



# CENTRE DE FORMATION ET D'INCUBATION DES JEUNES ET FEMMES (CFP-GETECH)



Marie Perle RAJAONA, Responsable Projet  
Ababacar Diene Ndiaye, Responsable Technique  
Mor Diop, Responsable Documentation-Developpeur

## GRUPE 2





# CENTRE DE FORMATION ET D'INCUBATION DES JEUNES ET FEMMES (CFP-GETECH)

## **S T R A T E G I E   W E B**

Marie Perle RAJAONA, Responsable Projet  
Ababacar Diene Ndiaye, Responsable Technique  
Mor Diop, Responsable Documentation-Developpeur

**G R O U P E   2**

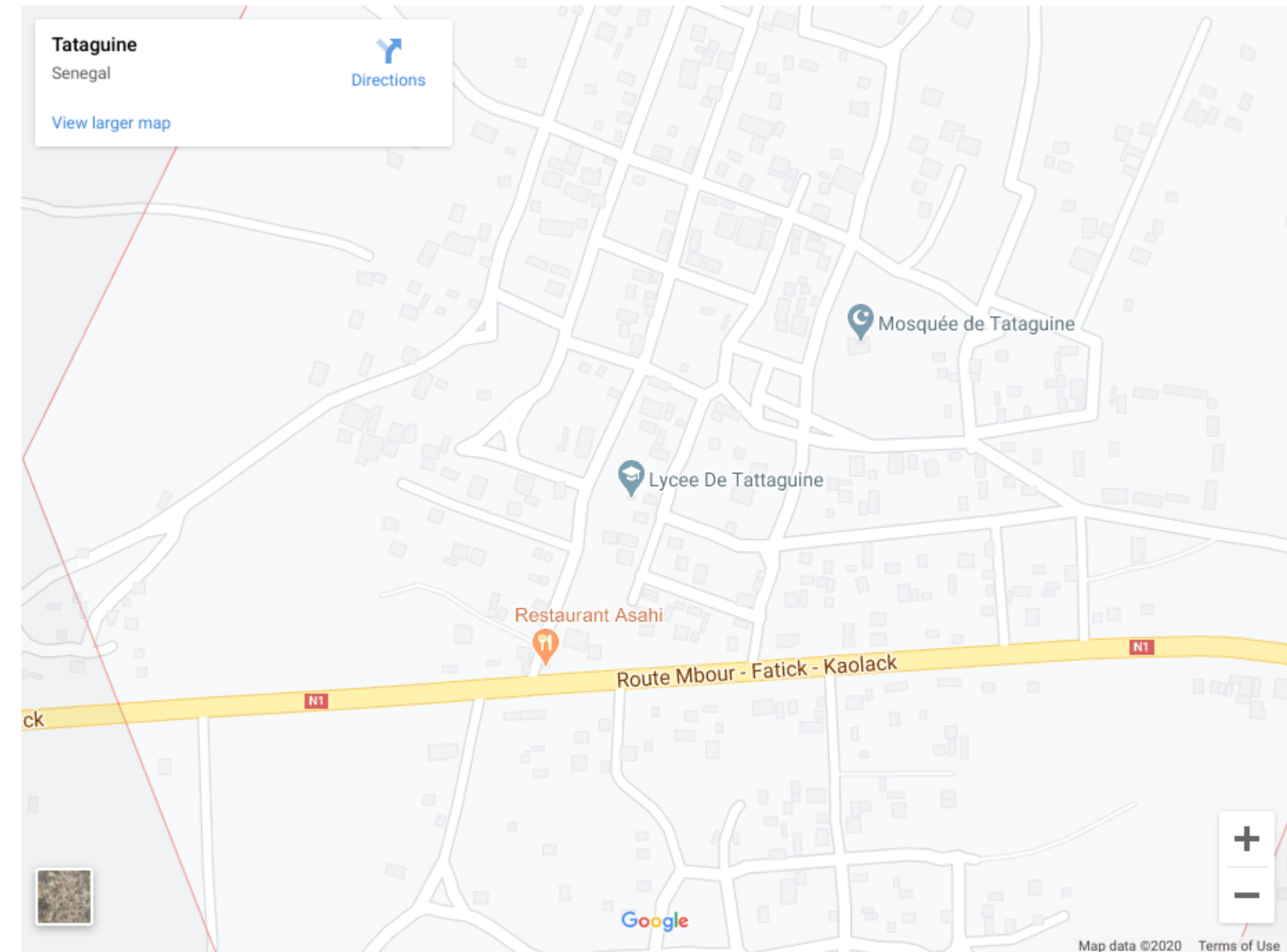
# CONTEXTE

Le Centre de formation professionnelle - Gestion et technologie

CFP-GETECH sera implanté à Tattaguine, au coeur du bassin arachidier.

Commune de la région de Fatick, elle est composée de 32.000 habitants dont plus de 58% sont âgés de moins de 20 ans.

Sur le plan culturel, le Sérère et le Wolof cotoyent une minorité de Halpoular, Diola, Laobé et Bambara.



# P R O B L E M A T I Q U E

Les problèmes suivants constituent un frein au développement de la localité:

- Absence d'Orientation scolaire et post bac (profil vs étude)
- Etude des débouchés après les études secondaires ou universitaires et le marché du travail
- Importance du Decrochage scolaire auprès des jeunes et des femmes





# O B J E C T I F S

## **Objectif principal :**

Mise en place d'un Centre de formation et d'incubation des jeunes et femmes

## **Objectif général :**

Contribution au développement de la région de Fatick grâce à des formations orientées métiers

## **Objectif spécifique:**

- Orientation et réorientation scolaire
- Renforcement de capacité des jeunes et femmes entrepreneurs
- Accompagnement digital de la communauté



# CHIFFRES CLES

---

**+58 %**

de la population  
totale à moins de  
20 ans

**+32%**

Réussite aux  
examens du  
baccalaureate  
region Fatick

**+17%**

Taux de chômage  
prenant en compte  
le chômage caché  
pendant la saison  
sèche. \*

**+60%**

Taux  
alphabétisation  
pour la région de  
Fatick

**2**

Concurrents  
indirects situés à  
22km et 117 km

Solidarité et maîtrise du digital  
moteur pour l'employabilité

# C I B L E S

- Collégiens, Lycéens, étudiants.
- Jeunes et femmes diplômés au chômage ou à la recherche d'opportunités.
- Collectivités locales.
- Entreprises, écoles, hôpitaux.
- Porteurs de projet et entrepreneurs.

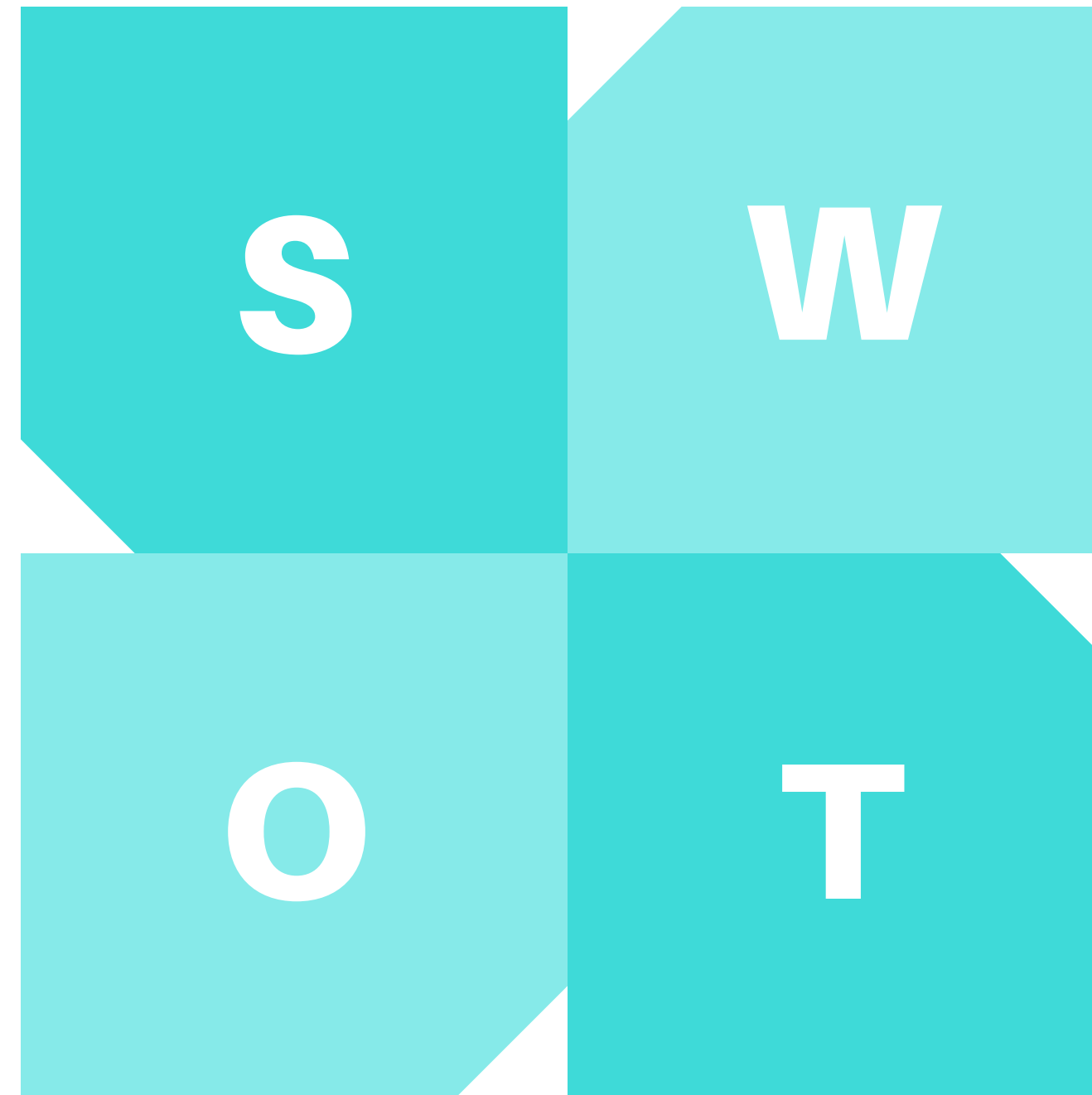


## FORCE

Maîtrise du domaine  
Experience internationale  
Maîtrise du milieu culturel  
Pédagogie active  
Proximité  
Innovation  
Accessibilité

## OPPORTUNITES

Population jeune  
Marché existant  
Disponibilité des  
infrastructures  
Potentialité touristique  
Bassin arachidier



## FAIBLESSES

Fracture numérique  
Adaptabilité  
Lacune linguistique  
Barrière sociale

## RISQUES

Peur du changement  
Decrochage  
Influence sociale

# ANNEE 1

Collégiens, Lycéens, étudiants : **20**

Jeunes et femmes diplômés au chômage ou à la  
recherche d'opportunités : **10**

Collectivités locales, Entreprises, écoles, hôpitaux : **20**

---

## OBJECTIFS CHIFFRES

Collégiens, Lycéens, étudiants : **50**

Jeunes et femmes diplômés au chômage ou à la  
recherche d'opportunités : **30**

Collectivités locales, Entreprises, écoles, hôpitaux : **30**

# ANNEE 2



# AXE DE COMMUNICATION

## POPULATION LOCALE BENEFICIAIRE

Approche directe dans le respect de la culture locale

## COLLECTIVITE LOCALE ET ACTEURS ECONOMIQUES

Approche directe en mettant l'accent sur les retombées économiques et l'impact social


## MECENES ET BUSINESS ANGELS

Mise à disposition du web site et approche par e-mailing et réseaux sociaux en appliquant la technique du pitch-deck

## PARTENAIRES FORMATION

Mise à disposition du web site et approche directe, par e-mailing et réseaux sociaux en valorisant l'innovation pédagogique et l'expérience sur terrain

# LISTE DES PLATEFORMES

- **Suivi de l'audience du site web**
    - Google Analytics
    - Linkt
  - **Campagne publicitaire sponsorisée**
    - Google Adwords
  - **Social Media Marketing**
    - Facebook
    - LinkedIn
    - YouTube
    - Twitter
- 



# SUIVI DES PERFORMANCES

- Suivi de l'audience du web site
- Publication régulière dans les réseaux sociaux et suivi des impacts
- Relance régulière de partenaires potentiels et suivi des partenariats en cours
- Audit périodique du projet

# Budget Prévisionnel

RUBRIQUE	COUT
Matériel pédagogique	2.450.000
Matériels informatiques	18.000.000
Matériels industriels	5.000.000
Matériel agro élevage	4.000.000
Mobiliers	3.000.000
Immobiliers	10.00.000
Charges fixes	2.115.000
TOTAL	44.565.000





CENTRE DE FORMATION ET D'INCUBATION  
DES JEUNES ET FEMMES  
(CFP-GETECH)

# COMMUNICATION BENEFICIAIRES

Marie Perle RAJAONA, Responsable Projet  
Ababacar Diene Ndiaye, Responsable Technique  
Mor Diop, Responsable Documentation-Developpeurr

GRUPE 2

# A P P R O C H E

Elle est axée sur une communication inclusive des différents segments de la communauté constituant notre principale cible.

Une communication communautaire adaptée à chaque couche sociale pendant une période définie est prévue.

Notre communication s'articulera en trois (03) niveaux : à court, moyen et long terme.





# COMMUNICATION A COURT TERME

---

Cibles: autorités municipales,  
personnalités publiques,  
autorités religieuses et coutumières



60  
JOURS

Plusieurs séances d'échanges sur les sujets de la pertinence du projet :

- son implémentation réelle
- sa pérennité.

Exposition en détails des différentes phases **accent sur l'innovation** à la clef de la vision qui anime le projet.

# COMMUNICATION A MOYEN TERME

---

Cible: Toute la communauté !

123  
JOURS

## PHASE 01

- Chaines de radios communautaires : **fatick FM** , **NdefLeng FM** et **Fimela FM**
- spots publicitaires et émissions éducatives.

## PHASE 02

- Manifestation
- Allocutions, des sketches et des témoignages

# COMMUNICATION A LONG TERME

---

Cible: La région de Fatick

La communication sera orientée résultats.

- Des reportages de chaînes de télévision publiques et privées
- Panels et Journées Portes Ouvertes périodiques
- Séminaires
- Dons à la communauté (à l'effigie du centre, stickers)



# Budget Communication Bénéficiaires

	MANIFESTATION	CAUSERIE	COMMUNICATION
CT	150.000	50.000	1.000.000
MT	250.000	50.000	500.000
LT	500.000	100.000	750.000



CENTRE DE FORMATION ET D'INCUBATION  
DES JEUNES ET FEMMES  
(CFP-GETECH)

# COMMUNICATION PARTENAIRES

Marie Perle RAJAONA, Responsable Projet  
Ababacar Diene Ndiaye, Responsable Technique  
Mor Diop, Responsable Documentation-Developpeurr

GRUPE 2

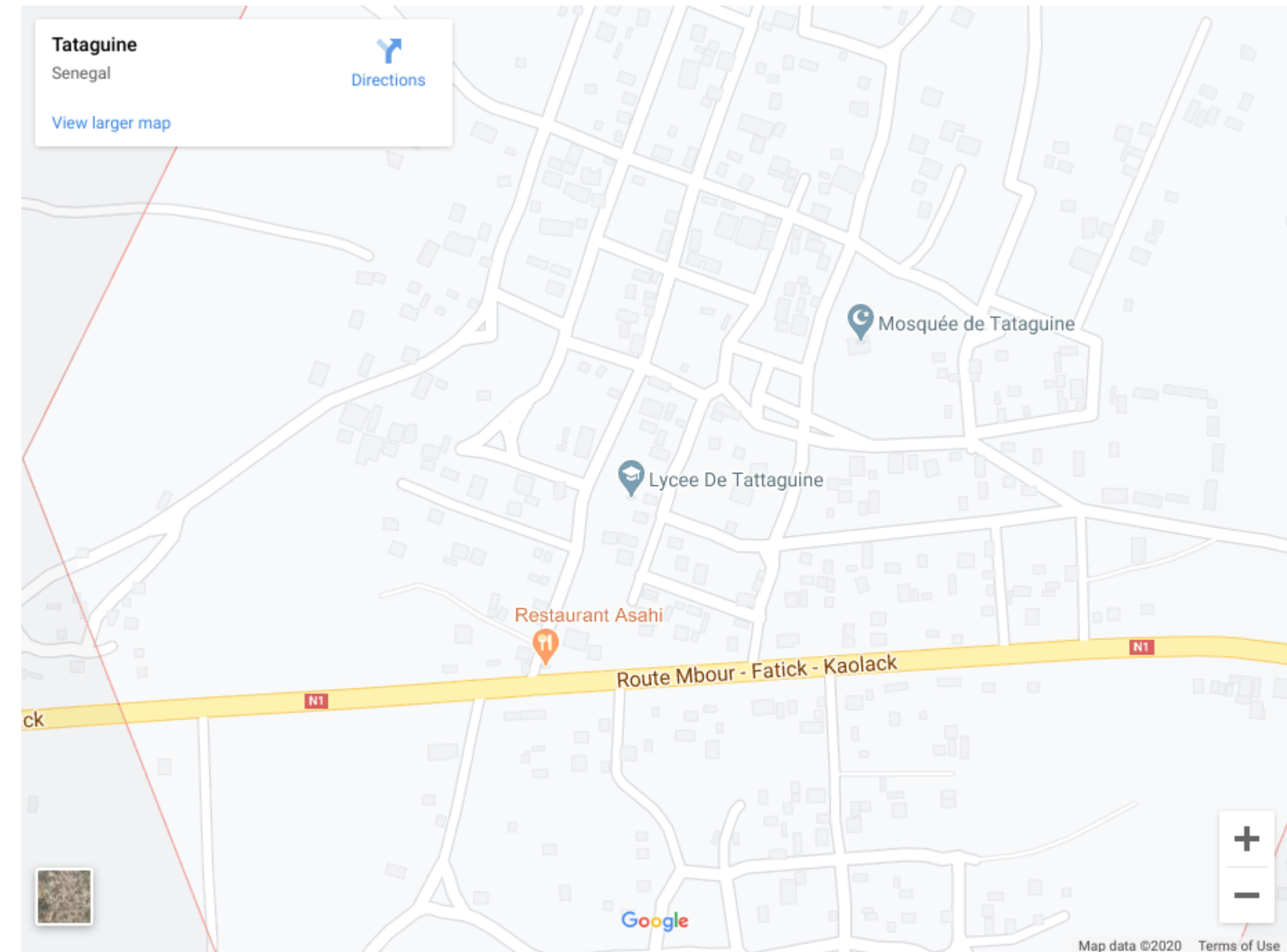
# CONTEXTE

Le Centre de formation professionnelle - Gestion et technologie

CFP-GETECH sera implanté à Tattaguine, au coeur du bassin arachidier.

Commune de la région de Fatick, elle est composée de 32.000 habitants dont plus de 58% sont âgés de moins de 20 ans.

Sur le plan culturel, le Sérère et le Wolof cotoyent une minorité de Halpoular, Diola, Laobé et Bambara.





# Problemes

## Absence d'orientation scolaire et orientation post bac (profil/étude)

Le choix des séries n'est lié ni à une aspiration métier ni à une compétence averée à la filière mais découle plus du dictat social de posséder Le diplôme du baccalauréat .

## Non qualification professionnelle des jeunes et des femmes

A la suite de décrochage scolaire, beaucoup de femmes se lancent dans l'entrepreneuriat et font face à des obstacles pour pérenniser leurs activités souvent par manque de stratégie.

## La fracture numérique

Un accompagnement pour une meilleur utilisation des outils digitaux urgent pour permettre aux jeunes de tirer profit de ce secteur en pleine expansion mais également augmenter en compétence les divers acteurs économiques et sociaux de la région.





# O B J E C T I F S

## **Objectif principal :**

Mise en place d'un Centre de formation et d'incubation des jeunes et femmes

## **Objectif général :**

Contribution au développement de la région de Fatick grâce à des formations orientées métiers

## **Objectif spécifique:**

- Orientation et réorientation scolaire
- Renforcement de capacité des jeunes et femmes entrepreneurs
- Accompagnement digital de la communauté



# CIBLES

- Collégiens, Lycéens, étudiants.
- Jeunes et femmes diplômés au chômage ou à la recherche d'opportunités.
- Collectivités locales.
- Entreprises, écoles, hôpitaux.
- Porteurs de projet et entrepreneurs.

# Business Model

Service contre service, notre leitmotiv pour chercher des contrats dans un environnement économique difficile.

Les 4 départements du centre seront parties intégrantes de ces pôles de production, illustration du learning by doing.

**Pôles de productions agro-élevage.**

**Les produits seront écoulés dans les stations touristiques environnantes et une partie reviendra aux familles des apprenants.**

**Pôle numérique.**

**Banque d'image sur le Sine Saloum, Création de site web et Infographie.**

**Service payant pour les acteurs économiques de la région et d'ailleurs**

**Pôle Incubateur.**

**Production de produits artisanaux à proposer aux sites touristiques.**

**Transformation de produits locaux destinés à la vente.**



# Partenariat

Gagnant gagnant

Education et ascenceur social (Image)

Innovation et Développement  
(Influence)

Partenariat Technique.

Soutien pédagogique

Elargissement ou enrichissement des programmes d'études

Accompagnement en entreprise

Approfondissement culturel

Partenariat Financier

Financement de programme d'étude

Sponsorisation d'étudiant

Financement de ligne budgétaire

Parrainage de promotion

Partenariat Matériel

Equipement et Matériel pédagogique

Matériel agro-élevage

Mise a disposition de locaux technique

# AXE DE COMMUNICATION

## MECENES ET BUSINESS ANGELS

Mise à disposition du web site  
E-mailing  
Réseaux sociaux  
Valorisation de l'image et de l'influence

## PARTENAIRES FORMATION

Mise à disposition du web site  
Approche directe  
E-mailing  
Réseaux sociaux  
Valorisant l'innovation pédagogique et l'expérience sur terrain



# Budget Communication Partenariat

	WEB SITE	RESEAUX SOCIAUX	APPROCHE DIRECT
FRAIS FIXES	0	200.000	200.000
DIVERS	100.000	50.000	50.000
TOTAL	100.000	250.000	250.000