

PROJET DE L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DE LA RÉSILIENCE DES SYSTÈMES ÉDUCATIFS EN AFRIQUE (ARESRO)

Construire un avenir plus résilient : la stratégie de communication d'ARESRO

ARESRO EST MIS EN ŒUVRE EN PARTENARIAT AVEC:



DISCUSSION D'AUJOURD'HUI



PLAN DE LA SÉANCE

- Préparer le terrain
- Création d'un centre de connaissances
- Objectifs de la stratégie de communication d'ARESRO
- Atteindre nos publics
- Canaux de communication
- Partage des connaissances
- Fréquence de publication
- Apprendre et s'adapter
- Mesurer le succès
- Plan de marque



PRÉPARER LE TERRAIN : L'IMPORTANCE D'ARESRO



Les systèmes éducatifs à travers l'Afrique sont confrontés à des défis importants, notamment :

- **Changement climatique,**
- **Pandémies,**
- **Déplacements forcés,**
- **fermetures d'écoles,**
- **pauvreté et inégalités**

LE BESOIN DE RÉSILIENCE

Il est essentiel de mettre en place des systèmes éducatifs résilients pour garantir la poursuite de l'apprentissage malgré ces défis. Les systèmes résilients peuvent :

- Absorber les chocs
- S'adapter au changement
- Transformer les collectivités afin de mieux anticiper les défis futurs et de renforcer de manière proactive la capacité de les relever.

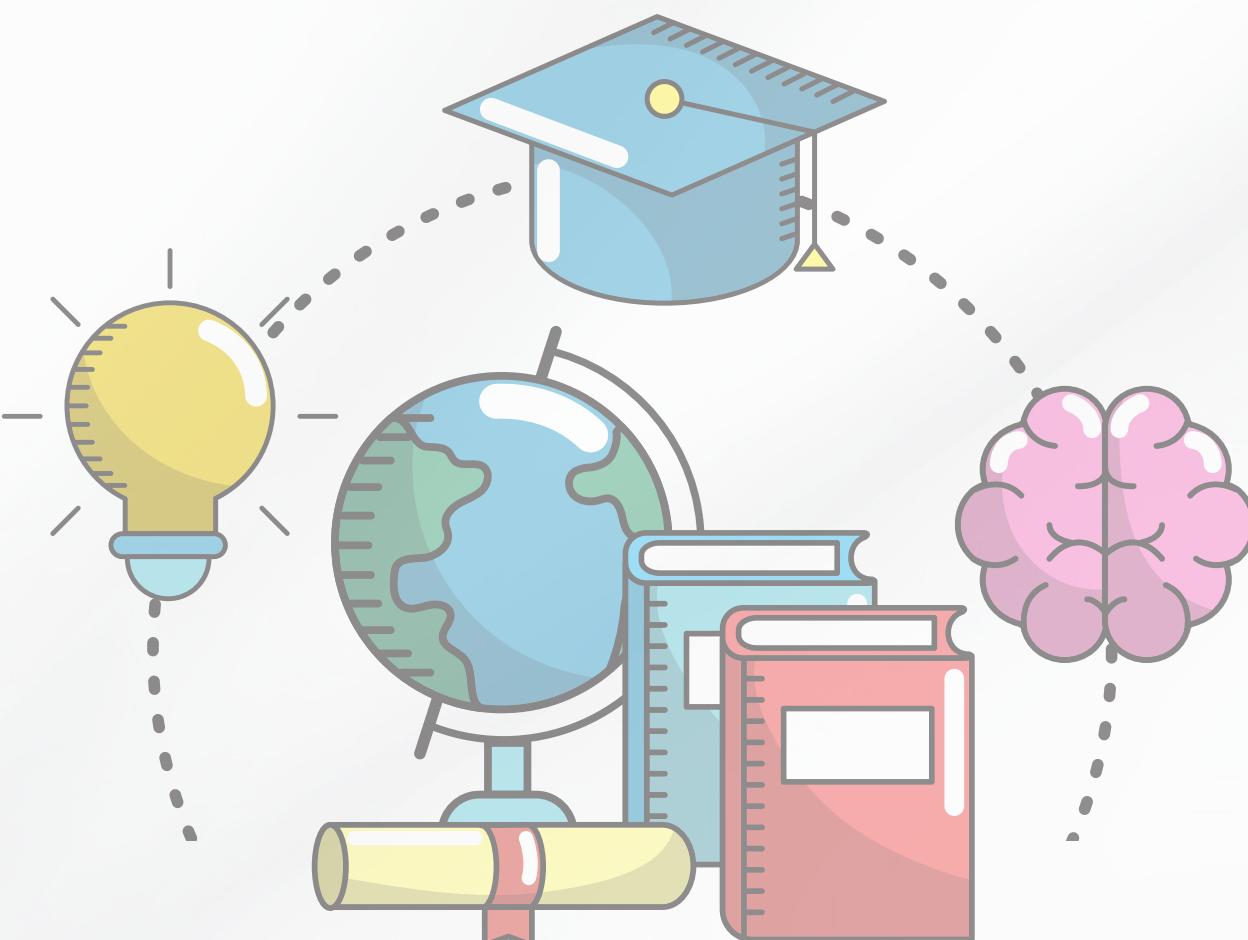
PRÉSENTATION D'ARESRO

ARESRO est une initiative novatrice qui vise à :

- Générer des données probantes essentielles sur la résilience des systèmes éducatifs en Afrique.
- Éclairer l'élaboration de politiques et de pratiques efficaces pour améliorer la résilience.
- Construire une communauté de pratique pour partager les connaissances et collaborer sur des solutions.

CONSTRUIRE UN ÉCOSYSTÈME DE CONNAISSANCES POUR LA RÉSILIENCE DES SYSTÈMES ÉDUCATIFS

L'Observatoire régional de la résilience des systèmes éducatifs en Afrique (ARESRO) vise à construire une base de connaissances solide et une communauté de pratique dynamique autour de la résilience des systèmes éducatifs en Afrique.



1

Comprendre la résilience: Comprendre en profondeur les diverses significations et pratiques de la résilience des systèmes éducatifs dans les pays partenaires du GPE.

2

Prévoir l'avenir: Explorer l'impact des chocs et des facteurs de stress futurs sur les systèmes éducatifs et leur capacité à fournir un apprentissage de qualité pour tous.

3

Identifier des solutions efficaces: Élaborer et diffuser des approches et des cadres de planification fondés sur des données probantes pour construire des systèmes éducatifs plus résilients et équitables.

OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE L'ARESRO



FAVORISER LE PARTAGE DES CONNAISSANCES

Diffuser efficacement les résultats de la recherche et les produits de connaissance pour faciliter l'apprentissage et l'adaptation au sein du projet et parmi les parties prenantes



INFLUENCER LES POLITIQUES ET LES PRATIQUES

Influencez les politiques et les pratiques par le biais d'une communication fondée sur des données probantes



ACCROÎTRE LA SENSIBILISATION

Accroître la connaissance de l'ARESRO et de son travail parmi les principaux intervenants et faciliter l'échange d'information opportun et efficace entre les partenaires du projet.



Communications internes efficaces

Assurer une communication et une coordination internes efficaces au sein de l'équipe de projet ARESRO



ATTEINDRE NOTRE PUBLIC: QUI NOUS DEVONS ENGAGER

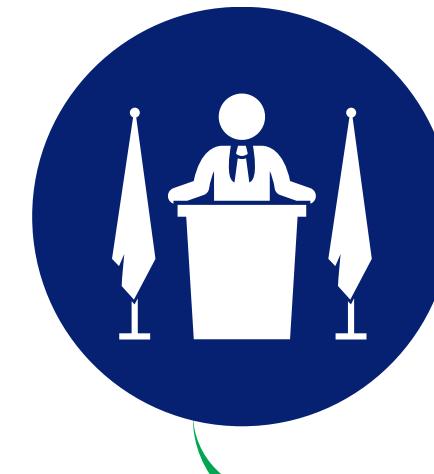


PRATICIENS (PRIMAIRE)

Public cible : Professionnels de l'éducation, y compris les enseignants, les administrateurs scolaires et les organismes communautaires

BESOINS

Des conseils pratiques, des études de cas, des boîtes à outils, du matériel de formation, des vidéos explicatives, des notes d'apprentissage et des possibilités d'apprentissage et d'échange entre pairs.



DÉCIDEURS POLITIQUES (PRIMAIRES)

Public cible : Ministères, départements et agences gouvernementales, responsables gouvernementaux aux niveaux national et infranational, responsables ministériels de l'éducation et décideurs politiques impliqués dans la planification et le développement du secteur de l'éducation.

BESOINS

Recommandations politiques fondées sur des données probantes, informations exploitables, notes d'orientation, rapports clairs et concis tels que des fiches d'information programmatiques, des résumés de haut niveau des principales conclusions et des possibilités d'engagement direct avec les chercheurs.



CHERCHEURS (PRIMAIRES)

Public : Universitaires, chercheurs et pôles du KIX travaillant dans le domaine de l'éducation.

BESOINS

Accès aux résultats de la recherche, possibilités de collaboration, publications évaluées par les pairs, présentations de conférences, résumés des résultats de la recherche et plateformes d'échange de connaissances (p. ex. forums en ligne, webinaires).



ATTEINDRE NOTRE PUBLIC: QUI NOUS DEVONS ENGAGER



PARTENAIRES DE DÉVELOPPEMENT (SECONDAIRE)

Public cible : Organismes de financement, organisations philanthropiques et autres partenaires de développement

BESOINS

Mises à jour du projet, études de cas montrant l'impact, histoires de réussite, études de cas d'apprentissage et d'adaptation en collaboration (CLA) et opportunités de s'engager avec les bénéficiaires du projet.



GRAND PUBLIC (SECONDAIRE)

Public cible : Secteur privé, organisations de la société civile, médias et grand public intéressé par les systèmes éducatifs, la résilience et le développement.

BESOINS

De l'information accessible par le biais d'articles de presse tels que des communiqués de presse, des articles de leadership éclairé tels que des articles d'opinion, des publications sur les médias sociaux, des infographies, de courtes vidéos thématiques, des histoires d'impact et des bulletins d'information qui soulignent l'importance de la résilience du système éducatif

REMARQUE :

En comprenant les besoins et les intérêts particuliers de chaque public, l'ARESRO peut adapter ses efforts de communication pour s'assurer que les messages clés sont reçus et utilisés efficacement.

FAIRE PASSER LE MOT: NOS CANAUX DE COMMUNICATION

ARESRO s'appuiera sur une approche de communication multicanal pour atteindre des publics diversifiés et diffuser efficacement les résultats du projet. Les principaux canaux sont les suivants :

REMARQUE:
En utilisant stratégiquement un large éventail de canaux de communication, ARESRO s'assurera que son message atteint le public le plus large possible et mobilise efficacement les principales parties prenantes.

PLATEFORMES NUMÉRIQUES

Site web: Une page web dédiée au projet servira de plaque tournante pour les informations clés sur le projet et le contenu multimédia.

Médias sociaux: Utilisation de plateformes telles que Twitter, LinkedIn et Facebook, listes de diffusion par e-mail pour partager des actualités, des mises à jour, des articles de blog et interagir avec les parties prenantes en temps réel.

Forums et communautés en ligne: Podcast, forums en ligne GPEKIX pour faciliter l'échange de connaissances entre les chercheurs, les praticiens et d'autres parties prenantes.

MÉDIAS TRADITIONNELS

Communiqués de presse: Publier des communiqués de presse pour annoncer les principales conclusions, les publications et les étapes clés du projet afin d'atteindre un public plus large.

Partenariats avec les médias: Collaborer avec les médias concernés (journaux, magazines, radio, télévision) pour diffuser des messages clés et présenter le travail d'ARESRO.

ÉVÉNEMENTS EN PERSONNE

DRéunions de diffusion: Participer et organiser des conférences, des ateliers et des séminaires pour présenter les résultats de la recherche, faciliter le dialogue et établir des relations avec les principaux intervenants.

PDIALOGUES sur les politiques: Organiser des dialogues sur les politiques et des tables rondes pour dialoguer avec les décideurs politiques et influencer les décisions politiques.

Groupes de travail techniques: Pour des discussions collectives dans des domaines d'intérêt commun. Mises à jour sur les progrès accomplis par le point focal du GPE KIX au niveau national.

ÉLABORER NOTRE MESSAGE: CE QUE NOUS VOULONS DIRE

L'ARESRO communiquera les messages clés suivants:

- **Clair et concis:** facile à comprendre et à retenir.
- **Convaincant et engageant:** captez l'attention du public cible.
- **Pertinent et percutant:** Répondre directement aux besoins et aux intérêts du public cible.
- **Cohérence sur tous les canaux:** maintenez une voix et un message de marque cohérents sur toutes les plateformes de communication.

01

MESSAGES CLÉS 1

Construire des systèmes éducatifs plus résilients pour tous les enfants africains

02

MESSAGES CLÉS 2

Souligner l'importance de systèmes éducatifs résilients capables d'absorber les chocs, de s'adapter au changement et de transformer les communautés afin de mieux anticiper et relever les défis futurs.

03

MESSAGES CLÉS 3

Mettre l'accent sur le rôle de l'ARESRO dans la production de recherches et de données essentielles qui peuvent guider des décisions politiques efficaces.



PARTAGER NOS CONNAISSANCES: PRODUITS CLÉS DU SAVOIR

L'ARESRO PRODUIRA UNE GAMME DE PRODUITS DE CONNAISSANCE DE HAUTE QUALITÉ POUR DIFFUSER LES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE ET ÉCLAIRER LES POLITIQUES ET LES PRATIQUES :



ÉTUDES DE CAS ET BLOGS
Analyses approfondies d'interventions réussies et d'approches innovantes pour renforcer la résilience du système éducatif.



RAPPORTS
Rapports complets sur les résultats de recherche et les analyses. Il s'agit notamment de rapports annuels, de manuscrits/documents de recherche, de rapports d'impact, etc.



APPRENTISSAGE ET NOTES D'ORIENTATION
Des résumés courts et concis des principales leçons tirées de la mise en œuvre du projet, avec des recommandations et des implications politiques.



CARTES DU SYSTÈME
Infographies et cartes pour montrer les relations entre les parties prenantes et les interventions mises en œuvre autour de la résilience des systèmes éducatifs dans chaque pays cible.



COURTES VIDÉOS
Vidéos présentant l'impact du travail d'ARESRO et mettant en vedette les voix des principales parties prenantes.

Ces produits de connaissance seront diffusés par divers canaux, notamment les CdP des pôles africains du GPE, le site Web de l'ARESRO, le site Web du KIX du GPE, des campagnes de courrier électronique ciblées et des présentations lors de conférences et d'ateliers.

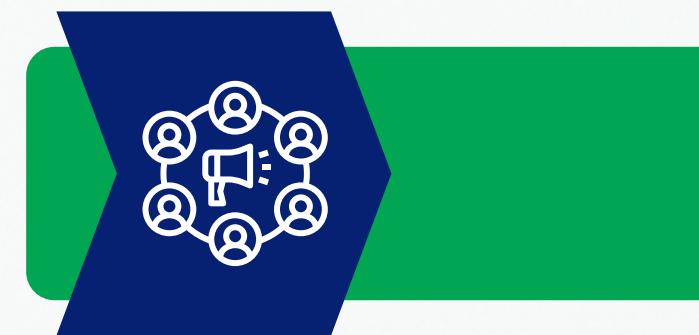
APPRENDRE ET S'ADAPTER: L'AMÉLIORATION CONTINUE

LA COMMUNICATION JOUERA UN RÔLE CRUCIAL DANS LA FACILITATION DE L'APPRENTISSAGE CONTINU ET DE L'ADAPTATION AU SEIN DU PROJET ARESRO ET ENTRE LES PARTIES PRENANTES. LES PRINCIPALES STRATÉGIES SONT LES SUIVANTES :



SAISIR ET DOCUMENTER LES LEÇONS APPRISES

Organiser régulièrement des réunions d'examen des progrès avec les partenaires, des examens après action, des séances de pause et de réflexion et des séances de rétroaction des parties prenantes.



DIFFUSION DES LEÇONS

La participation à la communauté de pratique (CRDI) et les réunions trimestrielles des 6 boursiers offrent des occasions de partager les apprentissages par le biais d'études de cas, de notes d'apprentissage et de présentations.



UTILISATION DES BOUCLES DE RÉTROACTION

Utiliser les commentaires des parties prenantes pour affiner les activités du projet et améliorer l'efficacité des efforts de communication.



PROMOUVOIR LA GESTION ADAPTATIVE

Utiliser la communication pour encourager et soutenir l'apprentissage continu et l'adaptation au sein du projet et entre les parties prenantes.

FRÉQUENCES D'AFFICHAGE

PRODUCT	DESCRIPTION	FREQUENCY	METHOD OF DELIVERY	AUDIENCE
Annual reports	Detailed account of program activities and results	Annually	Electronic PDF	GPE KIX, IDRC
Semi annual reports	Detailed account of program activities and results at the annual midway point	Semi-annual	Electronic PDF, Executive brief	GPE KIX, IDRC
News items	News worthy events of note (300 words)	Weekly	Webpage copy	GPE KIX, IDRC, Staff, Public
Blogs	Think pieces on selected subject matter (800 words)	Monthly	Webpage copy	GPE KIX, IDRC, Staff, Public
Newsletters	Brief highlights per component for previous three months	Quarterly	Electronic PDF	GPE KIX, IDRC, Staff, Public

This list is not exhaustive but here is a [link](#) to a tracker for each of the products we will be tracking, their respective timelines and where they will be disseminated

MESURER NOTRE SUCCÈS : SUIVI ET ÉVALUATION



TRAFIG SUR LE SITE WEB ET COUVERTURE MÉDIATIQUE

Métriques: Nombre de visiteurs du site Web, temps passé sur le site, nombre de mentions dans les médias, portée de la couverture médiatique, nombre d'abonnés, de likes, de partages et de commentaires sur les plateformes de médias sociaux.



IMPACT PROGRAMMATIQUE

Métriques: Nombre de newsletters, manuscrits, publications, etc. (Ceux-ci doivent être synchronisés avec la feuille Excel de suivi des activités de communication.)



COMMENTAIRES DES INTERVENANTS

Indicateurs: Nombre de citations/commentaires des parties prenantes concernant l'utilité et l'impact des supports de communication.

Le suivi et l'évaluation des activités de communication comprennent la collecte et l'analyse régulières de données, des examens trimestriels des activités de communication et des indicateurs clés de performance, des sondages auprès des parties prenantes et des ajustements réguliers du plan de communication en fonction des résultats de l'évaluation.



PLAN DE MARQUAGE ET DE MARQUAGE

DIRECTIVES DE MARQUAGE ET DE MARQUAGE

**En suivant ces directives,
ARESRO peut garantir que ses
supports de communication
sont cohérents,
professionnels et conformes
aux exigences des bailleurs
de fonds.**

1

2

3

4

RECONNAISSANCE GPE KIX ET IDRC

Ce travail a été soutenu par le Partenariat mondial pour l'échange de connaissances et d'innovation en éducation, en partenariat avec le Centre de recherches pour le développement international, Canada.

INCLURE L'AVIS DE NON-RESPONSAB

Tous les documents pertinents doivent être accompagnés d'un avis de non-responsabilité indiquant que les opinions exprimées ne représentent pas nécessairement celles du CRDI ou de son conseil d'administration

UTILISATION DU LOGO

Inclure les logos du GPE, du KIX et du CRDI sur tous les produits de connaissance et les documents de communication, en respectant les lignes directrices sur l'utilisation du logo fournies sur les sites Web respectifs.

FONTES

Nos polices de caractères sont Bebas Nue et Poppins. Utilisez Bebas Nue pour les titres et Poppins pour le corps du texte. Ces polices doivent être utilisées de manière cohérente sur tous les supports de marque



MERCI.