sur les différentes actions afin de maximiser les résultats attendus.

II.3. MECANISMES DE SUIVI-EVALUATION DE LA MISE EN OEUVRE DE LA SC 2020-2027

II.3.1. Cadre institutionnel de coordination de la mise en œuvre de la SC

1. Le plan de mise en œuvre et de suivi-évaluation est un outil qui permettra au Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement et aux autres parties prenantes de mettre en œuvre la stratégie de communication et d'en apprécier les résultats au moment opportun. Le cas échéant, il permettrait d'assurer les redressements nécessaires si les indicateurs ne sont pas ceux souhaités, afin

d'atteindre les résultats attendus à la fin du projet. Pour cela, un cadre de coordination est fondamental dans la mise en œuvre de la SC.

2. L'atteinte des objectifs est conditionnée par la conjugaison *des* efforts des différents secteurs du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement, aussi bien à l'Administration Centrale qu'au Service Extérieur.

3. Le cadre institutionnel de mise en œuvre de cette stratégie serait constitué des organes du Ministère subdivisés en deux parties : a) Le département de pilotage et de coordination des projets et programmes de communication ; b) Les services et structures techniques opérationnels de mise en œuvre et de suivi sectoriel et local.

a) La Direction de la Communication, qui a été chargée d'élaborer ce document aura également la charge d'assurer le suivi de sa mise en œuvre, sous la supervision du Cabinet. Dans ce cadre elle aura pour missions :

- ✓ Coordonner la mise en œuvre de la SC
- ✓ Suivre régulièrement l'état d'avancement de la mise en œuvre de la SC et veiller à la revue de mise à jour du plan de mise en œuvre de la SC
- ✓ Aider à la promotion des programmes et projets réalisés au sein du Ministère, en étroite collaboration avec les secteurs techniques et politiques du Ministère concernés, dans le cadre des projets phares.

b) Les services et structures techniques opérationnels de mise en œuvre et de suivi sectoriel et local sont les services de l'Administration Centrale et le Service Extérieur. Ils sont chargés de la coopération, de l'exécution, de la coordination et du suivi-évaluation des programmes/projets de communication au niveau interne.

III.3.2. Mécanismes de suivi et évaluation

D'une part, au niveau du suivi et évaluation, le Cabinet constitue l'organe central ayant pour mission la supervision du suivi des indicateurs objectivement vérifiables afin de faciliter la formulation des réformes nécessaires. D'autre part, le Département ayant en charge la Communication assure l'exécution et la coordination de la SC au niveau central alors que les Départements sectoriels mettent en œuvre la SC tout en assurant un suivi dans leurs secteurs respectifs.

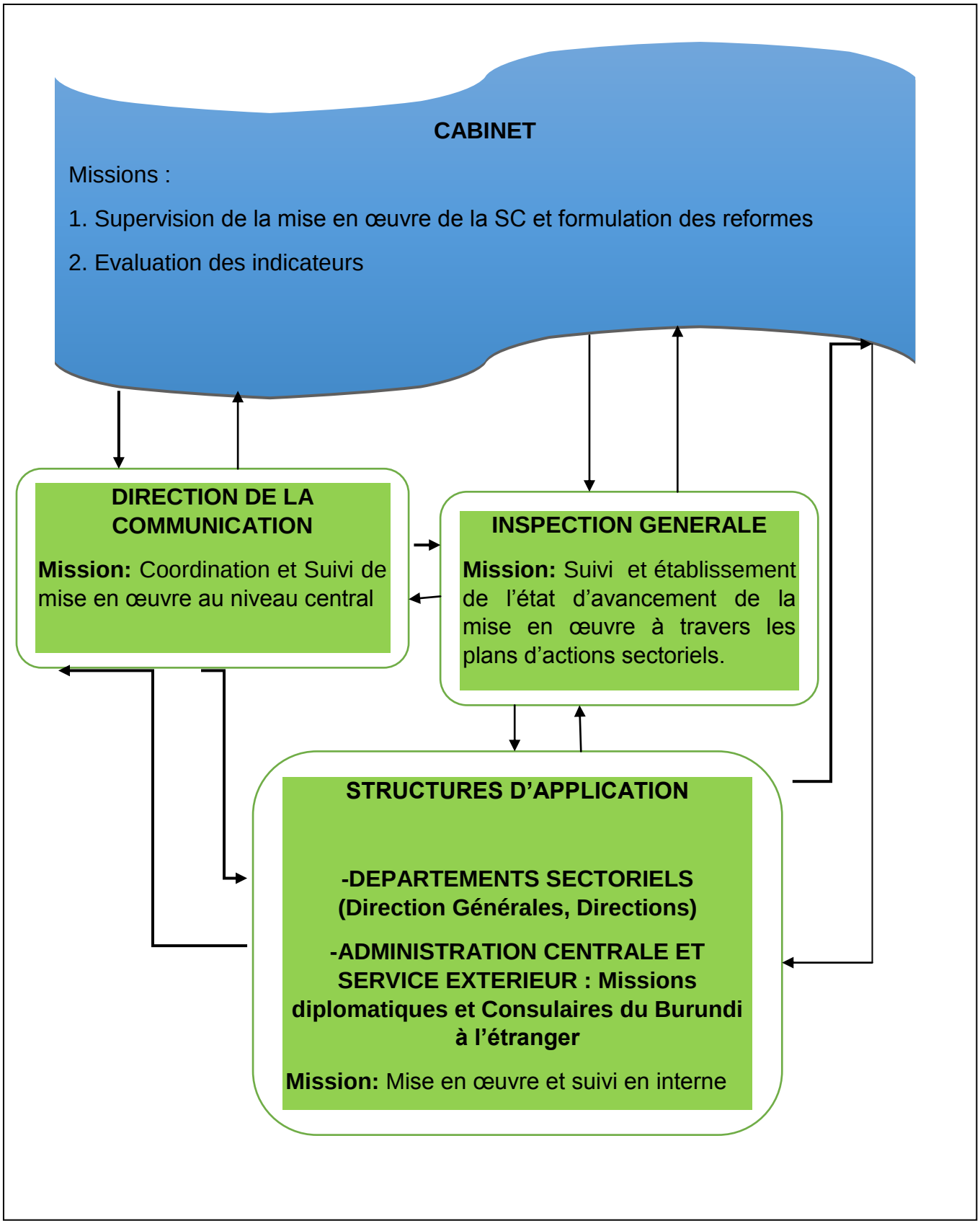


Figure 1 : Montage institutionnel du mécanisme de suivi-évaluation

II^{EME} PARTIE LA COMMUNICATION AVEC LA DIASPORA

CHAPITRE I. JUSTIFICATION DE L'ELABORATION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION AVEC LA DIASPORA

I.1. INTRODUCTION

Dans un monde caractérisé par une mobilité croissante de la population, et une interconnexion croissante, les Diasporas revêtent une importance nouvelle dans le dialogue mondial sur la migration. Les migrations dans ces dernières années se sont traduites par une augmentation en nombre. Elles se sont diversifiées en activités et ont multiplié leur participation dans la vie politique, culturelle et sociale de leurs pays d'origine et de leurs pays d'accueil.

Actuellement, les Diasporas sont de plus en plus reconnues comme des acteurs majeurs non seulement dans les affaires nationales, bilatérales et internationales, mais aussi dans le couple migration et développement. Leur capacité à jeter des ponts entre la société et les Etats est largement admise, et les multiples facettes de cette capacité ont été mises en évidence dans divers fora internationaux, notamment le premier Dialogue de haut niveau des Nations -Unies en 2006, et le Forum Mondial pour les Migrations et le Développement (FMMD).

A l'échelle National, de plus en plus de pays ont créé ces dix dernières années, des entités publiques chargées de mobiliser la Diaspora. Les mesures prises pour faciliter cette mobilisation vont de la création de comités intergouvernementaux et parlementaires visant à coordonner l'action des pouvoirs exécutif et législatif, à l'instauration de cadres réglementaires et législatifs destinés à faciliter la participation des diasporas et la mise en œuvre de programmes axés sur celle-ci en tant qu'acteur de développement.

Ainsi, la présente Stratégie de Communication avec la Diaspora et son Plan de mise en œuvre répondent aux sept questions fondamentales suivantes

Tableau 3 : Questions fondamentales auxquelles répond la Stratégie de Communication avec la Diaspora et son Plan de mise en œuvre

No	**Questions fondamentales**
1.	Quels sont les objectifs de la communication avec la Diaspora?
2.	Quelles sont les activités à réaliser pour répondre aux objectifs de la communication avec la Diaspora?
3.	Quels sont les groupes cibles (bénéficiaires, décideurs, partenaires techniques et financiers, etc.) par objectif de communication et par activité ?
4.	Quel est le message clé par groupe cible ?
5.	Quelles approches (information, plaidoyer, formation, etc.) par groupe cible ?
6.	Quels seront les canaux (institutionnels, médiatiques, socio- traditionnels, etc.) et supports de communication (Leaders d'opinions, comités collinaires, la presse, les affiches, etc.) ?
7.	Quelles sont les ressources (financières, matérielles et humaines) nécessaires à la mise en œuvre du plan de communication ?

I.2. Justification d'une Stratégie de Communication avec la Diaspora

Les crises cyclique que le Burundi a connues ont occasionnée un climat de méfiance entre les membres de la Diaspora et les autorités d'une part et entre les membres de la Diaspora eux même d'autre part.

Lors de l'élaboration de la Politique Nationale de la Diaspora, un objectif d'« Améliorer la communication avec la Diaspora » a été souligné. Pour ce faire, les actions qui y sont liées seront réalisées à travers la mise en place des mécanismes et des outils appropriés de communication avec la Diaspora, la consécration des journées d'échanges et le rapprochement des Burundais de l'étranger.

Dans le cadre de mettre en place des mécanismes et des outils multimédias de communication appropriés avec la Diaspora, les actions suivantes ont été proposées :[17]

1°Elaborer une stratégie de communication avec la Diaspora;

2°Renforcer les réseaux sociaux de la Diaspora;

3°Sensibiliser les services publics pour un bon service d'accueil à l'endroit des Burundais de l'étranger et de leurs partenaires;

4°Renforcer le lien entre la Semaine de la Diaspora et la Fête Communale.

La mobilisation de la Diaspora burundaise dépend de la confiance lui prêtée, des possibilités d'investissement leurs offertes, du degré d'appropriation de la Politique

[17] Politique Nationale de la Diaspora, 2016 p34.

Nationale de la Diaspora par la Diaspora etc. Si celles-ci sont prises en considération, la stratégie d'information, de dialogue et de renforcement des capacités évoquées ci-haut, les trois premiers aspects sont indispensables à l'existence d'un « environnement favorable » dans le pays qui incite la Diaspora à investir au pays et participer à son développement.

C'est pour cette raison que le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement à travers la Direction de la Diaspora, a décidé de se doter d'une Stratégie de Communication et de son Plan d'actions pour promouvoir la visibilité de ses actions et celle du Gouvernement dans le domaine de la diaspora burundaise et l'atteinte des résultats escomptés.
Cette Stratégie de Communication contribuera à informer largement toutes les parties prenantes pour qu'elles s'approprient de l'apport de la Diaspora burundaise au développement du pays. Elle contribuera en outre au changement de comportements de certains membres de la Diaspora qui entravent le développement socio-économique du pays. En effet, une bonne communication permet de façon générale, de créer et de sauvegarder une image positive et une bonne réputation du pays et en particulier du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement.

Il faudrait préciser que les différentes approches multimédias seront utilisées mais aussi les médias classiques et d'autres canaux de communication formels et informels, y compris interpersonnels.

L'approche participative impliquant des parties prenantes y compris les membres de la Diaspora sera privilégiée autant que possible, pour promouvoir un dialogue réel avec tout le public cible.

CHAPITRE II. LA COMMUNICATION AVEC LA DIASPORA

La Communication avec la Diaspora présente respectivement des objectifs, son public cible, ses canaux de communication ainsi que des messages clés destinés aux différents partenaires qui participent activement aux activités du Ministre des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement en général, et celles de la Direction de la Diaspora en particulier.

II. 1. Objectifs de la Communication avec la Diaspora

II.1.1. Objectif général

L'objectif global de la Communication avec la Diaspora est de construire et valoriser l'image de la Diaspora burundaise pour sa contribution au développement du pays et au renforcement de l'implication de la Diaspora au niveau du développement local.

II.1.2. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques de la Communication avec la Diaspora sont les suivants :

- Organiser à l' endroit des publics cibles des séances d'information sur les activités du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement en faveur de la Diaspora de façon générale en recourant aux techniques et aux outils de communication les plus appropriés ;
- Poursuivre la vulgarisation de la Politique Nationale de la Diaspora et son Plan Stratégique de mise en œuvre ;
- Promouvoir les activités de la Diaspora et celles du Gouvernement en rapport avec la Politique Nationale de la Diaspora ;
- Encourager les Chefs de Missions Diplomatiques et Consulaires à renforcer l'encadrement, la moralisation et la motivation des burundais établis dans leur pays d'accréditation et améliorer la Communication avec la Diaspora en mettant en place des mécanismes appropriés et des outils multimédias de communication avec la Diaspora

- Mobiliser la Diaspora à venir investir au pays natal et les inciter à se mettre ensemble pour concevoir de grands projets de développement.

- Améliorer la communication entre le Gouvernement et la Diaspora ;

II.1.3. Objectifs opérationnels poursuivis par la Communication avec la Diaspora

Parmi les objectifs opérationnels de la Stratégie de Communication avec la Diaspora, on peut citer entre autres :

- Produire et diffuser dans les médias des spots de sensibilisation, des émissions radiophoniques, des émissions télévisées et des publications des articles dans les journaux ;
- Organiser une Semaine de la Diaspora/an ;

- Prévoir et élaborer le contenu des messages à poster sur le site WEB du Ministère des Affaires Étrangères et de la Coopération au Développement ;
- Produire des imprimés comme les affiches, les dépliants ;
- Confectionner des outils de communication promotionnels comme les T-shirts, les chapeaux, les parapluies, les pagnes, les agendas et les calendriers ;
- Organiser des ateliers d'informations, de sensibilisation et de formation à l'endroit des journalistes, des responsables administratifs, des parlementaires et des représentants de la société civile, sur la Stratégie de Communication etc;
- Organiser des ateliers de renforcement des capacités du personnel de la Direction de la Diaspora ;
- Négocier des partenariats en vue de promouvoir les activités de la Direction de la Diaspora burundaise ;
- Evaluation de la stratégie de mise en œuvre de la Politique Nationale de la Diaspora ;
- Organiser au moins 2 campagnes de sensibilisation de la Diaspora burundaise sur les opportunités d'investissement au Burundi d'ici 2024.
- Etablir un dialogue permanent avec la Diaspora dans les pays d'accréditation pour :
  - Exposer les lois et réglementations en vigueur, afin de favoriser un engagement spontané des diasporas dans leur pays d'origine, sans autre intervention ou avec une intervention minime du gouvernement ;
  - Renforcer la connaissance de la diaspora : établir une cartographie des organisations de la diaspora ; effectuer un inventaire des compétences de la diaspora ; écouter pour savoir les suggestions de la Diaspora au Gouvernement en ce qui concerne les projets de développement; identifier les interlocuteurs influents avec la diaspora

- Renforcer un climat de confiance mutuelle : Inviter et associer les membres de la Diaspora en possession d'une double nationalité ; organiser des événements culturels et organiser des séances de promotion de la langue maternelle ; partager régulièrement l'information et recueillir les réactions sur la politique publique visant la diaspora ; plaider auprès des membres de la Diaspora en faveur de la création des organismes paraétatiques Gouvernement-Diaspora ; négocier des accords en faveur du jumelage des villes et de communes des pays d'accréditation dans lesquelles réside une diaspora burundaise.

- Elaborer des dépliants à distribuer au niveau des Ambassades et Consulats du Burundi à l'étranger en vue d'assurer la vulgarisation des services consulaires offerts à la Diaspora par les Ambassades ainsi que les facilités accordées aux membres de la Diaspora qui veulent investir au Burundi.

Tableau 4 : Activités stratégiques de communication avec la Diaspora, stratégies de mise en œuvre, résultats attendus et Indicateurs de résultats

Activités stratégiques	Stratégies de mise en œuvre	Résultats attendus	Indicateurs de résultat
OS1 : Sensibiliser les services publics et privés pour un bon service d'accueil à l'endroit des Burundais de l'étranger et de leurs partenaires			
R1 : Des services publics et privés sont sensibilisés			
1.1.1. Mener des actions de sensibilisation	• Organisation d'une réunion de concertation et d'évaluation de l'apport de la Diaspora au développement de leurs provinces avec les Gouverneurs des provinces	La réunion est organisée	Rapport de la réunion Nombre de participants
	• Organisation de trois (3) ateliers (1par an) de formation et de sensibilisation à l'intention des membres de la Diaspora, des cadres des institutions et des services étatiques et privés, des parlementaires, des sénateurs, des cadres des institutions bancaires et assurances commerciales sur la Politique Nationale de la Diaspora et son plan stratégique	3 ateliers sont organisés	Les rapports des ateliers sont disponibles Les listes des participants sont disponibles Nombre d'ateliers organisés
	• Organiser un atelier d'information, et de sensibilisation pour les	L'atelier est organisé	Le rapport est disponible La liste des participants est disponible

Activités stratégiques	Stratégies de mise en œuvre	Résultats attendus	Indicateurs de résultat
	journalistes sur la Politique Nationale de la Diaspora et son Plan stratégique et leurs apports dans la promotion des actions de la Diaspora		
	• Organiser deux missions d'échange d'expériences à l'étranger sur la gestion de la Diaspora.	Les missions sont effectuées	Les rapports de missions disponibles
	• Doter à la Direction Générale ayant la Diaspora dans ses attributions du matériel de communication.	Le matériel de communication acheté	-2 appareils photos -routeur pour l'internet - imprimantes+ cartouches - les lap top
	• Mettre en place des points focaux au sein des services publics et privés pour un bon accueil des membres de la Diaspora .	Les points focaux sont mis en place	La base de données des points focaux est disponible
OS 2: Mettre en place des outils de communication et de promotion sur les activités de la Diaspora et leurs apports au développement du pays.			
R2 : Les outils de communication et de promotion sont mise en place			
2.2.1. Concevoir les outils de communication	• Elaborer et multiplier les dépliants en français et en anglais qui présentent les missions, les apports et les perspectives du Gouvernement en ce qui concerne la gestion de	Des dépliants sont élaborés et multipliés	Nombre de dépliants élaborés et multipliés

Activités stratégiques	Stratégies de mise en œuvre	Résultats attendus	Indicateurs de résultat
	la Diaspora.		
	• Produire et publier des articles en français, qui parlent des réalisations de la Diaspora, sur le site du MAECD, dans le quotidien « le Renouveau quotidien du Burundi » et dans l'hebdomadaire IWACU	Des articles sont produits et publiés	Nombre d'articles produits et publiés
	• Produire et diffuser 2 Spots en français et en kirundi une fois par trimestre pour parler des réalisations du Gouvernement et sa Diaspora dans la mise en œuvre de la PND	2 spots sont produits et diffusés	Nombre de spots produits et diffusés
	• Produire et diffuser les communiqués de presse à la veille de la Semaine de la Diaspora	Des communiqués sont produits et diffusés	Nombre des communiqués produits et diffusés
1.1.2. Concevoir les outils de promotion des apports de la Diaspora au développement du pays	• Produire et diffuser 2 sketches (audio et vidéo) sur la promotion des réalisations de la Diaspora	2 sketches sont produits	Nombre de sketches produits
	• Produire et diffuser les documentaires sur les activités de la Diaspora burundaise	Des documentaires sont produits et diffusés	Nombre de documentaires produits et diffusés

Activités stratégiques	Stratégies de mise en œuvre	Résultats attendus	Indicateurs de résultat
	• Produire et multiplier le bulletin annuel sur les réalisations du Gouvernement et sa Diaspora	Le bulletin est produit et multiplié	Nombre de bulletin produits et multipliés
	• Produire et distribuer des affiches et panneaux publicitaire	Des affiches et panneaux publicitaire sont produits et distribuées	Nombre des affiches et panneaux publicitaire produites et distribuées
	• Produire et distribuer 500 calendriers, 1 000 T-shirts, 2 000 pagnes, • 1 000 casquettes, des agendas.	Des calendriers, des T-shirts, des pagnes, des casquettes, des agendas sont produits et distribués	Nombre de calendriers, des T-shirts, des pagnes, des casquettes, des agendas produits et distribués
	• Multiplier le document de la Politique Nationale de la Diaspora et son Plan stratégique	1000 exemplaires de la PND sont multipliés	Nombre d'exemplaires multipliés
	1. Consolidation du partenariat entre le Gouvernement et la Diaspora	Faire connaître à la Diaspora burundaise la politique du Gouvernement qui concerne la Diaspora et d'autres informations qui rentrent dans le renforcement de la communication entre le Gouvernement et la Diaspora.	1. Publier sur le site web de la Diaspora au moins 5 articles/an relatifs aux programmes du Gouvernement et/aux réalisations de la Diaspora. 2. Organiser au moins une semaine de la Diaspora/an.

II.3. Approches utilisées

De manière générale, quatre approches de communication sont utilisées simultanément et/ou successivement à l'échelle communautaire dans le cadre du changement social et individuel pour la réalisation des objectifs de la Politique Nationale de la Diaspora. Il s'agit du plaidoyer, de la mobilisation sociale, de la communication pour le changement social et du renforcement des capacités du personnel de la Direction de la Diaspora et de certains cadres du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement.

II.3.1. Le plaidoyer

Le plaidoyer est un processus visant à déclencher un changement positif en faveur d'un groupe ou d'une cause ou pour le respect, la protection et l'application d'un ou plusieurs droits en particulier. Ce changement peut concerner une politique, une législation, un programme ou un projet d'intérêt général.[18]

Pour le cas de la Communication avec la Diaspora, la finalité du plaidoyer est l'engagement politique et social des décideurs, y compris les parlementaires et les membres du Gouvernement afin d'obtenir leur engagement et leur soutien actif pour la promotion des objectifs de la Politique Nationale de la Diaspora.

II.3.2. La mobilisation sociale

La mobilisation sociale représente un moyen important de faire avancer les politiques de développement durable en les rendant plus réactives aux besoins et aux demandes de la population et en accentuant leur responsabilité à cet égard[19].

Pour le cas de la Communication avec la Diaspora,, la mobilisation sociale va supposer la participation d'acteurs tels que les institutions, les administratifs communaux et visera l'identification, la mobilisation et la gestion des ressources humaines et matérielles, y compris la participation communautaire, pour accroître et renforcer la participation aux activités visant à promouvoir les réalisations de la Diaspora burundaise.

II.3.3. La Communication pour le changement social

La communication sur le changement social est un terme générique couvrant l'utilisation stratégique de la sensibilisation, des médias, de la communication interpersonnelle et du

[18] GUIDE DE PLAIDOYER pour la défense des droits des migrants, réfugiés et demandeurs d'asile, réalisé par l'AMDH, avec le soutien de l'OIM et du Gouvernement allemand, imprimé en 2016, p.9

[19] Health In SDGs Note d'orientation 3 : Mobilisation sociale,p.1
9th Conference on Health Promotion , Shangai 2018, OMS, PNUD

dialogue, ainsi que la mobilisation sociale pour accélérer systématiquement le changement …[20]

II.3.4. Le renforcement des capacités

Le renforcement des capacités est défini comme « le processus par lequel les particuliers, les organisations et les sociétés acquièrent, développent et entretiennent les aptitudes dont ils ont besoin pour définir et réaliser leurs propres objectifs de développement au fil du temps »[21].

En ce qui concerne la communication avec la Diaspora, il s'exercera notamment dans les domaines de migration et de développement.

II.4. Canaux et Supports de communication avec la Diaspora

Les moyens de communication de masse, la communication interpersonnelle, les médias traditionnels pour le développement et les autres moyens de communication sont utilisés par la Direction de la Diaspora pour la mise en œuvre de la Politique Nationale de la Diaspora, son plan stratégique de mise en œuvre.

Le choix des canaux de communication à utiliser dépendra non seulement de leurs capacités respectives à atteindre les publics cibles, mais aussi de leur audience et de leur crédibilité. Il faudrait souligner d'emblée qu'un message présenté sous une forme légèrement différente et arrivant par des voies différentes est celui qui a l'impact le plus fort, et contribue le plus à changer les comportements. En conséquence, les approches multimédias sont habituellement les plus efficaces.

II.4.1. Mass-média ou Moyens de communication de masse

Les moyens de communication de masse sont essentiellement constitués par la radio, la télévision, la vidéo, les journaux, l'internet, les films documentaires, les affiches, les panneaux publicitaires, les T-shirts, les dépliants, les chapeaux, les pagnes et d'autres outils de la communication promotionnelle.

Les médias suivants constituent des canaux de communication qui sont utilisés lors des activités organisées par la Direction de la Diaspora.

II.4.1.1. La radio

Parmi les moyens de communication de masse, la radio est le moyen d'information le plus efficace dans la transmission des messages au grand public, selon plusieurs enquêtes d'audiences effectuées au Burundi. Elle couvre une grande partie du territoire national et atteint toutes les couches de la population simultanément et indépendamment de leur niveau d'instruction.

[20] Outre les indicateurs d' Outils de suivi et d'évaluation (2ème édition, janvier 2006, addendum de mars 2008,p1

[21] Le renforcement des capacités,NOTE DE PRATIQUE, PNUD, octobre 2008, p.4

Compte tenu des caractéristiques des différents médias, il a été judicieux pour le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement à travers la Direction de la Diaspora de recourir prioritairement aux quatre (4) radios suivantes pour diffuser ses messages.

- La Radio Nationale du Burundi ;
- Radio Isanganiro ;
- Radio Rema FM ;
- Radio Scolaire Nderagakura.

II.4.1.2. Les radios communautaires

Elles jouissent de plus en plus d'une grande écoute dans les régions où elles sont implantées, on peut faire recourt à celles-ci pour diffuser des messages.
Il s'agit de :

- La Radio Ijwi ry'Umukenyezi de Gitega ;
- La Radio Star FM de Gitega ;
- La RTV Buntu de Ngozi ;
- La Radio Umuco FM de Ngozi ;
- La Radio Benaa de Rutana ;
- La Radio Izere de Rumonge.

II.4.1.3. Les journaux

Dans ce cadre, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement peut travailler avec le journal « Le Renouveau du Burundi » : C'est un quotidien gouvernemental qui constitue une référence sur le plan de l'information officielle.

Il peut travailler également avec :

- L'hebdomadaire Iwacu ;
- L'hebdomadaire Ubumwe,
- Le journal catholique NDONGOZI ;
- L'hebdomadaire socio-économique Burundi Eco ;
- Le Réseau des Médias Amis de la Diaspora burundaise ;

D'autres canaux de communication du Ministère :

- Le Site Web du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement ;
- Page Facebook ;
- Compte Twitter

- Instagram
- Magazine.

II.5. Production des outils de communication promotionnels

Pour assurer une meilleure visibilité des réalisations de la Diaspora burundaise, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement à travers la Direction de la Diaspora produit et distribue annuellement des outils de communication promotionnels tels des banderoles, des affiches, des pulls up, des calendriers, des T-shirts, des casquettes, des pagnes, des agendas, des fardes chemises et des cartes de visite pour les activités de communication avec la Diaspora.

II.6. Communication interpersonnelle

La communication interpersonnelle, appelée aussi comportementale, se définit par l'échange de messages et de codes entre deux individus.[22]

Ainsi, des réunions d'échanges d'information et de formation, des ateliers, des consultations, des discours publics, etc. sont des cadres appropriés susceptibles de faire connaître les activités de la Direction de la Diaspora et de la Diaspora burundaise. Ils sont organisés à l'intention des bénéficiaires et d'autres partenaires ciblés pour solliciter leur compréhension et leur appui aux objectifs de la Politique Nationale de la Diaspora.

Dans ce cadre, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement à travers la Direction de la Diaspora produira des talkshows, des sketches/théâtres et des chansons de sensibilisation sur les réalisations de la Diaspora.

II. 7. Messages clés destinés aux groupes cibles

Les messages diffusés par la Direction de la Diaspora sont relatifs à la réalisation des objectifs de la Politique Nationale de la Diaspora, et à faire face aux défis probables. Ils servent à promouvoir la notoriété et l'image de la Diaspora burundaise.

Un message doit être court, clair et simple. Les messages donnés portent sur les besoins des parties prenantes et répondent à la question suivante : quel est le changement attendu et quel est l'intérêt pour la cible de réaliser ce changement ?

[22] La communication,Bruno Joly, collection Le point sur... Marketing, Ed. De Boeck Supérieur, p.11

III^{ème} PARTIE : PLAN DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DU MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT 2020-2027 ET COUT ESTIMATIF

Axes d'intervention	Objectifs stratégiques	Actions	Résultats attendus	Indicateurs objectivement vérifiables	Service Responsable	Année d'exécution			Sources de financement	Budget
						2020-2024	2024-2026	2026 - 2027		
1. Amélioration de la Communication institutionnelle	Lancer et Vulgariser le document de Politique Etrangère, outil incontournable et de référence pour toute communication diplomatique	Imprimer et partager les documents portant Politique Etrangère	Les documents sont imprimés	Au moins 100 Documents portant Politique Etrangère disponibles	Cabinet	16000000	0	0	GVT	16000000
	Organiser des réunions /ateliers de vulgarisation de la Politique Etrangère à l'endroit du personnel du MAECD	Organiser des réunions /ateliers de vulgarisation de la Politique Etrangère à l'endroit du personnel de l'Administration Centrale et du Service Extérieur	Les réunions /ateliers de vulgarisation de la Politique Etrangère sont organisés	Au moins 5 réunions/ateliers de vulgarisation de la de la Politique Etrangère sont organisés	Cabinet	16000000	0	0	GVT	16000000
	Lancer et vulgariser la Stratégie de Communication du MAECD	Imprimer les documents portant Stratégie de Communication du MAECD	Les documents sont imprimés	Au moins 100 Documents portant SC du MAECD sont disponibles	DIRCOM	16000000	0	0	GVT	16000000
		Organiser des ateliers de vulgarisation de la SC du MAECD à l'Administration Centrale, au Service Extérieur et auprès des partenaires	Les ateliers de vulgarisation de la SC du MAECD sont organisés	Au moins 5 ateliers de vulgarisation de la SC du MAECD sont organisés	DIRCOM	10000000	0	0	GVT	10000000
	Réunir le personnel de l'Administration Centrale du Ministère pour en faire des Ambassadeurs de l'Institution.	Organiser des assemblées, des réunions et/ou retraites l'endroit du personnel de l'Administration Centrale du Ministère.	Les réunions et/ou retraites et les assemblées sont organisées à l'endroit du personnel.	Au moins 5 réunions et/ou 5 retraites, ainsi que 2 assemblées du personnel sont organisées.	CABINET DGAG	10000000	4000000	2000000	GVT	16000000

		Informer le personnel par les publications des informations sur les activités du Ministère.	Le personnel de l'Administration Centrale est informé et sensibilisé.	Au moins 80% du personnel de l'Administration Centrale est informé et sensibilisé.	MAECD	0	0	0	GVT	0
	Mettre à jour les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger des avancées politique, sécuritaire, socio-économique, et aussi faire connaître la position-pays à jour, sur certaines questions.	Informer les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger par des communiqués, correspondances administratives, appels téléphoniques, courriels, avancées politique, sécuritaire, socio-économique, et aussi faire connaître la position-pays à jour, sur certaines questions.	Les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger sont informés	Au moins 80% des Chefs de Missions Diplomatiques et Consulaires sont informés	MAECD	0	0	0	GVT	0
		Organiser des	Des réunions et/ou	Au moins 6	Cabinet	10000000	4000000	2000000	GVT	

		réunions et/ou retraites à l'endroit des Chefs de Missions diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger.	retraites à l'endroit des Chefs de Missions diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger sont organisées.	réunions et/ou 3 retraites sont organisées et 100% Chefs de Missions diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger y participent.	IG DGAG					
	Motiver le personnel de l'Administration Centrale du Ministère dans son travail quotidien	Pourvoir au personnel du Ministère des tenues appropriées surtout lors des évènements comme la Commémoration de la Fête du Travail, de l'Indépendance, et d'autres Journées évènementielles.	Le personnel du Ministère est pourvu de tenues appropriées.	100% du personnel de l'Administration Centrale reçoivent des tenues appropriées.	Cabinet DGAG	240000000	12000000	6000000	GVT PM	258000000

	Préparer au moins trois rencontres/an plus ou moins détendue des autorités du Ministère avec le reste du personnel de l'Administration Centrale du Ministère lors de la fête Nationale du Travail, fête nationale de l'indépendance, Journée Internationale de la Femme, etc.	Les rencontres sont organisées.	Au moins 3 rencontres/an sont préparées	Cabinet DGAG	20000000	10000000	5000000	GVT	35000000
Renforcer la cohésion sociale du personnel de l'Administration Centrale du Ministère.	Rassembler le personnel de l'Administration centrale autour d'une activité sportive et/ou récréative.	Le personnel de l'Administration centrale est fédéré.	Au moins 80% du personnel de l'Administration Centrale est rassemblé.	Cabinet Commission-Sport	0	80000000	20000000	GVT	100000000
Mettre en place un service d'interprétariat	Recruter des interprètes (français, anglais, Kiswahili, arabe, mandarin, espagnol, russe)	Les interprètes sont recrutés	Au moins 3 interprètes sont engagés d'ici 2025.	Cabinet DGAG	108000000	43200000	21600000	GVT PM	172800000
Uniformiser les adresses électroniques du personnel	Mettre en place les e-mails professionnels du personnel.	Les e-mails professionnels sont mis en place	Au moins 80% d'emails professionnels du personnel de l'Administration Centrale et du Service Extérieur sont fonctionnels	DGAG DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000

		Mettre en place un système d'archivage électronique des dossiers du Ministère.	Le système d'archivage électronique est mis en place.	100% des dossiers du Ministère sont électroniquement conservés.	DAJ DGAG Et autres Services du Ministère				PNUD	Cfr Services Informatique et Archivage
2. Amélioration de la communication diplomatique	Accroître la notoriété et la marque du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement en tant qu'interlocuteur obligatoire des partenaires extérieurs du Gouvernement	Améliorer les publications sur le compte twitter en termes de qualité et de fréquence	Les publications sur le compte twitter en termes de qualité et de fréquence sont améliorées	Au moins une audience de 15k personnes qui suivent les activités du Ministère sur twitter est atteinte d'ici le 1er juillet 2027.	MAECD	0	0	0	GVT	0
		Sensibiliser et renforcer les capacités du personnel du Ministère en ce qui concerne l'utilisation des réseaux sociaux utilisés par l'institution.	Le personnel est sensibilisé et renforcé en capacités.	Au moins 50% du personnel est sensibilisé et renforcé en capacités Au moins 50% du personnel utilise les réseaux sociaux du Ministère	Cabinet DGAG DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT	16000000

		Engager régulièrement avec le contenu des autres pages des institutions publiques et/ou para publiques, des Missions diplomatiques du Burundi à l'étranger et des missions diplomatiques des pays partenaires accréditées à Bujumbura.	L'engagement avec le contenu des autres pages est effectif	Au moins 50 institutions et Missions Diplomatiques sont abonnées au compte twitter du Ministère	DIRCOM	0	0	0	GVT	0
	Défendre les intérêts du Burundi.	Participer aux émissions publiques organisées par le Gouvernement.	Le Ministère participe aux émissions publiques	Participation à au moins 15 émissions publiques	Cabinet DIRCOM	0	0	0	GVT	0

		Organiser des séances d'échanges et d'information à l'endroit des représentants des missions diplomatiques, organisation internationales et régionales, et les ONGs étrangères accréditées à Bujumbura	Les séances d'échanges et d'information sont organisées	Au moins 12 séances d'échanges et d'information sont organisées	Cabinet DIRCOM DGAG DGPAC	10000000	4000000	2000000	GVT	16000000
		Tenir les audiences à l'endroit des représentants des missions diplomatiques, organisation internationales et régionales, et les ONGs étrangères accréditées à Bujumbura	Les audiences sont tenues	Au moins 200 audiences sont tenues	Cabinet DIRCOM DGPAC	0	0	0	GVT	0
		Organiser et/ou participer aux émissions/entretiens radiotélévisées.	Les émissions/entretiens radiotélévisées sont organisées et ou participées.	Au moins 15 émissions sont organisées et ou participées	Cabinet DIRCOM DG IG	0	0	0	**GVT**	0
	Encourager les Chefs de Missions Diplomatiques à s'investir pour informer le monde sur les réalisations du pays ainsi que les opportunités qui sont	Organiser les journées Portes Ouvertes au niveau des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	Les journées Portes Ouvertes sont organisées au niveau des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	Au moins 5 journées Portes Ouvertes sont organisées au niveau des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	Cabinet DGAG Missions Diplomatiques et Consulaires	400000000	200000000	100000000	GVT	700000000

	au Burundi	Plaider auprès des entreprises locales compétentes en vue d'obtenir une quantité des cultures d'exportation (café, thé, etc.) destinées à être envoyées dans les Missions Diplomatiques du Burundi à l'étranger, en vue de faire la promotion du Burundi et d'attirer les investisseurs étrangers.	Une quantité des cultures d'exportation (café, thé, etc.) destinées à être envoyées dans les Missions Diplomatiques du Burundi à l'étranger, en vue de faire la promotion du Burundi et d'attirer les investisseurs étrangers est obtenue.	Au moins 5 kg de thé, 5kg de café sont octroyés/an et envoyées aux Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	Cabinet DGAG	0	0	0	GVT	0
	Améliorer les relations étroites avec la presse	Effectuer des entretiens avec les différents medias locaux et internationaux d'ici 2027.	Les entretiens sont effectués	Au moins 30 entretiens sont effectués	Cabinet DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT	16000000
	Développer un partenariat avec les medias régionaux et internationaux à travers lesquels on pourrait faire circuler des articles, des commentaires et des émissions qui parlent du Burundi	Négocier et Signer des accords de coopération avec les medias régionaux et/ou internationaux	Les accords de coopération avec les medias régionaux et/ou internationaux sont négociés et signés	Au moins 2 accords de coopération avec les medias régionaux et/ou internationaux sont négociés et signés	Cabinet DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
	Améliorer la visibilité du Ministère des Affaires Etrangères sur la scène nationale et internationale.	Lancer des nouvelles initiatives des réseaux sociaux	Trois nouvelles initiatives de réseaux sociaux sont lancées	Au moins 3 nouveaux réseaux sociaux sont fonctionnels (Youtube, Facebook et Instagram)	Cabinet DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT	16000000

	Uniformiser les sites webs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	Concevoir et payer l'hébergement et l'entretien des sites webs de 26 Ambassades et 2 Consulats Généraux du Burundi à l'étranger	Les sites webs des Ambassades et Consulats Généraux du Burundi à l'étranger sont conçus, hébergés et entretenus.	Au moins 20 sites webs des Ambassades et Consulats Généraux du Burundi à l'étranger sont conçus, hébergés et entretenus.	DIRCOM	375000000	150000000	75000000	GVT PM	600000000
	Encourager une participation globale de la cible interne et externe à la liberté d'expression en ce qui concerne le renforcement de la gouvernance au sein du Ministère et de la communication diplomatique	Lancer l'initiative de deux boîtes à suggestions : une qui est locale et une autre en ligne et qui est liée au site web du Ministère.	Les deux boîtes à suggestions sont lancées	Au moins deux boîtes à suggestions sont disponibles	Cabinet DIRCOM	**0**	**0**	**0**	GVT PM	0
		Organiser au moins une journée portes ouvertes/ an	Une Journée Portes Ouvertes/ an est organisée	Au moins un rapport sur les Journées Portes Ouvertes organisées est disponible	Cabinet	50000000	20000000	10000000	GVT PM	80000000
	Assurer une large diffusion des informations sur le Ministère et sur le Burundi	Elaborer des magazines en version française et en version anglaise sur le Ministère	Les magazines en version française et en version anglaise sur le Ministère sont élaborés	Au moins 4 magazines en versions française et anglaise sont élaborés/ mois	DIRCOM	0	0	0	GVT	0
		Mettre en place un bulletin trimestriel du Ministère d'ici 2022	Le bulletin trimestriel est mis en place	Au moins 20 numéros sont publiés	DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
		Doter le Ministère d'un document qui décrit les activités phares de chaque direction du MAECD d'ici 2022.	Le Ministère est doté d'un document qui décrit les activités phares de chaque direction	Au moins 21 documents sont disponibles	Cabinet DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
		Publier des articles,des tweets, des photos sur instagram, des informations sur facebook sur les	Les articles, tweets, photos sur instagram, informations sur facebook sont publiés sur le	Au moins 5 articles, 12 tweets, 5 photos sur instagram, 3 informations sur facebook/mois sont publiés sur le	DIRCOM	0	0	0	GVT	0

		activités du Ministère	Ministere et sur le Burundi	Ministere et sur le Burundi						
		Instruire tous les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger de créer des comptes twitter et des sites web de ces Missions d'ici 2024.	Les comptes twitter et les sites web de des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger sont créés.	Nombre de comptes Tiwtter et de sites web créés par les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires	Cabinet	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
		Encourager les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger à participer aux émissions et interviews des medias locaux et internationaux.	La participation aux émissions et interviews des medias locaux et internationaux par les Chefs des Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger est effective.	Nombre d'entretiens et/ou interviews effectués	Cabinet	0	0	0	GVT	0
		Veiller au renouvellement du contrat d'hébergement du site web au moins une fois/an et associer la Direction de la Communication dans l'analyse des dossiers des soumissionnaires	Le contrat d'hébergement du site web est renouvelé	Nombre de contrats d'hébergement disponibles	Cabinet DGAG DIRCOM	96000000	48000000	24000000	GVT PM	168000000
	Commenter les activités du Ministère	Entretenir des relations étroites avec la presse en effectuant au moins 2 entretiens/an dans les différents medias.	Les relations étroites avec la presse sont entretenues	Nombre d'entretiens effectués	DIRCOM	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
	Renforcer l'accès du public à l'information	Publier au moins 1 information/mois	Au moins 1 information/mois est	Nombre d'informations sur	DIRCOM	0	0	0	GVT	0

	relative aux appels d'offres internationaux	relative aux appels d'offres internationaux	publiée	les appels d'offres internationaux publiés						
	Renforcer les capacités des Cadres de la Direction de la Communication	Faire bénéficier aux Cadres de la Direction de la Communication des formations dans l'utilisation des outils de communication existant au Ministère, d'ici 2025.	Les Cadres de la Direction de la Communication bénéficient des formations dans l'utilisation des outils de communication	Nombre de Cadres formés	Cabinet	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
	Renforcer les capacités des Cadres du Ministère	Faire bénéficier aux Hauts Cadres et Cadres du Ministère des formations dans le domaine des TIC	Les Hauts Cadres et Cadres du Ministère bénéficient des formations dans le domaine des TIC	Nombre de Hauts Cadres et Cadres formés	Cabinet	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
	Accroître l'efficacité et le professionnalisme de la Direction de la Communication	Doter la Direction de la Communication des logiciels (Suite Adobe) d'ici 2022	La Direction de la Communication est dotée des logiciels (Suite Adobe)	Nombre de logiciels achetés et installés	Cabinet DGAG	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
		Doter la Direction de la Communication et le service Informatique du matériel nécessaire pour la prestation des activités.	Le matériel est acheté	-2 appareils photos -routeur pour l'internet - les lap top	Cabinet DGAG	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000

3. Développement de la coopération et des partenariats sous régional, régional et international à travers une communication opportune	Partager l'information sur l'agenda du développement et les actions planifiées.	Informer les planificateurs, les exécutants et les bénéficiaires des activités de développement, y compris la communauté des partenaires sur les avancées et/ou actions planifiées pour la mise en œuvre du PND 2018-2027 en ce qui concerne le Ministère des Affaires Etrangères, d'ici 2027.	Les planificateurs, les exécutants et les bénéficiaires des activités de développement sont informés	Rapport sur les séances d'informations organisées	Cabinet Tous les DG	10000000	4000000	2000000	GVT PM	16000000
	Redorer l'image du pays et sensibiliser au renforcement du partenariat	Organiser au moins une semaine diplomatique/an.	Au moins une semaine diplomatique/an est organisée	Rapport sur la semaine diplomatique organisée	Cabinet	120000000	60000000	30000000	GVT PM	210000000

4. Communication avec la Diaspora	Mener des actions de sensibilisation	Organiser une réunion de concertation et d'évaluation de l'apport de la Diaspora au développement de leurs provinces avec les Gouverneurs des provinces	La réunion est organisée	Rapport de la réunion Nombre de participants	DGDEMONG	**10000000**	**0**	**0**	GVT PM	10000000
		Organiser trois (3) ateliers (1par an) de formation et de sensibilisation à l'intention des membres de la Diaspora, des cadres des institutions et des services étatiques et privés, des parlementaires, des sénateurs, des cadres des institutions bancaires et assurances commerciales sur la Politique Nationale de la Diaspora et son plan stratégique	3 ateliers sont organisés	Les rapports des ateliers sont disponibles Les listes des participants sont disponibles Nombre d'ateliers organisés	DGDEMONG	10000000	**0**	**0**	GVT PM	10000000
		Organiser un atelier d'information, et de	L'atelier est organisé	Le rapport est disponible	DGDEMONG	**10000000**	**0**	**0**	GVT PM	10000000

		sensibilisation pour les journalistes sur la Politique Nationale de la Diaspora et son Plan stratégique et leurs apports dans la promotion des actions de la Diaspora		La liste des participants est disponible						
		Organiser deux missions d'échange d'expériences à l'étranger sur la gestion de la Diaspora.	Les missions sont effectuées	Les rapports de missions disponibles	DGDEMONG	**10000000**	**0**	**0**	GVT PM	10000000
		Mettre en place des points focaux au sein des services publics et privés pour un bon accueil des membres de la Diaspora	Les points focaux sont mis en place	La base de données des points focaux est disponible	DGDEMONG	**0**	**0**	**0**	GVT PM	0

	Concevoir les outils de communication	Elaborer et multiplier les dépliants en français et en anglais qui présentent les missions, les apports et les perspectives du Gouvernement en ce qui concerne la gestion de la Diaspora.	Des dépliants sont élaborés et multipliés	Nombre de dépliants élaborés et multipliés	DGDEMONG	**9000000**	**0**	**0**	GVT PM	9000000
		Produire et publier des articles en français, qui parlent des réalisations de la Diaspora, sur le site du MAECD, dans le quotidien « le Renouveau quotidien du Burundi » et dans l'hebdomadaire IWACU	Des articles sont produits et publiés	Nombre d'articles produits et publiés	DGDEMONG	**3000000**	**0**	**0**	GVT PM	3000000
		Produire et diffuser 2 Spots en français et en kirundi une fois par trimestre pour parler des réalisations du Gouvernement et sa Diaspora dans la mise en œuvre de la PND	2 spots sont produits et diffusés	Nombre de spots produits et diffusés	DGDEMONG	6000000	**0**	**0**	GVT PM	6000000
		Produire et diffuser les communiqués de presse à la veille de la Semaine de la Diaspora	Des communiqués sont produits et diffusés	Nombre des communiqués produits et diffusés	DGDEMONG	3000000	**0**	**0**	GVT PM	3000000

	Concevoir les outils de promotion des apports de la Diaspora au développement du pays	Produire et diffuser 2 sketches (audio et vidéo) sur la promotion des réalisations de la Diaspora	2 sketches sont produits	Nombre de sketches produits	DGDEMONG	6000000	**0**	**0**	GVT PM	6000000
		Produire et diffuser les documentaires sur les activités de la Diaspora burundaise	Des documentaires sont produits et diffusés	Nombre de documentaires produits et diffusés	DGDEMONG	8000000	**0**	**0**	GVT PM	8000000
		Produire et multiplier le bulletin annuel sur les réalisations du Gouvernement et sa Diaspora	Le bulletin est produit et multiplié	Nombre de bulletin produits et multipliés	DGDEMONG	10000000	**0**	**0**	GVT PM	10000000
		Produire et distribuer des affiches et panneaux publicitaire	Des affiches et panneaux publicitaire sont produits et distribuées	Nombre des affiches et panneaux publicitaire produites et distribuées	DGDEMONG	**1000000**	**0**	**0**	GVT PM	1000000
		Produire et distribuer 500 calendriers, 1 000 T-shirts, 2 000 pagnes, 1 000 casquettes, des agendas.	Des calendriers, des T-shirts, des pagnes, des casquettes, des agendas sont produits et distribués	Nombre de calendriers, des T-shirts, des pagnes, des casquettes, des agendas produits et distribués	DGDEMONG	10000000	**0**	**0**	GVT PM	10000000
		Multiplier le document de la Politique Nationale de la Diaspora et son Plan stratégique	1000 exemplaires de la PND sont multipliés	Nombre d'exemplaires multipliés	DGDEMONG	10000000	**0**	**0**	GVT	10000000

	Améliorer la communication entre le Gouvernement et la Diaspora ;	Elaborer et envoyer des dépliants à distribuer au niveau des Ambassades et Consulats du Burundi à l'étranger en vue d'assurer la vulgarisation des services consulaires offerts à la Diaspora par les Ambassades ainsi que les facilités accordées aux membres de la Diaspora qui veulent investir au Burundi	Des dépliants à distribuer en vue d'assurer la vulgarisation des services consulaires offerts à la Diaspora par les Ambassades ainsi que les facilités accordées aux membres de la Diaspora qui veulent investir au Burundi sont élaborés et envoyés aux Ambassades	Au moins 2500 dépliants sont élaborés/an	DGDEMONG DIRCOM DGAG	10000000	**4000000**	**2000000**	GVT PM	16000000
	Mobiliser la Diaspora à venir investir au pays natal et les inciter à se mettre ensemble pour concevoir de grands projets de développement.	Organiser une Semaine de la Diaspora/an	La semaine de la Diaspora est organisée au moins une fois/an	Rapport sur la semaine de la Diaspora organisée	Cabinet DGDEMONG	280000000	**140000000**	**70000000**	GVT PM	490000000

	Encourager les Chefs de Missions Diplomatiques et Consulaires à renforcer l'encadrement, la moralisation et la motivation des burundais établis dans leur pays d'accréditation et améliorer la Communication avec la Diaspora en mettant en place des mécanismes appropriés et des outils multimédias de communication avec la Diaspora	Etablir un dialogue permanent avec la Diaspora dans les pays d'accréditation pour :	Un dialogue permanent avec la Diaspora dans les différents pays est établi par les Chefs de Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	- les lois et réglementations en vigueur, afin de favoriser un engagement spontané des diasporas dans leur pays d'origine, sans autre intervention ou avec une intervention minime du gouvernement sont exposées	Missions Diplomatiques et Consulaires du Burundi à l'étranger	20000000	**100000000**	**50000000**	GVT	170000000

		- Exposer les lois et réglementations en vigueur, afin de favoriser un engagement spontané des diasporas dans leur pays d'origine, sans autre intervention ou avec une intervention minime du gouvernement ;		- La connaissance de la Diaspora est renforcée					PM	

		-Renforcer la connaissance de la diaspora : établir une cartographie des organisations de la diaspora ; effectuer un inventaire des compétences de la diaspora ; écouter pour savoir les suggestions de la Diaspora au Gouvernement en ce qui concerne les projets de développement; identifier les interlocuteurs influents avec la diaspora		(cartographie des organisations de la diaspora établie ; inventaire des compétences de la diaspora effectué; suggestions de la Diaspora au Gouvernement en ce qui concerne les projets de développement collectées; interlocuteurs influents avec la diaspora identifiés						

		Renforcer un climat de confiance mutuelle : Inviter et associer les membres de la Diaspora en possession d'une double nationalité ; organiser des événements culturels et organiser des séances de promotion de la langue maternelle ; partager régulièrement l'information et recueillir les réactions sur la politique publique visant la diaspora ; plaider auprès des membres de la Diaspora en faveur de la création des organismes paraétatiques Gouvernement-Diaspora ; négocier des accords en faveur du jumelage des villes et de communes des pays d'accréditation dans lesquelles réside une diaspora burundaise.	1000 exemplaires de la PND sont multipliés	Nombre d'exemplaires multipliés	DGDEMONG	10000000	**0**	**0**	GVT PM	10000000
	BUDGET TOTAL					**2043000000**	**931200000**	**447600000**		**3426800000**

CONCLUSION GENERALE

Pour mettre en œuvre une stratégie de communication, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération au Développement doit adopter une approche programmatique ainsi qu'un plan de travail et un budget réalistes, conformes aux activités de chaque service.

Au-delà même de l'aspect financier, c'est le réflexe de communication qu'il faut déclencher d'abord en interne.

Par ailleurs, la mise en place d'un service d'interprétariat, ainsi qu'un document qui décrit les activités phares et le renforcement ou la prise d'autres mesures qui accompagnent les objectifs de communication seraient un atout.

De ce fait, l'accent devrait être mis à la fois sur la communication interne et la communication externe :

- En interne, les efforts doivent être axés sur l'institution de la culture de communication et la mise en place des relais de partage d'informations, notamment au sein des différents services.

- En externe, le focus doit être mis sur l'amélioration des relations avec les médias et le renforcement de la communication des différentes directions, notamment pour ce qui est des événements majeurs de l'institution et en adaptant les outils de communication.

- Pour ce qui est de la communication pour le développement, il serait important de mettre l'accent sur l'approche à utiliser, appropriée à chaque circonstance.

- En ce qui concerne la communication avec la Diaspora, l'accent sera mis au cours des trois premières années à Sensibiliser les services publics et privés pour un bon service d'accueil à l'endroit des Burundais de l'étranger et de leurs partenaires et à mettre en place des outils de communication et de promotion des activités de la Diaspora et leurs apports au développement du pays.

ANNEXES

LES MEMBRES DE L'EQUIPE QUI A ELABORE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE DU MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION AU DEVELOPPEMENT

1. Inès Sonia NIYUBAHWE, Directeur de la Communication et Porte-Parole
2. Jeanine NDABARUSHIMANA, Conseiller à la Direction de la Communication
3. Aimée Irène INAMUGISHA, Conseiller à la Direction de la Communication
4. Evrard NICIMBIKIJE, Conseiller à la Direction de la Communication
5. Samuel NIYONZIMA, Conseiller à la Direction de la Communication
6. Epipode BANKINDI, Conseiller à la Direction de la Communication
7. Désiré MANIRAKIZA, Conseiller à la Direction de la Communication
8. Patrice NDAROZANI, Conseiller à la Direction de la Communication
9. Emile BUCUMI,Conseiller à la Direction de la Communication
10. Annabelle IRAKIZA, Stagiaire à la Direction de la Communication

LES MEMBRES DE L'EQUIPE QUI A EDITE ET ENRICHI LE DOCUMENT

1. Inès Sonia NIYUBAHWE, Directeur de la Communication et Porte-Parole
2. Ambassadeur Vestine NAHIMANA, Conseiller Politique au Cabinet du Ministre,
3. Albert RAHMANI, Inspecteur, délégué par l'Inspection Générale
4. Noémie Claire SINIREMERA, Directeur de la Diaspora
5. Jeanine NDABARUSHIMANA, Conseiller à la Direction de la Communication
6. Aimée Irène INAMUGISHA, Conseiller à la Direction de la Communication
7. Evrard NICIMBIKIJE, Conseiller à la Direction de la Communication
8. Epipode BANKINDI, Conseiller à la Direction de la Communication
9. Désiré MANIRAKIZA, Conseiller à la Direction de la Communication
10. Patrice NDAROZANI, Conseiller à la Direction de la Communication
11. Emile BUCUMI,Conseiller à la Direction de la Communication
12. Jean François Régis MUGISHA, Conseiller, délégué par la Direction des Affaires Juridiques
13. Pascal HABARUGIRA, Conseiller, délégué par la Direction Générale du Protocole et des Affaires Consulaires
14. IRAKOZE Joselyne, Conseiller, déléguée par la Direction Générale chargée de l'Administration et de la Gestion
15. Evariste NYABENDA, Conseiller, délégué par la Direction Générale chargée des Relations Bilatérales
16. Désiré GATOTO, Conseiller, délégué par la Direction Générale chargée des Relations Multilatérales
17. Tharcisse TUMUKUNDE, Conseiller, délégué par la Direction Générale de la Diaspora, de la Promotion de l'Emploi des Migrants et des Organisations Non Gouvernementales (ONG) et Associations sans But Lucratif (ASBL) Etrangères