

Mécanisme de Soutien SWIM - Horizon 2020

Œuvrons pour une Méditerranée durable, Prenons soin de notre avenir.

Activités régionales de SWIM-H2020 SM EFS-DZ-1

Présenté par:

Mme. Nathalie Dollé, experte communication

Mécanisme de Soutien SWIM-Horizon 2020, Formation ONID

07 décembre 2017, Alger, Algérie

Ce projet est financé par l'Union européenne



umweltbundesamt[®]

ATKINS

Formation plan de com REUE

Objectif de cette session

- Echanger sur les éléments à prendre en compte pour élaborer un plan de communication. Donc totale interactivité!
- En exercices pratiques et en exemple : la REUE. Le plan élaboré sera mis en œuvre par l'ONID

Formation plan de com REUE

- ◆ A priori, un **plan** de communication complète une **stratégie** de communication qui définit les objectifs, moyens et acteurs pour les 3 ans à suivre.

- ◆ La stratégie de communication découle elle-même d'une stratégie de développement de la REUE.

Formation plan de com REUE

Des antécédents

Dans le cadre du programme SWIM, l'ONID a déjà produit en 2015

- deux supports de communication sur la REUE : un dépliant et un manuel
- un séminaire de sensibilisation

Des parallèles

Les collègues de l'ONA possèdent une stratégie de sensibilisation à la REUE.

- ils ont conçu des dépliants déclinables en fonction des régions
- Ils organisent régulièrement des journées de sensibilisation

Formation plan de com REUE

Objectifs de communication

Ce sont toujours des affirmations.

> Objectif global

« Sensibiliser l'Algérie à la REUE » (?)

> Sous-objectifs

Après l'analyse des questionnaires, l'ONID définira les sous-objectifs prioritaires de communication et remplira des « fiche préparation » qui permettront de n'omettre aucune étape dans la conception puis mise en œuvre d'une action de communication (annexe 2)

Par exemple :

- . La REUE à terme est rentable
- . La REUE, c'est bon pour l'environnement
- . 5 arguments imparables en faveur de la REUE

Formation plan de com REUE

Les groupes cibles

A déterminer un groupe cible pour chaque sous-objectif de communication.

Par exemple :

- les exploitants (par l'intermédiaire des associations d'agriculteurs, l'Union Nationale des Paysans Algériens (UNPA)
- les aiguadiers (par l'intermédiaire du Ministère des Ressources en Eau – MRE et des Directions des Ressources en Eau des Wilayas (DRE)
- les partenaires institutionnels (la direction des Services Agricoles du ministère de l'agriculture ; le ministère de santé ; l'Agence Nationale de Gestion Intégrée des Ressources en Eau (AGIRE), l'Agence Nationale des Ressources Hydrauliques (ANRH) ;, le ministère de l'éducation et les services locaux / régionaux pertinents, la Chambre Nationale d'Agriculture, les collectivités locales...
- Le grand public (à décliner)

Formation plan de com REUE

Messages à communiquer

- Message général

Directement lié à l'objectif global de communication (par exemple : « l'Algérie doit/veut développer la REUE ») et servira systématiquement de référence.

- Messages spécifiques

Les messages spécifiques doivent répondre à des interrogations/opinions formulées dans le questionnaire ou toute autre source pertinente (remontées de terrain, ...)

Formation plan de com REUE

Les messages peuvent

- Donner des informations (l'Algérie comme tous les pays méditerranéens va finir par manquer d'eau pour l'irrigation ; l'eau usée traitée peut être réutilisée ; un point sur la législation actuelle...)
- Rétablir des réalités (aucun souci pour la santé des agriculteurs si les règles de protection sont suivies...)
- Convaincre (certes, l'eau douce est pour l'instant disponible et pas chère mais... ; certes toutes les cultures ne sont pas éligibles mais...).

Formation plan de com REUE

Un message spécifique s'adresse à un groupe cible et correspond à un sous-objectif de communication.

Par exemple

a) Sous objectif : Convaincre de la rentabilité de la REUE

Groupe cible : les exploitants

Message spécifique : « la REUE rapporte davantage qu'une irrigation traditionnelle »

b) Sous objectif : Mieux expliquer la REUE

Groupe cible : les aiguadiers

Message spécifique : « 5 arguments imparables en faveur de la REUE »

Formation plan de com REUE

Branding: nom et identité visuelle

Le communicant doit choisir une identité visuelle pour sa campagne de sensibilisation à la REUE (police de caractère, couleurs...) éventuellement logo et/ou petite icône.

A partir de l'intention générale, un designer/maquettiste fera des propositions « d'univers ». Un seul sera choisi, avec des déclinaisons possibles en fonction des cibles et des supports.

Par exemple : un modèle de fond pour les présentations Powerpoint, un bandeau/un espace dédié sur le site de l'ONID, une banderole extérieure pour des événements publics, des kakemonos pour décorer les salles pendant les formations...

Formation plan de com REUE

Éléments de communication

> Les acteurs de la communication

Les professionnels de la communication - en interne ou en externe – sont en première ligne....

Mais Il ne faut toutefois pas perdre de vue que toutes les parties prenantes de la REUE représentent tous des acteurs de communication, formelle ou informelle. D'où la nécessité qu'elles aient à disposition des informations :

- . vérifiées
- . incontestables
- . hiérarchisées
- . reproductibles

Formation plan de com REUE

Éléments de communication

> Initiatives voisines

Le programme SWIM a déjà accompagné la production de supports de communication sur le thème de la REUE (cf annexes) en Tunisie par ex

Il peut toujours être intéressant en plus d'effectuer une petite opération de recensement et de comparaison critique des campagnes et supports existants dans les pays voisins.

http://edoc.vifapol.de/opus/volltexte/2013/4018/pdf/BuG_12_2003_FR.pdf

Formation plan de com REUE

Éléments de communication

> Dates clé

Un calendrier (réaliste) de mise en œuvre apparaîtra dans le plan de communication.

Il est toujours très utile d'utiliser des « dates prétextes » et récurrentes.

La journée internationale de l'eau (le 22 mars) célèbre en 2017 la réutilisation des eaux usées, un thème différent sera proposé pour la même date l'an prochain.

Salons (Pollutec...)

Formation plan de com REUE

Activités de communication

> Relations média

Il est toujours utile d'inclure un « plan média » dans un plan de communication. Toutefois et pour ne pas gaspiller de temps et de moyen, celui-ci doit être directement relié à la proportion de « grand public » dans les groupes cibles. Si ce dernier en est absent, il vaut mieux oublier les relations avec les médias qui sont très chronophages et assez souvent aléatoires.

- . Liste de contacts de journalistes (à jour!)
- . Un club spécialisé (il en a existé un au MRE)
- . Des « influenceurs » (blogueurs non professionnels)

Formation plan de com REUE

Activités de communication

> Organisation d'évènements (visite d'exploitation pilote?)

Il est toujours risqué – en début de campagne en tous cas – de mélanger les groupes cibles.

Dans un premier temps, les « évènements » doivent donc être conçus pour chacun d'entre eux et selon des modalités très spécifiques. Modestes et efficaces.

A ne pas négliger qu'un événement public peut être couvert par la presse

Formation plan de com REUE

Activités de communication

> Organisation des formations

Une boîte à outils ad hoc devra être préparée.

Les différentes étapes avant-pendant-après seront modélisées avec un retro-planning des tâches à accomplir.

Sans oublier les supports à produire et les éventuelles relations presse.

Formation plan de com REUE

Activités de communication

> Promotion des études

Il reviendra au communicant de valoriser toutes les productions intellectuelles sur la REUE.

Un système de veille sur Internet est facile à mettre en place. Il est parfois plus difficile de travailler avec les chercheurs nationaux. Ce qui ne semble pas être le cas en Algérie

Formation plan de com REUE

Activités de communication

> Concours

L'aspect « compétition » peut ne pas convenir à certains milieux, à vérifier.
Clairement, les exploitants ont-ils une culture de la participation à un concours par exemple ?

En revanche les remise de prix sont souvent recherchés par les universitaires par exemple.

A imaginer également des récompenses aux niveaux des collectivités territoriales...

Formation plan de com REUE

Les outils/supports de communication

Extraits de la synthèse sur les questionnaires, à affiner en fonction des groupes cibles et des messages

1. Vidéos
2. Rencontres ponctuelles
3. Posters
4. Rencontres régulières
5. Expériences pilotes
6. Manuel complet
7. Bandes dessinées
8. Brochures

Formation plan de com REUE

Les outils/supports de communication

D'autres existent et sont à inventer

- Liste de diffusion
- Newsletter/flash info
- Cartes postales
- Une page Facebook dédiée à la REUE
- Autres médias sociaux
- Des émissions de radio régulières, une rubrique dans le journal local...

Formation plan de com REUE

Langue(s) de communication

A priori chaque action et support de communication implique un choix spécifique, en fonction des messages et des groupes cibles.

1. Arabe algérien
2. Français
3. Arabe classique
4. Tamazight

Par exemple les réponses des acteurs institutionnels à cette question dans le questionnaire ont plébiscité le tamazight, qui n'a pas été cité par les exploitants (situés très majoritairement dans l'ouest algérien il faut le préciser).

Formation plan de com REUE

Suivi et évaluation/Indicateurs de succès

Il s'agit d'établir des indicateurs objectivement vérifiables pour chaque groupe cible et/ou chaque action de communication.

Simple et pertinents, ils doivent être faciles à remplir et évolutifs. Ils doivent mélanger des informations

- Quantitatives
- Qualitatives

Inutile de déterminer trop d'indicateurs, il suffit qu'ils soient les plus pertinents... et surtout que le suivi et l'évaluation se fassent **systematiquement**. (voir annexe 3)

Formation plan de com REUE

Enfin et étape fondamentale :

Le budget!