



Ministère de la Fonction Publique
et du Renforcement des Capacités

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

I. CONTEXTE JUSTIFICATIF

La Fonction publique constitue l'ossature de l'État gabonais et le principal instrument de mise en œuvre des politiques publiques. Dans le contexte de refondation institutionnelle engagé depuis le **30 août 2023**, le Président de la République, Chef de l'État, Chef du Gouvernement, **Son Excellence Brice Clotaire OLIGUI NGUEMA**, a fait de la réforme de l'administration, de la performance publique et de la valorisation du capital humain de l'État des priorités absolues de son action.

C'est dans cette dynamique que s'inscrit pleinement **Madame Laurence MENGUE ME NZOGHE épouse NDONG**, Ministre de la Fonction Publique et du Renforcement des Capacités, qui a engagé une volonté affirmée de restructuration profonde du Ministère de la Fonction Publique. Pour Madame le Ministre, ce département ministériel, chargée de la gestion des ressources humaines de l'État, occupe une position centrale et stratégique au sein de l'architecture gouvernementale. Elle considère en effet que le capital humain constitue la première richesse de la Nation, le socle sur lequel repose la performance de l'action publique, la crédibilité de l'État et la réussite des politiques gouvernementales.

Animée par cette conviction, Madame le Ministre inscrit son action dans une logique de modernisation, de professionnalisation et de responsabilisation de la Fonction publique, en parfaite cohérence avec les orientations stratégiques du Chef de l'État, Chef du Gouvernement. Cette vision fait de la Fonction publique non plus une simple administration de gestion, mais un véritable

levier de transformation de l'État, capable d'accompagner durablement les réformes, d'améliorer la qualité du service public et de répondre efficacement aux attentes des citoyens.

La lettre de mission adressée à Madame le Ministre de la Fonction Publique et du Renforcement des Capacités consacre cette ambition présidentielle. Elle confère au département ministériel un rôle stratégique dans la transformation de l'État, en assignant six priorités majeures : la réforme de la Fonction publique, la modernisation de la gestion des ressources humaines, le renforcement des capacités, la promotion de l'éthique et de la discipline, la transformation de l'action publique et l'instauration d'une culture de résultats et de redevabilité.

Dans ce contexte exigeant, la communication du ministère ne peut plus être limitée à une logique de visibilité institutionnelle ou de couverture protocolaire des activités ministérielles. Elle doit devenir un outil stratégique de conduite du changement, un levier d'adhésion aux réformes, un instrument de pédagogie administrative et un vecteur de restauration de la confiance entre l'État, ses agents et les citoyens.

La présente stratégie de communication vise ainsi à doter le Ministère de la Fonction Publique et du Renforcement des Capacités d'un dispositif cohérent, moderne et structuré, pleinement aligné sur l'esprit et la lettre de la mission présidentielle.

II. ANALYSE SITUATIONNELLE DE LA COMMUNICATION



FORCES

- Existence d'un cadre politique fort porté par la vision du Chef de l'État.
- Lettre de mission claire, structurée et orientée vers les résultats.
- Direction Centrale de la Communication organisée et fonctionnelle.
- Site internet institutionnel relativement bien structuré, riche en informations administratives.
- Légitimité institutionnelle forte du ministère sur les questions de réforme administrative et de gestion du capital humain.



FAIBLESSES

- Présence numérique historiquement limitée essentiellement à Facebook.
- Communication majoritairement centrée sur les activités de Madame le Ministre, au détriment des contenus pédagogiques.
- Absence de campagnes structurées de sensibilisation sur les droits et devoirs des agents publics.
- Manque de cohérence éditoriale et de planification stratégique.
- Faible dynamisme des formats (peu de vidéos pédagogiques, peu de storytelling institutionnel).
- Faible notoriété du ministère auprès du grand public, souvent perçu comme une administration technique et éloignée des citoyens.



OPPORTUNITÉS

- Forte attente des citoyens en matière de réforme de l'administration.
- Contexte politique favorable à la transformation de l'État.
- Montée en puissance des réseaux sociaux et des usages numériques au Gabon.
- Appétence croissante des agents publics pour des contenus explicatifs et pédagogiques.
- Possibilité d'alignement avec la communication présidentielle et gouvernementale.



MENACES

- Persistance des idées reçues et de la désinformation sur la Fonction publique.
- Résistance au changement au sein de certains segments de l'administration.
- Méfiance historique des citoyens vis-à-vis de l'administration.
- Risque de dissonance communicationnelle avec d'autres départements ministériels en l'absence de coordination.

III. ENJEUX STRATÉGIQUES DE COMMUNICATION

- Accompagner efficacement la mise en œuvre des six axes de la lettre de mission présidentielle.
- Favoriser l'adhésion des agents publics aux réformes engagées.
- Renforcer la crédibilité, l'autorité et la lisibilité de l'action administrative.
- Restaurer durablement la confiance entre l'État et les citoyens.
- Positionner le ministère comme un acteur central de la transformation de l'État.



V. OBJECTIFS DE COMMUNICATION

1- Agents publics

Objectif : compréhension des réformes, adhésion, responsabilisation et professionnalisation.

2- Citoyens et usagers

Objectif : lisibilité de l'action publique, amélioration de la confiance et compréhension du service public.

3- Jeunes aspirants à la Fonction publique

Objectif : inculquer une culture de mérite, d'éthique et de service de l'État.

4- Partenaires institutionnels et sociaux

Objectif : cohérence de l'action gouvernementale et synergie institutionnelle.

VI. AXES DE COMMUNICATION PRIORITAIRES

1. Procédure de gestion de la carrière allant du recrutement au décès d'un Agent Public.
2. Réforme de la Fonction publique et performance administrative.
3. Gestion stratégique des ressources humaines et* modernisation des procédures.
4. Renforcement des capacités, formation et professionnalisation.
5. Éthique, discipline et responsabilité des agents publics.
6. Transformation de l'action publique et orientation citoyenne.
7. Pilotage, redevabilité et culture des résultats.



VII. MESSAGES STRATÉGIQUES



Une Fonction publique performante est le socle de la transformation de l'État.



L'agent public est un acteur central du développement national.



L'éthique et la discipline renforcent la crédibilité de l'administration.



La réforme administrative est menée dans l'intérêt exclusif des citoyens.

VIII. ÉCOSYSTÈME COMMUNICATIONNEL DU MINISTÈRE

A. Acteurs

- Cabinet du Ministre et Direction Centrale de la Communication.
- Directions Générales et services centraux.
- Services provinciaux et déconcentrés.
- Agents publics en tant qu'ambassadeurs institutionnels.
- Communication présidentielle et gouvernementale.
- Partenaires sociaux, syndicats, associations et autres ministères.

B. CANAUX ET OUTILS

Médias traditionnels

- Gabon Télévisions
- Gabon 24
- Radio Gabon
- L'Union
- Gabon Review
- Gabon Actu

Outils : communiqués de presse, conférences de presse, dossiers de presse, interviews institutionnelles.

Médias numériques

- Site internet institutionnel du ministère
- Réseaux sociaux : Facebook, X, LinkedIn, TikTok.

Communication de terrain

- Tournées provinciales
- Rencontres avec les agents publics des différents départements ministériels
- Journées portes ouvertes
- Campagnes d'affichage public
- Événementiel institutionnel

IX. PLAN DE COMMUNICATION OPÉRATIONNEL ALIGNÉ SUR LES SIX AXES DE LA LETTRE DE MISSION

Le plan de communication opérationnel intègre pleinement la stratégie de contenus éditoriaux comme socle structurant de la communication du ministère. Cette stratégie éditoriale permet d'assurer la régularité, la pédagogie et la cohérence des messages, tout en accompagnant concrètement les réformes engagées par le Gouvernement.

Axe 1 : Réforme de la Fonction publique et performance administrative

- Déploiement de séries éditoriales pédagogiques expliquant les objectifs, le sens et les impacts de la réforme de la Fonction publique.
- Rubriques récurrentes : La Motivation de la semaine, Le Droit expliqué, La Minute de la Fonction Publique.
- Conférences de presse thématiques et dossiers spéciaux dans les médias nationaux.
- Vidéos explicatives et infographies diffusées sur les réseaux sociaux et le site institutionnel.

Axe 2 : Gestion des ressources humaines et modernisation des procédures

- Contenus éditoriaux dédiés à la transparence des recrutements, avancements et promotions.
- Rubriques pédagogiques : Le lexique Vrai ou Faux – Fonction publique.

- Infographies explicatives sur les parcours de carrière et les procédures RH.
- Campagnes internes de sensibilisation à la digitalisation des procédures.

Axe 3 : Renforcement des capacités, formation et professionnalisation

- Valorisation éditoriale des programmes de formation et de renforcement des capacités.
- Témoignages d'agents bénéficiaires sous forme de vidéos et de portraits.
- Capsules vidéo pédagogiques sur la montée en compétences et la culture du résultat.
- Partenariats médias et couverture d'événements de formation.

Axe 4 : Éthique, discipline et responsabilité des agents publics

- Campagnes nationales de sensibilisation appuyées par des contenus éditoriaux récurrents.
- Rubriques dédiées : Le Conseil du Service Public, Vrai ou Faux, Le Droit expliqué.
- Vidéos pédagogiques sur les obligations professionnelles et la discipline administrative.
- Actions internes d'affichage et de communication de proximité.

Axe 5 : Fonction publique et transformation de l'action publique

- Contenus éditoriaux sur la modernisation de l'administration, la simplification des procédures et l'amélioration de la relation État-citoyens.
- Rubriques pédagogiques orientées usagers : La Minute de la Fonction Publique, Le lexique...
- Vidéos explicatives et infographies présentant les réformes et leurs impacts concrets sur les démarches administratives.
- Campagnes digitales grand public valorisant une administration plus efficace et plus accessible.

- Contenus éditoriaux dédiés au suivi de la lettre de mission et aux résultats obtenus.
- Rubriques institutionnelles consacrées aux bilans, aux avancées et aux indicateurs de performance.
- Communiqués institutionnels, points presse et dossiers médias sur l'état d'avancement des réformes.
- Vidéos institutionnelles et infographies de restitution des résultats.
- Actions de communication interne valorisant la culture de résultats et la performance administrative.

Axe 6 : Pilotage, redevabilité et culture des résultats

X. IMPACT PAR CIBLE

• Agents publics

Une meilleure appropriation des réformes, une compréhension accrue des enjeux de modernisation et une évolution progressive des comportements professionnels vers plus de discipline, d'éthique et de performance.

• Citoyens

Un renforcement de la confiance envers l'administration, une meilleure compréhension du fonctionnement de la Fonction publique et une perception plus positive d'un État accessible et attentif à la qualité du service rendu.

• Jeunes aspirants à la Fonction publique

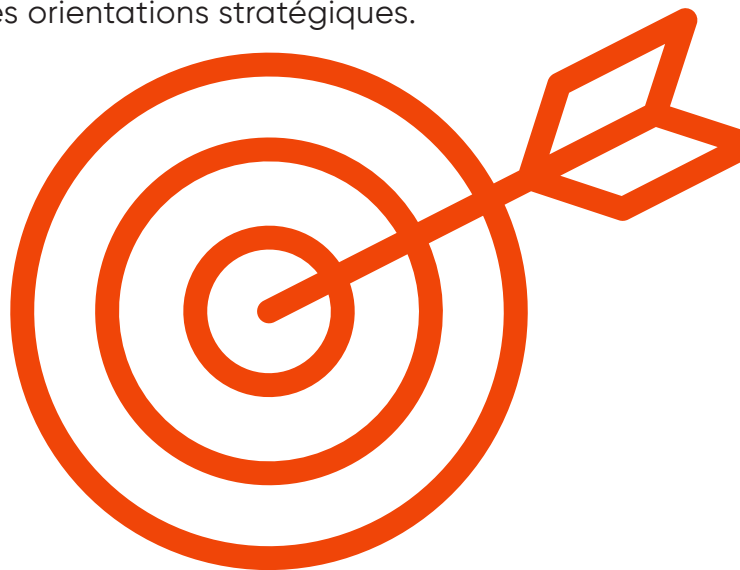
Une meilleure connaissance des valeurs, des exigences et des règles de la Fonction Publique, favorisant l'émergence d'une nouvelle génération d'agents formés à l'éthique, au mérite et à la culture du service public.

• Partenaires sociaux

Une amélioration du dialogue et de la concertation grâce à une information plus claire, plus régulière et plus transparente sur les réformes engagées et leurs impacts.

• Institution

Une crédibilité renforcée, une image modernisée et un positionnement affirmé du ministère comme acteur central de la transformation de l'État, en cohérence avec les orientations stratégiques.



XI. INDICATEURS DE PERFORMANCE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Médias traditionnels

- Nombre et fréquence des retombées médiatiques (TV, radio, presse écrite et en ligne).
- Taux de reprise des communiqués et visibilité des messages clés.
- Ton et qualité des contenus diffusés (positif, neutre, négatif).

Médias numériques

- Évolution de l'audience (abonnés, vues, trafic du site).
- Taux d'engagement (interactions, partages, commentaires).
- Régularité et cohérence des contenus pédagogiques diffusés.

Communication de terrain

- Nombre d'actions de proximité réalisées et couverture géographique.
- Taux de participation des agents publics et des citoyens.
- Qualité des retours et niveau de compréhension des réformes.

Suivi et évaluation

- Bilans trimestriels.
- Ajustement des actions selon les résultats.
- Contribution mesurable à la culture de résultats et à la vision présidentielle.

XII. CONCLUSION

La présente stratégie de communication constitue un levier essentiel pour accompagner la mise en œuvre de la lettre de mission du Président de la République, Chef de l'État, Chef du Gouvernement. Elle positionne la communication comme un outil stratégique de conduite du changement et d'appui aux réformes de la Fonction publique.

En structurant une communication régulière, pédagogique et cohérente, le Ministère de la Fonction Publique et du Renforcement des Capacités, sous l'impulsion de Madame le Ministre, se dote d'un dispositif moderne favorisant l'adhésion des agents publics, la compréhension des réformes par les citoyens et la revalorisation du capital humain de l'État.

Sa mise en œuvre rigoureuse contribuera à renforcer durablement la crédibilité de l'action publique, à moderniser l'image de l'administration et à soutenir la réussite du projet de transformation de l'État porté par le Chef de l'État.



