

Stratégie de communication de la JURISAI

Stratégie de communication de la JURISAI

Introduction : La communication dans les organisations

Dans les organisations multilatérales, la communication institutionnelle dépasse le simple rôle informatif : elle construit la légitimité, articule des identités diverses et garantit la cohésion stratégique. C'est un outil de création de relations, de promotion de l'intégration, de positionnement et de renforcement de la marque.

Pour l'Organisation internationale des institutions supérieures de contrôle des finances publiques à compétences juridictionnelles (JURISAI) — qui opère dans un univers de systèmes juridiques, de langues, de cultures et de mandats variés —, la communication est l'élément central qui transforme un réseau en communauté.

Pour l'Organisation, la communication agit comme un pont entre les niveaux technique et stratégique, contribuant à la construction d'un langage commun, même dans des contextes marqués par la pluralité. Des processus bien structurés permettent d'aligner les attentes, de diffuser les bonnes pratiques et de renforcer la confiance entre les membres.

De plus, la communication favorise la transparence et le partage des connaissances au sein des organisations, permettant une prise de décision plus claire, plus efficace et plus légitime. En valorisant l'écoute active et en créant des espaces de dialogue, JURISAI promeut une culture de collaboration essentielle à l'accomplissement de sa mission institutionnelle, telle qu'établie dans le Plan stratégique JURISAI 2025 – 2028 : *Unir et renforcer les Institutions Supérieures de Contrôle exerçant des fonctions juridictionnelles en favorisant la coopération internationale, en soutenant l'identification et le partage des meilleures pratiques, et en promouvant les valeurs et les avantages du modèle juridictionnel au sein de l'INTOSAI.*

1. Contexte historique

La création de l'Organisation internationale des institutions supérieures de contrôle des finances publiques à compétences juridictionnelles (JURISAI), en 2024, a marqué l'aboutissement d'un processus amorcé près d'une décennie auparavant, avec la Déclaration de Paris (2015), la création du Forum des ISC exerçant une fonction juridictionnelle (2016), et l'élaboration collaborative de ses statuts et de son Plan stratégique (2024).

La création de l'Organisation des Institutions Supérieures de Contrôle dotées de fonctions juridictionnelles (JURISAI) en 2024 marque l'aboutissement d'un processus entamé près d'une décennie plus tôt, avec la Déclaration de Paris (2015), la création du Forum des ISC à fonctions juridictionnelles (2016), et l'élaboration collaborative des Statuts et du Plan stratégique de la JURISAI (2024).

La formation de la JURISAI répond à un besoin croissant d'une plateforme structurée permettant aux ISC dotées de fonctions juridictionnelles d'échanger des connaissances, de relever des défis communs et de promouvoir des normes élevées en matière de responsabilité publique et de contrôle juridictionnel.

L'initiative a débuté en juin 2023 à Lisbonne, au Portugal, avec la constitution d'un Groupe d'Engagement composé de représentants des ISC du Brésil, du Maroc, du Portugal, de la France, du Sénégal, de l'Équateur, de l'Espagne et du Chili. La dynamique s'est rapidement intensifiée à travers

une série de réunions de haut niveau, culminant avec l'approbation formelle de la création de l'organisation à Marrakech, au Maroc, en septembre 2023. Tout au long de 2023 et 2024, le concept de la JURISAI a été présenté au Conseil directeur de l'INTOSAI, débattu lors de symposiums internationaux et affiné par des efforts collaboratifs, incluant la rédaction de ses Statuts et de son plan stratégique.

En juin 2024, les Statuts ont été signés officiellement à Casablanca, au Maroc, et l'organisation a tenu sa première Assemblée générale en octobre 2024 en France, au cours de laquelle son plan stratégique a été adopté. En mai 2025, la JURISAI compte 29 membres effectifs, 2 membres observateurs et 1 membre associé, avec plusieurs demandes d'adhésion en cours d'évaluation.

La création de la JURISAI répond à des besoins fondamentaux de légitimité, de visibilité et de mécanismes de coopération adaptés pour les ISC juridictionnelles — des entités qui allient fonctions d'audit et pouvoirs juridictionnels.

2. Principes de communication

La communication de la JURISAI doit s'appuyer sur des principes garantissant clarté, inclusion, pertinence et respect de la diversité institutionnelle présente au sein du réseau.

Dans ce sens, l'efficacité, l'engagement envers la réalité sans renoncer à des objectifs ambitieux, ainsi que l'inclusivité avec accessibilité constituent les fondements essentiels d'une stratégie durable et percutante.

Ces principes reflètent l'engagement de la JURISAI pour une communication institutionnelle cohérente, éthique et adaptée aux différents publics de son réseau. Les principes sont les suivants :

3.1 – Clarté et objectivité

Essentielles pour garantir la compréhension mutuelle entre membres issus de cultures juridiques différentes. Un langage simple évite les malentendus et assure la bonne compréhension des messages par différents publics.

3.2 – Inclusivité et adaptation au public

La JURISAI reconnaît la diversité de ses publics et cherche à adapter ses messages aux spécificités de chaque groupe. Cela inclut le respect des différences linguistiques, culturelles et institutionnelles, en utilisant un langage et des canaux appropriés à chaque contexte.

3.3 – Multilinguisme

Dans un réseau international, le multilinguisme est plus qu'un outil — c'est une valeur. La JURISAI s'engage à utiliser plusieurs langues de manière équitable, garantissant à tous les membres un accès complet à l'information et une participation active aux discussions.

3.4 – Empathie

Pour la JURISAI, l'empathie est essentielle dans un environnement composé d'institutions issues de cultures juridiques, de langues et de réalités différentes. L'empathie permet de construire des messages plus sensibles, respectueux et efficaces, en prévenant les malentendus émotionnels ou culturels et en renforçant le sentiment d'appartenance au réseau.

3.5 – Retour d'information

La communication est conçue comme un processus bidirectionnel. Encourager le retour d'information, écouter les perceptions et intégrer les contributions des membres renforce le dialogue et améliore constamment les actions du réseau.

3.6 – Éthique et respect

La JURISAI fonde sa communication sur des valeurs éthiques et sur le respect de la diversité. Toutes les interactions doivent être exemptes de préjugés et refléter l'engagement institutionnel envers l'intégrité, la justice et l'équité.

3.7 – Ponctualité / Opportunité

La JURISAI entend que la communication opportune est un facteur clé pour une prise de décision éclairée et réactive. Diffuser l'information au bon moment renforce son utilité et la confiance entre les membres.

3.8 – Transparence

Des messages clairs, cohérents et accessibles renforcent la légitimité du réseau, augmentent sa crédibilité et soutiennent l'engagement des publics internes et externes.

3.9 – Contextualisation

Chaque contenu doit tenir compte de l'environnement institutionnel, du contexte politique et des spécificités du public cible.

3. Objectifs de communication

Étant active dans un environnement international marqué par une diversité juridique et institutionnelle, la JURISAI conçoit la communication comme un outil stratégique pour accomplir sa mission. Elle établit donc des objectifs clairs qui orientent ses actions de communication et soutiennent sa consolidation en tant que réseau. Ces objectifs incluent : renforcer la visibilité institutionnelle, mobiliser de nouveaux membres, valoriser le modèle juridictionnel de contrôle, stimuler la coopération entre ISC et établir des partenariats qualifiés.

Ces objectifs traduisent les priorités de la communication de la JURISAI et indiquent les voies à suivre pour renforcer son action à court et moyen terme. Les axes principaux sont les suivants:

4.1 – Faire connaître largement la JURISAI

Promouvoir la reconnaissance progressive de JURISAI en tant que référence dans le modèle de contrôle juridictionnel, en commençant par les ISC et en s'étendant aux organisations multilatérales et aux réseaux de contrôle externe.

4.2 – Accroître le nombre de membres

L'expansion du réseau est essentielle pour garantir la représentativité et la diversité juridique, culturelle et géographique. Une communication efficace, claire sur les avantages de la participation, peut attirer de nouvelles institutions, enrichir les débats et renforcer l'action collective.

4.3 – Renforcer la reconnaissance du modèle juridictionnel

Dans un environnement composé de différentes formes d'audit public, il est fondamental de positionner correctement le modèle juridictionnel, en mettant en évidence ses contributions

techniques, sa légitimité et son rôle dans la promotion de la redevabilité et de la bonne gouvernance publique.

4.4 – Consolider les canaux de collaboration

Des canaux solides renforcent le sentiment d'appartenance et l'efficacité des initiatives du réseau. L'engagement entre les membres favorise les échanges, la coproduction de connaissances et les actions coordonnées.

4.5 – Nouer des partenariats stratégiques

Les partenariats avec des institutions pertinentes élargissent les capacités d'action de la JURISAI, apportent une valeur ajoutée technique et institutionnelle et renforcent son intégration internationale.

4. Communication interne

La communication interne joue un rôle stratégique dans l'articulation entre les ISC membres, les comités et les pôles techniques de la JURISAI. Plus qu'un outil de diffusion d'informations, elle renforce l'alignement institutionnel, favorise la cohésion entre les acteurs et stimule un engagement continu.

Publics internes concernés :

- Ministres des Institutions Supérieures de Contrôle;
- Auditeurs et auditrices des domaines techniques de l'audit public juridictionnel;
- Secrétaires des unités concernées;
- Conseillers et membres de cabinets liés à l'activité juridictionnelle;
- Agents impliqués dans des groupes de travail, commissions ou forums liés à la JURISAI;
- Collaborateurs des services de soutien (communication, informatique, relations institutionnelles);
- Responsables impliqués dans l'articulation stratégique de l'initiative.

Actions prévues :

5.1 – Bulletin d'information mensuel

Envoi de bulletins numériques contenant des actualités stratégiques, jalons institutionnels, opportunités d'engagement,ancements de produits et messages clés à destination des membres.

5.2 – Plateforme numérique intégrée (intranet sécurisé)

Mise en place d'une plateforme unique, bilingue et sécurisée pour les membres de la JURISAI avec :

- Un dépôt de documents institutionnels et techniques;
- Un calendrier collaboratif avec échéances intégrées;
- Une section de mise à jour des projets qui met à l'accent les bonnes pratiques;
- Un espace d'échange (forums, chats, questions/réponses);
- Un espace pour les retours, suggestions et enquêtes internes.

5.3 – Webinaires et rencontres thématiques virtuelles

Organisation de réunions périodiques, sessions de formation et espaces d'échange entre les pôles techniques et comités. Ces rencontres seront enregistrées, accompagnées de synthèses et supports, et disponibles sur la plateforme.

5.4 – Base de données numérique de jurisprudence

Création d'un référentiel de décisions importantes rendues par les ISC membres, classées par pays, thème et nature juridique, pour favoriser l'échange technique et valoriser la dimension juridictionnelle.

5. Communication externe

La communication externe de la JURISAI vise à renforcer son image institutionnelle, accroître sa légitimité internationale et établir des liens avec des publics stratégiques : ISC non membres, organisations multilatérales, universités, médias spécialisés.

Publics externes prioritaires:

- Représentants d'ISC partenaires;
- Spécialistes et universitaires du droit et de l'audit;
- Organisations internationales et réseaux sur la transparence, la redevabilité et l'intégrité;
- Participants aux événements JURISAI ;
- Communauté INTOSAI et ISC non juridictionnelles ;
- Médias spécialisés, établissements académiques, centres de recherche.

Pour atteindre ces publics de manière efficace, un écosystème de communication multicanal et bilingue sera adopté.

Canaux et actions :

6.1 – Portail institutionnel bilingue avec espace ressources

Développement d'un site clair, moderne et accessible, incluant:

- Présentation de la JURISAI;
- Documents stratégiques, communiqués et contenus techniques;
- Études de cas, articles juridiques et contenus multimédias;
- Calendrier d'événements et espace d'inscription;
- Espace presse et contact réseau.

6.2 – Présence coordonnée sur les réseaux sociaux

La communication digitale sera structurée avec base sur les canaux les plus valorisés par les utilisateurs internes et externes:

- LinkedIn: canal principal, orienté vers les décideurs et représentants d'ISC;
- Instagram: diffusion visuelle d'événements, campagnes, repères institutionnels, avec un langage accessible et engageant;
- YouTube: vidéos institutionnelles, interviews et conférences accessibles et bilingues;
- Facebook: utilisé pour certains publics locaux, avec priorité moindre.

6.3 – Newsletters segmentées et curation thématique

Diffusion de bulletins numériques personnalisés, avec des contenus adaptés à différents segments (ex. : membres du réseau, partenaires académiques, organisations multilatérales), visant à maintenir une relation active, à enrichir le dialogue et à promouvoir la fidélisation institutionnelle.

6.4 – Partenariats éditoriaux et diffusion technique

Coopérations avec :

- Revues juridiques et médias spécialisés;
- Plateformes académiques et d'e-learning;
- Instituts de recherche et think tanks en finances publiques et audit public.

Ces partenariats augmentent la portée et la crédibilité des contenus JURISAI (jurisprudence, droit public, contrôle juridictionnel) et assurent une présence qualifiée dans les milieux techniques et académiques.

6. Stratégies de communication

Les stratégies de communication de la JURISAI sont essentielles pour garantir la cohérence institutionnelle, renforcer sa légitimité sur la scène internationale et consolider ses relations avec ses publics internes et externes. Dans un réseau caractérisé par la diversité des juridictions, des cultures, des langues et des structures institutionnelles, il est fondamental de communiquer de manière intégrée, planifiée et réactive.

7.1 – Connaissance des publics et positionnement segmenté

Cartographie continue des publics stratégiques : Mise à jour régulière des bases de données avec les informations sur les parties prenantes institutionnelles, les experts, les partenaires et les membres potentiels, afin de garantir une communication plus ciblée et efficace.

Participation active dans les espaces internationaux : Encourager la présence de la JURISAI et de ses représentants dans les forums et conférences, en renforçant sa visibilité mondiale en tant que promotrice du modèle juridictionnel d'audit.

7.2 – Production et diffusion de contenus de qualité

- Contenus numériques adaptés aux canaux: produire des vidéos courtes, articles, infographies et interviews avec un langage accessible et une approche thématique, en fonction des préférences exprimées par les ISC et les utilisateurs internes et externes (site, LinkedIn, YouTube).
- Soutien à la production technique: encourager la rédaction d'avis, d'études de cas et de publications spécialisées sur des sujets juridiques et d'audit, en valorisant l'expertise des ISC membres.
- Diffusion systématique des activités du réseau: assurer une visibilité continue des actions de la présidence, des comités et des pôles techniques à travers les canaux officiels, en renforçant la transparence et l'engagement institutionnel.
- Distribution élargie des productions éditoriales: diffuser bulletins, rapports et contenus techniques via différents canaux, y compris les partenaires institutionnels et les médias spécialisés.

7.3 – Alliances et identité institutionnelle

- Partenariats stratégiques pour élargir la portée: renforcer les accords avec les universités, think tanks, organisations multilatérales et plateformes juridiques, en intégrant la JURISAI dans les débats et réseaux thématiques.
- Consolidation de l'identité visuelle: mettre en œuvre et maintenir un Manuel d'Identité Visuelle avec des lignes directrices claires, applicables à tous les supports du réseau, garantissant la cohérence et la reconnaissance institutionnelle.

7.4 – Suivi, innovation et amélioration continue

- Évaluation de l'efficacité de la communication: appliquer des mécanismes d'écoute (formulaire, enquêtes, retours post-événement) et des analyses de données pour évaluer la performance des canaux et ajuster les stratégies.
- Suivi des indicateurs numériques: collecter des données de navigation et d'engagement sur les plateformes numériques de la JURISAI afin d'orienter les décisions sur la base de preuves.

- Adoption d'innovations technologiques: explorer des solutions telles que l'intelligence artificielle, l'automatisation et les tableaux de bord analytiques pour faciliter la gestion et maximiser l'impact des actions de communication.

7. Amélioration continue de la politique de communication

La politique de communication de la JURISAI fera l'objet d'une évaluation et d'un perfectionnement continu, fondés sur des indicateurs de performance, l'écoute active des publics stratégiques et des révisions périodiques. Le recours à des enquêtes, à l'analyse de données et à des retours structurés permettra d'identifier des opportunités d'amélioration, d'assurer l'efficacité des actions et de maintenir la communication en cohérence avec les objectifs institutionnels et l'évolution constante de son environnement.

Annexe

Méthodologie d'élaboration de la stratégie de communication de la JURISAI

Diagnostic à partir des réponses au questionnaire :

1. Communication institutionnelle
 - a. Toutes les ISC interrogées (7) disposent d'une structure de communication. Ont répondu : Madagascar, Grèce, Maroc, Angola, Sénégal, Portugal et Brésil.
 - b. Les canaux principalement utilisés sont : site institutionnel (100 %), bulletins d'information (100 %), LinkedIn (80 %) et Facebook (60 %).
2. Principes les plus valorisés dans la communication
 - a. Clarté, cohérence, transparence et retour d'information sont les plus souvent mentionnés comme des priorités.
 - b. Également mis en avant : empathie, contextualisation et éthique.
3. Recommandations conceptuelles des ISC
 - a. Inclusion et accessibilité.
 - b. Efficacité dans le choix des canaux.
 - c. Valorisation et communication des bénéfiques.
 - d. Réalisme et approche progressive.
4. Objectifs de communication proposés:
 - a. À court terme (1 à 2 ans):
 - i. Sensibiliser et faire mieux comprendre JURISAI (image institutionnelle) auprès de son public cible et des parties prenantes.
 - ii. Améliorer la coordination interne et l'engagement des membres.
 - iii. Définir une identité visuelle et une mission claire.
 - b. À moyen et long terme (3 à 5 ans):
 - i. Faire de la JURISAI une référence internationale.
 - ii. Obtenir le statut d'observateur dans des réseaux pertinents.
 - iii. Produire des publications académiques et encourager les partenariats.
 - iv. Instaurer une culture de communication interne cohérente.
5. Public interne à mobiliser:
 - a. Équipes de relations internationales et de communication (80 %).
 - b. Présidents d'ISC, auditeurs et conseillers (60 %).
6. Canaux internes recommandés:
 - a. Plateformes numériques (e-mail, intranet, webinaires).
 - b. Réunions physiques et virtuelles.
 - c. Partage de documents et mises à jour techniques.
7. Public externe prioritaire:
 - a. Organisations internationales, bailleurs de fonds, monde académique et médias spécialisés.
 - b. Acteurs des secteurs publics nationaux (ministères, parlements).
 - c. Public non juridictionnel de l'INTOSAI.
8. Formats recommandés pour le public externe :
 - a. Études de cas et articles juridiques (80 %).
 - b. Interviews, vidéos et infographies (40–60 %).

- c. Un site web bilingue et une présence active sur LinkedIn comme priorités absolues, sans préjudice des autres réseaux sociaux.
- 9. Langues et accessibilité:
 - a. Prioriser les langues de travail de la JURISAI (y compris le anglais et le français).
 - b. Rédiger des textes faciles à lire et proposer des ressources accessibles aux personnes en situation de handicap.

