



Atelier « Communiquer sur le climat » :

Clés de réussite pour communiquer sur l'action climatique et environnementale

Objectifs et groupes cibles

- Quels sont les objectifs du projet ? Comment les soutenir par des mesures de communication ? Quels sont les objectifs généraux de la communication ? Est-ce que je veux :
 - Transmettre des informations ?
 - Influencer les attitudes ?
 - Déclencher des actions/comportements ?
 - Favoriser la compréhension ?
 - Créer de la confiance et de l'acceptation ?
 - Engager le dialogue ?
- Quels sont les principaux groupes cibles ? En interne et en externe ?
- Quels sont les influenceurs potentiels ?
- Quel est l'objectif de la communication et auprès de qui ?

Conseils et astuces pour les messages

- KISS : Keep it short and simple.
- "Le ver doit être au goût du poisson et non du pêcheur".
- Utiliser des messages positifs plutôt que des appels moraux.
- Travailler avec des émotions et des images.
- Utiliser un langage authentique (style et tonalité).
- Choisir l'expéditeur en connaissance de cause.

Mesures de communication (exemples) :

- Entretiens personnels, par ex. lors d'une consultation/d'un point de contact
- Manifestations, par ex. réunions, ateliers, fêtes, concours
- Imprimés ; par ex. feuilles d'information, dépliants, brochures, articles spécialisés, affiches
- Contacts électroniques ; par ex. sites web, mailings, newsletters, canaux de médias sociaux
- Média ; par ex. annonces, conférences de presse, vidéos

Planification : établir un calendrier sous forme de check liste et le mettre à jour en permanence.

- Mesures : tout au long du projet, respecter les étapes clés.
- Étapes de travail : qui doit faire quoi pour qu'une mesure soit mise en œuvre ?
- Délais : peuvent être précisés en permanence
- Responsabilité : si possible des personnes, pas des départements ou des organisations.
- Remarques : par ex. Learnings



Communication du projet : comment procéder ?

	<p>Prévoir la communication d'accompagnement suffisamment tôt, c'est-à-dire y penser dès le lancement du projet. Réserver également un montant dans le budget du projet pour la communication, par exemple pour des photographies.</p>
	<p>Définir les groupes cibles, par exemple les collaborateurs internes, les organes politiques (conseil communal/municipal), les journalistes, les partenaires (entreprises, organisations, associations), la population intéressée ou concernée.</p> <p>Recommandation <i>Informar les collaborateurs internes à temps, ils constituent un groupe cible important et peuvent être utilisés comme intermédiaires et multiplicateurs et soutenir activement le projet.</i></p>
	<p>Définir les objectifs de communication</p> <ul style="list-style-type: none">• Informer régulièrement sur le projet• Faire accepter et comprendre le projet• Transmettre des informations de base• Convaincre les collaborateurs internes de servir d'intermédiaires et de multiplicateurs• Informer et impliquer régulièrement les personnes concernées par le projet
	<p>Définir les canaux de communication pour la diffusion des informations sur le projet, par ex. manifestations, réunions, boîte d'information de la commune, panneaux d'information sur place, site Internet, newsletter, canaux de médias sociaux, travail médiatique (journal d'annonces, journal local).</p> <p>Recommandation Il n'est judicieux d'inviter les journalistes sur place que si l'information a suffisamment de « valeur de nouveauté ». Sinon, nous recommandons d'envoyer un communiqué de presse et, le cas échéant, de mener une interview/un entretien avec des journalistes sélectionnés.</p>
	<p>Formuler les messages clés</p> <ul style="list-style-type: none">• Formuler au maximum trois messages• Langage court et facile à comprendre, ne pas utiliser de termes techniques
	<p>Définir le contenu et élaborer des textes de base pour les différents canaux de communication</p> <ul style="list-style-type: none">• Prendre en compte les questionnements suivants : Qui, Quoi, Quand, Où et Pourquoi.• Si disponible, intégrer le/la responsable de la communication ou une agence externe. <p>Recommandation</p> <ul style="list-style-type: none">• Texte court d'une page A4 sur le projet, coordonnées des contacts pour les questions, ne pas oublier les images.
	<p>Prévoir une documentation dès le début, par exemple photographier et documenter les différentes phases du projet. Ces images peuvent être utilisées à bon escient pour la communication.</p> <p>Recommandation Il est également possible d'utiliser des déclarations de collaborateurs du projet dans la communication. Celles-ci ont un effet crédible et sympathique.</p>
	<p>Établir un calendrier pour la communication d'accompagnement, afin de pouvoir informer à temps sur les principales étapes du projet.</p>
	<p>Organiser un événement ou envoyer une information/un communiqué de presse à la fin du projet.</p> <p>Recommandation Rédiger éventuellement un rapport final et l'utiliser à des fins de communication, par exemple le publier sur le site Internet, le mentionner dans la newsletter.</p>