UN environment programme

Mediterranean Action Plan
Barcelona Convention

The Mediterranean Biodiversity Centre
SPA / RAC



STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DE L'AIRE MARINE ET COTIERE PROTEGEE DES ÎLES KURIAT

RAPPORT DE SYNTHESE

Avec le soutien financier de

MAVA FONDATION POUR LA NATURE

En partenariat avec

APAL وكالة حماية وتهيئة الشريط الساحلي AGENCE DE PROTECTION ET D'AMENAGEMENT DU LITTORAL

Notre Grand Bleu

Mentions légales : Les appellations employées dans ce document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées (SPA/RAC) et du Programme des Nations Unies pour l'Environnement / Plan d'Action pour la Méditerranée (UNEP/MAP) aucune prise de position quant au statut juridique des États, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Cette publication a été produite avec le soutien financé de la Fondation MAVA. Son contenu relève de la seule responsabilité du SPA/RAC et ne reflète pas nécessairement les opinions de la Fondation MAVA.

Droits d'auteur : Tous les droits de propriété des textes et des contenus de différentes natures de la présente publication appartiennent au SPA/RAC. Ce texte et contenus ne peuvent être reproduits, en tout ou en partie, et sous une forme quelconque, sans l'autorisation préalable du SPA/RAC, sauf dans le cas d'une utilisation à des fins éducatives et non lucratives, et à condition de faire mention de la source.

© 2020 - Programme des Nations Unies pour l'Environnement
Plan d'Action pour la Méditerranée
Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées
B.P. 337
1080 Tunis Cedex - Tunisie.
car-asp@spa-rac.org

Pour des fins bibliographiques, cette publication peut être citée comme suit : SPA/RAC - UNEP/MAP, 2020. Stratégie de communication pour la promotion de l'Aire marine et côtière protégée des îles Kuriat, rapport de synthèse. Par Image Conseil. Ed. SPA/RAC. Projet Kuriat « Appui à la gestion de l'aire marine et côtière protégée des îles Kuriat, Tunis : 44 pages.

Conception graphique et mise en page :
Meriem Ben Rejeb, www.atheris-communication.com

Crédit photo de couverture :
© NGB / Sahbi Dorai

Ce document a été édité dans le cadre du projet Kuriat financé par la Fondation MAVA.

Pour plus d'informations :
www.unepmap.org
www.spa-rac.org

STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DE L'AIRE MARINE ET COTIERE PROTEGEE DES ÎLES KURIAT

RAPPORT DE SYNTHESE

Projet MAVA Kuriat

Étude financée par La Fondation MAVA



Étude commanditée par le SPA/RAC
Centre d'activités régionales pour les aires spécialement protégées (SPA/RAC)
Boulevard du Leader Yasser Arafat
B.P. 337
1080 Tunis Cedex - Tunisia
car-asp@spa-rac.org

En charge de cette étude à Image Conseil
- M. Mourad Chakroun, chef de projet, expert en communication institutionnelle
- M. Abdelkader Rhaiem, expert en communication & médias
- M. Hassan Mouri, sociologue
- M. Med Salah Ben Romdhane, expert en biologie marine

En charge de cette étude au SPA/RAC
- Yassine Ramzi Sghaier, chargé du projet Kuriat
- Amel Mechmech, chargée de projet adjointe - Projet Kuriat
- Dorra Maaoui, assistante communication

En charge de cette étude à l'Agence de Protection et d'Aménagement du Littoral (APAL)
- Samia Boufares, chargée de direction - gestion des Écosystèmes Littoraux
- Ahmed Ben Hmida, gestionnaire des AMCPs du Centre Sud

En charge de cette étude à l'association Notre Grand Bleu (NGB)
- Manel Ben Ismail, Directrice de l'association Notre Grand Bleu

Avant-propos

La Méditerranée est une mer sous pression, riche en diversité et en ressources naturelles mais surexploitée, polluée et ses milieux naturels malmenés.

La mer est pourtant nécessaire à la vie des hommes et des femmes qui peuplent ses rivages, et au-delà.

Comment la préserver alors ?
Les Aires marines protégées (AMP) est un moyen de conservation qui a prouvé son efficacité pour restaurer les écosystèmes et assurer leur bonne santé, encore faut-il bien les gérer, et surtout, assurer que toutes les parties concernées, du pêcheur au simple visiteur, soient conscientes de l'intérêt de la démarche et engagées dans le processus.

Le SPA/RAC œuvre pour le développement des aires marines protégées depuis 30 ans. C'est dans sur cette même lancée que s'inscrit l'élaboration de cette étude de stratégie de communication, dont l'objectif est de promouvoir les îles Kuriat, une aire marine protégée prometteuse au large de Monastir, et de façon plus générale, les AMP en Tunisie.

La mer est un patrimoine commun, ensemble nous pouvons le protéger et assurer sa pérennité pour les générations futures.

***Khalil Attia**, Directeur du SPA/RAC*

TABLE DES MATIÈRES

I. INTRODUCTION GENERALE 7
1. Cadre général 7
2. Objectif de l'étude 7
II. LA COMMUNICATION SUR L'AMCP DES ILES KURIAT : DIAGNOSTIC & RECOMMANDATIONS 9
1. Synthèse des forces et des faiblesses de la situation de communication sur l'AMCP des iles Kuriat 9
2. Synthèse des Opportunités / Menaces / Conséquences 9
III. COMPOSANTES DE LA STRATEGIE 2019-2021 13
1. Objectif Général 13
2. Objectifs spécifiques et résultats attendus 13
3. Groupes cibles de la communication 13
3.1. Le Grand Public 13
3.2. Les usagers / acteurs économiques 14
3.3. Les structures concernées par l'AMCP des îles Kuriat 14
4. Axes d'intervention, approches et principales actions de communication 14
4.1. Image et identité de l'AMCP Kuriat 15
4.2. Information et mobilisation autour de l'AMCP Kuriat 15
4.3. Convaincre et persuader les acteurs « influents » de l'importance de l'AMCP Kuriat 16
4.4. Encourager les échanges libres et sécurisés entre les parties prenantes, dans les espaces et forums qui leurs seront dédiés 17
IV. Messages clefs par groupe cible 21
V. MECANISMES DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION 25
VI. PLANNING DES ACTIVITES SELON LES RESULTATS ATTENDUS PAR OBJECTIF SPECIFIQUE 27
VII. PLAN D'ACTION BUDGETISE POUR LA PROMOTION DE L'AMCP KURIAT 33
7.1. Budget par catégorie d'action 33
7.2. Budget par objectif et par résultat attendu 33
7.3. Budget par activité selon le résultat attendu 34
VIII. PLAN DE SUIVI ET D'EVALUATION 39
8.1. Domaines de l'évaluation 39
8.2. Outils d'évaluation 39
8.3. Les indicateurs 39
8.3.1. Sélection des indicateurs 40
8.3.2. Outils d'évaluation et sources de vérification 40
8.3.3. Approche et périodicité de l'évaluation 40
8.4. Principaux indicateurs de suivi et d'évaluation 40
8.4.1. Indicateurs d'efforts (Produits) 40
8.4.2. Indicateurs d'effets (Résultats) 42
8.4.3. Indicateurs d'impact (Objectifs) 43

Sigles et abréviations

AMCP	Aire Marine et Côtière Protégée
APAL	Agence de Protection et de l'Aménagement du Littoral
AV	Audiovisuel
BS	Bureau Spécialisé
CLAG	Comité Local d'Appui à la Gestion des îles Kuriat
Exp.	Exemplaire
MedMPAnet	Mediterranean Marine Protected Areas network
NGB	Association Notre Grand Bleu
ONG	Organisation Non Gouvernementale
SPA/RAC	Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées
UC	Unité de Communication
UGIK	Unité de Gestion conjointe des Îles Kuriat


© APAL

I. INTRODUCTION GENERALE

1. Cadre général

L'élaboration de la stratégie de communication s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du projet « Appui à la gestion de l'aire marine et côtière protégée des îles Kuriat », lequel projet est développé par le Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées (SPA/RAC), et ce en partenariat avec l'Agence de Protection et d'Aménagement du Littoral (APAL) et Notre Grand Bleu (NGB). Il vise à appuyer la mise en œuvre des actions prioritaires identifiées par le plan de gestion élaboré par le SPA/RAC dans le cadre de son projet MedMPAnet et validé par les autorités tunisiennes compétentes.

2. Objectif de l'étude

La mission a pour objectif le développement d'une stratégie de communication pertinente pour la promotion de l'aire marine côtière protégée (AMCP) des îles Kuriat qui soit en parfaite cohérence avec son plan de gestion. Celle-ci sera déclinée en un plan d'action budgétisé et un plan de suivi/évaluation.

Cette stratégie intervient en appui aux différentes initiatives menées par le SPA/RAC et ses partenaires APAL et NGB pour la promotion de l'AMCP des îles Kuriat, et contribue directement à la réalisation des objectifs suivants (cf. TDR) :

- Informer les différents usagers de l'AMCP des îles Kuriat, actuels et potentiels, de la valeur patrimoniale des îles Kuriat, de l'importance de sa conservation, des menaces auxquelles elles font face, et des règles et réglementation en vigueur relatives à leur conservation et leur gestion.
- Promouvoir les activités de gestion entreprises sur le site afin de maximaliser leur impact.
- Informer et sensibiliser aux niveaux local et national sur le statut des îles Kuriat, les enjeux de sa proclamation en tant qu'aire marine et côtière protégée sur le plan écologique et socio-économique.
- Faire connaître l'AMCP auprès du grand public à différentes échelles (locale, nationale et régionale), et promouvoir les actions de conservation et les activités socio-économiques durables mises en place dans et autour des îles.
- Fédérer les usagers directs de l'île, les autorités locales et autres parties prenantes autour de l'AMCP.
- Inspirer, encourager les collaborations et les échanges d'expériences, pour que de nouvelles initiatives similaires en Tunisie ou dans d'autres pays méditerranéens voient le jour où se renforcent.
- Encourager cette même cible à agir ou à entreprendre dans cette zone dans le respect de ces règles.
- Créer des synergies avec les plans de communication globaux développés par les autorités nationales, les bailleurs de fonds et les organisations actives sur les thèmes similaires aux niveaux national et international.



© NGB / Lamis Toumi

II. LA COMMUNICATION SUR L'AMCP DES ILES KURIAT : DIAGNOSTIC & RECOMMANDATIONS

L'analyse documentaire, les enquêtes et les entretiens individuels menés avec les groupes cibles déjà mentionnés permettent de poser le diagnostic de la situation de la communication sur l'AMCP des îles Kuriat comme suit :

1. Synthèse des forces et des faiblesses de la situation de communication sur l'AMCP des iles Kuriat

Forces	Faiblesses
- Existence d'une volonté de considérer la communication comme une activité stratégique complémentaire au plan de gestion de l'AMCP des iles Kuriat. - Implication de la société civile dans la protection de l'AMCP, à travers des associations et les ONG, telles que l'association NGB, qui travaillent en étroite collaboration avec le SPA/RAC et l'APAL. - Existence du CLAG dont les parties prenantes sont représentatives des institutions gouvernementales, non-gouvernementales, des usagers. - Elaboration de la charte ou contrat de territoire définissant les engagements des parties prenantes (usagers, autorités de contrôle, administrations, société civile…impliqués dans les objectifs de gestion partagés tels que formulés dans le plan de gestion de 2014. - Besoin quasi-unanimement exprimé en communication.	- Confusion autour des concepts clefs entre communication, information, sensibilisation et éducation. - Absence de formation des « acteurs » en communication. - Actions dites de communication très disparates sans aucun souci d'évaluation. - Absence d'annonceur unique, visible, identifiable par les groupes cibles. - Multiplicité des sources d'informations sur l'AMCP des iles Kuriat sans une parfaite coordination. - Absence d'axes de communication, claires, et cohérents. - Absence de synergie d'actions entre les membres du CLAG.

* Environnement

2. Synthèse des Opportunités / Menaces / Conséquences

*	Opportunités	Menaces	Conséquences
Gouvernance	• Existence du CLAG dont la mobilisation reste à réactiver pour une meilleure gestion de l'AMCP. • Plan de gestion des iles Kuriat disponible depuis 2015 en trois phases. • Existence d'actions de sensibilisation disparates témoignant d'une volonté collective de placer l'AMCP/ Kuriat au-devant de la scène écologique locale, nationale et régionale. • Usage des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et des médias sociaux.	• Des rapports conflictuels, voire un cloisonnement ou une collaboration très ponctuelle entre certains membres du CLAG. • Absence d'archivage et de base de données permettant le stockage et la gestion du fonds documentaire, selon les normes en vigueur au niveau de l'unité de gestion conjointe. • Sous-exploitation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et des médias sociaux, permettant la mise en place d'une plateforme d'échanges entre les parties prenantes, acteurs, partenaires et groupes cibles. • Surinformation (pléthore de messages), mais déficit de communication.	• Gaspillage de temps et d'énergie dans des actions de « communication » disparates, dont l'impact échappe à toute évaluation rationnelle. • Informations et données non partagées par tous les membres du CLAG, et à temps. • Absence d'unité/cellule de communication avec une vision et une mission stratégique en la matière.

Politique	• Volonté et orientation politiques encourageantes* • Tunisie membre de la convention de Barcelone sur la Protection du milieu marin et du littoral de la Méditerranée (16.02.1976).	• Situation politique transitoire • Dossier des AMCP relégué au rang de dossiers non prioritaires.	• Lenteur de la prise de décisions.
Juridique	• Arrêté d'application de la loi n°2009-49 du 20 juillet 2009, relative aux aires marines et côtières protégées. • Décret n° 2014-1844 du 19 mai 2014, • Décret n° 2014-1845 du 19 mai 2014, • Décret n° 2014-1846 du 19 mai 2014, • Décret n° 2014-1848 du 20 mai 2014	• AMCP non encore institutionnalisée.	• Statut juridique de l'AMCP en instance.
Financement	• Des bailleurs de fonds internationaux sensibilisés aux AMCP en Tunisie (ex. The MedFund, CEPF, Fondation MAVA…).	• Situation économique assez difficile. • Manque de structures financières durables	• Financement de l'élaboration d'une stratégie de communication sur justifié et garanti par le SPA/RAC en tant que composante du plan de gestion l'AMCP/Kuriat.
Social	• Prédisposition à l'adhésion, l'appropriation et l'engagement dans la conservation de l'AMCP/Kuriat. • L'existence d'un important tissu associatif local pleinement engagé (Ex. NGB).	• Niveau d'instruction, limité, ne permettant pas l'assimilation du concept et principes de l'AMCP, surtout dans sa pérennité. • Conflit d'intérêt socio-économique.	• Efforts considérables à entreprendre à tous les niveaux, et surtout dans la durée (pérennité).



© APAL



© NGB / Manel Ben Ismail

III. COMPOSANTES DE LA STRATEGIE 2019-2021

Les principales composantes de la stratégie de communication et de sensibilisation pour la promotion de l'AMCP des îles Kuriat sont ici traduites en actions à mener par rapport à l'objectif général. De ce dernier dérivent naturellement les sous-objectifs rapportés, dont chacun correspond au groupe cible identifié.

1. Objectif Général

La stratégie de communication engageante a pour objectif général la promotion de l'aire marine côtière protégée (AMCP) des îles Kuriat qui soit en parfaite cohérence avec son plan de gestion. Cette stratégie ambitionne également de créer un univers de référence commun aux divers intervenants, quelle que soit leur position par rapport à l'AMCP des îles Kuriat (environnement du système).

2. Objectifs spécifiques et résultats attendus

OBJECTIF SPECIFIQUE 1	OBJECTIF SPECIFIQUE 2	OBJECTIF SPECIFIQUE 3	OBJECTIF SPECIFIQUE 4
Créer l'identité de l'AMCP des îles Kuriat et en promouvoir l'image auprès des divers groupes cibles à l'échelle locale, nationale, régionale, et internationale.	Faire connaître l'AMCP auprès du grand public, et promouvoir les actions de conservation et les activités socio-économiques durables mises en place dans et autour des îles.	Informer les usagers des îles Kuriat de la richesse de sa biodiversité, de sa valeur patrimoniale, de l'importance de sa conservation, des menaces auxquelles elles font face, et des règles et réglementations en vigueur relatives à leur conservation et leur gestion.	Partager des contenus en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, NGB, SPA/RAC.
RESULTATS ATTENDUS	**RESULTATS ATTENDUS**	**RESULTATS ATTENDUS**	**RESULTATS ATTENDUS**
1 L'identité de l'AMCP des îles Kuriat est créée et promue.	3 Une opinion publique sensibilisée et mobilisée autour de l'AMCP des îles Kuriat.	5 Les différents usagers de l'AMCP des îles Kuriat convaincus de la valeur patrimoniale du site, et de l'importance de sa conservation, et respectent les règles et règlementations.	7 Informations sur l'AMCP des îles Kuriat disponibles et actualisées.
2 Les compétences en communication des intervenants sont acquises.	4 Les actions de conservation et des activités socioéconomiques durables mises en place sont promues.	6 Les mécanismes de financement des AMCP sont mis en place incitant à l'investissement bleu.	8 Interactivité avec l'AMCP Kuriat garantie.
			9 Visibilité de l'AMCP des îles Kuriat sur les réseaux sociaux assurée.

3. Groupes cibles de la communication

L'AMCP des îles Kuriat est un site fréquenté par une panoplie d'individus qui diffèrent de par leurs caractéristiques sociodémographiques, leurs motivations et leurs activités sur et aux environs du site. Le diagnostic de la situation de la communication a permis de les classer comme suit :

3.1. Le Grand Public

La communication sur l'AMCP des îles Kuriat consiste à sensibiliser l'opinion publique sur la question écologique avec son corollaire « développement durable ». Une fois la sensibilisation accomplie, les actions de communication à mettre en œuvre contribueront à opérer chez les groupes cibles un

changement de comportement dont on espère la pérennité et le legs aux générations futures. Pour ce faire, il faudra d'abord se rendre à l'évidence que le changement de comportement est un processus lent et ardu ; il requiert de ceux qui souhaitent l'implémenter patience et savoir-faire. La culture écologique, qui induirait ce changement de comportement, sera disséminée à travers des actions de communication **engageante**[1] sur les principes et les valeurs de l'AMCP, dont chacun récoltera les fruits. L'accent sera mis sur le droit des générations futures à hériter d'un écosystème « préservé », une biodiversité « protégée ».

Groupes cibles finales :
Tous citoyens confondus à l'échelle locale, nationale et internationale, bénéficiaires des îles.

3.2. Les usagers / acteurs économiques

- Les pêcheurs (professionnels et sportifs)
- Les sociétés d'aquaculture
- Les plaisanciers
- Les opérateurs touristiques
- Plongeurs

Autres usagers :
- Visiteurs des îles
- Enfants d'âge préscolaire
- Ecoliers de la région et des villes côtières,
- Etudiants
- Chercheurs

Groupes cibles intermédiaires :
- Instituts universitaires et centres de recherche concernés
- Société civile, ONG, Clubs,… travaillant sur les thématiques environnementales, tunisiennes et méditerranéennes
- Professionnels des médias (Presse écrite, presse électronique, Radio et Télévision nationales et internationales, régionales, locales, publiques et privées).
- Community manager

3.3. Les structures concernées par l'AMCP des îles Kuriat

La communication engageante pour la promotion du site aura à faire adhérer les détenteurs du pouvoir de décision tant sur le plan central qu'au niveau local. L'engagement de ces acteurs est le propre des actions de plaidoyer à développer dans le cadre de la stratégie de communication.

Décideurs
- Présidence de la République
- Présidence du gouvernement
- Assemblée des Représentants du Peuple
- Banque centrale
- Élus locaux
- Gouverneurs
- Délégués
- Commissariats Généraux de Développement Régional
- Conseils Régionaux (le Conseil Local et le Conseil Municipal)
- Conseil National des Aires Marines et Côtières Protégées
- Directions Régionales et Locales Déconcentrées.

Ministères concernés par l'AMCP Kuriat
- Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche
- Ministère de la Relation avec le Parlement et la Société Civile
- Ministère des Affaires Locales et de l'Environnement et ses sous-tutelles
- Ministère de l'Education
- Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat
- Ministère de la Jeunesse et du Sport
- Ministère des Affaires Culturelles
- Ministère des Domaines de l'Etat et des Affaires Foncières
- Ministère de la Défense
- Ministère de l'Intérieur (garde nationale…)

Partenaires nationaux
- Institut National des Sciences et Technologies de la Mer
- Institut Supérieur de Biotechnologie de Monastir
- Autres partenaires nationaux en rapport avec l'AMCP Kuriat.

Partenaires internationaux
- Réseau de gestionnaires d'Aires Marines Protégées en Méditerranée (MedPAN)
- Conservatoire du Littoral Français
- Petites Îles Méditerranées (PIM)
- Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN)
- Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées (SPA/RAC)
- Fond Français pour l'Environnement Mondial (FFEM)
- The MedFund
- Autres partenaires internationaux en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat.

4. Axes d'intervention, approches et principales actions de communication

Faire connaitre l'AMCP des îles Kuriat et la faire reconnaitre déterminent les axes de communication qui balisent les itinéraires à emprunter en direction des objectifs déjà fixés.
Axe 1 : Image et identité de l'AMCP Kuriat
Axe 2 : Information et mobilisation autour du site
Axe 3 : Convaincre et persuader les acteurs « influents » de l'importance stratégique de l'AMCP et de ses valeurs socioéconomiques et patrimoniales
Axe 4 : Stimuler les échanges libres et sécurisés entre les parties prenantes, dans les espaces et forums qui leurs seront dédiés, et à travers une plateforme web.

[1] Comment engager pour faire monde Commun ? Le Cas « nageons propre » in Recherches en communication, n° 42 (2016), Céline Pascual Espuny et Al., pp 155-173.
[2] CAR/ASP - PNUE/PAM, 2015. Elaboration d'un Plan de Gestion pour l'Aire Marine et Côtière Protégée des îles Kuriat (Tunisie) - Phase 2, op. cit.

Ces axes recoupent les recommandations du « **Plan de gestion** »[2]. Il y est en effet suggéré de sensibiliser les acteurs et les citoyens sur l'AMCP, en « *poursuivant les négociations avec les promoteurs touristiques afin de mettre en conformité leurs activités sur la petite Kuriat, (et) la concertation avec les promoteurs touristiques pour le choix d'un plan d'occupation des plages* »[3] et ce après signature de la charte.

4.1. Image et identité de l'AMCP Kuriat

Principes

Toute communication repose logiquement sur la déclinaison de l'identité du sujet/objet de l'échange. Cette identité permet au vis-à-vis de percevoir l'image à propos de laquelle il est invité à interagir.

- L'identité de l'AMCP des îles Kuriat doit véhiculer les principes et les valeurs qui permettent d'engager un long processus de diffusion auprès des citoyens d'une culture écosystémique faisant allusion au comportement souhaité basé sur le respect de la nature. Cette image sera ancrée progressivement au rythme de la mise en œuvre de la stratégie de communication engageante.
- L'image de "AMCP Kuriat" et le capital à accumuler comprennent les images mentales cognitives et affectives perçues par les différents groupes cibles.

Approches

- Introduire le concept "AMCP" dans l'espace public en diffusant son identité à travers les moyens de communication de masse (supports imprimés, presse écrite et électronique, réseaux sociaux, radio et télévision).
- La caution « journalistique » recherchée s'obtiendra également grâce à la communication évènementielle qui est l'apanage des professionnels des médias.
- Diffusion des campagnes d'affichage de notoriété et de proximité, en direction des publics cibles. Celle-ci gagnerait à être étendue aux medias sociaux à forte pénétration chez les jeunes.

Moyens

> Identité, image et notoriété de l'AMCP Kuriat

- Création d'un logotype
- Développement d'une charte graphique
- Création d'une identité sonore (signature, jingle pour la production audiovisuelle, la plateforme électronique, musique d'attente, etc.)

> Faire connaitre l'AMCP Kuriat par ce qui suit :

- Production d'un support de présentation de l'**AMCP Kuriat**, de documents vulgarisant les concepts clés, à savoir notamment « Aire Marine et Côtière Protégée » en explicitant brièvement les principes et les valeurs qui justifient la protection du site, ainsi que les bénéfices (environnementale, culturelles et socio-économiques) qui en découlent pour tout un chacun.
- Diffusion à grande échelle d'une revue, d'un bulletin d'information et de supports didactiques dont le contenu qui soit « humanisé » en recourant aux témoignages d'acteurs dans leur quotidien (pêcheurs, bateliers…).
- Participation aux rencontres et manifestations nationales et internationales dont les retombées en image et la notoriété de l'**AMCP Kuriat** seront certaines.

> Développer de bons rapports avec les professionnels des médias en œuvrant à :

- Mettre à contribution les Relations Publiques (RP), notamment pour tisser et consolider les liens avec les journalistes.
- Investir dans la formation et le recyclage des journalistes et communicateurs en écologie, selon une approche participative et inclusive des médias (publics et privés, nationaux et régionaux).
- Inviter les médias à diffuser des initiatives réussies en rapport avec l'AMCP Kuriat, en créant l'évènement à l'occasion par exemple des relâchées de tortues marines, ou en organisant des circuits sous-marins etc. De telles initiatives contribueront sans conteste à forger une excellente image du site.

4.2 Information et mobilisation autour de l'AMCP Kuriat

Principes

L'information et la mobilisation relative au site prend appui sur le premier axe de communication engageante et en tire pleinement bénéfice pour entamer le processus visant à faire connaitre reconnaitre l'**AMCP Kuriat** par tous les groupes cibles.

- Il s'agit de convaincre les acteurs, partenaires et les divers usagers du site de la nécessité de protéger l'écosystème et de préserver la biodiversité et le patrimoine de l'AMCP. L'information consiste à donner forme au concept AMCP pour que les groupes cibles en saisissent concrètement le concept et soient sensibilisés aux profits autres que matériaux qu'ils peuvent en tirer.
- L'information et la sensibilisation améliorent certes le niveau de « connaissance » des publics cibles et contribuent à dissiper le flou qui entoure la notion de l'**AMCP**, mais les efforts doivent être continus et soutenus pour espérer en obtenir les effets escomptés.
- La connaissance de l'AMCP Kuriat et de ses enjeux écosystémiques par les groupes cibles, entraine la mobilisation de l'opinion publique autour du concept. Les attitudes se préciseront positivement par rapport à la préservation du site. Cet effort doit être poursuivi durant la période allouée à la stratégie de communication pour garantir l'adhésion des citoyens à la thématique AMCP et leur engagement effectif.

Approches

- L'approche médiatique consiste à mettre à contribution les médias de masse, les médias sociaux, et le hors

[3] Comment engager pour faire monde Commun ? Le Cas « nageons propre » in Recherches en communication, n° 42 (2016), Céline Pascual Espuny et Al., pp 155-173.

médias, pour faire reconnaitre le site auprès des groupes cibles comme étant une AMCP, en adaptant chaque support aux caractéristiques de la « cible » visée.

- La communication de proximité sera d'autant efficace que les groupes relais transmettent le message pour la promotion de l'AMCP au plus près des destinataires, en vulgarisent les principes et les valeurs. La communication interpersonnelle et de groupe dont il s'agit, permet les échanges et les interactions selon une approche « pédagogique ».
- La mobilisation des acteurs et des partenaires dans les actions de sensibilisation au niveau national, régional et local, contribue à instaurer un débat qui génère une culture écologique et prise de conscience des enjeux socioéconomiques (développement durable). Les "bonnes initiatives", comme les moins bonnes, y seront exposées permettront d'engager un débat basé sur un argumentaire à même de conforter les acteurs acquis à la cause des AMCP.

Moyens

> Organiser et planifier des actions de communication grand public :

- Organiser des campagnes médiatiques de sensibilisation et de mobilisation combinant affichage, radio, télévision, presse écrite, presse électronique et médias sociaux.
- Développer et mettre en œuvre des actions de communication de proximité avec les citoyens, les acteurs, les partenaires et la société civile.
- Créer l'évènement en organisant des journées portes ouvertes, à l'échelle nationale et régionale à l'occasion des manifestations en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat.

> Mener des actions de communication par les pairs :

- Développer la communication par les pairs (pêcheur à pêcheurs, batelier à bateliers, plongeur à plongeurs, …etc.)
- Produire et diffuser des supports de communication et veiller à ce que le contenu soit attractif, fond et forme.
- Organiser des évènements promotionnels, en consacrant par exemple un prix du meilleur « ami de l'AMCP Kuriat ».
- Produire des kits didactiques et veiller à ce que le contenu soit attractif, utile et pratique.
- Produire des contenus électroniques et des applications stimulant la e-communication relative à l'AMCP Kuriat.

> Développer les compétences en techniques de communication interpersonnelle

- Assurer la formation et le recyclage des publics relais en gestion de l'AMCP, ceux-là même qui seront appelés à animer des groupes de discussion avec les groupes cibles.
- Mettre en place des mécanismes pour la mise à jour des contenus relatifs à l'AMCP des îles Kuriat destinés aux divers supports de communication.
- Solliciter la société civile et ONG pour les impliquer dans la dissémination de la « culture écologique » auprès des populations cibles.

4.3. Convaincre et persuader les acteurs « influents » de l'importance de l'AMCP Kuriat

Principes

L'AMCP Kuriat étant un site écosystémique par nature, toute intervention doit obéir aux principes qui régissent le système qu'elle constitue, l'écosystème dans lequel elle évolue et les sous-systèmes qu'elle englobe. Cela s'entend comme un principe d'engagement collectif de toutes les parties concernées par l'AMCP Kuriat.

- Privilégier les approches participatives et engageante en mobilisant les groupes influents, ou groupes relais, qui constituent autant d'appuis pour l'institutionnalisation de l'AMCP Kuriat et son adoption en tant que patrimoine pour les générations actuelles et futures.
- Sensibiliser les professionnels des médias, les politiques, les députés, les financiers, les universitaires, les enseignants et autres groupes relais déjà cités, permettra d'instaurer un « univers de référence » commun dans lequel ces différents relais puiseront leur discours, en le répercutant autour d'eux sans déformation ni altération.

Cette coopération multisectorielle, harmonieuse et constructive, sera le gage du succès de la gestion de l'AMCP des îles Kuriat. Elle doit être soutenue et encouragée.

Approches

- La stratégie de communication engageante repose également et surtout sur le plaidoyer auprès des « groupes influents ». Le plaidoyer permet d'influencer en amont les processus décisionnels qui se répercutent sur la gestion de l'AMCP Kuriat :
- Plaidoyer centré sur l'activisme « civil » ;
- Plaidoyer sur la réforme des politiques économiques et sociales ;
- Plaidoyer pour le développement collectif ;
- Plaidoyer centré sur le changement de comportement par l'éducation et la formation.
- Le renforcement des compétences des partenaires en communication sur l'AMCP Kuriat est un atout majeur pour garantir la cohérence du discours sur les divers aspects du site, ainsi que sur la gestion de ses composantes.

Moyens

> L'organe de gouvernance de l'AMCP Kuriat à mettre en place (UGIK) veillera à définir les modalités

de participation et d'engagement des différents acteurs et partenaires et leurs contributions respectives dans la diffusion de la culture écologique, la vulgarisation de ses principes et valeurs.

> La mise en place des mécanismes de collaboration pour la coordination et le suivi des actions de communication. Ces mécanismes sont à concevoir d'une manière concertée, en impliquant les structures locales nationales et régionales. Plus large est la représentativité des participants, plus démocratiques seront les décisions.

4.4 Encourager les échanges libres et sécurisés entre les parties prenantes, dans les espaces et forums qui leurs seront dédiés

Principes

- Le principe d'autonomie des acteurs à respecter et à encourager se traduit sur le plan de communication par la création d'espaces d'échanges libres et sécurisés. Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) offrent les outils techniques nécessaires dont l'usage notamment par les jeunes, hommes et femmes, est confirmé. Elevé est en effet le taux de pénétration des médias sociaux (Facebook, YouTube, etc.) chez cette tranche d'âge.
- Garantir la gestion des données et leur exploitation pour une meilleure gestion de l'AMCP Kuriat. Il s'agit en effet de la création d'une plateforme web et d'une bonne administration du site. Cela consiste surtout à actualiser les données chiffrées, les informations pratiques et répondre aux éventuelles demandes concernant l'AMCP Kuriat.
- Mettre en ligne des supports didactiques (tutoriels) concernant la gestion démocratique de l'AMCP Kuriat, les opportunités de création des projets « amis de la nature », par secteur d'activité.

Approches

- Introduire la culture « numérique » dans la gestion de l'AMCP Kuriat, en les encourageant à « se mettre en réseaux », et ce pour :
- Des échanges horizontaux libres, fluides et sécurisés,
- Bénéficier d'une assistance technique, juridique en ligne,
- Avoir une visibilité globale sur la réalité de l'AMCP Kuriat,
- Se connecter avec d'autres AMCP internationales, pour saisir de nouvelles opportunités de coopération.
- Elargir les espaces de communication par le biais des extensions « virtuelles », en augmentant les chances d'intégration et d'adhésion à la bonne gestion de l'AMCP Kuriat de nouveaux acteurs et partenaires potentiels et accroitre le nombre de structures.

Moyens

> La mise en place d'une plateforme web offrant aux usagers potentiels diverses rubriques. Ce portail constitue un accès unique aux divers aspects relatifs à l'AMCP Kuriat. Connectée à d'autres sites web spécialisés en la matière, cette plateforme satisfera aux besoins des citoyens en temps réel, partout où ils se trouvent.

> La communication « mobile » s'est imposée comme un moyen incontournable pour atteindre une plus large « audience ». Elle a fait ses preuves dans divers domaines. Il est question de nos jours de « M. Learning », « M. Marketing » etc. La stratégie de communication sur l'AMCP Kuriat doit intégrer cette technologie dite « mobile » et développer les applications connexes.

STRATEGIE DE COMMUNICATION ENGAGEANTE SUR L'AMCP KURIAT
AXES, APPROCHES ET MOYENS

AXES	APPROCHES	MOYENS
I. Image et identité de l'AMCP Kuriat	• Introduire le concept "AMCP" dans l'espace public en diffusant son identité à travers les moyens de communication de masse (supports imprimés, presse écrite et électronique, réseaux sociaux, radio et télévision). • La caution « journalistique » recherchée s'obtiendra également grâce à la communication évènementielle qui est l'apanage des professionnels des médias. • Diffusion des campagnes d'affichage de notoriété et de proximité, en direction des publics cibles. Celle-ci gagnerait à être étendue aux media sociaux à forte pénétration chez les jeunes.	• Création d'un logotype • Développement d'une charte graphique • Création d'une identité sonore (signature, jingle pour la production audiovisuelle, la plateforme électronique, musique d'attente, etc.)
II. Information et mobilisation autour du site	• L'approche médiatique consiste à mettre à contribution les médias de masse, les médias sociaux et le hors médias, pour faire reconnaitre le site auprès des groupes cibles comme étant une AMCP, en adaptant chaque support aux caractéristiques de la « cible » visée. • La communication de proximité sera d'autant efficace que les groupes relais transmettent le message pour la promotion de l'AMCP au plus près des destinataires, en vulgarisant les principes et les valeurs. La communication interpersonnelle et de groupe dont il s'agit, permet les échanges et les interactions selon une approche « pédagogique ». • La mobilisation des acteurs et des partenaires dans les actions de sensibilisation au niveau national, régional et local, contribue à instaurer un débat qui génère une culture écologique et prise de conscience des enjeux socioéconomiques (développement durable).	• Organiser et planifier des actions de communication du public • Mener des actions de communication par les pairs
III. Convaincre et persuader les acteurs « influents » de l'importance stratégique de l'AMCP	• Le plaidoyer permet d'influencer en amont les processus décisionnels qui se répercutent sur la gestion de l'AMCP Kuriat : • Plaidoyer centré sur l'activisme « civil » ; • Plaidoyer sur la réforme des politiques économiques et sociales ; • Plaidoyer pour le développement collectif ; • Plaidoyer centré sur le changement de comportement par l'éducation et la formation. • Le renforcement des compétences des partenaires en communication sur l'AMCP Kuriat est un atout majeur pour garantir la cohérence du discours sur les divers aspects du site, ainsi que sur la gestion de ses composantes.	• L'organe de gouvernance de l'AMCP Kuriat à mettre en place (UGIK) veillera à définir les modalités de participation et d'engagement des différents acteurs et partenaires et leurs contributions respectives dans la diffusion de la culture écologique, la vulgarisation de ses principes et valeurs. • La mise en place des mécanismes de collaboration pour la coordination et le suivi des actions de communication. Ces mécanismes sont à concevoir d'une manière concertée, en impliquant les structures locales nationales et régionales. Plus large est la représentativité des participants, plus démocratiques seront les décisions.

IV. Stimuler les échanges libres et sécurisés entre les parties prenantes, dans les espaces et forums qui leurs seront dédiés et à travers une plateforme web.	• Introduire la culture « numérique » dans la gestion de l'AMCP Kuriat, en les encourageant à « se mettre en réseaux », et ce pour : • Des échanges horizontaux libres, fluides et sécurisés ; • Bénéficier d'une assistance technique, juridique en ligne ; • Avoir une visibilité globale sur la réalité de l'AMCP Kuriat ; • Se connecter avec d'autres AMCP internationales, pour saisir de nouvelles opportunités de coopération. • Elargir les espaces de communication par le biais des extensions « virtuelles », en augmentant les chances d'intégration et d'adhésion à la bonne gestion de l'AMCP Kuriat de nouveaux acteurs et partenaires potentiels et accroitre le nombre de structures.	• La mise en place d'une plateforme web offrant aux usagers potentiels diverses rubriques. Ce portail constitue un accès unique aux divers aspects relatifs à l'AMCP Kuriat. • La notoriété de la plateforme sera effective grâce aux efforts à déployer pour la promotion et l'indexation du portail. L'indexation des sites Web est un moyen de le « diffuser » à une très large échelle, comme il offrira à « l'administrateur » des indicateurs fiables sur le nombre et les profils des utilisateurs. • La communication « mobile » s'est imposée comme un moyen incontournable pour atteindre une plus large « audience ».



© NGB / Sahbi Dorai

IV. Messages clefs par groupe cible

GROUPES CIBLES FINALES				
BENEFICIAIRES				
Groupe cible	**Thèmes**	**Principaux canaux / vecteurs de communication**	**Message clef**	**Promesse**
Grand public	• Définition d'une AMCP • Intérêt de sauvegarder la biodiversité • Ecotourisme	• Radio • TV • Affichage urbain • Médias sociaux	Une AMCP désigne toute zone définie à l'intérieur ou à proximité de l'environnement marin, aux eaux sus-jacentes, à la flore, la faune, aux spécificités historiques et culturelles qui lui sont associées, qui a été réservée juridiquement ou par tout autre moyen efficace, pour garantir à la biodiversité marine ou côtière une protection.	Biodiversité protégée, patrimoine national conservé.
Visiteurs Plaisanciers	• Définition d'une AMCP • Intérêt de sauvegarder la biodiversité • Ecotourisme	• Animateurs sur les bateaux • Ecogardes • Panneaux d'affichage • Police environnementale • Garde-pêche • Autorités chargées de la surveillance des îles	• Respect des règlements s'appliquant aux zones interdites au public • Respect de la signalisation • Suivre les conseils des gestionnaires • Veiller à la propreté du site	Respecter le site, c'est se respecter soi-même
Enfants d'âge préscolaire	• Intérêt de sauvegarder la biodiversité • Ecotourisme	• Casquettes • Dessins à colorier • Jeux de rôles • Pins	La Nature est l'amie de l'Homme	Respecter l'environnement aujourd'hui, préserver un bon cadre de vie demain
Ecoliers de la région et des villes côtières		• T-shirt • Casquettes • Vidéos • Visites du centre de soins des tortues (INSTM) • Visite du sentier sous-marin	Initiation aux sciences de la nature, avec un accent mis sur la biodiversité de l'AMCP des îles Kuriat	Découverte et connaissances acquises à propos du milieu dans lequel on vit.
Etudiants Chercheurs	• Intérêt de la recherche scientifique sur la biodiversité • Etat des lieux de la recherche scientifique sur l'AMCP des îles Kuriat	• Revues scientifiques • Conférences scientifiques • Visites de l'INSTM	Domaines de recherche action et biodiversité de l'AMCP des îles Kuriat	Savoir acquis et thèmes de recherches dénichés

USAGERS				
BENEFICIAIRES				
Groupe cible	**Thèmes**	**Principaux canaux / vecteurs de communication**	**Message clef**	**Promesse**
Pêcheurs professionnels	• Pêche responsable • Respect de la réglementation en vigueur visant à protéger les habitats marins (faune et flore)	• Atelier d'information • Communication par le pair • Police environnementale • Garde-pêche • Autorités chargées de la surveillance des îles • Agence de la vulgarisation et de la formation agricole (AVFA) • Centre de formation professionnelle de la pêche • Web documentaire de 2 à 3 min. à mettre en ligne • Radio	• Une pêche responsable stipule que la gestion des pêches doit favoriser le maintien de la qualité, de la diversité et de la disponibilité des ressources halieutiques et que les mesures de gestion doivent également considérer l'écosystème de manière plus large. • Certains engins de pêche de fond (chaluts à perche ou à panneaux) modifient les habitats quand ils sont utilisés sur des fonds fragiles et endommagent les communautés qui forment leurs propres habitats, telles que les herbiers marins et les constructions coralligènes.	Utilisation optimale et durable des ressources halieutiques, tout en conservant la biodiversité, pérennité des activités économiques. • Habitats et richesses halieutiques conservés
Pêcheurs sportifs Plongeurs		• Communication par le pair • Web documentaire de 2 à 3 min. à mettre en ligne. • Police environnementale • Garde pêche • Autorités chargées de la surveillance des îles	• Pêcheurs sportifs, vous êtes attirés par les taux de capture, la qualité du paysage, préservez cet endroit que vous avez élu pour votre passion. • L'AMCP contribue à soutenir une population de poissons en permettant d'atteindre leur maturité et de frayer, leur permettant d'atteindre un taux de reproduction supérieur à celui obtenu dans une situation de pression de pêche.	Le plaisir de pratiquer la pêche sportive ne sera que double : pratiquer son sport favori et sauvegarder la nature

Opérateurs touristiques (Bateliers,...)	Rôle des opérateurs touristiques dans la sensibilisation à la protection du site	• Communication par le pair • Police environnementale • Garde pêche • Autorités chargées de la surveillance des îles	• Respect des règlements s'appliquant aux zones interdites au public • Respect de la signalisation • Suivre les conseils des gestionnaires • Veiller à la propreté du site	Utilisation optimale et durable des ressources halieutiques, tout en conservant la biodiversité, pérennité des activités économiques • Habitats et richesses halieutiques conservés
Sociétés d'aquaculture	• Gestion des déchets des sites d'aquaculture • Rappel des procédures et de la conduite à tenir pour le respect du milieu marin	• Communication par le pair • Police environnementale • Garde pêche • Autorités chargées de la surveillance des îles • Vidéos • Médias sociaux		

Il est vivement recommandé de tester les messages avant diffusion (pré-test) et après diffusion (post-test) :

PRE-TEST	POST-TEST
	Les publics cibles ont-ils été **exposés** à cette information ?
Ont-ils prêté **attention** au message ?	Ont-ils prêté **attention** au message ?
Ont-ils **compris** l'information ?	Ont-ils **compris** l'information ?
Ont-ils **accepté** le message ?	Ont-ils **accepté** le message ?
Qu'est-ce qu'ils en ont **retenu** ?	Qu'est-ce qu'ils en ont **retenu** ?



© NGB / Sahbi Dorai

V. MECANISMES DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

La mise en œuvre de la stratégie consiste en un continuum d'activités/actions de communication et de sensibilisation à mener selon un rythme chronologique bien précis. La raison en est que toutes les actions sont articulées et définies pour un espace-temps à la lumière des objectifs, groupes cibles et résultats attendus.

Le timing est conçu selon des périodes trimestrielles, soit 10 trimestres durant les deux ans et demi de la mise en œuvre de la stratégie. Force est de souligner la nécessité de prendre en considération la période estivale marquée par une forte affluence de visiteurs, locaux et étrangers. Ceux-là rajoutent, pour la plupart, au site leur lot de stress écologique.

Pour offrir les meilleures conditions de réussite de la stratégie, il est recommandé de ne pas négliger la phase de préparation préalable au démarrage des actions à mener. Celle-ci occupe quasiment la grande partie du premier trimestre ; elle consiste à :

- Mettre à la disposition de toutes les parties concernées le document-synthèse de la stratégie qu'il faudra éditer et diffuser.
- Tous ceux et toutes celles qui auront à veiller à la mise en œuvre des actions identifiées devraient être tenus informés de la stratégie et de sa réalisation. A cet effet, il est suggéré de prévoir un atelier de travail, permettant entre autres de préciser les rôles et fonctions impartis à chacun des intervenants.
- La nature du projet étant spécifiquement multisectorielle, il y a lieu de mobiliser tous les acteurs et toutes les parties concernées, en les impliquant dans la conception des messages destinés aux groupes cibles identifiés.

Il est suggéré de prévoir des alternatives au cas où des imprévus viendraient perturber la mise en œuvre de la stratégie.

Les principales tâches à exécuter sont ci-après définies en fonction des étapes à respecter durant les 30 mois affectés à la stratégie, soit deux ans et demi à partir de la date de démarrage (T0).

Planning de mise en œuvre de la stratégie
(10 trimestres, soit 30 mois)

PHASE	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Préparation										
Planification annuelle										
Exécution										
Suivi et évaluation										



© NGB / Sahbi Dorai

VI. PLANNING DES ACTIVITES SELON LES RESULTATS ATTENDUS PAR OBJECTIF SPECIFIQUE

OBJECTIF SPECIFIQUE 1

Créer l'identité de l'AMCP des îles Kuriat et en promouvoir l'image auprès des divers groupes cibles à l'échelle locale, nationale, régionale, et internationale.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENE-FICIAIRES	RESPONSABLES	TIMING D'EXECUTION									
				ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
				T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Résultat attendu 1 : L'identité de l'AMCP des îles Kuriat est créée et promue													
1.1	Créer l'UC et définir la mission et le fonctionnement	UC	UGIK	X									
1.2	Créer le logo, le slogan générique et l'identité sonore de l'AMCP et développer le guide des normes d'application	AMCP Kuriat	UC	X									
1.3	Editer et diffuser le document de la stratégie	Parties concernées	UC	X									
1.4	Organiser un atelier pour présenter la stratégie de communication	Parties concernées	UC	X									
1.5	Produire et diffuser des supports de promotion de l'identité visuelle de l'AMCP des îles Kuriat (Affiches, autocollants, Roll up, Casquettes, T-shirt ...)	Tous les groupes cibles	UC	X	X								
1.6	Editer et diffuser un bulletin électronique trimestriel sur l'AMCP des îles Kuriat	Parties concernées	UC	X									
1.7	Faire la revue de presse (presse écrite, médias AV et médias sociaux)	Parties concernées	UC	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	RESPONSABLES	TIMING D'EXECUTION									
				ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
				T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Résultat attendu 2 : Les compétences en communication des intervenants sont acquises													
2.1	Elaborer des modules de formation en communication, sensibilisation, gestion et pilotage de la mise en œuvre de la stratégie	UC, CLAG, éducateurs pairs, profes-sionnels des médias	UC-BC	X									
2.2	Former les membres de l'UC	UC	UC-BC	X									
2.3	Former les acteurs en communication selon le plan élaboré	CLAG	UC-BC	X									
2.4	Sélectionner et former des journalistes des médias régionaux en écologie et biodiversité, selon le plan élaboré	Professionnels des médias	UC-BC	X									
2.5	Sélectionner et former les éducateurs pairs selon le plan élaboré	Educateurs pairs	UC-BC	X									
2.6	Produire des kits spécifiques destinés à la communication par le pair pour chaque groupe cible	Groupes cibles	UC-BC	X	X	X							

OBJECTIF SPECIFIQUE 2

Faire connaître l'AMCP auprès du grand public, et promouvoir les actions de conservation et les activités socio-économiques durables mises en place dans et autour des îles.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	RESPONSABLES	TIMING D'EXECUTION									
				ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
				T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Résultat attendu 3 : Une opinion publique sensibilisée et mobilisée autour de l'AMCP des îles Kuriat													
3.1	Produire des spots et des contenus AV de sensibilisation sur la richesse de la biodiversité du site, sa valeur patrimoniale et la fragilité de l'AMCP Kuriat	Grand public	UC		X	X							
3.2	Organiser des campagnes médiatiques de sensibilisation sur le site et dans les localités environnantes (affichage régional, radios régionales, presse électronique et médias sociaux)	Grand public	UC				X			X			X
Résultat attendu 4 : Les actions de conservation et des activités socioéconomiques durables mises en place sont promues													
4.1	Produire des spots et des contenus AV de sensibilisation sur la conservation de l'AMCP Kuriat en rapport avec les activités socio-économiques	Grand public	UC		X	X	X						
4.2	Organiser des campagnes médiatiques de sensibilisation sur le site et dans les localités environnantes (affichage régional, radios régionales, presse électronique et médias sociaux)	Grand public	UC					X			X		

OBJECTIF SPECIFIQUE 3

Informer les usagers des îles Kuriat de la richesse de sa biodiversité, de sa valeur patrimoniale, de l'importance de sa conservation, des menaces auxquelles elles font face, et des règles et réglementations en vigueur relatives à leur conservation et leur gestion.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	RESPONSABLES	TIMING D'EXECUTION									
				ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
				T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Résultat attendu 5 : Les différents usagers de l'AMCP des îles Kuriat convaincus de la valeur patrimoniale du site, et de l'importance de sa conservation, et respectent les règles et règlementations													
5.1	Organiser des ateliers thématiques avec les différents usagers identifiés	Tous les groupes cibles concernés	UC				X			X			X
5.2	Organiser des actions de communication hors médias avec chaque groupe cible	Par groupe cible	UC			X			X				
5.3	Organiser des actions de communication par le pair	Par groupe cible	UC			X	X	X	X	X	X	X	X
Résultat attendu 6 : Les mécanismes de financement des AMCP sont mis en place incitant à l'investissement vert													
6.1	Organiser un séminaire sur l'économie bleue en rapport avec l'AMCP Kuriat	Usagers / Acteurs économiques	UC					X					
6.2	Organiser des actions de sensibilisation ciblant les institutions financières nationales et internationales concernant les opportunités d'investissement dans la baie de Monastir	Institutions financières	UC				X	X	X				
6.3	Informer sur les mécanismes de financement de projets d'économie bleue dans la baie de Monastir	Usagers / Acteurs économiques	UC						X	X	X	X	X

OBJECTIF SPECIFIQUE 4

Partager des contenus en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, NGB, SPA/RAC et autres acteurs pertinents.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	RESPONSABLES	TIMING D'EXECUTION									
				ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
				T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Résultat attendu 7 : Informations sur l'AMCP des îles Kuriat disponibles et actualisées													
7.1	Créer une rubrique spécifique AMCP Kuriat dans les sites web SPA/RAC, APAL, NGB et garantir sa mise à jour périodique	Tous groupes cibles identifiés	UC	X	X								
Résultat attendu 8 : Interactivité avec l'AMCP Kuriat garantie													
8.1	Créer et mettre à disposition des applications mobiles traitant des thématiques relatives à l'AMCP des îles Kuriat (principes et valeurs de l'AMCP, biodiversité, fragilité du système, mesures de protection, etc.)	Ecoliers, Étudiants, …	UC			X	X			X	X		X
Résultat attendu 9 : Visibilité de l'AMCP des îles Kuriat sur les réseaux sociaux assurée													
9.1	Utiliser les pages Facebook SPA/RAC, APAL, NGB pour véhiculer des messages et des contenus en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat	Tous groupes cibles identifiés	UC	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9.2	Utiliser YouTube SPA/RAC, APAL, NGB pour diffuser des contenus audiovisuels en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat	Tous groupes cibles identifiés	UC	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9.3	Organiser des campagnes d'information et de sensibilisation ciblées à travers les réseaux sociaux SPA/RAC, APAL, NGB	Tous groupes cibles identifiés	UC			X			X			X	



© NGB / Manel Ben Ismail

VII. PLAN D'ACTION BUDGETISE POUR LA PROMOTION DE L'AMCP KURIAT

Les estimations budgétaires par activité sont calculées sur une base annuelle, le dernier trimestre inclus. Quant au budget global de la mise en œuvre de la stratégie de communication durant la période 2019-2021, il est estimé à 728 250 dinars tunisiens hors taxes dont 54,2% pour les activités programmées durant la première année, 28,8% la deuxième année, et 17,00% le dernier semestre.

7.1. Budget par catégorie d'action

LIBELLE	Coûts estimés en DT			
	Année 1	Année 2	½ Année	Total HT
1. Production de supports	317 500	155 000	80 000	**552 500**
2. Formation	29 250	14 250	3 750	**47 250**
3. Périodiques et publications	6 000	6 000	6 000	**18 000**
4. Organisation des ateliers, séminaires, journées	41 500	34 500	34 500	**110 500**
TOTAL	**394 250**	**209 750**	**124 250**	**728 500**

7.2. Budget par objectif et par résultat attendu

LIBELLE		Coûts estimés en DT			
		Année 1	Année 2	½ Année	Total HT
OBJECTIF SPECIFIQUE 1	**Créer l'identité de l'AMCP des îles Kuriat et en promouvoir l'image auprès des divers groupes cibles à l'échelle locale, nationale, régionale, et internationale**				
Résultat attendu 1	L'identité de l'AMCP des îles Kuriat est créée et promue	75 500	36 000	21 000	**132 500**
Résultat attendu 2	Les compétences en communication des intervenants sont acquises	54 250	14 250	3 750	**72 250**
TOTAL					**204 750**
OBJECTIF SPECIFIQUE 2	**Faire connaître l'AMCP auprès du grand public, et promouvoir les actions de conservation et les activités socio-économiques durables mises en place dans et autour des îles**				
Résultat attendu 3	Une opinion publique sensibilisée et mobilisée autour de l'AMCP des îles Kuriat	110 000	50 000	50 000	**210 000**
Résultat attendu 4	Les actions de conservation et des activités socioéconomiques durables mises en place sont promues	90 000	50 000	-	**140 000**
TOTAL					**350 000**
OBJECTIF SPECIFIQUE 3	**Informer les usagers des îles Kuriat de la richesse de sa biodiversité, de sa valeur patrimoniale, de l'importance de sa conservation, des menaces auxquelles elles font face, et des règles et réglementations en vigueur relatives à leur conservation et leur gestion.**				
Résultat attendu 5	Les différents usagers de l'AMCP des îles Kuriat convaincus de la valeur patrimoniale du site, et de l'importance de sa conservation, et respectent les règles et règlementations.	17 500	17 500	17 500	**52 500**
Résultat attendu 6	Les mécanismes de financement des AMCP sont mis en place incitant à l'investissement bleu.	22 000	22 000	22 000	**66 000**
TOTAL					**118 500**
OBJECTIF SPECIFIQUE 4	**Partager des contenus en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, NGB, SPA/RAC**				
Résultat attendu 7	Informations sur l'AMCP des îles Kuriat disponibles et actualisées	5 000	-	-	**5 000**
Résultat attendu 8	Interactivité avec l'AMCP Kuriat garantie	20 000	20 000	10 000	**50 000**
Résultat attendu 9	Visibilité de l'AMCP des îles Kuriat sur les réseaux sociaux assurée	-	-	-	**72 250**
TOTAL					**55 000**
TOTAUX		**394 250**	**208 750**	**124 250**	**728 250**

CODE	ACTIVITES	CATEGORIE D'ACTION	QUANTITE	UNITE DE MESURE	COUT UNITAIRE	COUT PAR ANNEE DT HT			TOTAL HT
						ANNEE 1	ANNEE 2	½ ANNEE	
Résultat attendu 1 : L'identité de l'AMCP des îles Kuriat est créée et promue									
1.1	Créer l'UC et définir la mission et le fonctionnement	Organisation interne	-	-	-	-	-	-	-
1.2	Créer le logo, le slogan générique et l'identité sonore de l'AMCP et développer le guide des normes d'application	Production des supports	01	Identité créée	25 000	25 000	-	-	**25 000**
1.3	Editer et diffuser le document de la stratégie	Production des supports	500 exp.	Doc. Stratégie	15	7 500	-	-	**7 500**
1.4	Organiser un atelier pour présenter la stratégie de communication	Organisation d'ateliers	100 participants x 1 jr	Atelier	70	7 000	-	-	**7 000**
1.5	Produire et diffuser des supports de promotion de l'identité visuelle de l'AMCP des îles Kuriat (Affiches, autocollants, Roll up, Casquettes, T-shirt ...)	Production des supports	Forfait	Forfait	Forfait	30 000	30 000	15 000	**75 000**
1.6	Elaborer le contenu, éditer et diffuser un bulletin électronique trimestriel sur l'AMCP des îles Kuriat	Publication	Forfait	Bulletin	1 500	6 000	6 000	6 000	**18 000**
1.7	Faire la revue de presse (presse écrite, monitoring, médias AV et médias sociaux)	Revue de presse	Revue de presse	Revue de presse	-	-	-	-	**-**
STR.1						**75 500**	**36 000**	**21 000**	**132 500**
Résultat attendu 2 : Les compétences en communication des intervenants sont acquises									
2.1	Elaborer des modules de formation en communication, sensibilisation, gestion et pilotage de la mise en œuvre de la stratégie	Formation*	05 h/j x 04 Modules	Nbre h/j	750	15 000	-	-	**15 000**
2.2	Former les membres de l'UC	Formation*	X participants x 3 jrs	1 session x 3 (3 jrs)	750	2 250	2 250	2 250	**6 750**
2.3	Former les acteurs en communication selon le plan élaboré	Formation*	X participants x 2 jrs	1 session x 2 (4 jrs)	750	3 000	3 000	-	**6 000**
2.4	Sélectionner et former des journalistes des médias régionaux en écologie et biodiversité, selon le plan élaboré	Formation*	X participants x 2 jrs	1 session x 3 (6 jrs)	750	1 500	1 500	1 500	**4 500**
2.5	Sélectionner et former les éducateurs pairs selon le plan élaboré	Formation*	X participants x 2 jrs	1 session x 5 groupes (20 jrs)	750	7 500	7 500	-	**15 000**
2.6	Produire des kits spécifiques destinés à la communication par le pair pour chaque groupe cible	Production des supports	01 kit / groupe x 5	5 Kits x 50 exp. (250 kits)	100	25 000	-	-	**25 000**
STR.2						**54 250**	**14 250**	**3 750**	**72 250**

** Hors coût d'hébergement, déplacement, pause-café, déjeuner, location d'espace*
X : ≤ 12

CODE	ACTIVITES	CATEGORIE D'ACTION	QUANTITE	UNITE DE MESURE	COUT UNITAIRE	COUT PAR ANNEE DT HT			TOTAL HT
						ANNEE 1	ANNEE 2	½ ANNEE	
Résultat attendu 3 : Une opinion publique sensibilisée et mobilisée autour de l'AMCP des îles Kuriat									
3.1	Produire des spots et des contenus AV de sensibilisation sur la richesse de la biodiversité du site, sa valeur patrimoniale et la fragilité de l'AMCP Kuriat	Production des supports	3	1 vidéo	20 000	60 000	-	-	**60 000**
3.2	Organiser des campagnes médiatiques de sensibilisation sur le site et dans les localités environnantes (affichage régional, radios régionales, presse électronique et médias sociaux)	Production des supports	3	Campagne	50 000	50 000	50 000	50 000	**15 000**
STR.3						**110 000**	**50 000**	**50 000**	**210 000**
Résultat attendu 4 : Les actions de conservation et des activités socioéconomiques durables mises en place sont promues									
4.3	Produire des spots et des contenus AV de sensibilisation sur la conservation de l'AMCP Kuriat en rapport avec les activités socio-économiques	Production des supports	1	1 spot	40 000	40 000	-	-	**40 000**
4.4	Organiser des campagnes médiatiques de sensibilisation sur le site et dans les localités environnantes (affichage régional, radios régionales, presse électronique et médias sociaux)	Production des supports	2	Campagne	50 000	50 000	50 000	-	**100 000**
STR.4						**90 000**	**50 000**		**140 000**
Résultat attendu 5 : Les différents usagers de l'AMCP des îles Kuriat convaincus de la valeur patrimoniale du site, et de l'importance de sa conservation, et respectent les règles et règlementations									
5.1	Organiser des ateliers thématiques avec les différents usagers identifiés	Organisation d'ateliers	100 participants x 1 jr	Atelier	70	7 000	7 000	7 000	**21 000**
5.2	Organiser des actions de communication hors médias avec chaque groupe cible	Organisation d'ateliers	50 participants x 1 jr	Campagne	Forfait	10 500	10 500	10 500	**31 500**
5.3	Organiser des actions de communication par le pair	Organisation d'ateliers	-	-	-	-	-	-	**-**
STR.5						**17 500**	**17 500**	**17 500**	**52 500**
Résultat attendu 6 : Les mécanismes de financement des AMCP sont mis en place incitant à l'investissement vert									
6.1	Organiser un séminaire sur l'économie bleue en rapport avec l'AMCP Kuriat	Organisation d'ateliers	100 participants x 1 jr	Séminaire	70	7 000	7 000	7 000	**21 000**
6.2	Organiser des actions de sensibilisation ciblant les institutions financières nationales et internationales concernant les opportunités d'investissement dans la baie de Monastir	Organisation d'ateliers	100 participants x 1 jr	Atelier	100	10 000	10 000	10 000	**30 000**
6.3	Informer sur les mécanismes de financement de projets, par le pair	Production des supports	3	Campagne	5 000	5 000	5 000	5 000	**15 000**
STR.6						**22 000**	**22 000**	**22 000**	**66 000**

CODE	ACTIVITES	CATEGORIE D'ACTION	QUANTITE	UNITE DE MESURE	COUT UNITAIRE	COUT PAR ANNEE DT HT			TOTAL HT
						ANNEE 1	ANNEE 2	½ ANNEE	
Résultat attendu 7 : Informations sur l'AMCP des îles Kuriat disponibles et actualisées									
7.1	Créer une rubrique spécifique AMCP Kuriat dans les sites web SPA/RAC, APAL, NGB et garantir sa mise à jour périodique	Production des supports	1	Rubrique web	5 000	5 000	-	-	**5 000**
STR.7						**5 000**	**-**	**-**	**5 000**
Résultat attendu 8 : Interactivité avec l'AMCP Kuriat garantie									
8.1	Créer et mettre à disposition des applications mobiles traitant des thématiques relatives à l'AMCP Kuriat (principes et valeurs de l'AMCP, biodiversité, fragilité du système, mesures de protection, …)	Production des supports	5	Application mobile	10 000	20 000	20 000	10 000	**50 000**
STR.8						**20 000**	**20 000**	**10 000**	**50 000**
Résultat attendu 9 : Visibilité de l'AMCP des îles Kuriat sur les réseaux sociaux assurée									
9.1	Utiliser les pages Facebook SPA/RAC, APAL, NGB pour véhiculer des messages et des contenus en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat	Production des supports	Continue	Campagne	-	-	-	-	**-**
9.2	Utiliser YouTube SPA/RAC, APAL, NGB pour diffuser des contenus audiovisuels en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat	Production des supports	Continue	Campagne	-	-	-	-	**-**
9.3	Organiser des campagnes d'information et de sensibilisation ciblées à travers les réseaux sociaux SPA/RAC, APAL, NGB	Production des supports	1 / trimestre	Campagne	-	-	-	-	**-**
STR.9						**-**	**-**	**-**	**-**



© NGB / Hamed Mallat



© NGB / Sahbi Dorai

VIII. PLAN DE SUIVI ET D'EVALUATION

Le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la stratégie de communication qui s'effectue régulièrement selon le planning proposé, consiste à mesurer l'impact de chacune des actions programmées par rapport aux objectifs et aux résultats attendus. Au besoin, il sera procédé à des ajustements permettant de rectifier le « tir » et, au terme du plan d'action en cours, les résultats du suivi/évaluation, d'élaborer des stratégies et des plans de communication répondant à de nouvelles situations en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat.

Force est de souligner que le suivi et l'évaluation représentent des piliers importants de la stratégie de communication tant ils servent d'aiguillage de toutes les actions programmées, le pilotage étant la mise en œuvre de la stratégie qui gère une multitude de variables pour atteindre les objectifs escomptés.

Cinq indicateurs constituent les variables sur lesquelles portent le suivi et l'évaluation de la stratégie :

> la **pertinence** de la stratégie et des actions entreprises

> la **cohérence** et l'articulation logique des différentes actions mises en œuvre

> l'**efficacité** en vérifiant les objectifs par rapport aux résultats attendus

> l'**efficience** en mettant en relation les moyens mobilisés et les résultats

> l'**impact**, c'est à dire l'importance des effets sur les populations ciblées.

8.1 Domaines de l'évaluation

Pour ce qui est des domaines de l'évaluation de la strategie qui consiste à mettre à contribution les outils et les méthodes adéquats, il y a lieu de focaliser sur les moyens, les effets et l'impact :

> L'évaluation des moyens porte sur les ressources humaines, matérielles et financières affectées à la mise en œuvre de la stratégie de communication. Cela permet de vérifier dans quelles mesures ces diverses ressources ont permis d'atteindre l'objectif prédéfini.

> L'évaluation des efforts permet de saisir le degré d'articulation des activités et leur cohérence. Ce type de suivi permet de reconsidérer les efforts consentis et de les ajuster conformément aux résultats d'évaluation.

> L'évaluation des effets a trait aux résultats attendus, ainsi qu'aux effets immédiats attribués aux efforts entrepris par rapport aux groupes cibles et aux changements observés induits par les actions menées.

> L'évaluation de l'impact prend en considération les résultats observés en fonction des objectifs visés

> et les changements voulus par rapport à la situation de départ.

TABLEAU 11 : DOMAINES ET FORMES D'EVALUATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION



8.2. Outils d'évaluation

La collecte des informations quantitatives facilite le suivi des actions de communication et de vérifier, chiffres à l'appui, dans quelle mesure les objectifs spécifiques escomptés sont atteints. Pour ce faire, il faudra focaliser sur ce qui suit :

- les données sur les activités par niveau de communication,
- le rapport annuel d'activités de communication
- la liste des supports produits et diffusés
- le rapport d'évaluation de la communication avec étude d'impact (mission de consultant).

8.3. Les indicateurs

Les indicateurs définis dans le plan de communication pour les actions à entreprendre, les résultats attendus et les objectifs formulés par niveau de communication permettront d'observer et de mesurer scrupuleusement les effets attendus.
L'indicateur est un signe quantitatif (nombre, fréquence, pourcentage) et/ou qualitatif (opinion, jugement ou perception, satisfaction, influence) obtenu grâce à une représentation observable d'une variable qui contribue à l'évaluation d'un changement souhaité par rapport à la situation initiale.

8.3.1. Sélection des indicateurs

La structure « moyens-efforts-effets-impact » sert de référence pour les indicateurs qui se répartissent comme suit :

> **les indicateurs de moyens** (apports) des ressources financières quantifiées et en qualifiées, et réparties en ressources humaines, les ressources matérielles (équipements inclus).

> **Les indicateurs d'efforts** (produits) indiquent le volume d'efforts fournis par catégorie d'actions : formation, production et diffusion des supports imprimés et électroniques, publications, etc.

> **Les indicateurs d'effets** (résultats) portent sur les résultats attendus et les effets immédiats attribués aux efforts entrepris : la réceptivité et l'acceptabilité des messages transmis à travers les moyens de communication employés.

> **Les indicateurs d'impact** permettent de mesurer la contribution de chacune des actions/activités de communication pour la promotion de l'AMCP des îles Kuriat.

Pour ce qui est de la conception des messages et du développement et de la diffusion des supports de communication, des indicateurs d'évaluation (pré-test et post-test) portent sur la mesure du processus de perception du message.

8.3.2. Outils d'évaluation et sources de vérification

Les informations quantitatives et qualitatives permettent de suivre la mise en œuvre des actions de communication, de vérifier dans quelle mesure ces actions ont permis d'obtenir les effets voulus et d'atteindre les objectifs :

> **Les outils d'évaluation** par lesquels l'information recherchée est obtenue. Il s'agit d'outils de nature quantitative (enquêtes par questionnaire écrit, téléphonique, électronique), et qualitative (interviews de face to face, de focus groups, observations, grille de lecture médias, etc.) ou les deux types à la fois.

> **Une source de vérification** est un moyen d'information qui permet de vérifier les indicateurs. Une source de vérification peut être des supports d'informations audio, visuels, des documents physiques et informatiques.

8.3.3. Approche et périodicité de l'évaluation

Il existe une panoplie d'approches. L'essentiel est d'en choisir une qui soit :

> **Dynamique :** les composantes de la stratégie de communication seront soumises à l'évaluation en recueillant les données s'y rapportant. Les résultats obtenus seront mesurés à chaque étape de la mise en œuvre de la stratégie de communication et de sensibilisation.

> **Participative :** toutes les parties concernées, acteurs, partenaires qu'ils soient gouvernementaux ou non-gouvernementaux, ainsi que les représentants de la société civile, seront pris en compte dans la démarche,

> **Transversale :** elle se justifie par la quête de synergie et de complémentarité entre les niveaux de communication, à savoir le grand public, les institutions et la société civile ; ainsi que les acteurs et les partenaires concernées.

La collecte des données est systématique **chaque trimestre**, ce qui est de nature à permettre des prises de décisions proactives.

L'évaluation finale est à conduire au terme de la mise en œuvre du plan d'action (30 mois). Cette évaluation permettrait de développer une nouvelle stratégie en tenant compte des résultats obtenus.

8.4 Principaux indicateurs de suivi et d'évaluation

Les indicateurs sur lesquels le suivi et l'évaluation reposent sont identifiés par type d'action **(effort)**, par résultat attendu **(effet)** et par objectif spécifique **(impact)** selon le niveau de communication. Qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs, ou combinés, il existe une panoplie d'indicateurs dont ci-après quelques-uns présentés à titre d'exemples :

8.4.1 Indicateurs d'efforts (Produits)

Les sources de vérification de ces indicateurs regroupent les documents physiques et informatiques ainsi que les supports imprimés et électroniques.

Catégories d'action	Indicateur	Source d'information	Périodicité
Information et organisation interne	Nombre des réunions organisées	PV de réunions	Trimestriel
	Constitution de l'UC	Note signée et diffusée	Une fois
	Edition du document de la stratégie	Nbre de copies	Une fois
	Atelier de présentation de la stratégie de communication	Atelier tenu	Une fois
	Nombre de revues de presse élaborées	Revues de presse élaborées	Semestriel
	Plan opérationnel d'actions de communication annuel et fiches d'actions élaborées	Plan et fiche d'actions élaborés	Trimestriel / Annuel
Visibilité	Logo et charte graphique AMCP Kuriat	Logo et charte graphique	Une fois
	Pages Facebook et autres médias sociaux exploités	Pages Facebook, autres	Une fois
	Nombre de supports de présentation de l'AMCP Kuriat élaborés et diffusés par type	Supports élaborés	Fréquent
	Supports promotionnels et gadgets produits	Supports et gadgets produits	Annuel
Actions de formation	Programme de formation élaboré	Document du programme	Trimestriel / Annuel
	Nombre de modules de formation élaborés	Modules de formation élaborés	Annuel
	Nombre des sessions de formation organisées	Rapports de formation	Trimestriel
	Nombre des bénéficiaires par session de formation	Rapports de formation	Trimestriel
	Nombre total des bénéficiaires de la formation	Rapports de formation	Annuel
Production des supports de communication et sensibilisation	Nombre des supports d'information élaborés et diffusés	Supports élaborés	Annuel
	Nombre de campagnes de sensibilisation grand public élaborées et réalisées	Campagnes réalisées	Annuel
	Nombre de campagnes de sensibilisation par groupe bénéficiaire élaborées et réalisées	Campagnes réalisées	Annuel
	Nombre d'ateliers organisés	Rapports élaborés	Annuel
Publications	Bulletin AMCP Kuriat	Bulletin diffusé	Annuel
Partenariat	Répertoire des partenaires élaboré	Répertoire élaboré	Une fois
	Nombre de réunions, séminaires, journées et ateliers de partenariat organisés	Rapports élaborés	Annuel
	Nombre de conventions signées	Conventions signées	Annuel
Relations avec la presse	Nombre d'articles publiés sur les journaux	Articles publiés	Annuel
	Nombre de messages diffusés par média	Messages par média	Annuel
	Nombre de conférences de presse organisées	Rapports sur les conférences	Annuel

8.4.2. Indicateurs d'effets (Résultats)

Les sources de vérification de ces indicateurs regroupent les rapports des études à mener.

INDICATEUR	SOURCE D'INFORMATION	PERIODICITE
Résultat attendu 1 : L'identité de l'AMCP des îles Kuriat est créée et promue		
Existence l'UC	Rapports d'activités	A mi-parcours
Notoriété spontanée et assistée de l'AMCP Kuriat	Enquête d'évaluation	A la fin
Visibilité médiatique par support et par thème		
Audience en quantité et en qualité des internautes		
Appréciation des actions entreprises		
Volume d'articles publiés, évolution et comparaison	Rapports d'activités	A mi-parcours
Résultat attendu 2 : Les compétences en communication des intervenants sont acquises		
Niveau de compétences de l'UC	Rapports d'activités	A mi-parcours Annuel
Niveau de compétences des membres du CLAG		
Niveau de compétences des journalistes		
Niveau de compétences des éducateurs pairs		
Résultat attendu 3 : Une opinion publique sensibilisée et mobilisée autour de l'AMCP des îles Kuriat		
Niveau d'exposition aux messages diffusés	Enquête d'évaluation	A mi-parcours
Niveau de compréhension, de perception et d'acceptation		
Audience en quantité et en qualité des internautes	Médias sociaux	
Résultat attendu 4 : Les actions de conservation et des activités socioéconomiques durables mises en place sont promues		
Niveau de connaissance des citoyens sur l'AMCP Kuriat	Enquête d'évaluation	A mi-parcours
Niveau de connaissance des groupes cibles usagers		
Résultat attendu 5 : Les différents usagers de l'AMCP des îles Kuriat convaincus de la valeur patrimoniale du site, et de l'importance de sa conservation, et respectent les règles et règlementations.		
Niveau d'adhésion des groupes cibles usagers	Enquête d'évaluation	A mi-parcours
Niveau d'application		A la fin
Résultat attendu 6 : Les mécanismes de financement des AMCP sont mis en place incitant à l'investissement bleu		
Niveau d'implication et d'engagement des partenaires techniques et financiers	Rapports d'activités	A mi-parcours
Nombre d'actions appuyées techniquement et financièrement par des bailleurs de fond.	Rapports d'activités Projets de coopération signés	A la fin
Résultat attendu 7 : Informations sur l'AMCP des îles Kuriat disponibles et actualisées		
Niveau de compréhension du principe et des valeurs de l'AMCP des îles Kuriat	Enquête d'évaluation	A mi-parcours et A la fin
Niveau d'engagement des groupes cibles		
Résultat attendu 8 : Interactivité avec l'AMCP des îles Kuriat garantie		
Degré d'interactivité des jeunes	Rapports d'activités	A mi-parcours
Résultat attendu 9 : Visibilité de l'AMCP des îles Kuriat sur les réseaux sociaux assurée		
Visibilité médiatique par réseau	Rapports d'activités	A mi-parcours
Audience en quantité et en qualité des internautes		A mi-parcours
Volume d'articles publiés, évolution et comparaison	Rapports d'activités	A la fin

8.4.3. Indicateurs d'impact (Objectifs)

Les sources de vérification de ces indicateurs regroupent les rapports des enquêtes à mener par des consultants et/ou agence spécialisée.

OBJECTIFS / INDICATEURS	SOURCE D'INFORMATION	PERIODICITE
Objectif spécifique 1 : Créer l'identité de l'AMCP des îles Kuriat et en promouvoir l'image auprès des divers groupes cibles à l'échelle locale, nationale, régionale, et internationale		
Appréciation de la qualité des supports de communication	Enquête d'évaluation	A la fin
Appréciation de la synergie entre le message et le support transporteur		
Appréciation d'adéquation entre le type du support, les caractéristiques du groupe cible et la fréquence de diffusion		
Objectif spécifique 2 : Faire connaître l›AMCP auprès du grand public, et promouvoir les actions de conservation et les activités socio-économiques durables mises en place dans et autour des îles		
Niveau de connaissance des groupes cibles sur le principe et les valeurs de l'AMCP Kuriat	Enquête d'évaluation	A la fin
Pourcentage des populations ayant souligné l'importance de la conservation de l'AMCP Kuriat		
Pourcentage des populations ayant déclaré discuter de l'AMCP Kuriat dans leur entourage		
Objectif spécifique 3 : Informer les usagers des îles Kuriat de la richesse de sa biodiversité, de sa valeur patrimoniale, de l'importance de sa conservation, des menaces auxquelles elles font face, et des règles et réglementations en vigueur relatives à leur conservation et leur gestion.		
Pourcentage des usagers ayant déclaré être informés de l'importance de la conservation de l'AMCP Kuriat	Enquête d'évaluation	A la fin
Pourcentage des usagers ayant déclaré se comporter conformément aux principes et valeurs de l'AMCP Kuriat		
Nombre des usagers ayant déclaré avoir bénéficié de financement de projets dans le cadre de l'économie bleue		
Objectif spécifique 4 : Partager des contenus en rapport avec l'AMCP des îles Kuriat à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, NGB, SPA/RAC		
Notoriété assistée de l'AMCP Kuriat	Enquête d'évaluation	A la fin
Notoriété spontanée de l'AMCP Kuriat		
Niveau d'appréciation et de satisfaction du produit de l'AMCP Kuriat		

UN environment programme

Mediterranean Action Plan
Barcelona Convention

The Mediterranean Biodiversity Centre
SPA / RAC

Specially Protected Areas Regional Activity Centre (SPA/RAC)
Boulevard du Leader Yasser Arafat - B.P. 337 - 1080 Tunis Cedex - Tunisia
Tel: +216 71 206 649 / 485 | car-asp@spa-rac.org | www.spa-rac.org