



DECRET D/2023/ **0110** /PRG/CNRD/SGG
PORTANT CREATION, ATTRIBUTIONS, ORGANISATION ET
FONCTIONNEMENT DE LA COORDINATION NATIONALE DU
BRANDING GUINÉE

LE PRESIDENT DE LA TRANSITION,

- Vu** la Charte de la Transition ;
Vu la Loi L/2018/025/AN du 03 juillet 2018 portant Organisation générale de l'Administration publique ;
Vu l'Ordonnance O/2021/001/PRG/CNRD/SGG du 16 septembre 2021 portant prorogation des Lois Nationales, des Conventions, Traités et Accords Internationaux en vigueur à la date du 05 septembre 2021 ;
Vu le Décret D/2021/059/PRG/CNRD/SGG du 2 novembre 2021 portant attributions, organisation et fonctionnement de la Présidence de la République ;
Vu le Décret D/2021/010/PRG/CNRD/SGG du 08 octobre 2021 portant nomination du Ministre Directeur de Cabinet de la Présidence de la République ;
Vu le Communiqué n° 01 du Comité National du Rassemblement pour le Développement (CNRD) du 05 septembre 2021 portant prise effective du Pouvoir par les Forces de Défense et de Sécurité ;

DECRETE :

CHAPITRE I : DISPOSITION GENERALE

Article 1^{er} : Il est créé sous l'autorité du Ministre Directeur de Cabinet de la Présidence de la République la **Coordination Nationale du Branding Guinée** en abrégé **Branding Guinée**.

La Coordination Nationale du Branding Guinée est de niveau hiérarchique équivalent à celui d'une Direction de l'Administration Centrale.

CHAPITRE II : MISSION ET ATTRIBUTIONS

Article 2 : La Coordination Nationale du Branding Guinée a pour mission d'assurer la coordination de l'ensemble des activités liées à la promotion, à la protection et à la valorisation de la marque Guinée et de sa notoriété.



A ce titre, elle est particulièrement chargée de :

- Définir et mettre en œuvre les stratégies pour construire la marque-pays et promouvoir la Destination Guinée ;
- Appuyer les campagnes de communication en Guinée et à l'international ;
- Appuyer les représentations diplomatiques guinéennes pour la promotion de l'image pays et de la Destination Guinée ;
- Protéger sur le plan national et international la marque déposée du Branding Guinée ;
- Participer à la collecte et à la mise en lumière des réussites phares et acquis des départements ministériels et institutions de l'État ;
- Contribuer à identifier et à vulgariser auprès des populations les spécificités de la Guinée ;
- Participer à la définition de la politique de l'image de marque de la Guinée et à l'encadrement des modalités d'utilisation de la marque Guinée ;
- Contribuer à améliorer l'e-réputation de la Guinée ;
- Assister les différents acteurs représentants la Guinée dans leurs discours ;
- Appuyer à l'élaboration et à la promotion de l'agenda des événements phares en Guinée ;
- Appuyer et accompagner les événements qui s'inscrivent dans la promotion de la Guinée en collaboration avec les services et départements ministériels concernés ;
- Contribuer à la protection de l'image du Chef de l'État, des membres du Gouvernement, des institutions républicaines et des symboles de la République ;
- Favoriser la construction d'un narratif nouveau sur la Guinée sur le plan national et international ;
- Renforcer l'identité nationale autour de la marque Guinée ;
- Participer à la promotion de la Guinée à travers les Guinéens qui font preuve d'excellence sur le plan national et international ;
- Appuyer la labellisation de produits phares d'origine guinéenne ;
- Appuyer, en collaboration avec les départements concernés, l'inscription d'éléments matériels et immatériels guinéens au patrimoine universel de l'UNESCO ;
- Contribuer, en collaboration avec les départements et services concernés, à la promotion du contenu local ;
- Participer à la valorisation, la promotion et à l'exportation du savoir-faire guinéen ;
- Mobiliser les ressources humaines, financières et matérielles nécessaires à la mise en œuvre du Branding national ;



- Faciliter la collaboration entre les parties prenantes pour l'atteinte des objectifs du Branding National.

CHAPITRE III : ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT

Article 3 : Pour accomplir sa mission, la Coordination Nationale du Branding Guinée comprend :

- Un Comité de Pilotage National (CPN) ;
- Un Coordinateur ;
- Un Coordinateur Adjoint ;
- Des organes techniques ;
- Une équipe de Communication ;
- Des comités ad hoc ;
- Des consultants thématiques.

Article 4 : Présidé par le Ministre Directeur de Cabinet de la Présidence de la République, le Comité de Pilotage National est l'organe d'orientation de la Coordination Nationale du Branding Guinée. A ce titre il est obligatoirement saisi de toute question pouvant impacter le fonctionnement du Branding Guinée. Il est habilité à prendre toute décision concernant les objectifs et l'organisation du Branding Guinée. Il est particulièrement chargé de :

- Donner les orientations stratégiques à la Coordination Nationale du Branding Guinée ;
- Valider l'organigramme et le plan d'action annuel de la Coordination Nationale du Branding Guinée ;
- Assurer le suivi des indicateurs clés du Branding Guinée.

Article 5 : Le Comité de Pilotage National comprend :

- Un représentant de la Primature ;
- Un représentant du Ministère en charge de la Culture ;
- Un représentant du Ministère en charge de l'Information ;
- Un représentant du Ministère en charge du Commerce ;
- Un représentant du Ministère en charge de l'Enseignement Supérieur ;
- Un représentant du Secrétariat Général du Gouvernement ;
- Un représentant du Secteur privé ;
- Deux personnes ressources.



Article 6 : Les membres du Comité de Pilotage National sont nommés par arrêté sur proposition des ministères de tutelle et structures concernées.

Article 7 : Le Comité de Pilotage National se réunit une fois par trimestre ou à la demande du Ministre Directeur de Cabinet de la Présidence de la République.

Article 8 : La Coordination Nationale du Branding Guinée est dirigée par un coordinateur nommé par décret, sur proposition du Ministre Directeur de Cabinet de la Présidence.

Le Coordinateur dirige, coordonne, anime et contrôle l'ensemble des activités et des équipes du Branding Guinée. Il est chargé de recruter le personnel du Branding Guinée sur la base de l'organigramme et des besoins du Branding Guinée. Il signe les contrats, notamment de prestations intellectuelles et du personnel contractuel du Branding Guinée. Il peut, après approbation du Ministre Directeur de Cabinet de la Présidence, recruter des consultants ou cabinets pour l'accompagner dans l'exécution de ses missions.

Article 9 : Le Coordinateur est assisté d'un Coordinateur Adjoint nommé dans les mêmes conditions que lui et qui le remplace en cas d'empêchement.

Le Coordinateur Adjoint est chargé d'assister le Coordinateur du Branding dans la coordination, l'animation, la supervision et le contrôle de l'ensemble des activités et des équipes de la Coordination Nationale du Branding Guinée. Il exécute toutes autres tâches à lui confiées par le Coordinateur, dans le cadre des missions du Branding Guinée.

Article 10 : Le Coordinateur et le Coordinateur Adjoint du Branding Guinée bénéficient d'une rémunération fixée sur la base contractuelle.

Article 11 : Les organes techniques sont des organes opérationnels du Branding Guinée. Ils sont chargés d'appliquer les décisions et orientations prises pour le bon fonctionnement du Branding Guinée.

Les organes techniques sont :

- La Division Stratégies et Suivi ;
- La Division Programmes et Opérations.



Article 12 : La Division Stratégie et Suivi est chargée de :

- Élaborer les documents de stratégie pour créer un nouveau narratif sur la Guinée, faire ressortir ses atouts, expliquer ce qu'est la Guinée, ce qu'elle offre et pourquoi il faut s'y intéresser ;
- Identifier des profils de consultants et de représentation pour l'image de marque du pays ;
- Coordonner le travail des consultants recrutés ponctuellement sur le Programme de Branding national ;
- Veiller à la qualité de la communication autour de la Guinée, ses symboles et ses porte-paroles clés ;
- Superviser la cellule de communication du projet.
- Assurer le suivi et évaluation des campagnes et actions menées

La Division Programmes et Opérations est chargée de :

- Convertir le plan stratégique en plans d'actions opérationnel semestriels ;
- Mettre en place et superviser les comités ad hoc en charge d'exécuter les projets et activités du Branding national ;
- Assurer et coordonner les actions terrains.

Article 13 : L'équipe de la communication du Branding Guinée est chargée de :

- Organiser, gérer et suivre l'organisation de la communication ;
- Définir et de mettre en œuvre les stratégies et les actions de communication
- Mesurer les résultats atteints et les retombées ;
- Assurer l'information du Branding ;
- Organiser et de suivre la couverture médiatique des activités de la coordination ;
- Recueillir et d'analyser les informations pertinentes publiées dans les médias locaux, nationaux et internationaux ;
- Organiser et de gérer les relations de la coordination avec les médias (la presse écrite et audiovisuelle nationale) ainsi qu'avec les correspondants étrangers basés en République de Guinée et les médias internationaux ;
- Rédiger les messages et les communiqués ;
- Préparer les messages et les argumentaires pour les communications du coordinateur ;
- Authentifier les contenus médias ;
- Vulgariser et interpréter les contenus en langues locales et étrangères ;
- Développer une synergie de politique de communication nationale.



Article 14 : Les comités ad'hoc sont des comités opérationnels mixtes et ponctuels, mis en place pour conduire les projets ponctuels du Branding Guinée.

Chaque comité est composé de personnes ressources (issues des points focaux des départements ministériels) désignées par les chefs départements ministériels respectifs.

Les détails d'organisation et de fonctionnement des Comités ad'hoc seront précisés par le Coordinateur du Branding Guinée.

Article 15 : Les consultants techniques sont recrutés sur la base de leurs expertises concernant les aspects techniques et spécifiques liés au Branding Guinée par le Coordinateur du Branding Guinée après approbation du Ministre Directeur de Cabinet de la Présidence de la République.

CHAPITRE IV : RESSOURCES

Article 16 : Les ressources du Branding Guinée proviennent :

- Des dotations budgétaires et autres transferts courants reçus de l'État et destinés à couvrir les besoins en fonctionnement et en investissement de la Coordination Nationale du Branding Guinée ;
- Des recettes propres provenant de produits, de prestations de services et de produits exceptionnels fournis par le Branding Guinée (Merchandising) ;
- Des ressources issues de partenariats ou mises à disposition du Branding Guinée par les partenaires au développement ;
- De produits de prestations intellectuelles ;
- D'évènementiels ;
- Des dons et legs.

Article 17 : Les charges et dépenses du Branding Guinée sont constituées par :

- Les dépenses de personnel
- Les dépenses relatives aux biens et services ;
- Les dépenses d'investissement.



DISPOSITION FINALE

Article 18 : Le présent décret, qui abroge toutes dispositions antérieures contraires, prend effet à compter de la date de sa signature et sera enregistré et publié au Journal Officiel de la République.

Conakry, le

03 MAI 2023



Colonel Mamadi DOUMBOUYA

