

Cadrage

Évaluation

Validation

Adoption

DÉVELOPPER DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

QUAND cette étape doit-elle être mise en œuvre?

Dans le cadre d'une évaluation nationale des écosystèmes, il est recommandé de développer la Stratégie de Communication et de Sensibilisation le plus tôt possible au cours de la phase de cadrage, puis de réviser cette stratégie et de la mettre à jour si nécessaire tout au long du processus de l'évaluation.

Par exemple, dans le cadre de son processus d'évaluation, la Colombie a très tôt développé une stratégie de communication qui a permis d'assurer la réalisation des objectifs principaux de l'évaluation à l'échelle nationale. La Colombie a notamment développé une identité visuelle pour l'évaluation, un site internet, des vidéos, des podcasts, des articles et des supports numériques dans le but de mettre en avant les informations clés concernant l'évaluation. L'équipe a su intégrer ces éléments dans le processus d'évaluation afin de sensibiliser le public à l'évaluation de la Colombie et de montrer comment les décideurs peuvent l'exploiter. Dans le cadre de la stratégie de communication de la Colombie, un expert en communication a été intégré au groupe consultatif pour fournir des conseils stratégiques tout au long du processus. La stratégie de communication a également identifié des méthodes visant à diffuser aussi largement que possible l'appel destiné aux auteurs et réviseurs pour l'évaluation. Il s'agissait notamment de coordonner la diffusion des appels avec les bureaux de communication d'autres institutions. Grâce à une équipe diversifiée d'auteurs et de réviseurs, le processus de l'évaluation s'est trouvé renforcé, améliorant ainsi la crédibilité, la transparence et la pertinence de l'évaluation de la Colombie.

POURQUOI est-il important d'inclure cet aspect dans une évaluation nationale des écosystèmes?

Les Stratégies de Communication et de Sensibilisation décrivent le raisonnement et la stratégie qui sous-tendent les décisions de communication et d'engagement prises tout au long du processus d'évaluation. Si les stratégies ne doivent pas nécessairement comporter tous les détails des objectifs de la communication, elles doivent néanmoins être accompagnées de plans précisant les procédés, les activités et les coûts. La stratégie concerne les communications et l'engagement aussi bien internes qu'externes. Les communications internes se concentrent sur l'amélioration de la communication et la collaboration au sein de l'équipe d'évaluation et avec les principales parties prenantes. Les communications externes visent des publics plus larges et des groupes cibles afin de mieux diffuser les conclusions de l'évaluation, en vue de les intégrer dans les processus politiques et sociétaux pertinents.

Les évaluations nationales des écosystèmes résument et évaluent des informations provenant de sources diverses (scientifiques, politiques, connaissances autochtones et locales, etc.) afin d'en produire une synthèse à l'attention des décideurs. Ainsi, l'élaboration d'une stratégie de communication dès le début d'une évaluation facilite le dialogue avec les experts, les leaders d'opinion, les personnalités publiques et avec tout acteur qui pourrait accroître son impact au bon moment via les bons médias. Pour ce faire, il convient de:

- **Comprendre comment s'adresser et communiquer avec le public cible.** Identifier dès le départ les partenaires clés, les publics cibles et les meilleurs moyens de communiquer avec eux permet de favoriser une communication plus efficace tout au long du processus d'évaluation. Il convient notamment d'identifier et de collaborer avec des partenaires qui peuvent nous aider à communiquer et à relayer des informations importantes (par exemple, les bureaux de communication des institutions partenaires).
- **Atténuer les risques liés à la communication.** Reconnaître dès le départ les risques potentiels liés à la communication permet de concevoir une stratégie de communication et de sensibilisation qui évite ou atténue ces risques. Par exemple, un manque de communication avec les principales parties prenantes lors de la sélection des questions stratégiques clés peut affaiblir leur intérêt et engagement dans le processus global de l'évaluation. Cela peut compromettre l'appropriation nationale de l'évaluation et son impact ultérieur.
- **Faciliter une gestion adaptée des communications.** Le suivi et l'évaluation de l'impact de la stratégie de communication et de sensibilisation pendant la durée de l'évaluation peuvent fournir des indications précieuses pour adapter le plan initial et éventuellement élargir sa portée. La stratégie d'évaluation doit être un document dynamique, constamment adapté et mis à jour afin de répondre aux besoins de chaque étape de l'évaluation.

À QUI s'adresse cette étape?

La stratégie de communication doit être créée et gérée par l'unité d'assistance technique (TSU, pour l'acronyme anglais) et faire appel à des experts en matière de communication et de sensibilisation pour coordonner et superviser l'ensemble du processus d'évaluation. Elle doit viser à la fois les publics internes et externes et répondre à leurs différents besoins.



ASTUCE

Il est essentiel d'impliquer les parties prenantes internes et externes et concevoir la communication de manière à répondre à leurs besoins.

ASTUCE

Faire appel à des professionnels spécialistes de la communication (par exemple, des traducteurs, des rédacteurs) peut renforcer la portée des communications et l'impact futur des évaluations.

Des ressources seront nécessaires pour recruter un consultant spécialiste des médias, des traducteurs, des rédacteurs scientifiques qualifiés mais cela permettra d'optimiser les communications.

Publics cibles

Communications internes

Les communications internes se concentrent sur les personnes/ groupes qui sont plus étroitement liés à l'évaluation et actuellement impliqués et engagés dans le processus de l'évaluation. Ce sont ces personnes qui peuvent assurer la réussite de la mise en œuvre du processus d'évaluation.

Par exemple : l'équipe d'évaluation du pays fera partie de votre public interne, y compris l'unité de soutien technique (TSU), le comité de pilotage et les auteurs de l'évaluation, entre autres: les co-présidents de l'évaluation, les auteurs principaux, les auteurs collaborateurs, les boursiers et les réviseurs.

Les publics internes peuvent également inclure les principales parties prenantes du gouvernement et de la société civile qui jouent un rôle essentiel dans l'évaluation tout au long de son processus.

Les communications internes visent à garantir que les personnes les plus étroitement impliquées dans l'évaluation soient bien informées et peuvent communiquer et contribuer efficacement au processus d'évaluation, que ce soit d'un point de vue technique ou administratif.

Communications externes

Les communications externes se concentrent sur ceux qui ne sont pas directement impliqués dans le processus d'évaluation mais qui peuvent avoir une influence sur son impact à un moment donné. Il s'agit notamment des décideurs qui sont des utilisateurs potentiels des résultats de l'évaluation à l'avenir, mais qui ne sont pas actuellement engagés dans le processus de l'évaluation.

Les publics externes peuvent ne pas disposer d'informations ou de connaissances détaillées sur le processus de l'évaluation en tant que publics internes. Ils peuvent avoir besoin de plus d'informations pour mieux comprendre vos messages clés.

N'oubliez pas que certaines personnes ou certains groupes peuvent commencer par être des publics externes et qu'au fur et à mesure de l'avancement de l'évaluation, ils peuvent s'engager davantage dans le processus et devenir des publics internes.

L'un des principaux objectifs de la communication externe est d'informer les publics externes et le grand public des messages importants concernant l'évaluation, de veiller à ce que les connaissances de base sur le processus de l'évaluation soient largement diffusées et d'encourager un engagement plus large.

ASTUCE

Lancer une consultation avec les parties prenantes clés et l'ensemble de l'équipe d'évaluation sur la stratégie de communication peut élargir la portée de l'évaluation et amplifier les messages clés.

ASTUCE

Les réseaux sociaux peuvent être un outil utile pour accroître la visibilité de l'évaluation nationale des écosystèmes.

COMMENT élaborer une stratégie de communication et de sensibilisation?

Une stratégie de communication et de sensibilisation vise à renforcer la crédibilité, la légitimité et la pertinence du processus de l'évaluation et des conclusions qui en découlent en soulignant les éléments suivants : comment identifier et impliquer les parties prenantes tout au long du processus d'évaluation ; comment assurer une communication efficace entre les membres de l'équipe de l'évaluation nationale ; et comment présenter les conclusions et les lacunes en matière de connaissances à un plus large public.

Quels sont
vos publics cibles?

Dans quelle mesure
vos communications
renforcent-elles les
objectifs de votre projet?

Quelles stratégies et
voies de communication
utiliserez-vous?

Qu'est-ce qui motive
ces décisions?

Voici un aperçu général des éléments clés qui pourraient être inclus dans une stratégie de communication et de sensibilisation de l'évaluation nationale des écosystèmes. Il convient d'adapter ce qui suit au pays concerné:

1. Introduction

- Contextualiser la stratégie en présentant le projet et en décrivant l'impact global qu'il vise.

2. Conclusions de la stratégie

- Créer un descriptif de la mission pour visualiser les résultats escomptés du projet.
Par exemple : « Les conclusions de l'évaluation ont été communiquées de manière efficace aux décideurs qui ont pu les utiliser ».

3. Objectifs de communication

- Définir quels objectifs les communications visent à atteindre en tant que déclarations d'intention.
Par exemple : « Privilégier une communication limpide et dynamique des conclusions de l'évaluation aux décideurs ».

4. Publics cibles

- Identifier les principaux publics qui seront ciblés par la communication.
- Les publics internes peuvent inclure diverses parties prenantes impliquées dans les différentes étapes du processus d'évaluation.
- Les publics externes (y compris le grand public) peuvent notamment ne pas avoir été impliqués dans la production de l'évaluation mais peuvent toutefois bénéficier de ses conclusions.

5. Messages clés par public cible

- Indiquer les messages clés à transmettre à chacun des publics cibles identifiés.
Par exemple, aux décideurs : « Voici ce que nous savons sur l'état de nos principaux écosystèmes ».

6. Voies de communication par public cible

- Déterminer les canaux de communication appropriés pour transmettre les messages clés à chaque public.
Par exemple, le grand public : réseaux sociaux, vidéos, infographies.

ASTUCE

Il pourrait être judicieux d'utiliser des rapports pour transmettre des messages clés aux décideurs, tandis qu'une vidéo ou une infographie sera sans doute plus adaptée pour le grand public.

7. Activités et conclusions

- Définir le calendrier des activités de communication pendant toute la durée du projet.

ASTUCE

Diffuser les communications lors des journées de sensibilisation peut être efficace et susciter de l'intérêt.

8. Lignes directrices concernant l'image de marque

- Définir les lignes directrices relatives à l'image de marque.
Par exemple, logos, clauses de non-responsabilité...

9. Suivi et évaluation

- Définir une méthode de contrôle, d'évaluation et d'amélioration de l'impact de la communication.
Par exemple, examen par les pairs, analyse des réseaux sociaux...

ASTUCE

Evaluer la possibilité de diffuser les communications pendant la phase de planification.

RESSOURCES

- Vous trouverez des exemples d'autres stratégies de communication et de sensibilisation de l'évaluation nationale des écosystèmes dans la section Études de cas du site Web SGAN. Visitez : www.ecosystemassessments.net/resources

Soutenu par:



Federal Ministry
for the Environment, Nature Conservation
and Nuclear Safety

En partenariat avec:



BESNet
Biodiversity and Ecosystem Services Network

Pour plus d'informations, veuillez contacter assessment@unep-wcmc.org ou consulter notre site Internet <http://www.ecosystemassessments.net/>