



COUR DES COMPTES DU NIGER

STRATÉGIE DE COMMUNICATION RÉACTUALISÉE

Avec l'appui de la Délégation de l'Union Européenne au Niger

Novembre 2022

Cette stratégie de communication a été réactualisée par :
ABDOURAHAMANE OUSMANE, DIRECTEUR GENERAL
BUREAU D'ETUDES ET CONSEILS EN AFRIQUE (BECAF)



Table des matières

Table des matières	II
SIGLES ET ABREVIATIONS.....	V
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : METHODOLOGIE DE L'ETUDE	2
I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	3
II. Objectifs poursuivis	3
2. 1. Objectif général.....	3
2.2. Objectifs spécifiques	3
III. Résultats attendus.....	4
IV. Durée et champ de la mission	4
V. METHODOLOGIE.....	4
5.1. Approche concertée et participative	4
5.2. Echantillon de l'étude	4
5.2.1. Parties prenantes internes	4
5.2.2. Parties prenantes externes.....	5
5.3. Collecte des informations et des données.....	5
5.3. 1. Recherche documentaire	5
5.3.2. Entretiens individuels.....	6
5.3.3. Focus groups	6
5.4. Analyse des informations et des données	6
VI. DEROULEMENT	7
DEUXIEME PARTIE : STRATEGIE DE COMMUNICATION	
REACTUALISEE	8
I. PRESENTATION DE LA COUR DES COMPTES	9
1.1. Compétences de la Cour des comptes	9
1.1.1. Compétence juridictionnelle	9
1.1.2. Compétence de contrôle	9
1.1.3. Compétence consultative.....	9
1.2. Composition de la Cour des comptes.....	10
1.3. Organisation de la Cour des comptes	10

II. DIAGNOSTIC DU CADRE STRATEGIQUE ET INSTITUTIONNEL DE LA COMMUNICATION	12
2.1. Cadre stratégique de la communication	12
2.1.1. Plan stratégique	12
2.1.2. Stratégie de communication.....	12
2.1.3. Stratégie d'implication des parties prenantes	13
2.2. Cadre institutionnel de la communication	13
2.2.1. Département de la communication et des relations publiques	13
2.2.2. Département des systèmes d'information.....	14
2.3. Principales activités de communication	15
2.4. Constats sur la connaissance et la perception de la Cour des comptes.....	16
2.4.1. Perception et attentes des parties prenantes externes.....	16
2.4.2. Perception et attentes des parties prenantes internes	17
2.5. Canaux de communication	18
2.5.1. Communication interne.....	18
2.5.1.1. Au sein du Siège	18
2.5.1.2. Au sein du Parquet Général.....	19
2.5.1.3. Entre le Siège et le Parquet Général	19
2.5.1.4. Entre les Chambres et au sein des Chambres.....	20
2.5.1.5. Au sein du Secrétariat Général	21
2.5.1.6. Autre Personnel Administratif et Technique	21
2.6. Constats généraux sur la communication interne.....	22
2.7. Analyse FFOM de la communication interne	22
2.8. Communication externe.....	24
2.8.1. Avec les autorités politiques	24
2.8.2. Avec les Institutions judiciaires	25
2.8.3. Avec les Réseaux des Institutions Supérieures de Contrôle	25
2.8.5. Avec les citoyens et les organisations de la société civile et les médias	27
2.9. Principaux constats sur la communication externe	28
2.10. Analyse FFOM de la communication externe	28
III. ORIENTATIONS ET AXES STRATEGIQUES	31
3.1. Orientations stratégiques	31
3.2. Axes stratégiques	32
3.2.1. Renforcement de la communication interne de la Cour	32
3.2.2. Amélioration de la connaissance et de la visibilité de la Cour	33

3.2.3. Renforcement du Département de la communication et des relations publiques.....	34
3.2.4. Renforcement du Département des systèmes d'information	34
3.2.5. Renforcement des capacités du personnel de la Cour en communication.....	35
TROISIEME PARTIE : PLAN D'ACTION 2023-2025	36
CONCLUSION	47
ANNEXE 1 : LISTE DES STRUCTURES ET PERSONNES RENCONTREES	48
ANNEXES 2 : GUIDES D'ENTRETIENS	50
I. PARTIES PRENANTES INTERNES	50
A. SIEGE.....	50
1. Communication interne.....	50
2. Communication externe.....	50
B. PARQUET GENERAL	51
1. Communication interne.....	51
2. Communication externe.....	51
C. SECRETARIAT GENERAL.....	52
1. Communication interne.....	52
2. Communication externe.....	52
D. DEPARTEMENTS TECHNIQUES	53
1. Communication interne	53
2. Communication externe.....	53
II. GUIDE D'ENTRETIEN AVEC LES PARTIES PRENANTES EXTERNES	54

SIGLES ET ABREVIATIONS

- AA-HJF : Association Africaine des Hautes Juridictions Francophones
- AEC : Alternative Espaces Citoyens
- AFROSAI : Organisation Africaine des Institutions Supérieures de Contrôle des Finances Publiques
- AISCCUF : Association des Institutions Supérieures de Contrôle ayant en commun l'usage du Français
- AJE : Agence Judiciaire de l'Etat
- AMN : Association des Municipalités du Niger
- AN2C : Association Nigérienne pour la Citoyenneté et le Civisme
- BECAF : Bureau d'Etudes et Conseils en Afrique
- CCCR : Cadre de Concertation des Conseils Régionaux
- CDC : Cour des comptes
- CREFIAF : Conseil Régional de Formation des Institutions Supérieures de Contrôle des Finances Publiques d'Afrique Francophone Subsaharienne
- FFOM : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces
- IDI/INTOSAI : Initiative de Développement de l'INTOSAI
- IGAD : Inspection Générale des Administrations Déconcentrées
- IGE : Inspection Générale d'Etat
- INTOSAI : Organisation Internationale des Institutions Supérieures de Contrôle
- ISC : Institution Supérieure de Contrôle
- JORN : Journal Officiel de la République du Niger
- MPN : Mouvement Patriotique Nigérien
- ONG : Organisation Non Gouvernementale
- OSC : Organisations de la Société Civile
- PAT : Personnel Administratif et Technique
- PC : Présidents des Chambres
- PJD : Parti pour la Justice et le Développement
- PG : Procureur Général
- PP : Premier Président
- PTF : Partenaires Techniques et Financiers
- RDR : Rassemblement pour la Démocratie et la République
- REPPAD : Réseau Panafricain pour la Paix et l'Appui au Développement
- RG : Rapporteur Général
- RGP : Rapport Général Public
- RTN : Radio et Télévision du Niger
- SG : Secrétaire Général
- SGA : Secrétaire Général Adjoint
- SHIGA : Sahel Human Voice In Governance Activities
- SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
- TIC : Technologies de l'Information et de la Communication
- UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine
- USAID : Agence Américaine d'Aide Internationale au Développement

INTRODUCTION

Prévue par les articles 116 et 141 de la Constitution du 25 novembre 2010, la Cour des comptes est la plus haute juridiction de contrôle des finances publiques au Niger. Elle exerce une compétence juridictionnelle, une compétence de contrôle et une compétence consultative. Son champ de compétence couvre l'Etat et ses démembrements, les collectivités territoriales, les entreprises et établissements publics, les autorités administratives indépendantes, les organismes qui bénéficient du concours financier de l'Etat et de ses démembrements et les personnalités assujetties à la déclaration des biens.

Au vu de ses attributions, la Cour des comptes est une institution-clé dans la promotion de la bonne gouvernance et la consolidation de la démocratie. Pour l'accomplissement de sa mission, la Cour des comptes s'est dotée d'un Plan stratégique (2020-2024) dont la vision est « d'être une institution modèle et crédible œuvrant avec professionnalisme dans le contrôle des finances publiques pour la bonne gouvernance ». Pour matérialiser cette vision, la Cour des comptes s'est fixée plusieurs objectifs, notamment celui « de renforcer ses capacités et améliorer sa performance afin de répondre efficacement aux exigences des citoyens nigériens ».

Dans le Plan stratégique, la réactualisation de la stratégie de communication figure en bonne place parmi les capacités prioritaires. En effet, la Cour des comptes évolue dans un environnement national et international marqué d'une part par un besoin croissant en informations des citoyens sur la gestion des finances publiques ; et d'autre part par une circulation fulgurante des flux d'informations facilitée par l'évolution des TIC.

Dans le monde actuel globalisé, la Cour des comptes du Niger doit être outillée pour, à la fois, satisfaire le droit des citoyens à l'information et jouer sa partition dans la société mondiale de l'information. Pour prendre en compte ces exigences des temps modernes, la Cour des comptes a décidé de réactualiser sa stratégie de communication dans le cadre du projet « Appui au renforcement des capacités de la Cour des comptes du Niger », financé par l'Union Européenne.

Le document de la stratégie de communication réactualisée est articulé en trois parties :

- Première partie : méthodologie de l'étude ;
- Deuxième partie : stratégie de communication réactualisée ;
- Troisième partie : plan d'action triennal (2023-2025).

PREMIERE PARTIE : METHODOLOGIE DE L'ETUDE

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Dans le cadre du 11^{ème} Fonds Européen de Développement, la Cour des comptes a bénéficié d'une subvention de la Délégation de l'Union Européenne au Niger pour mettre en œuvre un projet de renforcement de ses capacités. Une partie de cette subvention a été allouée à la réactualisation de la stratégie de communication, élaborée en 2015.

A la suite d'une consultation restreinte, le Bureau d'Etudes et Conseils en Afrique (BECAF) a été retenu pour réactualiser ladite stratégie. La mission a été accomplie suivant une démarche concertée avec le Département de la Communication et des Relations Publiques et participative à travers l'implication d'un échantillon représentatif des parties prenantes internes et externes.

Les informations collectées à travers la revue documentaire, les entretiens individuels et les focus groups ont été analysées selon la grille de la méthode SWOT ou FFOM. Après avoir rappelé le cadre stratégique de la communication, le consultant a procédé à la relecture de la stratégie de communication de 2015, en reconduisant les activités jugées pertinentes et en proposant de nouvelles activités adaptées au contexte actuel. Les anciennes et les nouvelles activités ont été consignées dans le Plan d'Action triennal 2023-2025.

II. Objectifs poursuivis

2. 1. Objectif général

De manière générale, il s'agit de réactualiser la stratégie de communication élaborée de 2015 afin de résorber le déficit d'informations sur la Cour des comptes et améliorer sa visibilité.

2.2. Objectifs spécifiques

De manière spécifique, il s'agit de :

- Identifier et reconduire les activités qui sont pertinentes et adaptées au contexte actuel ;
- Proposer de nouvelles activités pour améliorer la visibilité de la Cour des comptes ;
- Elaborer un Plan d'action triennal (2023-2025) de mise en œuvre de la stratégie de communication réactualisée ;
- Préparer et animer un atelier de validation de la stratégie de communication réactualisée.

III. Résultats attendus

Deux principaux résultats sont attendus de cette mission :

- La stratégie de communication est réactualisée et validée ;
- Le plan d'action triennal de la stratégie de communication est élaboré et validé.

IV. Durée et champ de la mission

La durée de la mission est de quatorze (14) jours ouvrés à compter de la date de signature du contrat par les deux parties. La mission a été menée à partir de Niamey, siège de la Cour.

V. METHODOLOGIE

5.1. Approche concertée et participative

La mission a été réalisée suivant une approche concertée et participative : la note de cadrage méthodologique a été validée de concert avec le Secrétariat Général et le Département de la Communication et des Relations Publiques de la Cour des comptes.

Le Consultant a régulièrement informé la Cour des comptes de l'évolution de la mission à travers le courriel, le téléphone et les réunions de travail. De ce fait, les observations pertinentes des parties prenantes internes et externes ont été prises en compte.

5.2. Echantillon de l'étude

L'étude a été menée sur la base d'un échantillon représentatif comprenant les parties prenantes internes et externes¹.

5.2.1. Parties prenantes internes

Au cours de la mission, le Consultant a eu des entretiens individuels ou en groupe avec les personnes suivantes :

- Le Premier Président
- Le Procureur Général
- Les Présidents des quatre Chambres
- Le Rapporteur Général
- Le Premier Avocat Général
- Un avocat Général
- Le Secrétaire Général
- La Secrétaire Générale Adjointe
- La Cheffe de Parquet
- Quatre (4) Conseillers (ères) auprès des Chambres

¹ La liste des structures et des personnes rencontrées est jointe en annexe.

- Quatre (4) Vérificateurs auprès des Chambres
- Cinq (5) Chefs des Départements
- Deux (2) Chefs de Chambre auprès des Chambres
- Un (1) Attaché de Parquet auprès du Parquet Général

5.2.2. Parties prenantes externes

Au cours de la mission, le Consultant a adressé des correspondances pour solliciter des entretiens avec les responsables ou les personnes désignées par les entités suivantes :

- Conseil Supérieur de la Communication ;
- Ministère des Finances ;
- Association des Municipalités du Niger ;
- Autorité de Régulation de la Communication Electronique et de la Poste ;
- Partis politiques : MPN, RDR et PJD ;
- Médias publics et privés : RTN, BONFEREY, Enquêteur, ANFANI, Niger Inter, Maison de la Presse ;
- Organisations de la Société Civile : AEC, REPPAD, AN2C.

5.3. Collecte des informations et des données

La collecte des informations et des données a été effectuée à travers la recherche documentaire, les entretiens individuels et les focus groups.

5.3. 1. Recherche documentaire

Elle a consisté à rechercher les documents sur la Cour, notamment les textes juridiques, les rapports et les documents stratégiques. La recherche documentaire a été effectuée auprès du Secrétariat général, du Département de la communication et des relations publiques et sur le site Web de la Cour. Elle a permis de collecter les documents suivants :

- La Constitution du 25 novembre 2010 ;
- La loi organique n° 2020-035 du 30 juillet 2020 déterminant les attributions, la composition, l'organisation et le fonctionnement de la Cour des comptes ;
- La loi n° 2020-066 du 10 décembre 2020 portant statut autonome du personnel de contrôle de la Cour des comptes, modifiée par la loi n°2021 du 15 mars 2021 ;
- La loi n° 2020-028 du 02 juillet 2020 déterminant les autres agents publics assujettis à l'obligation de la déclaration des biens ;
- Le Décret n°2021-856/PRN/MJ du 07 octobre 2021 fixant le modèle et le contenu des déclarations de biens ;

- L'Arrêté n°013/CDC/PP/SG du 01 février 2021 portant organisation, attributions et fonctionnement des départements et du greffe central de la Cour des comptes ;
- Le Plan Stratégique de la Cour des comptes (2020-2024) ;
- Le Rapport Général Public 2021 ;
- Le Rapport de conception de la stratégie d'implication des parties prenantes ;
- La Stratégie de communication de 2015 ;
- Le Document de politique de communication de 2015 ;
- L'Organigramme de la Cour des comptes.

5.3.2. Entretiens individuels

Ils consistent à recueillir des informations et des données précises auprès des personnes et des entités retenues dans l'échantillon. A cet effet, des guides d'entretien adaptés à chaque catégorie d'acteur a été élaboré par le Consultant et soumis à la validation de la Cour des comptes. Les entretiens ont eu lieu en présentiel et à distance (par téléphone et par email) selon les circonstances et la disponibilité des personnes interrogées.

5.3.3. Focus groups

Cette méthode de recherche qualitative a permis de regrouper en même temps un nombre déterminé de personnes (de 3 à 8 en moyenne) pour échanger sur un sujet prédéterminé. Les focus groups ont permis de faciliter l'interaction entre les membres du groupe. Dans le cadre de cette étude, trois focus groups homogènes ont été organisés avec les Chefs des Départements, les Conseillers et les Vérificateurs et les Chefs des Chambres. Les focus groups ont été animés sur la base d'un guide d'entretien servant de fil conducteur.

5.4. Analyse des informations et des données

Les informations et les données collectées ont été analysées selon la grille de la méthode SWOT ou FFOM.² Cette grille d'analyse a consisté à relire la stratégie de communication de 2015 pour d'une part identifier les forces et les faiblesses de l'environnement interne et d'autre part relever les opportunités et les menaces de l'environnement externe. A la suite de la relecture, les anciennes activités pertinentes ont été maintenues et de nouvelles activités ont été proposées pour renforcer les forces, corriger les faiblesses, exploiter les opportunités et contrecarrer ou atténuer les menaces.

² Acronyme en anglais désignant : Strengths, Weaknesses, Opportunities et Threats et acronyme en français désignant : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces

VI. DEROULEMENT

La mission s'est déroulée suivant les étapes contenues dans le tableau ci-dessous.

Tableau n° 1 : Calendrier détaillé de l'étude

PERIODE	ACTIVITE	RESPONSABLE	RESULTAT ATTENDU
Jour 1	Signature du contrat et de la lettre de mission Réunion de travail sur les TDR	CDC BECAF	Contrat et lettre de mission signés Compréhension mutuelle des TDR
Jour 2	Elaboration de la note de cadrage méthodologique	BECAF	Note de cadrage élaborée et soumise à la CDC
Jour 3	Réunion sur la note de cadrage méthodologique	CDC BECAF	Note de cadrage méthodologique validée
Jour 4 à 7	Recherche documentaire, Entretiens et focus groups	BECAF	Documents disponibles, Entretiens et focus groups réalisés
Jour 8 à 14	Réactualisation de la stratégie de communication	BECAF	Stratégie de communication réactualisée
Jours 15	Dépôt du rapport de la mission	BECAF	Rapport de mission déposé auprès de la CDC

DEUXIEME PARTIE : STRATEGIE DE COMMUNICATION REACTUALISEE

I. PRESENTATION DE LA COUR DES COMPTES

Créée pour la première fois au Niger par l'ordonnance n° 2010-05 du 30 mars 2010, la Cour des comptes est la plus haute juridiction de contrôle des finances publiques, conformément à l'article 141 de la Constitution du 25 novembre 2010. La création de cette institution s'inscrit dans le contexte de la promotion de la bonne gouvernance au Niger. Elle s'inscrit également dans le cadre des réformes initiées par l'UEMOA pour accroître la transparence et la rigueur en matière de gestion et de contrôle des finances publiques. Par ailleurs, la Cour des comptes a été créée à un moment où les citoyens élèvent la voix pour dénoncer les mauvaises pratiques (détournement des deniers publics, népotisme, corruption etc.), le manque de transparence dans la gestion des finances publiques et exiger la reddition des comptes de la part des dirigeants et des agents investis d'une responsabilité publique.

1.1. Compétences de la Cour des comptes

La Cour des comptes exerce une compétence juridictionnelle, une compétence de contrôle et une compétence consultative.

1.1.1. Compétence juridictionnelle

Selon l'article 3 de la loi organique 2020-035 du 30 juillet 2020 déterminant les attributions, la composition, l'organisation et le fonctionnement de la Cour des comptes, cette institution est compétente pour juger les comptes des comptables publics, des collectivités territoriales, des établissements publics soumis aux règles de la comptabilité publique ; des comptes des comptables de fait ; et les fautes de gestion.

1.1.2. Compétence de contrôle

Elle consiste à veiller à la régularité, à l'efficacité et à l'efficience de la gestion publique en menant des contrôles au niveau des ministères, des collectivités territoriales, des organismes et entreprises publics, des associations faisant appel à la générosité publique et des organismes recevant des fonds publics. Elle comprend également le contrôle de la déclaration des biens du Président de la République, des Présidents des Institutions de la Républiques et des Autorités Administratives Indépendantes, du Premier Ministre, des Ministres et de tous les agents publics assujettis à l'obligation de la déclaration des biens.

1.1.3. Compétence consultative

La Cour des comptes peut être consultée par le Gouvernement ou l'Assemblée Nationale sur des questions économiques, financières ou de gestion des services de l'Etat.

Toutes les activités découlant de ces trois missions font l'objet de communication interne et externe. Cette communication doit être adaptée au contexte particulier de la Cour des comptes et des exigences qui lui sont propres.

1.2. Composition de la Cour des comptes

Selon l'article 6 de la loi organique 2020-035 du 30 juillet 2020, la Cour des comptes comprend : le Cabinet du Premier Président, le Siège, le Parquet Général, le Secrétariat Général et les Chambres Régionales.

1.3. Organisation de la Cour des comptes

Outre le Cabinet du Premier Président, le Siège comprend :

- **La Première Chambre** chargée du contrôle des opérations de l'Etat ;
- **La deuxième Chambre** chargée du contrôle des opérations des collectivités territoriales ;
- **La troisième Chambre** chargée du contrôle de la gestion financière et comptable des établissements publics à caractère industriel et commercial, des sociétés d'Etat, des sociétés d'économie mixte, des organismes subventionnés par l'Etat et autres organismes dans lesquels l'Etat ou les collectivités publiques ont un intérêt financier, de la gestion financière et comptable des sociétés d'économie mixte dont les rôles et les activités procèdent d'un intérêt stratégique tel que déterminé par l'Etat, des projets de développement financés sur ressources extérieures et tout organisme soumis au contrôle de la Cour des comptes ;
- **La quatrième Chambre** chargée de la discipline budgétaire et financière, du contrôle de la déclaration des biens et des comptes annuels des partis politiques ;
- **Le Rapporteur Général** chargé de l'élaboration du rapport général public annuel et du développement des outils de contrôle ;
- **Le Parquet Général** comprenant le Procureur Général, le Premier Avocat Général, les Avocats Généraux, un Chef de service du Parquet et des Attachés de parquet. Il est chargé d'assurer les fonctions de Ministère Public, notamment celle de veiller à la bonne application des lois et règlements au sein de la Cour des comptes ;
- Le Secrétariat Général qui comprend : Un Secrétaire Général, Secrétaire Général adjoint, un Département des ressources financières et du matériel, un Département des ressources humaines, un Département des Systèmes d'information, un Département de la

communication et des relations publiques, un Département de la documentation et des archives, un Greffier en Chef, des Chefs de Chambre, des Greffiers ;

- **Les Chambres régionales** chargées de juger l'ensemble des comptes des comptables publics des collectivités territoriales, de leurs établissements publics ainsi que les comptes des personnes qu'elles ont déclaré comptables de fait. Elles assurent également le contrôle de la gestion desdites collectivités et de leurs groupements³.

³ Bien que prévues par la loi organique, les Chambres Régionales n'ont pas encore été mises en place

II. DIAGNOSTIC DU CADRE STRATEGIQUE ET INSTITUTIONNEL DE LA COMMUNICATION

Dans cette partie, il s'agit d'abord d'analyser le cadre stratégique et institutionnel de la communication de la Cour des comptes ; ensuite de passer en revue les principales activités de communications qui ont été menées. Sur cette base, des constats ont été dégagés sur la connaissance et la perception de la Cour des comptes par les différentes parties prenantes avant de procéder à l'analyse FFOM de la communication interne et externe.

2.1. Cadre stratégique de la communication

L'analyse du cadre stratégique de communication de la Cour des comptes révèle l'existence de trois documents stratégiques : (i) le plan stratégique ; (ii) la stratégie de communication ; (iii) la stratégie d'implication des parties prenantes.

2.1.1. Plan stratégique

Il couvre la période 2020-2024. Après avoir décliné la vision de la Cour, le Plan stratégique a défini trois résultats stratégiques à savoir : (i) amélioration de la qualité des contrôles ; (ii) amélioration de la confiance des parties prenantes envers la Cour à travers l'appropriation de ses travaux ; (iii) prise en compte du genre.

Parmi les extrants stratégiques relatifs à la communication, on note la publication du Rapport Général Public, la publication et la diffusion des rapports et des résumés des rapports d'audit, des arrêts et la communication envers les parties prenantes.

Parmi les capacités stratégiques, on dénombre entre autres :

- La stratégie de communication ;
- Le Guide de suivi des recommandations ;
- La Stratégie d'implication des parties prenantes

2.1.2. Stratégie de communication

En 2015, la Cour des comptes a requis les services d'un Cabinet pour élaborer sa stratégie de communication. Après avoir dressé l'état des lieux, le Consultant a élaboré une stratégie de communication bâtie autour de trois axes à savoir :

- AXE 1 : Amélioration de la connaissance et la visibilité de la Cour ;
- AXE 2 : Contribution à l'efficacité du service de communication de la Cour ;
- AXE 3 : Renforcement des capacités du personnel de la Cour en communication.

Le Consultant a également proposé un Plan d'action de mise en œuvre de la stratégie de communication décliné en trente-sept (37) activités et un mécanisme de suivi-évaluation.

2.1.3. Stratégie d'implication des parties prenantes

Ce document a été élaboré dans le cadre du programme de l'Initiative de Développement de l'INTOSAI sur l'implication des parties prenantes des Institutions Supérieures de Contrôle (ISC). L'Objectif principal de cette stratégie est « d'améliorer les relations entre la Cour et ses parties prenantes en vue d'accroître l'impact des travaux d'audit ». La stratégie d'implication des parties prenantes a été élaborée en 2019 par une équipe interne composée de huit (8) personnes à travers les étapes suivantes :

- La planification du processus ;
- La prise de connaissance de l'environnement de la Cour et la cartographie des parties prenantes ;
- L'analyse du processus de communication de la Cour des comptes ;
- L'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces de la Cour des comptes ;
- La conception de stratégie pour chaque partie prenante-clé et l'élaboration du plan d'action correspondant ;
- La rédaction du rapport sur la stratégie d'implication des parties prenantes.

2.2. Cadre institutionnel de la communication

L'analyse du cadre institutionnel de la Cour des comptes révèle l'existence d'un Département de la communication et des relations publiques et d'un Département des systèmes d'information, tous rattachés au Secrétariat Général.

2.2.1. Département de la communication et des relations publiques

Sous l'autorité du Secrétaire général, le Département de la Communication et des Relations Publiques est dirigé par un Chef de Département dont les attributions ont été définies à l'article 14 de l'Arrêté n° 13/CDC/PP/SG du 1^{er} février 2021 portant organisation, attribution et fonctionnement des départements et du greffe central de la Cour des comptes. A ce titre, il est chargé de :

- Définir et de mettre en œuvre la politique de communication de la Cour ;
- Informer le public sur les missions et les activités de la Cour ;
- Assurer la qualité des relations avec les médias et les agences de communication ;
- Vulgariser le Rapport Général Public et les autres rapports produits par la Cour ;

- Participer à la mise à jour régulière du site Web en collaboration avec le Département des systèmes d'information ;
- Organiser les rencontres des membres de la Cour avec les médias ;
- Initier et soumettre à la Cour les supports et moyens de communication les plus appropriés notamment les publi-reportages, les plaquettes et les bulletins ;
- Mettre au point des mécanismes de la communication stratégique avec les partenaires de la Cour des comptes ;
- Appuyer les différentes composantes de la Cour dans la mise en œuvre de leurs activités d'informations ;
- Elaborer des termes de référence pour le recrutement des prestataires et la préparation des conventions ou protocoles de collaboration avec les médias et autres partenaires professionnels de la communication ;
- Suivre l'exécution et le contrôle des prestations ;
- Organiser les événements (ateliers, séminaires, colloques etc.), en collaboration avec l'agent du protocole.

2.2.2. Département des systèmes d'information

Sous l'autorité du Secrétaire général, le Département des systèmes d'information a pour mission de définir et mettre en œuvre la politique informatique en accord avec la stratégie générale de la Cour et ses objectifs de performance. Plus spécifiquement, en matière de communication, il est chargé notamment de :

- Recueillir et étudier les besoins en matière des technologies de l'information et de la communication (TIC), exprimés par les différentes chambres, le parquet et autres services de la Cour des comptes ;
- Assurer une veille technologique et juridique sur les évolutions de la Cour des comptes en matière de systèmes d'information ;
- Anticiper les changements et orienter les choix de la hiérarchie en matière de technologie de l'information (schéma directeur informatique) ;
- Assurer la liaison entre les Département des systèmes d'information et les autres Départements, Greffe central et Parquet de la Cour ;
- Assurer l'administration du site Web de la Cour en relation avec le Chef du Département de la communication et des relations publiques.

2.3. Principales activités de communication

Il convient tout d'abord de rappeler que la Cour des comptes remet officiellement son Rapport Général Public (RGP) au Président de la République, au Président de l'Assemblée Nationale et au Premier Ministre. Au cours de ces audiences, le Premier Président présente la synthèse du RGP. Ces audiences sont couvertes par les médias publics. En outre, le Rapport Général Public est présenté au cours d'une conférence de presse largement couverte par les médias publics et privés. Les organisations de la société civile sont également invitées à la conférence publique de présentation du RGP. A cette occasion, le Chef du Département de communication entretient des relations et des contacts avec les médias et les OSC ; mais ces contacts restent très ponctuels.

Pour informer davantage le public sur ses activités, la Cour des comptes a organisé en 2021, avec l'appui du projet SHIGA financé par l'USAID, deux journées d'information et d'échanges avec les organisations de la société civile et les médias. Ces rencontres ont été l'occasion pour informer et échanger avec ces acteurs sur la mission, les attributions, la composition, l'organisation et le fonctionnement de la Cour des comptes. Avec toujours l'appui du projet SHIGA et de l'Union Européenne, la 2^{ème} Chambre de la Cour a entrepris des missions de formation et de sensibilisation des receveurs et des ordonnateurs des collectivités territoriales des régions de Dosso, Maradi et Zinder sur les procédures de contrôle et les documents à fournir.

En mai 2022, le Département de Communication a réalisé et diffusé sur les médias publics et privés un film documentaire sur la mission et les attributions de la Cour des comptes. Cette activité s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du projet d'appui au renforcement des capacités de la Cour des comptes, financé par l'Union Européenne.

Des rencontres d'information et de sensibilisation ont été également organisées avec certaines parties prenantes externes, notamment les principales administrations financières : Direction Générale des Impôts, Direction Générale du Trésor et de la Comptabilité Publique et Direction Générale des Douanes. Par ailleurs, la Cour des comptes a initié des réunions d'information et de sensibilisation avec les partis politiques dans le cadre de l'amélioration de la présentation de leurs comptes. Des réunions ont également eu lieu avec certains acteurs de la décentralisation et le Conseil Supérieur de la Communication.

En ce qui concerne la visibilité graphique, tous les documents officiels de la Cour des comptes expriment son identité graphique à travers le logo. Il reste à étendre cette visibilité à tous les supports. On note l'élaboration de plaquettes qui renseignent sur la Cour.

Dans le cadre de la communication interne, l'Intranet (messagerie Outlook) et le téléphone sont les principaux canaux de communication. Le Département de la communication envisage de créer une lettre d'information électronique trimestrielle pour informer davantage sur les activités de la Cour des comptes.

2.4. Constats sur la connaissance et la perception de la Cour des comptes

Les constats sur la connaissance et la perception de la Cour des comptes ont été établis d'une part à travers les résultats de l'enquête menée auprès des parties prenantes externes et d'autre part à travers les échanges avec les parties prenantes internes.

2.4.1. Perception et attentes des parties prenantes externes

Les parties prenantes externes interrogées sont : le Gouvernement, l'Assemblée Nationale, l'administration financière, des établissements publics à caractère administratif, des collectivités territoriales, des élus locaux, des partenaires techniques et financiers et des organisations de la société civile.

Il ressort de l'enquête que le Gouvernement et l'Assemblée Nationale connaissent assez bien la Cour des comptes avec laquelle ils entretiennent des rapports institutionnels. Outre le fait qu'elle doit leur présenter son Rapport Général Public annuel, la Cour des comptes est aussi consultée par les pouvoirs exécutif et législatif pour donner des avis sur des questions d'ordre économique, financier ou de gestion des services de l'Etat. Ces institutions sont également imprégnées des textes de la Cour des comptes même si des efforts doivent être faits en la matière. A ce niveau, la Cour des comptes est perçue comme « un instrument privilégié de la gouvernance financière de l'Etat ; un levier pour l'ancrage de la démocratie et de la bonne gouvernance et un outil de transformation de notre administration⁴ ».

Cette perception positive est aussi partagée par les PTF qui considèrent la Cour des comptes, en tant que plus haute juridiction de contrôle des finances publiques, comme la garante de la bonne gouvernance en matière financière.

⁴ Source : Discours du Président de la République lors de la remise du Rapport Général Public 2013.

S'agissant des organisations de la société civile, ces dernières ont une faible connaissance de la Cour dont elles ne perçoivent que l'aspect répressif. Elles connaissent peu l'Institution, notamment sa mission, ses attributions, ses compétences et ses pouvoirs. Certains acteurs civiques confondent le rôle de la Cour des comptes à celui de l'Inspection Générale d'Etat (IGE). D'autres méconnaissent l'étendue de ses pouvoirs et les procédures suivies devant elle. Cette méconnaissance de la Cour des comptes est perceptible même chez les entités et les agents publics assujettis à son contrôle, y compris au niveau de l'administration financière, des collectivités territoriales, des partis politiques et des médias privés qui bénéficient du fonds d'aide à la presse.

Cette situation dénote le manque de visibilité de la Cour à cause du déficit de communication consécutif au retard dans la mise en œuvre de la stratégie de communication. La faible connaissance de la Cour des comptes est accentuée à l'intérieur du pays par la non-installation des Chambres régionales des comptes et l'analphabétisme d'un grand nombre de citoyens qui ne peuvent pas accéder aux informations et aux documents produits en français.

Cependant, la plupart des personnes interviewées reconnaissent la noblesse de la mission de la Cour des comptes. Leurs principaux besoins sont relatifs aux informations sur la mission, les attributions, l'organisation et le fonctionnement de la Cour. Leur principale attente est relative à l'amélioration du système de communication de la Cour afin d'accéder facilement aux informations et aux documents sur l'Institution.

2.4.2. Perception et attentes des parties prenantes internes

Les parties prenantes internes sont les membres du Bureau⁵, les Avocats généraux, le Secrétaire Général et son Adjointe, les Conseillers, les Vérificateurs, le Chef du Parquet, les Greffiers et les Chefs des Départements. Les membres du Bureau et du Secrétariat Général ont une connaissance approfondie des textes qui régissent la Cour des comptes. Ils sont également imprégnés de sa vision « d'être une institution modèle et crédible œuvrant avec professionnalisme dans le contrôle des finances publiques pour la bonne gouvernance ». Leurs principales attentes sont relatives à l'accomplissement efficace de la mission de la Cour et au fonctionnement régulier des différents services. Ils souhaitent également accroître la visibilité des activités de leur Institution.

⁵ Le Bureau comprend : le Premier Président, les Présidents des Chambres, le Rapporteur Général, le Procureur Général, le Premier Avocat Général et le Secrétaire Général.

Les entretiens avec les Conseillers, les Vérificateurs, le Chef du Parquet, le Greffier en Chef, les Greffiers des Chambres, les Chefs des Départements ont révélé une bonne appropriation de la mission, des attributions, de l'organisation et du fonctionnement de la Cour. En outre, on note une volonté de leur part de contribuer à faire de la Cour une Institution crédible et un levier efficace pour l'ancrage de la bonne gouvernance au Niger. Leurs principales attentes sont : la création des conditions optimales de travail, le renforcement de leurs capacités opérationnelles et l'amélioration de la circulation de l'information au niveau interne.

2.5. Canaux de communication

Dans cette partie, nous avons répertorié les canaux internes et externes de communication utilisés par la Cour des comptes.

2.5.1. Communication interne

2.5.1.1. Au sein du Siègre

Le Siègre de la Cour des comptes comprend le Premier Président, les Présidents des quatre Chambres, le Rapporteur Général, les Conseillers, les Vérificateurs et les Présidents des Sections. Au sein du Siègre, les canaux de communication couramment utilisés sont :

- L'Intranet à travers la messagerie Outlook ;
- Le téléphone fixe et mobile ;
- La réunion mensuelle du Bureau⁶ ;
- Les Notes du Premier Président ;
- Les bordereaux de transmission des Rapports des Chambres au Premier Président ;
- Les échanges directs interpersonnels ;

Les membres du Siègre estiment que la communication entre eux est bonne ; mais elle peut être améliorée à travers l'extension du WIFI et l'augmentation de son débit à tous les niveaux ainsi que l'accroissement de la capacité du groupe électrogène.

⁶ La réunion mensuelle du Bureau a lieu le 1^{er} jeudi de chaque mois et traite d'un ordre de jour précis : en général le point sur les activités de l'Institution, les difficultés rencontrées et les solutions à apporter. Elle regroupe le Premier Président, les Présidents des Chambres, le Rapporteur Général, le Procureur Général et le Secrétaire Général. Elle est sanctionnée par un procès-verbal rédigé par le Secrétaire Général.

2.5.1.2. Au sein du Parquet Général

Le Parquet Général comprend le Procureur Général, le Premier Avocat Général, les Avocats Généraux, le Chef de Parquet et les Attachés de Parquet. Au sein du parquet Général, les canaux de communication couramment utilisés sont :

- Les réunions périodiques d'échanges ;
- L'Intranet à travers la messagerie Outlook ;
- Le téléphone fixe et mobile ;
- Les échanges interpersonnels directs ;
- Les fiches d'imputation du Courrier ;
- Les bordereaux d'envoi ;
- Les cahiers internes de transmission.

Les membres ont une bonne appréciation de la communication au sein du Parquet Général ; mais ils estiment qu'elle peut être améliorée à travers le renforcement du fonctionnement de l'Intranet, la systématisation du compte rendu des réunions du Bureau et la rédaction des rapports des missions des Avocats Généraux.

2.5.1.3. Entre le Siège et le Parquet Général

La communication entre les membres du Siège et le Parquet Général de la Cour s'effectue à travers les canaux suivants :

- L'Assemblée Générale ;
- La réunion mensuelle du Bureau ;
- Les formations de jugement ou de consultation ;
- Les comités et commissions thématiques ;
- L'Intranet ;
- Les correspondances ;
- Les courriers de transmissions
- Les bordereaux d'envoi
- Les ordonnances de Soit-Communiqué ;
- Les conclusions et réquisitions ;

De l'avis général, la communication entre le Siège et le Parquet Général est bonne. Néanmoins, elle peut être améliorée en instituant des réunions régulières d'échanges sur

les procédures ; en créant une flotte via la téléphonie mobile entre les membres du Bureau ; et en résolvant le dysfonctionnement de l’Intranet et de la téléphonie fixe.

2.5.1.4. Entre les Chambres et au sein des Chambres

En dehors des réunions du Bureau, il n’existe pas de mécanismes formels de communication entre les Présidents des Chambres. Cependant, les Présidents des Chambres communiquent entre eux, de manière informelle, à travers les échanges directs interpersonnels, les visites dans les Bureaux, l’Intranet, le téléphone fixe et mobile. La communication peut être améliorée par l’institution de réunions périodiques entre les Présidents des Chambres, ~~notamment au moment des délibérations.~~

S’agissant de la communication au sein des Chambres entre les Présidents, les Conseillers, les Vérificateurs et les Chefs des Chambres, elle se fait à travers :

- L’Intranet ;
- Le téléphone fixe ;
- Le téléphone mobile ;
- Les cahiers/bordereaux/registres de transmission ;
- Les notes de services ;
- Les échanges directs interpersonnels ;
- Les visites des Présidents de Chambre dans les bureaux.
- Les réunions de Chambre

De manière générale, la communication au sein des Chambres est jugée bonne, car on note des bonnes pratiques comme la tenue de réunions de Chambre pour établir le programme annuel de contrôle ou pour faire l’état d’avancement des travaux ; (ii) la rédaction et le partage des procès-verbaux des réunions des Chambres (2^{ème} et 3^{ème} Chambre) ; le compte rendu régulier des réunions du Bureau (2^{ème} et 4^{ème} Chambre) ; la création de groupes WhatsApp pour pallier le dysfonctionnement du réseau téléphonique fixe (toutes les Chambres). La communication peut être améliorée en systématisant ces bonnes pratiques au niveau de toutes les Chambres ; en publiant le programme annuel de contrôle de la Cour ; en produisant et en disséminant les rapports des missions ; en améliorant la qualité de la connexion Internet ; en formant le personnel sur l’utilisation de l’Intranet ; en informant à l’avance le personnel sur les activités de la Cour (réunions, missions, événements médiatiques etc.).

2.5.1.5. Au sein du Secrétariat Général

Le Secrétariat Général comprend le Secrétaire Général et son Adjointe, les Départements⁷, le Greffe Central. La communication au sein du Secrétariat Général se fait au moyen de :

- L'intranet (canal le plus utilisé) ;
- Le téléphone fixe et mobile ;
- Les fiches d'attribution des correspondances ;
- Les notes de services ;
- Les échanges directs interpersonnels ;

De l'avis général, la communication est passable, car il n'existe pas une tradition de réunion de travail au sein du Secrétariat Général. Elle peut être améliorée en : (i) instituant des réunions mensuelles entre le SG, le SGA, les Chefs des Départements et le Greffier en Chef ; (ii) systématisant le compte rendu des réunions mensuelles du Bureau ; (iii) élaborant et en publiant le programme annuel de contrôle et l'agenda mensuel des activités de la Cour ; (iv) augmentant le débit de l'Internet ; (v) créant une flotte via la téléphonie mobile pour pallier au dysfonctionnement du téléphone fixe ; (vi) organisant des séances de restitution des rapports de mission et de formation ; (vii) en organisant des voyages d'études pour s'imprégner des expériences d'autres ISC en matière de communication institutionnelle ; et (ix) étoffant le Département des Systèmes d'Information et celui de la Communication et des Relations Publiques de ressources humaines notamment par un Webmaster, un Community Manager et un journaliste.

2.5.1.6. Autre Personnel Administratif et Technique

Le Personnel Administratif et Technique (PAT) est constitué par les membres du Cabinet du Premier Président, les secrétaires des Présidents des Chambres, du Procureur Général et du Secrétaire Général, les agents de sécurité, les chauffeurs, les manœuvres, les plantons etc. La communication avec le PAT s'effectue à travers :

- L'intranet pour diffuser les avis de réunion ;
- Le téléphone fixe et mobile ;
- Les contacts directs interpersonnels ;

La communication est jugée passable par les uns et mauvaise par les autres car le PAT n'est pas systématiquement informé sur les activités menées par la Cour. Cette communication

⁷ Il s'agit des Départements suivants : Systèmes d'Information, Ressources Humaines, Documentation et Archives, Ressources Financières et du Matériel, Communication et Relations Publiques.

peut être améliorée en mettant en œuvre la stratégie d'implication des parties prenantes internes élaborée dans le cadre du programme IDI/INTOSAI ; en diversifiant et en rendant accessibles les canaux de communication (tableau d'affichages, groupes WhatsApp) ; en organisant des réunions périodiques et régulières entre les Responsables de l'Institution et le PAT.

2.6. Constats généraux sur la communication interne

En dépit de l'existence de bonnes pratiques, la communication interne de la Cour est jugée globalement passable, à cause d'une part de la non-prise en compte de cette dimension dans la stratégie de communication élaborée depuis 2015 ; et d'autre part de la non mise en œuvre de la stratégie d'implication des parties prenantes élaborée en 2019. La densité des flux d'information entre les niveaux stratégique et opérationnel, les disparités dans l'accès aux informations (notamment les comptes rendus des réunions du Bureau), la lenteur de la circulation de l'information, le dysfonctionnement des principaux canaux de communication (pannes d'Internet, de téléphone fixe et d'électricité) engendrent des frustrations au sein du personnel de la Cour et favorisent la circulation des rumeurs voire de la désinformation.

2.7. Analyse FFOM de la communication interne

Sur la base des informations recueillies à travers la revue documentaire et les entretiens, l'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces de la communication interne est présentée dans le tableau ci-dessous.

Tableau n°2 : FFOM de la communication interne

FORCES	FAIBLESSES
➤ Existence d'une vision orientée vers la culture de la transparence ➤ Existence d'un siège qui abrite tous les services de la Cour ➤ Tenue régulière des réunions du Bureau ➤ Compte rendu des conclusions des réunions du Bureau par certains Présidents des Chambres	➤ Faible culture de circulation de l'information à l'interne ➤ Pannes récurrentes d'Intranet ➤ Panne du téléphone fixe dans certains bureaux ➤ Faible capacité de certains agents à utiliser l'Intranet

➤ Connexion de tous les postes à l'Intranet ➤ Disponibilité du téléphone fixe dans les bureaux ➤ Existence des Départements de communication et de Relations Publiques ; et des systèmes d'information ➤ Existence d'une stratégie de communication et d'une stratégie d'implication des parties prenantes	➤ Absence de réunions régulières d'échanges d'informations au sein des structures de la Cour ➤ Insuffisance de ressources financières pour mettre en œuvre la stratégie de communication ➤ Insuffisance de ressources humaines au niveau des Départements de Communication et des Systèmes d'Information ➤ Non mise en œuvre de la stratégie d'implication des parties prenantes ➤ Inexistence de tableaux d'affichage
OPPORTUNITES ➤ Disponibilité des membres du Siège et du Parquet Général à améliorer la communication interne ➤ Démarrage imminent du programme IDI/INTOSAI sur la stratégie d'implication des parties prenantes ➤ Crédibilité de la Cour des comptes auprès des citoyens ➤ Crédibilité de la Cour des Comptes auprès des PTF ➤ Disponibilité des PTF à financer la stratégie de communication ➤ Appartenance de la Cour des comptes à plusieurs réseaux d'Institutions Supérieures de contrôle	MENACES ➤ Résistance pour l'instauration d'une nouvelle culture institutionnelle axée sur la circulation de l'information ➤ Intensification de la circulation des rumeurs à l'interne ➤ Persistance de la frustration de certains agents due à la faible circulation de l'information à l'interne ➤ Démotivation du Personnel de contrôle et du Personnel Administratif et Technique

2.8. Communication externe

Dans cette partie, nous allons examiner la communication entre la Cour des comptes et les parties prenantes externes, notamment les autorités politiques, les Institutions judiciaires, les réseaux des Institutions Supérieures de Contrôle, les entités et personnes assujetties au contrôle, les citoyens et les organisations de la société civile et des médias.

2.8.1. Avec les autorités politiques

En vertu de l'article 149 de la loi organique n°2020-035 du 30 juillet 2020, « la Cour des comptes établit annuellement un rapport général public relatif aux observations faites à l'occasion des diverses vérifications effectuées pendant l'année précédente ainsi qu'à la gestion et aux résultats des entreprises contrôlées par elle ». Avant d'être rendu public, le Rapport Général est remis au Président de la République, au Président de l'Assemblée Nationale et au Premier Ministre. En vertu de l'article 105, « les arrêts de la Cour des comptes sont revêtus de la formule exécutoire lorsqu'ils donnent lieu à la fixation d'une amende ou la prononciation d'un débet (...). Un rapport sur l'état d'avancement des procédures de recouvrement, en cours ou achevés dans l'année, est adressé chaque année au Président de la République et au Premier ministre (...) ». En outre, selon l'article 85, les Arrêts rendus par la Cour en matière de discipline budgétaire et financière sont communiqués au Président de la République par le Premier Président. Aux termes de l'article 139, la Cour est compétente pour recevoir et contrôler les déclarations des biens du Premier Ministre et des Ministres. Le défaut de transmission des déclarations et des mises à jour, dans les délais prévus, est porté à la connaissance du Président de la République et du Premier Ministre. A toutes ces occasions, la Cour communique avec les autorités politiques à travers :

- Les correspondances de demande d'audience ;
- Les correspondances de saisine pour avis et de transmission des avis ;
- Les audiences de remise du Rapport Général Public ;
- Les notes du Premier Président au Président de la République et au Premier Ministre;
- Les réunions avec le Ministère des Finances et la Commission des Finances et du Budget de l'Assemblée Nationale ;
- Les lettres de notification aux Ministres de tutelle des rapports et des arrêts définitifs.

En général, la communication entre la Cour et les autorités politiques est appréciée comme bonne, car les demandes d'audience de la Cour ont toujours reçu une suite favorable.

2.8.2. Avec les Institutions judiciaires

En vertu de l'article 116 alinéa 2 de la Constitution du 25 novembre 2010, « le pouvoir judiciaire est exercé par la Cour constitutionnelle, la Cour de cassation, le Conseil d'Etat, la Cour des comptes, les cours et tribunaux ». En tant que Responsable d'institution judiciaire, le Premier Président de la Cour des comptes communique avec ses homologues à travers :

- La participation au Conseil Supérieur de la Magistrature ;
- La participation aux Commissions d'Avancement ;
- Les lettres conjointes ;
- Les correspondances de transmission des rapports et des Arrêts ou demande d'avis ;
- Les concertations informelles entre les Présidents des hautes juridictions.

La communication entre la Cour et les autres Institutions judiciaires est jugée bonne. Mais elle doit être améliorée, notamment avec l'Agence Judiciaire de l'Etat (AJE) en instituant un mécanisme de feedback (retour) sur les recouvrements effectués par l'AJE dans le cadre de l'exécution des arrêts rendus par la Cour.

2.8.3. Avec les Réseaux des Institutions Supérieures de Contrôle

La Cour des comptes du Niger est membre de plusieurs réseaux internationaux et régionaux d'ISC. Au nombre de ces réseaux, on peut citer : CREFIAF, AFROSAI, INTOSAI, AISCCUF et AA-HJF. La Cour est également liée par des accords bilatéraux avec les ISC du Sénégal, de la Turquie et de la France. La Cour communique avec les réseaux et les ISC partenaires à travers :

- Les correspondances du Premier Président ;
- La participation aux activités des réseaux (AG, réunions, colloques, séminaires) ;
- La participation aux réunions des organisations internationales et régionales ;
- Les missions de travail ;
- Les voyages d'études, d'imprégnation et de partage des bonnes pratiques ;
- Les visioconférences ;
- Les publications à travers le site Web et les revues spécialisées.

La communication avec ces Réseaux et ces ISC partenaires est globalement bonne. Avec l'avènement de la COVID 19 qui a restreint les voyages, la Cour des comptes a accru ses capacités de communication à distance en équipant trois salles avec des appareils de visioconférence. La communication avec les Réseaux peut être améliorée en renforçant le

débit de la connexion Internet et en formant les membres du Siège et du Parquet Général sur l'utilisation des applications de réunion à distance (Zoom, Team etc.).

2.8.4. Avec les entités et les personnes assujetties au contrôle

En vertu de l'article 141 de la Constitution du 25 novembre 2010, la Cour des comptes « est la plus haute juridiction de contrôle des finances publiques. Elle exerce une compétence juridictionnelle, une compétence de contrôle ainsi qu'une compétence consultative. Elle est juge des comptes de l'Etat, des collectivités territoriales, des établissements et entreprises publiques, des autorités administratives indépendantes et de tout organisme bénéficiant du concours financier de l'Etat et de ses démembrements ». Selon l'article 51 de la Constitution, la Cour des comptes est également chargée de contrôler la déclaration des biens du Président de la République telle que reçue par la Cour constitutionnelle. Cette compétence est élargie, par l'article 78, au Premier ministre, aux Ministres, aux Présidents des Institutions de la République et aux Responsables des autorités administratives indépendantes. Hormis ces personnalités, avec l'adoption de la loi n° 2020-028 du 02 juillet 2020, au moins 2500 autres agents publics sont désormais assujettis à l'obligation de la déclaration des biens.

La Cour communique avec ces entités et ces personnes par les canaux suivants :

- Les correspondances de notification de contrôle ;
- Les réunions de lancement des contrôles ;
- Les réunions de restitution des conclusions du contrôle ;
- Les échanges directs interpersonnels entre les membres de la Cour et les justiciables ;
- Les correspondances de transmissions et de notification des rapports et arrêts ;
- Les lettres de rappel de dépôt des comptes ;
- Les bordereaux d'envoi et de transmission des comptes ;
- Les Accusés de Réception des rapports et des arrêts ;
- Les décharges délivrées aux receveurs ;
- Les lettres de transmission des observations et des réponses des entités et des personnes assujetties au contrôle ;
- Les mises en demeure ;
- Les notes du Parquet Général ;

Globalement, la communication entre la Cour, les entités et les personnes assujetties à son contrôle est appréciée comme passable car elle n'est pas très fluide. Cette situation peut être améliorée en : (i) dotant le Greffe central de moyens pour notifier à temps les rapports et les arrêts aux justiciables qui sont éloignés ; (ii) accélérant la mise en place des Chambres régionales des comptes ; (iii) multipliant les journées d'informations et d'échanges avec les entités et les agents assujettis par les différentes Chambres et le Parquet Général ; (iii) en vulgarisant des modèles de format de présentation des comptes des partis politiques et des déclarations des biens ; (iv) intensifiant les missions de sensibilisation auprès des entités contrôlées sur les procédures suivies devant la Cour ; (v) mettant en œuvre la stratégie d'implication des parties prenantes ; (vi) publiant les guides et les outils de contrôle ; (vii) présentant des communications sur la Cour au cours des rencontres de l'Association des Municipalités du Niger (AMN) et de l'Association des Régions du Niger (ARENI) ; (viii) réalisant et diffusant sur les médias publics et privés des documentaires et des publi-reportages sur la Cour des comptes.

2.8.5. Avec les citoyens et les organisations de la société civile et les médias

Afin de garantir les droits des citoyens à l'information, la Cour des comptes a l'obligation de rendre publics les rapports de contrôle qu'elle organise, les déclarations des biens des personnalités et des agents publics assujettis, la situation de l'état d'exécution de ses recommandations. A ces différentes occasions, elle communique en direction des citoyens et des organisations de la société civile à travers divers canaux :

- Les conférences de presse de présentation du RGP ;
- Les entretiens avec les demandeurs d'informations ;
- Les demandes de consultation sur place des documents ;
- La participation aux conférences-débats et débats ;
- La publication des textes, rapports et arrêts sur le site Web ;
- La publication des rapports et déclarations des biens au JORN et par voie de presse ;
- La couverture médiatique des activités de la Cour ;
- Les journées portes-ouvertes.

De l'avis des acteurs de la société civile, la communication entre eux et la Cour est jugée passable. Les pistes d'amélioration proposées sont : (i) accroître la visibilité de la Cour sur les médias et les réseaux sociaux ; (ii) organiser des missions foraines d'information des

citoyens à l'intérieur du pays ; (iii) publier une Newsletter sur les activités de la Cour ; (iv) produire et distribuer des outils de branding (casquettes, stylos, clés USB, agendas, calendrier etc.) pour promouvoir l'image de la Cour ; (v) recruter un Webmaster pour assurer la mise à jour régulière du site Web ; (vi) recruter un Community Manager pour accroître la visibilité de la Cour sur les réseaux sociaux ; (vii) publier régulièrement les différents rapports au JORN et par voie de presse ; (viii) publier sur les réseaux sociaux des capsules audiovisuelles en langues nationales sur la Cour ; (ix) créer et opérationnaliser un service d'accueil, d'orientation et d'information des usagers.

2.9. Principaux constats sur la communication externe

En dépit de la multitude de canaux, la communication externe de la Cour est jugée passable par les membres, le personnel et les parties prenantes externes. Cela s'explique principalement par la non mise en œuvre de la stratégie de communication élaborée en 2015 et la stratégie d'implication des parties prenantes élaborée dans le cadre du programme IDI/INTOSAI. En effet, la Cour des comptes n'est pas bien connue dans son environnement externe : elle est souvent confondue à la Cour constitutionnelle, à l'Inspection Générale d'Etat (IGE) ou à l'Inspection Générale des Administrations Territoriales (IGAT). En outre, certains agents publics nouvellement assujettis à la déclaration des biens par la loi n° 2020-028 du 02 juillet 2020 ne sont pas informés de cette situation, quand bien même que « nul n'est censé ignorer la loi ».

Au niveau du siège de la Cour, il existe à chaque niveau des panneaux qui indiquent les services qui y sont abrités. Sur les portes des bureaux, il est indiqué les fonctions des occupants. Cependant, on note l'absence au rez-de-chaussée d'un service d'accueil, d'information et d'orientation des usagers. Il manque également sur les tables des bureaux des écussons indiquant les noms, prénoms et fonctions des occupants.

2.10. Analyse FFOM de la communication externe

Sur la base des informations recueillies à travers la revue documentaire et les entretiens, l'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces de la communication externe est présentée dans le tableau ci-dessous.

Tableau n°3 : FFOM de la communication externe

FORCES	FAIBLESSES
➤ Existence d'une vision orientée vers la culture de la transparence ➤ Existence d'un cadre juridique régissant les procédures suivies devant la Cour ➤ Existence d'un cadre juridique fixant les modalités de communication avec les parties prenantes externes ➤ Existence de plusieurs canaux de communication avec les parties prenantes externes ➤ Publication régulière du Rapport Général Public ➤ Existence d'un site Web accessible au public ➤ Existence de comptes et pages de la Cour sur les réseaux sociaux ➤ Existence de Départements de communication et de Relations Publiques ; et des systèmes d'Information ➤ Existence d'une stratégie de communication et d'une stratégie d'implication des parties prenantes internes	➤ Faible connaissance de la Cour dans son environnement externe ➤ Méconnaissance des procédures suivies devant la Cour par certaines entités et agents assujettis ➤ Non installation des Chambres régionales ➤ Faible débit d'Internet et pannes récurrentes ➤ Absence de réunions régulières d'échanges d'informations avec les parties prenantes externes ➤ Insuffisance de ressources financières pour publier dans les médias les rapports de synthèse et les déclarations des biens ➤ Absence de Webmaster et de Community Manager ➤ Faible niveau de mise en œuvre de la stratégie de communication ➤ Non mise en œuvre de la stratégie d'implication des parties prenantes externes ➤ Inexistence de service d'accueil, d'information et d'orientation des usagers ➤ Inexistence de boîte de suggestion dédiée aux usagers

OPPORTUNITÉS	MENACES
➤ Disponibilité des membres du Siège et du Parquet Général à améliorer la communication externe ➤ Démarrage imminent du programme IDI/INTOSAI sur la stratégie d'implication des parties prenantes ➤ Projet d'amélioration de la bande passante nationale ➤ Existence d'un paysage médiatique ➤ Disponibilité des PTF à financer la mise en œuvre de la stratégie de communication	➤ Interruption ou coupure prolongée d'Internet ➤ Attaques contre le système informatique de la Cour ➤ Piratage du site Web de la Cour ➤ Piratage des comptes et pages de la Cour sur les réseaux sociaux ➤ Diffusion de fausses informations sur la Cour à travers certains médias ➤ Propagation de la désinformation sur la Cour à travers les réseaux sociaux

III. ORIENTATIONS ET AXES STRATEGIQUES

3.1. Orientations stratégiques

La stratégie de communication s'inspire de la vision, de la mission et des valeurs déclinées dans le Plan stratégique de la Cour des comptes. Pour rappel, la Cour a pour vision « d'être une Institution modèle et crédible œuvrant avec professionnalisme dans le contrôle des finances publiques pour la bonne gouvernance ». Sa mission est de « promouvoir la bonne gouvernance financière et la transparence dans la gestion des ressources publiques, à travers la reddition des comptes et la réalisation de contrôles de qualité ». Dans l'accomplissement de sa mission, les membres et le personnel de la Cour se fondent sur les valeurs suivantes :

- **Indépendance** : les personnes chargées de contrôle évitent toute situation de nature à porter atteinte à leur impartialité et à leur neutralité ;
- **Impartialité** : formuler les opinions sans préjugé de toute nature ni parti pris ;
- **Intégrité** : les personnes chargées de contrôle exercent leurs tâches avec honnêteté et droiture ;
- **Compétence** : les personnes chargées du contrôle sont tenues à tout instant de faire preuve de professionnalisme ;
- **Objectivité** : les personnes chargées du contrôle doivent s'attacher à rester objectives dans leur façon de traiter les problèmes et les questions qu'elles examinent ;
- **Equité** : dans le cadre de leurs missions, toutes les personnes chargées du contrôle doivent avoir un sens aigu de justice en ayant le même respect et le même égard à l'endroit de chacun des justiciables ;
- **Sens de l'intérêt public** : travailler avec dévouement pour le bien commun.

La stratégie de communication est orientée vers la recherche d'une meilleure connaissance de la Cour : sa vision, sa mission, sa composition, ses attributions, son organisation et son fonctionnement. De ce fait, elle doit d'abord contribuer à améliorer l'image de la Cour, à donner une plus grande visibilité à ses activités et à répondre aux attentes des parties prenantes internes et externes. Ensuite, la mise en œuvre de la stratégie de communication doit d'une part permettre de consolider les forces et de corriger les faiblesses de l'environnement interne ; et d'autre part de saisir les opportunités et contrecarrer ou atténuer les menaces de l'environnement externe.

Enfin, l'implémentation des activités contenues dans la stratégie de communication doit respecter les principes d'efficacité et d'efficience de la dépense publique ainsi que les engagements contractuels de la Cour avec ses partenaires techniques et financiers.

Par ailleurs, la stratégie de communication doit être mise en œuvre avec professionnalisme, dans le respect des principes fondamentaux de la communication, notamment :

- Définir des objectifs clairs ;
- Identifier les publics cibles ;
- Elaborer des messages consistants ;
- Identifier des messagers crédibles ;
- Donner les formes appropriées aux messages ;
- Choisir les canaux de communication appropriés ;
- Choisir les moments appropriés ;
- Planifier la mise en œuvre des activités ;
- Prévoir un budget suffisant ;
- Suivre et évaluer la stratégie.

3.2. Axes stratégiques

Au regard d'une part de la vision, de la mission et des valeurs de la Cour et d'autre part de l'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces, la stratégie de communication réactualisée est articulée autour de quatre (4) Axes stratégiques à savoir :

- **Axe stratégique 1** : Renforcement de la communication interne de la Cour ;
- **Axe stratégique 2** : Amélioration de la connaissance et de la visibilité de la Cour ;
- **Axe stratégique 3** : Renforcement des Départements de la Communication et des Relations Publiques et des Systèmes d'Information ;
- **Axe stratégique 4** : Renforcement des capacités du personnel de la Cour en communication.

3.2.1. Renforcement de la communication interne de la Cour

Comme indiqué dans l'analyse FFOM, les informations ne circulent pas de manière fluide et systématique au sein de la Cour des comptes. Pour améliorer cette situation, il faut mettre au sein de la Cour un schéma opérationnel de circulation de l'information au niveau interne, en diversifiant les canaux de communication à travers l'institution à tous les niveaux de réunions régulières de travail et d'échanges d'informations ; la tenue de rencontres

périodiques d'échanges entre le Bureau, le Personnel de contrôle et le PAT ; la publication d'une Newsletter électronique mensuelle pour informer à l'interne sur les programmes annuels de contrôle, les activités de la Cour et les missions ; la création d'une flotte via la téléphonie mobile intégrant tous les membres et le personnel administratif et technique de la Cour ; la création de groupes WhatsApp du Bureau, du Parquet Général, du Secrétariat Général, des Chambres et des Départements ; l'installation et l'utilisation de tableaux d'affichage à tous les niveaux du bâtiment ; l'installation d'une boîte de suggestions dédiée ~~aux membres~~, au personnel de contrôle et au personnel administratif et technique.

3.2.2. Amélioration de la connaissance et de la visibilité de la Cour

Comme l'a relevé l'analyse FFOM, la Cour des comptes n'est pas suffisamment connue ; et ses activités n'ont pas la résonnance souhaitée. Pour améliorer la connaissance et la visibilité de la Cour, les activités suivantes doivent être menées :

- organiser des journées portes ouvertes
- des rencontres périodiques par chaque Chambre et le Parquet Général avec les entités et les agents assujettis au contrôle, les citoyens et les organisations de la société civile ;
- signer des conventions de partenariat avec les médias publics et privés pour assurer une large couverture aux activités de la Cour ;
- vulgariser les textes régissant la Cour des comptes, les rapports des différentes chambres et le suivi des recommandations à travers les médias publics et privés ;
- concevoir, imprimer et distribuer des affiches, des dépliants sur la mission et les attributions de la Cour et confectionner des kakémonos à déployer au cours des activités publiques organisées par la Cour ; renforcer la visibilité graphique de la Cour en relookant le logo pour le rendre plus expressif, en élaborant la signature institutionnelle et en définissant une identité sonore ; accroître la visibilité numérique de la Cour en créant et en mettant à jour des comptes et des pages sur les plateformes numériques (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube) ; créer un service d'accueil, d'information et d'orientation des usagers ; rendre accessible au public le centre de documentation destiné au public ; mettre en place une boîte de suggestion dédiée aux usagers ; augmenter le débit de la connexion Internet et héberger le site à l'extérieur ; augmenter la capacité du site Web, le rendre attractif, le mettre à jour régulièrement et le référencer sur les sites Web des réseaux et des ISC partenaires de la Cour ; concevoir et placer sur les tables des bureaux des écussons indiquant les noms, les prénoms et les fonctions des occupants.

3.2.3. Renforcement du Département de la communication et des relations publiques

Pour rappel, la Cour des comptes dispose d'un Département de la communication et des relations publiques dont la principale attribution est de définir et de mettre en œuvre la politique de communication de l'Institution. L'Arrêté n° 013/CDC/PP/SG du 01 février 2021 portant organisation, attributions, et fonctionnement des départements et du greffe central de la Cour des comptes n'a pas prévu de Divisions pour ce Département. De ce fait, le Chef de Département assure seul l'exécution de toutes les activités de communication.

Pour permettre au Département de la communication et des relations publiques d'accomplir efficacement sa mission, il est nécessaire d'une part de créer deux Divisions, l'une chargée de la Communication et l'autre des Relations Publiques ; et d'autre part de nommer deux Chefs de Division et recruter trois agents qui vont assurer les fonctions de Webmaster, de Community Manager et de Journaliste-reporter. Après le recrutement, il est nécessaire d'organiser des ateliers d'appropriation, de suivi et d'évaluation de la stratégie de communication. Les voyages d'échanges d'expériences auprès des ISC partenaires qui ont un savoir-faire avéré dans le domaine de la communication institutionnelle peuvent contribuer à renforcer les capacités du personnel de ce Département.

Le Département de la communication et des relations publiques doit également être doté de moyens matériels modernes : caméra, appareil photo, enregistreur, table de montage numérique et vidéoprojecteur. Enfin, ce Département doit bénéficier d'une dotation budgétaire conséquente. A cet effet, une stratégie spécifique doit être élaborée afin de mobiliser auprès de l'Etat et des PTF les ressources financières, matérielles et humaines nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie de communication.

3.2.4. Renforcement du Département des systèmes d'information

Pour rappel, le Département des systèmes d'information a pour mission de définir et mettre en œuvre la politique informatique en accord avec la stratégie générale de la Cour et ses objectifs de performance. Il comprend deux Divisions : la Division de maintenance réseaux et télécommunications ; et la Division de base de données et développement des applications. Mais ces deux Divisions ne sont pas actuellement opérationnelles.

Pour permettre au Département des systèmes d'information d'accomplir efficacement sa mission, ses Divisions doivent être pourvues de Chefs de Division et de personnel, un Webmaster, un spécialiste en maintenance des réseaux et un Web développeur.

3.2.5. Renforcement des capacités du personnel de la Cour en communication

L'analyse des canaux de communication a démontré que le fonctionnement quotidien de la Cour est très dépendant des Technologies de l'Information et de la Communication. En effet, sans les ordinateurs, l'Internet et l'Intranet, l'Institution ne peut pas travailler efficacement et accomplir ainsi sa mission. D'où la nécessité de renforcer les capacités du personnel de contrôle et du personnel administratif et technique en bureautique et en TIC à travers l'organisation de sessions annuelles de formation et des séances trimestrielles d'assistance technique au personnel qui rencontrent des difficultés dans l'utilisation des outils informatiques et de l'Intranet.

Les séances de formation doivent être assurées par des experts en Bureautique et en TIC ; tandis que les séances d'assistance technique peuvent être assurées par le Département des Systèmes d'Information, à condition de le doter de ressources humaines compétentes.

La Cour doit renforcer les capacités des nouveaux membres, Avocats généraux, Conseillers, Vérificateurs, Greffiers à travers des ateliers de formation sur les orientations stratégiques de l'Institution ; le cadre juridique et institutionnel ; la rédaction des rapports, arrêts et conclusions ; l'éthique et la déontologie de la Cour ; les standards internationaux en matière de vérification et de contrôle. Sur le même chapitre, la Cour doit accélérer la mise en place des Chambres régionales afin de se rapprocher des justiciables et de se faire connaître davantage auprès des citoyens basés à l'intérieur. En effet, les Chambres régionales seront les relais de la communication de la Cour au niveau des régions administratives si elles sont dotées de services de communication.

Enfin, la Cour des comptes doit organiser des retraites annuelles au bénéfice de son Personnel. Ces retraites seront des occasions pour dresser les bilans des activités menées au cours de l'année écoulée, des difficultés rencontrées, des leçons apprises et pour établir le programme de contrôle de l'année suivante. Elles seront également des moments privilégiés pour renforcer l'esprit d'équipe, la cohésion et les relations interpersonnelles.

TROISIEME PARTIE : PLAN D’ACTION 2023-2025

PLAN D'ACTION DETAILLE (2022-2024)

Activités		Indicateur	Source de vérification	Responsables	Nombre	Coût	Source de financement	Période													
								2023				2024				2025					
								T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4		
AXE 1 : Renforcement de la communication interne de la Cour																					
1.	Organiser des réunions mensuelles de travail et d'échanges d'information	Nombre de réunions tenues	PV des réunions	Présidents Chambres, PG, RG, SG	36	PM	PM														
2.	Organiser des rencontres semestrielles d'échanges entre le PP et le Personnel	Nombre de rencontres organisées	Rapports de rencontres	Premier Président SG	06	PM	PM														
3.	Elaborer et publier à l'interne l'agenda trimestriel des activités de la Cour	Nombre d'agendas publiés	PV des réunions mensuelles du Bureau	Premier Président Présidents des Chambres Procureur Général SG, SGA	12	PM	PM														
4.	Créer une flotte via la téléphonie mobile	Nombre d'agents connectés à la flotte	Liste des personnes connectées	Chef Département Com	PM	PM	PM														

5.	Créer des groupes WhatsApp	Nombre de groupes créés	Liste des inscrits	Chefs Département Com	PM	PM	PM												
6.	Installer des tableaux d'affichage	Nombre de tableaux installés	Tableaux visibles au Siège	Chefs Département RH et Com	05	PM	PM												
7.	Installer une boîte de suggestions pour le Personnel et les usagers	Nombre de suggestions faites	Boîte de suggestions	Chefs Département RH et Com	01	PM	PM												
8.	Publier une Newsletter électronique bimestrielle	Nombre de numéros publiés	Messagerie Outlook Intranet	Chefs Département Com et SI	12	PM	PM												
AXE 2 : Amélioration de la connaissance et de la visibilité de la Cour																			
9.	Organiser des Journées Portes Ouvertes au siège de la Cour	Nombre de journées portes ouvertes organisées	Rapports Journées Portes Ouvertes	Chefs Département RFM et Com	03	PM	PM												
10.	Organiser des rencontres d'échanges avec les	Nombre de rencontres tenues	Comptes rendus des rencontres	Présidents Chambres, PG, SG	10	PM	PM												

	parties prenantes externes																		
11.	Organiser des Rencontres d'échanges avec les OSC et les médias	Nombre de rencontres tenues	Comptes rendus des rencontres	Premier Président Présidents Chambres, PG, RG, SG	03	PM	PM												
12.	Assurer la couverture médiatique des activités de la Cour	Nombre d'activités couvertes par les médias	Contrats signés avec les médias	Chefs Département RFM et Com	PM	PM	PM												
13.	Organiser des Conférences publiques de vulgarisation des textes sur la Cour	Nombre de conférences organisées	Rapports d'activités	Premier Président Présidents Chambres, PG, RG, SG	03	PM	PM												
14.	Publier sur le site Web les rapports de la Cour	Nombre de rapports publiés	Site Web Cour	Présidents Chambres, PG, RG, SG Chef Dép SI	03	PM	PM												
15.	Concevoir et imprimer des affiches	Nombre d'affiches imprimées	Bons de commande et livraison	Chefs Département SI, RFM et Com	500	PM	PM												
16.	Concevoir et imprimer des dépliants	Nombre de	Bons de commande et livraison	Chefs Département	1000	PM	PM												

[illegible]

23.	Mettre à jour régulièrement du site Web de la Cour	Nombre nouveaux contenus	Site Web de la Cour	Chefs Département SI et Com	01	PM	PM												
24.	Référencer le site Web de la Cour sur les Sites des Réseaux, ISC partenaires	Nombre de références	Sites Web des Réseaux et ISC partenaires	Chef Département SI	PM	PM	PM												
25.	Créer et opérationnaliser un service d'accueil, d'information d'orientation des usagers	Service accueil opérationnel	Arrêté créant le Service d'accueil	Premier Président, SG	01	PM	PM												
26.	Confectionner et placer sur les tables des bureaux des écussons	Nombre d'écussons placés	Bureaux au siège de la Cour	Chefs Département RFM et Com	PM	PM	PM												
27.	Publier des articles dans la revue « La vie des Institutions »	Nombre d'articles publiés	Numéros publiés de la revue	PP, PG, PAG, AG PC, RG, SG, SGA, Personnel	PM	PM	PM												
28.	Publier les modèles des formats de	Nombre de modèles	RPG, Rapports	Président 4 ^{ème} Chambre	PM	PM	PM												

	présentation des comptes partis politiques et des déclarations des biens	produits et vulgarisés																		
29.	Organiser des missions foraines d'information des citoyens à l'intérieur du pays	Nombre de missions foraines organisées	Rapports des missions foraines	PP, PG, PAG, AG PC, RG, SG, SGA,	08	PM	PM													
30.	Commander et distribuer des outils de branding	Nombre d'outils commandés	Bons de commande et livraison	Chefs Département RFM et Com	03	PM	PM													
31.	Publier les rapports de synthèse des déclarations des biens au JO et par voie de presse	Nombre rapports de synthèse de déclarations publiés	Numéros du JO et des journaux	PP Président 4 ^{ème} Chambre	03	PM	PM													
32.	Publier les rapports de synthèse des	Nombre rapports de	Numéros du JO	PP Président 4 ^{ème} Chambre		PM														

	contrôles des comptes des partis politiques dans le JO	contrôle publiés			03		PM												
33.	Concevoir et publier sur les réseaux sociaux des capsules audio et vidéo en langues nationales sur la Cour	Nombre de capsules publiées	Comptes et pages de la Cour sur les réseaux sociaux	Chefs Département SI et Com	10	PM	PM												
34.	Réaliser et diffuser sur les médias publics et privés des publiereportages sur la Cour	Nombre de publiereportages réalisée et diffusés	Médias publics et privés	Chefs Département Com et RFM	05	PM	PM												
AXE 3 : Renforcement des Départements de la communication et des relations publiques et des systèmes d'information																			
35.	Créer deux Divisions au sein du DCRP	Deux Divisions créées	Arrêté n° 013 modifié	PP et SG	01	PM	PM												
36.	Recruter et nommer deux Chefs de	Deux chefs de	Contrats de travail	SG, Chef Département RH	02	PM	PM												

	Division au DCRP et DSI	division recrutés	Arrêtés les nommant															
37.	Recruter un Webmaster, 1 Community Manager et un Journaliste	Trois agents recrutés	Contrats de travail	SG, Chef Département RH	03	PM	PM											
38.	Organiser des ateliers d'appropriation, de suivi et d'évaluation de la stratégie de Com	Nombre d'ateliers organisés	Rapport atelier de formation	Chef Département Com	03	PM	PM											
39.	Organiser des voyages d'étude et d'échanges d'expériences	Nombre de voyages d'études organisés	Rapports des missions	Chef Département Com	02	PM	PM											
40.	Acquérir des matériels modernes de communication	Nombre de matériels acquis	Bons de commande, de livraison PV de réception	Chefs Département RFM et Com	PM	PM	PM											
41.	Elaborer une stratégie de fundraising en Com	Stratégie élaborée	Document de stratégie	Chefs Département RFM et Com	PM	PM	PM											

CONCLUSION

La réactualisation de la stratégie de communication répond à un besoin voire une nécessité de renforcer les capacités stratégiques de la Cour des comptes du Niger, particulièrement dans les domaines de la communication institutionnelle, des Relations Publiques et de l'implication des parties prenantes internes et externes. Elle a permis de diagnostiquer et d'analyser les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de l'environnement interne et externe de la communication.

A l'issue du diagnostic et de l'analyse, les activités pertinentes et adaptées au contexte actuel, contenues dans le précédent document de stratégie de communication ont été maintenues. Et de nouvelles activités ont été proposées notamment dans les domaines de la communication institutionnelle interne et de la visibilité numérique de la Cour.

La stratégie de communication réactualisée sera examinée et adoptée dans le cadre d'un atelier au cours duquel les propositions d'activités seront soumises à la validation des membres de la Cour.

Le document validé sera par la suite finalisé à travers l'estimation des coûts des activités et l'identification des sources de financement. En tout état de cause, il importe de souligner que la réussite de la stratégie de communication dépendra de la capacité de la Cour des comptes à mobiliser les ressources financières et humaines nécessaires à la mise en œuvre des activités. De ce fait, il est impératif d'élaborer aussitôt la stratégie de levée des fonds prévue à cet effet et de mettre en place le dispositif institutionnel d'implémentation de la stratégie de communication. En effet, au-delà du personnel du Département de la communication et des relations publiques, tous les acteurs internes doivent s'approprier cette stratégie et s'impliquer dans sa mise en œuvre. C'est à cette condition que la Cour des comptes du Niger va devenir « une maison en verre », c'est-à-dire une Institution transparente qui œuvre avec professionnalisme pour « promouvoir la bonne gouvernance financière et la transparence dans la gestion des ressources publiques, à travers la reddition des comptes et la réalisation de contrôles de qualité ».

ANNEXE 1 : LISTE DES STRUCTURES ET PERSONNES RENCONTREES

NOM ET PRENOM	FONCTION/TITRE
COUR DES COMPTES	
1. Pr NAREY OUMAROU	Président
2. HASSANE HODI	Procureur Général
3. OUMAROU MAGAGI TANKO	Président de la 1 ^{ère} Chambre
4. SALIFOU HAMIDOU KANE	Président de la 2 ^{ème} Chambre
5. Mme IDRISSE AZOUMI HALIDOU	Président de la 3 ^{ème} Chambre
6. ISSOUFOU BOUREIMA	Président de la 4 ^{ème} Chambre
7. ADAMOU SEYDOU	Rapporteur Général
8. HAMZA TCHEMOGO	Secrétaire Général
9. Mme RAIHINATOU MOHAMED N.	Secrétaire Générale Adjointe
10. HAMIDOU GARBA	Premier Avocat Général
11. RANAO IBRAHIM	Avocat Général
12. Mme SAFIA MAHAMAN BAKO	Chef de Parquet
13. Mme SANI AMINA KANTA	Conseillère 2 ^{ème} Chambre
14. Mme AMADOU RAHILA MADOUGOU	Vérificatrice 3 ^{ème} Chambre
15. YERIMA BAKO ISSOUFOU	Conseiller 3 ^{ème} Chambre
16. SALIFOU ADAM NANA FASSOUMA	Vérificatrice 4 ^{ème} Chambre
17. Mme BASSIROU BARKATOULAYE A.	Conseillère 4 ^{ème} Chambre
18. MOUSSA MAMADOU IBRAHIM	Vérificateur 2 ^{ème} Chambre
19. MAAZOU ALI	Vérificateur 1 ^{ère} Chambre
20. Mme ISSOUFOU LADI	Conseillère 1 ^{ère} Chambre
21. Mme MAIMOUNA TIMBO MODIBO	Chef Département Com et RP
22. Mme HASSIATOU MAMAN SALEY	Chef Département RH
23. Mme ZARATOU MAMADOU	Chef Département Archives Doc
24. ABDOULAYE CHEKARAOU	Chef Département Systèmes Info
25. Me MOUSTAPHA SANI	Greffier en Chef
26. Me MANOU MARIAMA MAMOUDOU	Chef de Chambre 3 ^{ème} Chambre
27. Mme HAMSATOU DOURAMANE B.	Chef de Chambre 4 ^{ème} Chambre

NOM ET PRENOM	FONCTION/TITRE
28. Me ABDRAHAMANE IDRISSE KINDO	Attaché de Parquet
CONSEIL SUPERIEUR DE LA COMMUNICATION	
1. GARBA OUSMANE	Secrétaire Général
ORGANISATIONS DE LA SOCIETE CIVILE	
1. HASSANE BOUKAR	Chargé de projet AEC
2. SITA MOUSOULMI	Président AN2C
3. ABDOULAYE SAIDOU	Président du REPPAD
COLLECTIVITES TERRITORIALES	
1. ABDOU OUHOU DODO	Président AMN
MEDIA	
1. ABDOURAHAMANE ZONGOMA	Directeur Groupe BONFEREY
1. MOHAMED ZAKARI	Gestionnaire Maison de la Presse
ADMINISTRATIONS PUBLIQUES	
2. LAMINE KONATE	Responsable Com DGI
PARTIS POLITIQUES	
1. MAHAMAN HAMISSOU MOUMOUNI	Président du PJD

ANNEXES 2 : GUIDES D'ENTRETIENS

I. PARTIES PRENANTES INTERNES

A. SIEGE

1. Communication interne

- a) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Siège : Premier Président, Présidents des Chambres et Rapporteur Général ?
- b) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Siège et les membres du Parquet Général ?
- c) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Siège et le Secrétaire Général ?
- d) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Siège et le personnel de la Cour des comptes ?
- e) Quelle est votre appréciation de la communication entre les membres du Siège ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

- f) Quelle est votre appréciation de la communication interne de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

2. Communication externe

- a) Quels sont les canaux de communication entre la Cour des comptes, la Présidence de la République, l'Assemblée Nationale, le Gouvernement ?
- b) Quels sont les canaux de communication entre la Cour des comptes et les autres Institutions de la République ?
- c) Quels sont les canaux de communication entre la Cour des comptes, les entités et les personnes soumises à son contrôle ?
- d) Quels sont les canaux de communication entre la Cour des comptes et les citoyens ?
- e) Quels sont les canaux de communication entre la Cour des comptes et les PTF ?
- f) Quelle est votre appréciation de la communication externe de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

B. PARQUET GENERAL

1. Communication interne

b) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Parquet Général :
Procureur Général, Premier Avocat Général, Avocats Généraux, Chef du Parquet,
Attachés de parquet ?

a) Quels sont les canaux de communication entre le Parquet Général et le Siège de la Cour
des comptes ?

c) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Siège et le Secrétaire
Général ?

d) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Parquet Général et le
personnel de la Cour des comptes ?

e) Quelle est votre appréciation de la communication entre les membres du Parquet
Général ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

f) Quelle est votre appréciation de la communication interne de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

2. Communication externe

a) Quels sont les canaux de communication entre le Parquet Général de la Cour des
comptes et les Institutions judiciaires, les Cours et Tribunaux ?

b) Quels sont les canaux de communication entre le Parquet Général et les entités et
personnes soumises au contrôle de la Cour des comptes ?

c) Quels sont les canaux de communication entre le Parquet Général de la Cour des
comptes et les citoyens ?

d) Quelles sont les forces et les faiblesses de la communication externe de la Cour des
comptes et du Parquet Général ?

e) Quelle est votre appréciation de la communication externe de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

C. SECRETARIAT GENERAL

1. Communication interne

a) Quels sont les canaux de communication entre le Secrétaire Général, les membres du Siège (Premier Président, Présidents des Chambres et Rapporteur Général) et le Parquet Général ?

b) Quels sont les canaux de communication entre les membres du Secrétariat Général : Secrétaire Général, SGA, Greffier en Chef et Chefs des Départements ?

c) Quels sont les canaux de communication entre le Secrétaire Général et le personnel de la Cour des comptes ?

d) Quelle est votre appréciation de la communication entre les membres du Secrétariat Général ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

e) Quelle est votre appréciation de la communication interne de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

2. Communication externe

a) Quels sont les canaux de communication entre le Secrétariat Général de la Cour des comptes et les Secrétariats Généraux du Gouvernement et des autres Institutions de la République ?

b) Quels sont les canaux de communication entre le Secrétariat Général de la Cour des comptes et les entités soumises à son contrôle ?

c) Quels sont les canaux de communication entre le Secrétariat Général de la Cour des comptes et les citoyens ?

d) Quelle est votre appréciation de la communication externe de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

D. DEPARTEMENTS TECHNIQUES

1. Communication interne

a) Quels sont les canaux de communication entre votre Département, le Siège, le Parquet Général et le Secrétariat Général de la Cour des comptes ?

b) Quels sont les canaux de communication au sein de votre Département ?

c) Quels sont les canaux de communication entre votre Département et le personnel de la Cour des comptes ?

d) Quelle est votre appréciation de la communication au sein de votre Département ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

e) Quelle est votre appréciation de la communication interne de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

2. Communication externe

a) Quels sont les canaux de communication entre votre Département et les prestataires de services de la Cour des comptes ?

b) Quels sont les canaux de communication entre votre Département et les partenaires de la Cour des comptes ?

c) Quels sont les canaux de communication entre votre Département et les citoyens ?

d) Quelle est votre appréciation de la communication externe de votre Département ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

e) Quelle est votre appréciation de la communication externe de la Cour des comptes ?

Bonne : Passable : Mauvaise :

Comment l'améliorer ?

II. GUIDE D'ENTRETIEN AVEC LES PARTIES PRENANTES EXTERNES

1. Connaissez-vous la Cour des comptes du Niger ?

Si oui, par quel canal :

- Réseaux Sociaux
- Site Web de la Cour
- Activités/Événements organisés par la Cour
- Médias
- Autres (à préciser)

2. Est-ce que votre Institution/entité est assujettie au contrôle de la Cour des comptes ou collabore avec la Cour des comptes ?

OUI :

NON :

Si oui, par quels canaux votre Institution/entité et la Cour des comptes ont communiqué durant le contrôle ou la collaboration ?

3. Quels sont vos besoins en informations sur la Cour des comptes ?

4. Par quels canaux souhaiteriez-vous recevoir des informations sur la Cour des comptes ?

- Réseaux Sociaux
- Site Web
- Activités organisées
- Médias : Radio : Télévision : Presse écrite :
- Email
- Autres (à préciser)

5. Quelle est votre appréciation de la communication externe de la Cour des comptes ?

- Bonne : Passable : Mauvaise :

6. Comment améliorer la communication entre la Cour des comptes, les entités partenaires ou soumises à son contrôle, les médias, les OSC et des citoyens ?

7. Selon vous quels sont les canaux les plus appropriés que la Cour des comptes doit utiliser pour mieux communiquer à l'externe ? Justifiez vos choix.