

STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DE LA FUTURE AIRE MARINE ET CÔTIÈRE PROTÉGÉE AUX ÎLOTS NORD-EST DE L'ARCHIPEL DES KERKENNAH EN TUNISIE



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 de l'ONU Environnement/Plan d'Action pour la Méditerranée (PAM) 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 réalisée dans le cadre du projet IMAP-MPA mis en œuvre par la Convention PNUE/PAM-Barcelone avec le soutien financier de l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité du SPA/RAC et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne.

Copyright:

Tous les droits de propriété du texte et du contenu de la présente publication appartiennent au SPA/RAC. Ce texte et du contenu 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 scientifiques, éducatives et non lucratives, et à condition de faire mention de la source.

© 2023 - 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

En charge de l'étude au SPA/RAC

M. Atef LIMAM, Chargé du projet IMAP/MPA
Mr. Wassim GAIDI, Consultant-Assistant au projet IMAP/MPA

En charge de l'étude à l'APAL

Mme Samia BOUFARES, Directrice de gestion des écosystèmes littoraux
M. Ahmed BEN HMIDA, Responsable des aires marines protégées du centre et du sud

Consultants en charge de l'étude

M. Tahar Ben Gdhifa (Chef de file)
Mr. Aboukacem Khlifi

Pour des fins bibliographiques, cette publication peut être citée comme suit :

SPA/RAC–ONU Environnement/PAM (2023). Stratégie de communication pour la promotion de la future aire marine et côtière protégée aux îlots nord-est de l'archipel des Kerkennah en Tunisie : Etat des lieux. Par Taher Ben Ghedifa, Aboukacem Khlifi, Ahmed Ben Hmida et Atef Limam. Ed. SPA/RAC, Tunis, 31 pages + Annexe.

Crédit photo de couverture :

© Ahmed Ben Hmida



Ce document a été édité dans le cadre du projet IMAP-MPA financé par l'Union européenne.

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



Mediterranean
Action Plan
Barcelona
Convention



STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DE L'AIRE MARINE ET CÔTIÈRE PROTÉGÉE (AMCP) DES ÎLOTS NORD-EST DE KERKENNAH



LISTE DES ACRONYMES

AMCP : Aire Marine et Côtière Protégée.

APAL : Agence de Protection et de l'Aménagement du Littoral.

AVFA : Agence de Vulgarisation et de la Formation Agricoles.

CAP : Connaissance-Attitude-Pratique.

CLAG : Comité Local d'Appui à la Gestion des « ilots Nord-est de Kerkennah.

GOP : Gestion, organisation et production.

INSTM : Institut National des Sciences et Technologies de la Mer.

MedMPAnet : Mediterranean Marine Protected Areas network.

MedPAN : Réseau des gestionnaires d'aires marines protégées de Méditerranée.

M2PA : Association pour le Financement Durable des AMP de Méditerranée.

ONG : Organisation Non Gouvernementale.

SPA/RAC : Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées.

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication.

UC : Unité de Communication.

URAP : Union Régionale d'Agriculture et de la Pêche.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. : Objectifs spécifiques et leur résultats attendus.	12
Tableau 2: planning de mise en œuvre de la stratégie (10 trimestres, soit 30 mois).	16
Tableau 3 : Messages clefs par groupe cibles.	16
Tableau 4 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 1.....	22
Tableau 5 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 2.....	23
Tableau 6 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 3.....	24
Tableau 7 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 4.....	25
Tableau 8: Budget par année.	26
Tableau 9: Budget par année et par objectif.....	26
Tableau 10 : Indicateurs d'efforts.....	28
Tableau 11 : Indicateurs d'effets.	29
Tableau 12 : Indicateurs d'impact.	30

SOMMAIRE

Introduction générale.....	1
PREMIERE PARTIE : SYNTHESE DU BILAN DIAGNOSTIC DE LA SITUATION ACTUELLE DE LA COMMUNICATION SUR L'AMCP « ILOTS NORD-EST DE KERKENNAH ».....	4
1. Les acteurs de gestion et de communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah ».....	5
2. Caractéristiques de la communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah ».....	5
3. Principales recommandations et impacts attendus	8
DEUXIEME PARTIE : STRATEGIE INTEGREE DE COMMUNICATION SUR L'AMCP DES « ILOTS NORD-EST DE KERKENNAH ».....	10
1. Plan d'action.....	11
a) Groupes cibles de la communication	12
b) Structures concernées par l'AMCP « Îlots Nord-Est de Kerkennah ».....	13
c) Principaux genres d'actions.....	15
d) Planning des activités à réaliser.....	21
Objectif spécifique 1	22
Objectif spécifique 2	23
Objectif spécifique 3	24
Objectif spécifique 4	25
2. Plan budgétaire	26
3. Plan de suivi et d'évaluation de la stratégie de communication	27
a) Eléments de base pour l'évaluation	27
b) Principaux indicateurs de suivi et d'évaluation	28
ANNEXE.....	32

Introduction générale

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 de Kerkennah », 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). 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 MedMPA Net.

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) 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 pour la promotion de l'AMCP et contribue directement à la réalisation des objectifs suivants :

- Informer les différents usagers de l'AMCP de Kerkennah, actuels et potentiels, de la valeur patrimoniale et de l'importance de sa conservation, des menaces auxquelles elles font face, et des règles et réglementation en vigueur relatives à leur conservation et à 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 de l'archipel de Kerkennah, 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.

Les phases de l'étude

Cette étude comporte trois principales phases :

La première phase : Bilan diagnostic et évaluation de la situation actuelle de la communication sur l'AMCP.

Cette phase comporte deux principales étapes :

- Recensement des actions de communication sur l'AMCP réalisées par le SPA/RAC et l'APAL et identifier les acteurs impliqués et les moyens mis à l'œuvre.
- Evaluer la pertinence et les impacts de ces actions.

La deuxième phase : Élaboration de la stratégie de communication

Cette phase concerne le développement des différents éléments de la stratégie : définition des axes et des orientations stratégiques, des objectifs globaux et spécifiques, l'identification des groupes cibles, la conception des types d'appel et messages clés et les mécanismes de mise en œuvre de la stratégie.

La troisième phase : Élaboration du plan d'action, de suivi et d'évaluation

Cette phase comporte deux étapes :

- **Élaboration du plan d'action budgétisé sur une durée de 30 mois**
- **Élaboration du plan de suivi/évaluation**

Consistance de l'étude

- L'élaboration d'une stratégie de communication pertinente, en concordance avec le plan de gestion de l'AMCP de Kerkennah.
- Définition d'un plan d'action permettant la mise en œuvre de la stratégie.
- Budgétisation de chaque action proposée dans le plan de communication.
- Elaboration un plan de suivi/évaluation permettant de mesurer l'efficacité des actions entreprises.

Résultat de l'étude : Principaux livrables

- Pour la première phase : Un document intitulé « Bilan diagnostic et évaluation de la situation actuelle de la communication sur l'AMCP îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Pour la deuxième phase : Un document intitulé « Stratégie de communication sur l'AMCP îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Pour la troisième phase : Document intitulé « Plan de communication, Plan de suivi/évaluation de la stratégie de communication sur l'AMCP îlots Nord-est de Kerkennah ».

Structure du présent document

Ce document comporte les trois parties suivantes :

- La première partie « synthèse du diagnostic de la situation actuelle de la communication sur l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah », et de façon synthétique les principales conclusions avec en exergue (SWOT) les forces et faiblesses, les opportunités et menaces de la situation actuelle de la communication sur l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah ».

- Une synthèse de la stratégie de communication proposée avec son argumentaire ; les orientations et axes stratégiques prioritaires, l'objectif général et les objectifs spécifiques, les groupes cibles, les résultats attendus.

- Un annexe presentat une proposition de valorisation des travaux effectués dans le but d'assurer la pérennité de la conservation de l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » et ce par et pour les locaux et les différentes parties prenantes au sein du projet.

PREMIERE PARTIE : SYNTHESE DU BILAN DIAGNOSTIC DE LA SITUATION ACTUELLE DE LA COMMUNICATION SUR L'AMCP « ILOTS NORD-EST DE KERKENNAH »

Objectif du diagnostic

Le diagnostic de la situation de la communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » a permis de :

- Saisir les particularités de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » et l'importance de sa conservation. Dégager les forces et les faiblesses, ainsi que les opportunités et les menaces auxquelles elle fait face.
- Analyser rationnellement la situation socio-économique et communicationnelle de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Opérer une lecture analytique de l'impact des différentes actions de communication réalisées par le SPA/RAC, l'APAL et d'autres intervenants potentiels sur le site.
- Apprécier les attentes des acteurs, partenaires et les différents groupes cibles identifiés,
- Définir les orientations et les axes stratégiques de communication.

Méthodes d'investigation

Ce diagnostic est établi sur la base des informations qualitatives fournies à travers : une analyse documentaire et une enquête semi structurée CAP (Connaissance-Attitude-Pratique). Ce diagnostic a porté sur les thèmes suivants :

- Le niveau de connaissance des groupes cibles identifiés sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah », leurs attitudes et pratiques/comportements (CAP) par rapport aux objectifs du plan de gestion des « îlots Nord-est de Kerkennah ».

- La pertinence des actions de communication réalisées sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah », par rapport aux objectifs de conservation définis par le plan de gestion.

1. Les acteurs de gestion et de communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah »

La gestion de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah », avec toutes ses composantes légales et administratives, techniques et scientifiques que pratiques, est assurée par L'Agence de Protection et d'Aménagement du littoral (APAL). Avec l'appui des organismes suivants :

- Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées (SPA/RAC).
- Institut National des Sciences et Technologies de la Mer.
- Office du tourisme.
- Gouvernorat de Sfax.
- Promoteurs des bateaux touristiques.
- Municipalité de Kerkennah.
- Représentants des clubs sportifs.
- Marine Marchande.
- Agence Nationale de Protection de l'Environnement.
- Armée Tunisienne de la mer.
- Garde nationale maritime.
- Direction de la pêche.
- Les services de la santé.
- Arrondissement de la pêche.
- Institut national du patrimoine.
- Syndicat des pêcheurs.
- Protection civile.
- Union régionale de l'agriculture et de la pêche.

2. Caractéristiques de la communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah »

Le diagnostic de la situation actuelle de la communication sur les « îlots Nord-est de Kerkennah », est effectué à partir de la recherche documentaire, des enquêtes de terrain et des

entretiens individuels auprès des acteurs, des partenaires. Il a permis de dégager les forces et les faiblesses détaillés dans le "rapport 1" et qui se résument en l'existence d'efforts louables déployés sur le terrain dans l'intention d'inciter les publics cibles à la conservation de l'AMCP. Ces efforts ont eu le mérite d'impliquer la société civile à travers des associations et des ONG autour du projet. Cependant, des points faibles persistent : une confusion autour de la notion de communication qui donne lieu à des actions ponctuelles menées sans une vision claire quant aux objectifs attendus et l'impact souhaité. Plusieurs acteurs interviennent conjointement ou séparément sur le terrain, avec comme conséquence une « pléthore de messages » qui risquent de créer souvent une saturation.

Les points forts

- Existence d'une volonté de considérer la communication comme une activité stratégique complémentaire du plan de gestion de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Implication de la société civile dans la protection de l'AMCP, à travers des associations et les ONG, qui travaillent en étroite collaboration avec le SPA/RAC et l'APAL.
- Besoin quasi-unanimement exprimé en communication.

Les points faibles

- Confusion autour des concepts clefs entre communication, information, sensibilisation et éducation.
- Absence de formation des « acteurs » en communication.
- Actions dites de communication très disparate sans aucun souci d'évaluation.
- Absence d'annonceur unique, visible, identifiable par les groupes cibles.
- Multiplicité des sources d'informations sur l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah » sans une parfaite coordination.
- Absence d'axes de communication, claires, sobres et cohérents.

Opportunités

- Existence d'actions de sensibilisation disparates témoignant d'une volonté collective de placer l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah » au-devant de la scène écologique locale, nationale, régionale et internationale.
- Usage des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et des médias sociaux.

- 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).
- Des bailleurs de fonds internationaux sensibilisés aux AMCP en Tunisie (ex. M2PA, Fondation MAVA, ...)
- Prédilection à l'adhésion, l'appropriation et l'engagement dans la conservation de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah ».
- L'existence d'un important tissu associatif local pleinement engagé.

Menaces

- Des rapports conflictuels, voire un cloisonnement ou une collaboration très ponctuelle entre certains acteurs.
- Absence d'archivage et de base de données permettant le stockage et la gestion du fonds documentaire, selon les normes en vigueur.
- 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 acteurs, et à temps.
- Absence de structure de communication avec une vision et une mission stratégique en la matière.
- AMCP non encore institutionnalisée et statut juridique en instance.

Conséquences

- Financement de l'élaboration d'une stratégie de communication, garanti par le SPA/RAC en tant que composante du plan de gestion de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Efforts considérables à entreprendre à tous les niveaux, et surtout dans la durée (pérennité).

3. Principales recommandations et impacts attendus

L'analyse de la situation actuelle de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah » permet de formuler les recommandations suivantes :

Au niveau de la gouvernance :

- Mettre en place un système d'information, de communication et de prise de décision.
- Renforcer les capacités des membres des acteurs dans la planification des actions d'information et de communication.
- Créer et mettre en ligne une plateforme web d'échanges entre les parties prenantes, acteurs, partenaires et groupes cibles.
- Créer une structure de communication COMMUNE et FEDERATRICE
- Élaborer un manuel /une application de procédures de communication.
- Créer une base de données permettant le stockage et la gestion du fonds documentaire, selon les normes en vigueur.
- Informations pratiques disponibles pour tous les intervenants en temps réel pour une prise de décisions rapide et efficace.
- Données sur l'AMCP d des « Îlots Nord-est de Kerkennah » disponibles et partagées par tous les intervenants, les structures gouvernementales et non gouvernementales.
- Suivi et évaluation des actions de communication réalisées à temps.

Au niveau juridique :

- Plaidoyer pour accélérer la mise en place du cadre juridique sur l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah »

Au niveau politique :

- Plaidoyer pour une volonté politique garantissant la pérennité de la conservation des AMCP dont les « Îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Plaidoyer pour que le pouvoir politique considère l'écologie comme une priorité.
- Plaidoyer pour créer des mécanismes de financement durables pour l'AMCP à l'échelle nationale et internationale.

Au niveau socio-économique :

- Sensibiliser les usagers, les promoteurs touristiques, les pêcheurs sur la conservation de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah » selon le principe « gagnant-gagnant ».

Au niveau social :

- Informer et sensibiliser le grand public sur le concept, les principes et les bonnes pratiques de conservation de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah ».

Au niveau de la formation et de la recherche scientifique :

- Intégrer concepts, valeurs, principes et bonnes pratiques en rapport avec les AMCP dans les cursus de l'enseignement.
- Développer des programmes de recherche scientifique.

Au niveau de la communication :

- Opter pour la création d'une identité visuelle (logotype, guide de normes, ...).
- Développer une identité sonore unique « JINGLE » (pour la production audiovisuelle et radiophonique).
- Utiliser les supports imprimés (affiches urbaines, dépliants, brochures).
- Promouvoir la visibilité de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Utiliser les médias de masse (radio, TV et presse écrite).
- Création d'une opinion publique favorable à l'AMCP des Îlots Nord-est de Kerkennah.
- Créer une rubrique dans les sites web de l'APAL, SPA/RAC offrant des services et des informations pratiques concernant l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Utiliser les applications et les jeux mobiles didactiques.
- Développer des relations publiques : (journalistes, décideurs, parlementaires, société civiles, représentants des bailleurs de fonds nationaux et internationaux).
- Promouvoir l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah » par la communication événementielle aux niveaux local, régional et national.

DEUXIEME PARTIE : STRATEGIE INTEGREE DE COMMUNICATION SUR L'AMCP DES « ILOTS NORD-EST DE KERKENNAH »

Ce rapport concerne la **troisième phase** du projet « Elaboration d'une stratégie de communication pour la promotion de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah ». Le contenu de cette partie comporte les trois parties suivantes :

La première partie : Plan d'action

Cette partie présente le planning des activités à réaliser pour une période de 30 mois ; dans notre rapport de la phase II « stratégie de communication » nous avons proposé 24 semaines pour la mise en application des actions et nous prévoyons 6 semaines pour l'évaluation de l'impact final est les modifications s'il y a lieu pour la mise en place des structures garantes d'autonomie locale et pérennité du projet.

Elle comporte :

- **Les considérations pratiques** pour la mise en œuvre de la stratégie
- **Un planning détaillé** des activités, présentées selon les résultats attendus par objectif spécifique de communication et ceci pour les différents groupes cibles ainsi que le timing d'exécution.

La deuxième partie : Plan budgétaire

Cette partie précise les budgets à allouer aux actions définies dans le plan d'action en fonction des prix et honoraires en usage actuellement

La troisième partie : Plan de suivi et d'évaluation

Le plan comporte les composantes suivantes :

- Les éléments à évaluer
- Les indicateurs pour le suivi et l'évaluation.

1. Plan d'action

A partir de la stratégie de communication et de sensibilisation pour la promotion de l'AMCP des « Îlots Nord-est de Kerkennah » le plan d'action proposé, offre une « feuille de route » pour une mise en œuvre qui s'étale sur 30 mois (2023/2026).

Etant donné que le temps, les efforts et les moyens techniques et logistiques représentent des variables dont dépend la réussite de la stratégie, le plan d'action garantit la cohérence requise entre les actions et les composantes de la stratégie de communication. Nous avons veillé à la lisibilité de ce document en rassemblant les principaux éléments sous forme de tableaux synoptiques mettant en exergue les objectifs, les groupes cibles et les résultats attendus. Les différentes actions qui se déroulent sur deux ans et demi, sont par ailleurs définies selon un planning comportant la nature de l'action, le groupe cible concerné, le responsable et le timing d'exécution.

Les principales composantes de la stratégie de communication et de sensibilisation pour la promotion de l'AMCP 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. La stratégie de communication sociale participative à tout les niveaux a pour objectif général la promotion de l'aire marine côtière protégée (AMCP) des Ilots Nord - Est de Kerkennah qui soit en harmonie avec son plan de gestion.

Les objectifs spécifiques pour la période consacrée à la mise en œuvre de la stratégie (trente mois) se déclinent comme suit :

- Créer une identité de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » et en promouvoir l'image auprès des divers groupes cibles à l'échelle locale, nationale 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 du site.
- Informer les usagers du site de la richesse de sa biodiversité, de sa valeur patrimoniale, de l'importance de sa conservation, des menaces auxquelles il fait face, et des règles et réglementations en vigueur relatives à sa conservation et sa gestion.
- Partager des contenus en rapport avec l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, SPA/RAC.

Tableau 1. : Objectifs spécifiques et leur résultats attendus.

OBJECTIF SPECIFIQUE 1	OBJECTIF SPECIFIQUE 2	OBJECTIF SPECIFIQUE 3	OBJECTIF SPECIFIQUE 4
Créer l'identité de l'AMCP des îlots Nord-est de Kerkennah 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.	Informers les usagers des îlots Nord-est de Kerkennah 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 îlots Nord-est de Kerkennah à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, SPA/RAC et des associations.
↓	↓	↓	↓
RESULTAT ATTENDU 1	RESULTAT ATTENDU 2	RESULTAT ATTENDU 3	RESULTAT ATTENDU 4
<p>1. Création et diffusion de l'identité de l'AMCP des îlots Nord-Est de Kerkennah.</p> <p>2. Initiation des intervenants à la communication.</p>	<p>3. Sensibilisation et mobilisation de l'opinion publique.</p> <p>4. Mise en place des actions de conservation et des activités socioéconomiques durable.</p>	<p>5. Convaincre les différents usagers de l'AMCP de la valeur patrimoniale du site, de l'importance de sa conservation, et du respect de la réglementation.</p> <p>6. Mise en place de mécanismes de financement de l'AMCP en incitant à l'investissement vert.</p>	<p>7. Actualisation des Informations sur l'AMCP.</p> <p>8. Standardisation complémentarité et actualisation des informations.</p> <p>9. Assurer la Visibilité de l'AMCP sur les réseaux sociaux.</p>

a) Groupes cibles de la communication

L'AMCP des Ilots Nord-Est de Kerkennah est un site fréquenté par une panoplie d'individus aussi hétérogène que divers 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 :

- **Groupe cible intermédiaire**

La communication sur l'AMCP des Ilots Nord-Est de Kerkennah consiste à sensibiliser l'opinion publique sur la question écologique et ses conséquences sur développement durable. La communication a pour finalité chez les groupes cibles un changement de comportement dont on espère la pérennité et sa transmission aux générations futures. Le changement de comportement est un processus lent, complexe et nécessite une compétence multidisciplinaire et pointue. La culture écologique, qui induirait ce changement de comportement, sera disséminée à travers des actions de communication participative sur les principes et les valeurs de l'AMCP. L'accent sera mis sur le droit des générations futures à hériter d'un écosystème préservé une biodiversité protégée. **Tout un chacun doit être convaincu du gain réel ou moral.**

- **Groupes cibles finales**

Tous citoyens confondus à l'échelle locale, régional, nationale et internationale, bénéficiaires des îles ou défenseurs des valeurs de la conservation du patrimoine écologique :

Acteurs économiques :

- Les pêcheurs (professionnels et sportifs)
- Les plaisanciers
- Les opérateurs touristiques
- Plongeurs

Autres usagers :

- Visiteurs des îles
- 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, régionales, locales, publiques et privées).

b) Structures concernées par l'AMCP « Îlots Nord-Est de Kerkennah »

La communication sociale 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.

Ministères concernés par l'AMCP Ilots Nord -Est de Kerkennah

- 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.
- 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.

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 Ilots Nord- Est de Kerkennah.

Partenaires internationaux

- Réseau de gestionnaires d'Aires Marines Protégées en Méditerranée (MedMPA Net).
- Petites Îles Méditerranées (PIM).
- International Union for Conservation of Nature (IUCN).
- CAR/Aires Spécialement Protégées.
- The MedFund.
- Autres partenaires internationaux en rapport avec l'AMCP des Ilots Nord- Est de Kerkennah qui pourrait voir le jour en cours de route.

c) Principaux genres d'actions

Le public est par essence même composée différentes strates et avec des soubassements de motivations différentes ; la variabilité de perception est sa constante. La stratégie de communication doit alors se traduire par un ensemble d'actions s'articulant les unes les autres dans une finalité commune mais avec des approches adaptées à chaque catégorie de personnes. Ce mode opératoire est le plus indiqué pour atteindre les buts préalablement tracés communication sociale dont le principe est que chaque individu s'engage en toute connaissance de cause dans l'effort de sauvegarder le site. Les actions de communication peuvent être classées comme suit :

- Actions de communication à travers les médias de masse : supports imprimés (affiches urbaines, dépliants, brochures) dans le but de garantir une visibilité de l'AMCP des Ilots Nord-Est de Kerkennah ainsi que les médias traditionnels (radio, télévision et presse écrite) dans le but de créer une opinion publique favorable, sensible à la préservation du site.
- Messages à transmettre comportant des informations pratiques concernant l'AMCP des Ilots Nord-Est de Kerkennah par le biais des nouveaux médias, et ce en créant une rubrique dans les sites web de l'APAL, SPA/RAC et des applications mobiles destinées aux jeunes entre autres (écoliers, étudiants, ...), ainsi que des contenus audiovisuels tel que des capsules des courts clips à travers les réseaux sociaux. Les contenus seront actualisés et mis à jour périodiquement. Il est recommandé de mettre à contribution les réseaux sociaux de l'APAL, et SPA/RAC est les associations et partenaires sensibles aux objectifs à cette action pour toucher cette catégorie

d'usagers croissante et active. Les applications attirent les adolescents et les jeunes, en leur offrant des contenus à la fois ludiques et didactiques.

- Actions à mener « hors média », en développant les relations publiques susceptibles de consolider les rapports avec les professionnels des médias, les ONG et autres partenaires dont la contribution à la préservation du site est indispensable. Les actions de proximité, telles que les relâchées de tortue, les visites guidées assurées par les écogardes et autres actions, ont un impact significatif de par la dynamique créée avec les groupes d'usagers de l'AMCP des Ilots Nord-Est de Kerkennah.
- Sessions de formation : production de supports didactiques, et organisation d'ateliers de formation en communication et renforcement des compétences au profit des groupes cibles intermédiaires. Mais cette action doit se concrétiser par une manifestation nationale voire internationale pour la valorisation des acquis et réalisations (voir suggestion en 3ème partie).

Les phases de mises en œuvre se résument en une phase de préparation, une planification des activités, l'exécution et finalement le suivi et l'évaluation.

Tableau 2: 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										

Tableau 3 : Messages clefs par groupe cibles.

GROUPES CIBLES FINALES				
BENEFICIAIRES				
Groupe cible	Thèmes	Canal de communication	Message	But escompté

Grand public	Définition d'une AMCP Intérêt de sauvegarder la biodiversité Ecotourisme	Peinture murale et graffitis Radio et TV Affichage urbain Médias sociaux	Une AMCP toute zone à l'intérieur ou à proximité de l'environnement marin, 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 Vacanciers	Définition d'une AMCP Intérêt de sauvegarder la biodiversité Respect des efforts des autochtones Ecotourisme	Taxistes /chauffeurs Animateurs et guides Membres associatifs Panneaux d'affichage Police 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 « L ailleurs n'est pas un lieu de passage c'est un cadre de vie »	Respecter le site

<p>Ecoliers de la région et des villes côtières</p>	<p>Intérêt de sauvegarder la biodiversité</p> <p>Ecotourisme</p>	<p>Bandes Dessinées</p> <p>Jeux de cartes</p> <p>T-shirt</p> <p>Jeu électronique</p> <p>Casquettes</p> <p>Vidéos</p> <p>Visites du centre de soins des tortues (INSTM)</p> <p>Visite du sentier sous-marin</p>	<p>La Nature est l'amie de l'Homme</p> <p>Initiation aux sciences de la nature, avec un accent mis sur la biodiversité de l'AMCP</p>	<p>Respecter l'environnement aujourd'hui, préserver un bon cadre de vie demain</p> <p>Découverte et connaissances acquises à propos du milieu dans lequel on vit.</p> <p>Défense du patrimoine</p>
<p>Etudiants</p> <p>Chercheurs</p>	<p>Intérêt de la recherche scientifique sur la biodiversité</p> <p>Etat des lieux de la recherche scientifique</p>	<p>Chants</p> <p>Production AV</p> <p>Revue scientifique</p> <p>Conférences scientifiques</p> <p>Visites de l'INSTM</p> <p>PFE</p>	<p>Domaines de recherche action et biodiversité de l'AMCP</p>	<p>Valorisation et mise en application de thèmes de recherches</p>

USAGERS				
Groupe cible	Thèmes	Canal de communication	Message	Buts
Pêcheurs professionnels	<p>Pêche responsable</p> <p>Respect de la réglementation en vigueur visant à protéger les habitats marins (faune et flore)</p>	<p>Atelier d'information</p> <p>Communication par le pair</p> <p>Police environnementale</p> <p>Garde-pêche</p> <p>Autorités chargées de la surveillance des îles</p> <p>Agence de la vulgarisation et de la formation agricole (AVFA)</p> <p>Centre de formation professionnelle de la pêche</p> <p>Web documentaire de 2 à 3 min à mettre en ligne</p> <p>Radio</p> <p>TV</p>	<p>Une pêche responsable pour favoriser le maintien de la qualité, de la diversité et de la disponibilité des ressources halieutiques</p> <p>-</p> <p>Respect de l'écosystème de.</p> <p>Certains engins de pêche de fond modifient les habitats et endommagent la biodiversité</p>	<p>Utilisation optimale et durable des ressources halieutiques, tout en conservant la biodiversité, pérennité des activités économiques</p> <p>Habitats et richesses halieutiques conservés</p>
<p>Pêcheurs sportifs</p> <p>Plongeurs</p>		<p>Communication par le pair</p> <p>Web documentaire de 2 à 3 min. à mettre en ligne.</p> <p>Police environnementale</p> <p>Garde pêche</p> <p>Autorités chargées de la surveillance des îles</p>	<p>Pêcheurs sportifs, vous êtes attirés par la capture, filmez la beauté du paysage, préservez cet endroit que vous avez élu pour votre passion.</p> <p>Respectez le cycle biologique</p>	<p>Le plaisir de pratiquer la pêche sportive ne sera que double : pratiquer son sport favori et sauvegarder la nature</p>

Opérateurs touristiques (Bateliers,...)	Rôle des opérateurs touristiques dans la sensibilisation à la protection du site	<p>Communication par le</p> <p>Pair</p> <p>Police environnementale</p> <p>Garde pêche</p> <p>Autorités chargées de la surveillance des îles.</p>	<p>Respect des règlements s'appliquant aux zones interdites au public</p> <p>Respect de la signalisation</p> <p>Suivre les conseils des gestionnaires</p> <p>Veiller à la propreté du site</p>	<p>Utilisation optimale et durable des ressources halieutiques, tout en conservant la biodiversité, pérennité des activités économiques.</p> <p>Habitats et richesses halieutiques conservés</p>
---	--	--	--	--

GROUPES CIBLES INTERMEDIAIRES				
Groupe cible	Thèmes	Canal de communication	Message	Buts
Société civile, ONG, Clubs	Plaidoyer pour engager les pêcheurs dans les efforts de gestion de l'AMCP	Atelier d'information Réseaux sociaux	Rôle de la société civile, des ONG et des clubs en tant que partenaires actifs aux efforts de communication et de sensibilisation pour la protection de l'AMCP	Des partenaires actifs pour la vigilance Publication et échanges d'information
Professionnels des médias	Rôle du journaliste dans la gestion de l'AMCP	Atelier de formation Visite de presse	Les journalistes partenaires actifs aux efforts de communication et de sensibilisation pour la protection de l'AMCP	Réseautage Travaux de recherche et publications
Instituts universitaires et centres de recherche concernés	Rôle social du chercheur dans la conservation de l'AMCP	- Séminaire/Conférence - Stage - Évènement		

d) Planning des activités à réaliser

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. Cette planification tient compte des grandes fluctuations de la population due aux vacances, aux fêtes ... Elle laisse place à une forme de souplesse pour pallier à tout imprévu.

Objectif spécifique 1

Créer l'identité de l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah et en promouvoir l'image auprès des divers groupes cibles à l'échelle locale, nationale, régionale, et internationale.

Tableau 4 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 1.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	TIMING									
			ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
			T.1	T.2	T.3	T.4	T.5	T.6	T.7	T.8	T.9	T.10
Résultat attendu 1 : Création et diffusion de l'identité de l'AMCP des ilots Nord-Est de Kerkennah.												
1.1	Créer le logo, le slogan générique et l'identité sonore de l'AMCP	AMCP	X									
1.2	Editer et diffuser le document de la stratégie	Parties concernées	X									
1.3	Organiser des rencontres par cible pour présenter la stratégie de communication	Parties concernées	X									
1.4	Produire et diffuser des supports de promotion de l'identité visuelle de l'AMCP	Tous les groupes cibles	X	X								
1.5	Editer et diffuser un bulletin électronique trimestriel sur l'AMCP	Parties concernées		X								
1.6	Opérer un suivi médias	Parties concernées		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Résultat attendu 2 : Initiation des intervenants à la communication.												
2.1	Elaborer des modules de formation en communication, sensibilisation, gestion et pilotage de la mise en œuvre de la stratégie	Educateurs pairs, professionnels des médias	X									
2.2	Former les acteurs en communication selon le plan élaboré		X									
2.3	Sélectionner et former des journalistes des médias en écologie et biodiversité, selon le plan élaboré	Professionnels des médias	X									
2.4	Sélectionner et former les éducateurs pairs selon le plan élaboré	Educateurs pairs	X									
2.5	Produire des kits spécifiques destinés à la communication par le pair pour chaque groupe cible	Groupes cibles	X	X	X							

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.

Tableau 5 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 2.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	TIMING									
			ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
			T.1	T.2	T.3	T.4	T.5	T.6	T.7	T.8	T.9	T.10
Résultat attendu 3 : Sensibilisation et mobilisation de l'opinion publique.												
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	Grand public		X	X							
3.2	Organiser des campagnes médiatiques de sensibilisation sur le site et dans les localités environnantes	Grand public				X			X		X	
Résultat attendu 4 : Mise en place des actions de conservation et des activités socioéconomiques durable.												
4.1	Produire des spots et des contenus AV de sensibilisation sur la conservation de l'AMCP en rapport avec les activités socio-économiques	Grand public		X	X	X						
4.2	Organiser des campagnes médiatiques de sensibilisation sur le site et dans les localités environnantes	Grand public					X			X		

Objectif spécifique 3

Informer les usagers Des Ilots Nord-Est de Kerkennah 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.

Tableau 6 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 3.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	TIMING									
			ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
			T.1	T.2	T.3	T.4	T.5	T.6	T.7	T.8	T.9	T.10
Résultat attendu 5 : Convaincre les différents usagers de l'AMCP de la valeur patrimoniale du site, de l'importance de sa conservation, et du respect de la réglementation.												
5.1	Organiser des ateliers thématiques avec les différents usagers identifiés	Tous les groupes cibles concernés				X			X			X
5.2	Organiser des actions de communication hors médias avec chaque groupe cible	Par groupe cible			X			X			X	
5.3	Organiser des actions de communication par le pair	Par groupe cible			X	X	X	X	X	X	X	X
Résultat attendu 6 : Mise en place de mécanismes de financement de l'AMCP en incitant à l'investissement vert.												
6.1	Organiser un séminaire sur l'économie verte en rapport avec l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	Usagers / Acteurs économiques					X					
6.2	Organiser des actions de sensibilisation ciblant les institutions financières nationales et internationales concernant les opportunités d'investissement dans la région	Institutions financières				X	X	X				
6.3	Informer sur les mécanismes de financement de projets verts dans la région	Usagers / Acteurs économiques						X	X	X	X	X

Objectif spécifique 4

Partager des contenus en rapport avec l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, SPA/RAC et autres acteurs pertinents.

Tableau 7 : Planning des activités selon les résultats attendus pour l'objectif spécifique 4.

ACTIONS SELON LE RESULTAT ATTENDU		GROUPES CIBLES BENEFICIAIRES	TIMING									
			ANNEE 1				ANNEE 2				½ ANNEE	
			T.1	T.2	T.3	T.4	T.5	T.6	T.7	T.8	T.9	T.10
Résultat attendu 7 : Actualisation des Informations sur l'AMCP.												
7.1	Créer une rubrique spécifique AMCP dans les sites web SPA/RAC, APAL, Associations et garantir sa mise à jour	Tous groupes cibles identifiés	X	X								
Résultat attendu 8 : Standardisation complémentarité et actualisation des informations.												
8.1	Créer et mettre à disposition des applications mobiles traitant des thématiques relatives à l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	Ecoliers, Étudiants, ...			X	X			X	X		X
Résultat attendu 9 : Assurer la Visibilité de l'AMCP sur les réseaux sociaux.												
9.1	Organiser un séminaire sur l'économie verte en rapport avec l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	Usagers / Acteurs économiques	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9.2	Organiser des actions de sensibilisation ciblant les institutions financières nationales et internationales concernant les opportunités d'investissement dans la région	Institutions financières	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9.3	Informé sur les mécanismes de financement de projets verts dans la région	Usagers / Acteurs économiques			X			X			X	

2. Plan budgétaire

Les estimations budgétaires par activité sont calculées sur une base annuelle, le dernier semestre inclus. Quant au budget global de la mise en œuvre de la stratégie de communication durant la période 2023/2026, il est estimé à 703 000 dinars tunisiens hors taxes dont pratiquement 52% pour les activités programmées durant la première année, 31% la deuxième année, et 17% le dernier semestre.

Tableau 8: Budget par année.

Année	Coûts estimés en DT			
	Année 1	Année 2	½ Année	Total HT
TOTAL	365 000	220 000	118 000	703 000

Tableau 9: Budget par année et par objectif.

Action	Coûts estimés en DT				
	Année 1	Année 2	½ Année	Total	
OBJECTIF SPECIFIQUE 1	Créer l'identité de l'AMCP et en promouvoir l'image auprès des divers groupes cibles à l'échelle locale, nationale, régionale, et internationale				
Résultat attendu	Création et diffusion de l'identité de l'AMCP des îlots Nord-Est de Kerkennah.	30 000	20 000	10 000	60 000
Résultat attendu	Initiation des intervenants à la communication.	50 000	20 000	5 000	75 000
Total					135 000
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	Sensibilisation et mobilisation de l'opinion publique.	100 000	50 000	50 000	200 000
Résultat attendu	Mise en place des actions de conservation et des activités socioéconomiques durable.	100 000	50 000		150 000
Total					350 000
OBJECTIF SPECIFIQUE 3	Informers les usagers 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	Convaincre les différents usagers de l'AMCP de la valeur patrimoniale du site, de l'importance de sa conservation, et du respect de la réglementation.	25 000	25 000	15 000	65 000
Résultat attendu	Mise en place de mécanismes de financement de l'AMCP en incitant à l'investissement vert.	20 000	20 000	20 000	60 000
Total					125 000
OBJECTIF SPECIFIQUE 4	Partager des contenus en rapport avec l'AMCP à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, SPA/RAC				

Résultat attendu	Actualisation des Informations sur l'AMCP.	15 000	10 000	5 000	30 000
Résultat attendu	Standardisation complémentarité et actualisation des informations.	20 000	20 000	10 000	50 000
Résultat attendu	Assurer la Visibilité de l'AMCP sur les réseaux sociaux.	5 000	5 000	3 000	13 000
Total					93 000
TOTAUX		365 000	220 000	118 000	703 000

3. Plan de suivi et d'évaluation de la stratégie de communication

a) Eléments de base pour l'évaluation

Le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la stratégie de communication est un processus qui doit être panifier rigoureusement et se dérouler à des phases clefs pour pouvoir rectifier et ajuster toute démarche en temps utile. L'évaluation n'est pas un bilan mais une composante essentielle de toute action qui s'effectue régulièrement selon le planning préétabli, consiste à mesurer l'impact de chacune des actions programmées par rapport aux objectifs et aux résultats attendus.

Quatre indicateurs constituent les repères du suivi et de l'évaluation de la stratégie :

- **Pour le suivi et l'évaluation continue**

La cohérence et l'articulation logique des différentes actions mises en œuvre.

L'efficacité c'est le choix des actions pour l'atteinte des objectifs.

- **Pour l'évaluation finale**

L'impact, c'est les effets sur les populations concernées.

La pertinence de la stratégie et des actions entreprises.

Les Rubriques concernées par l'évaluation de la stratégie

L'évaluation des moyens : les ressources humaines, matérielles et financières.

L'évaluation des efforts : L'engagement en qualité et quantité pour la mise en place des actions programmées.

L'évaluation des effets : c'est en quelque sorte une évaluation continue pour la prédisposition à atteindre les buts escomptés.

L'évaluation de l'impact les changements réalisés et escomptés : c'est le bilan de la campagne

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 les d'atteindre les objectifs : Les outils d'évaluation quantitative enquêtes par questionnaire ; qualitative interviews, focus groups, observations, grille de lecture médias...

Il existe une panoplie d'approches. L'essentiel est d'en choisir une qui soit : Pertinente, adaptée aux objectifs, valide, objective, facile à administrer et à analyser. La collecte des données est systématique chaque trimestre, ce qui est de nature à permettre des prises de décisions systématiques et le plus rapidement possible. 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.

b) Principaux indicateurs de suivi et d'évaluation

Les indicateurs d'évaluation doivent être affectés à chaque action et par objectif opérationnel. Nous proposons ci-après un modèle à tester avant son administration. Pour l'évaluation des moyens de la mise en œuvre de la campagne ; elle se fait en amont avec un minimum garanti des conditions acceptables.

Indicateurs d'efforts :

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

Tableau 10 : Indicateurs d'efforts.

Action	Indicateur	Périodicité
Information et organisation interne	Nombre des réunions organisées	Trimestriel
	Edition du document de la stratégie	
	Atelier de présentation de la stratégie de communication	
	Nombre de revues de presse élaborées	Semestriel
Visibilité	Logo et charte graphique AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	
	Pages Facebook et autres médias sociaux exploités	
	Nombre de supports de présentation de l'AMCP élaborés et diffusés	Fréquent
	Supports promotionnels	Annuel
Formation	Programme de formation élaboré	Trimestriel/ Annuel
	Nombre de supports de formation élaborés	Annuel
	Nombre des sessions de formation organisées	Trimestriel
	Nombre des bénéficiaires par session de formation	Trimestriel

	Nombre total des bénéficiaires de la formation	Annuel
Production des supports de communication et sensibilisation	Nombre des supports d'information élaborés et diffusés	Annuel
	Nombre de campagnes de sensibilisation grand public élaborées et réalisées	Annuel
	Nombre de campagnes de sensibilisation par groupe bénéficiaire élaborées et réalisées	Annuel
	Nombre d'ateliers organisés	Annuel
Partenariat	Répertoire des partenaires élaboré	
	Nombre de réunions, séminaires, journées et ateliers de partenariat organisés	Annuel
Relations avec la presse	Nombre d'articles publiés sur les journaux	Annuel
	Nombre de messages diffusés par média	Annuel

Indicateurs d'effets :

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

Tableau 11 : Indicateurs d'effets.

INDICATEUR	PERIODICITE
Résultat attendu Création et diffusion de l'identité de l'AMCP des ilots Nord-Est de Kerkennah.	
Visibilité médiatique par support et par thème	Mi-parcours
Audience en quantité et en qualité des internautes	
Appréciation des actions entreprises	
Volume d'articles publiés, évolution et comparaison	
Résultat attendu Initiation des intervenants à la communication.	
Niveau de compétences des journalistes en la matière	
Niveau de compétences des éducateurs pairs en la matière	
Résultat attendu Sensibilisation et mobilisation de l'opinion publique.	
Niveau d'exposition aux messages diffusés	Mi-parcours
Niveau de compréhension, de perception et d'acceptation	
Audience en quantité et en qualité des internautes	
Résultat attendu Mise en place des actions de conservation et des activités socioéconomiques durable.	
Niveau de connaissance des citoyens sur l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	Mi-parcours
Niveau de connaissance des groupes cibles usagers	
Résultat attendu Convaincre les différents usagers de l'AMCP de la valeur patrimoniale du site, de l'importance de sa conservation, et du respect de la réglementation.	
Niveau d'adhésion des groupes cibles usagers	Mi-parcours
Niveau d'application	A la fin
Résultat attendu Mise en place de mécanismes de financement de l'AMCP en incitant à l'investissement vert.	

Niveau d'implication et d'engagement des partenaires techniques et financiers	Mi-parcours
Nombre d'actions appuyées techniquement et financièrement par des bailleurs de fond.	A la fin
Résultat attendu Actualisation des Informations sur l'AMCP.	
Niveau de compréhension du principe et des valeurs de l'AMCP	Mi-parcours et a la fin
Niveau d'engagement des groupes cibles	
Résultat attendu Standardisation complémentarité et actualisation des informations.	
Degré d'interactivité des jeunes	Mi-parcours
Résultat attendu Assurer la Visibilité de l'AMCP sur les réseaux sociaux.	
Visibilité médiatique par réseau	Mi-parcours
Audience en quantité et en qualité des internautes	Mi-parcours
Volume d'articles publiés, évolution et comparaison	A la fin

Indicateurs d'impact :

Les sources de vérification de ces indicateurs regroupent les rapports des enquêtes.

Tableau 12 : Indicateurs d'impact.

INDICATEUR	PERIODICITE
Objectif spécifique 1 : Créer l'identité de l'AMCP 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	A la fin
Appréciation de la cohérence et l'efficacité de la campagne	
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 Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	A la fin
Pourcentage des populations ayant intégré l'importance de la conservation de l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	
Pourcentage des populations ayant déclaré défendre l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah dans leur entourage	
Objectif spécifique 3 : Informer les usagers 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 Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	A la fin

Pourcentage des usagers ayant déclaré se comporter conformément aux principes et valeurs de l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	
Nombre des usagers ayant déclaré avoir investis ou bénéficié de financement de projets dans le cadre de l'économie verte	
Objectif spécifique 4 : Partager des contenus en rapport avec l'AMCP à travers les sites web et les réseaux sociaux de l'APAL, SPA/RAC	
Notoriété accrue de l'AMCP Des Ilots Nord-Est de Kerkennah	A la fin
Participation active dans l'alimentation des sites de l'AMCP	
Niveau d'appréciation et de satisfaction du produit de l'AMCP	

ANNEXE

Cette partie est une suggestion pour l'application du plan de la stratégie de communication. Tout en répondant à la totalité des objectifs à atteindre, elle vise une intégration de l'ensemble des démarches pour toutes les cibles concernées. Surtout, elle place la question des AMCP dans la préoccupation universelle de « Notre village la planète » avec comme corollaire la pérennité du projet.

Argumentaire

Le grand problème rencontré au cours de tout projet. C'est la perte de l'élan. En effet, passé la période pic et d'engouement pour la cause, les énergies baissent, les motivations s'effilochent et les anciennes habitudes refont surface. On efface inéluctablement les acquis et avancés consentis au prix d'efforts inestimables et d'investissements considérables au cours du projet. Or, le but ultime de toute action est sa pérennité. Partant de ce souci et dans un contexte socio-économique complexe avec des habitudes ancestrales, comment assurer à notre projet la durabilité utile, nécessaire et indispensable. Cet objectif ne peut être réellement garanti qu'en assurant les conditions suivantes :

- 1- Une pression sociale enfantée par l'appropriation des principes et des bonnes conduites.
- 2 - Une médiatisation tous azimuts.

Il est aussi important d'organiser des grandes manifestations cycliques qui jouent à la fois comme challenge et comme « vaccin rappel ». Tout en faisant appel à « l'universalité » porteuse de fierté en étant pour la défense de la nature et le respect du patrimoine. C'est dans ce sens qu'en plus des actions classiques efficaces que nous avons proposé dans nos chapitres précédents composant le corps du rapport. Ce deuxième volet innovant et intégrateur pourrait jouer comme rôle fédérateur et amplificateur de toutes les actions disparates.

Concrètement

La création du grand festival que nous présentons ici de façon synthétique :

Titre : "Kerkennah hobby wa iatidaly."

Organisateur : Association **we love kerkennah**.

Partenaires : Tous les ministères concernés, les autorités régionales et locales, les associations les bailleurs de fonds historiques ou impliqués, les artistes intellectuels et personnalités publiques, le groupe **we love wa iftakhir**.

Participants : Les îles du monde.

Volets du festival :

- **Spectacles et compétitions :** Films documentaires et de fiction (courts et longs métrages), performances musicales, poésie, lectures enregistrées, textes courts originaux ou contes anciens illustrés, théâtre enregistré, danses chorégraphie, expositions photos dessins sculptures

Pour ces activités et dans l'esprit d'encadrer le tissu associatif concerné des **partenaires ainsi que des grandes audiences qui ont donné leur accord de principe, quelques secteurs sont pris en charge :**

- Production audiovisuelle, en 2D, 3D et le dessin de la part d'une universitaire et d'une école de cinéma d'art graphique et de publicité.
- La fédération des cinéastes amateur avec ses 20 clubs repartis sur pratiquement toute la république.
- La fédération tunisienne des ciné-clubs avec sa structure de diffusion et d'animation des productions audiovisuelles.
- Des clubs culturels et des lycées. A signaler que le ministère de l'éducation organise des festivals à échelle régionale. Les thématiques sont les suivantes : Cinéma, théâtre, photo et dessin.
- Association culture méditerranéenne.
- Une plateforme professionnelle de diffusion musicale.

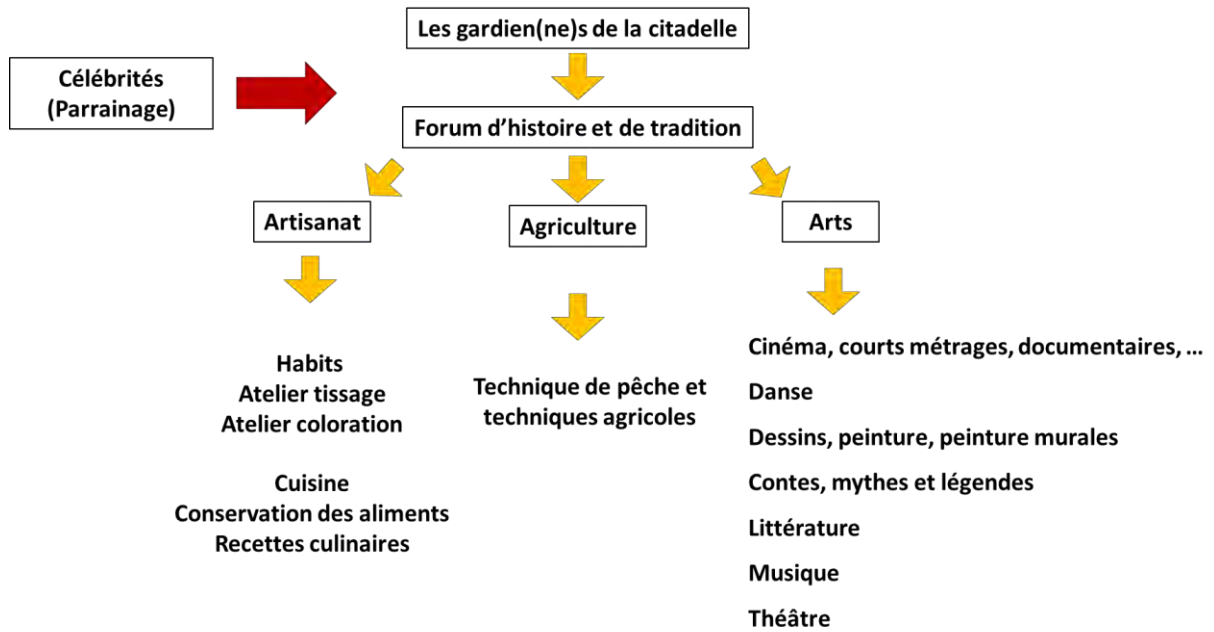
Pour la partie professionnelle des personnes ressources contactées ont manifesté leur enthousiasme pour le projet et leur disposition à collaborer activement :

- Un directeur artistique de festivals JCC.
- Un musicien compositeur Tunisien.

- Un compositeur musicien Pianiste Français.
- Un artiste universitaire dessinateur.
- Un romancier universitaire.
- Une réalisatrice actrice.
- Un directeur photo cameraman.
- Trois chanteurs nationaux.
- Un producteur de création audio et musique.
- Un couple de danseurs, professeurs et chorégraphes.
- Une styliste modéliste créatrice de mode évoluant entre la France et les USA.
- Une peintre sculptrice.
- Un formateur créateur de bijoux.
 - **Panels et Rencontres** d'autochtones non académiciens porteurs de traditions et de mémoire collective.
 - **Rencontre** d'agents et acteurs de projets respectant l'écologie et l'économie intégrative.
 - **Une web série** alimentée par une production professionnelle par des capsules.
 - **Une série de témoignages anecdotes et contes de 3 à 5 mn.**
 - **Mode** : Un défilé de costume valorisant les matériaux et les procédés traditionnels, respectant l'environnement.
 - **Le tour de l'île à vélo** avec une approche mettant en exergue la sauvegarde du patrimoine.
 - **Jeu de cartes** avec des dessins et slogan sur le thème de la protection de l'environnement.
 - **Album** accompagné de support reprenant des fresques enrichies de photos et de slogans avec un texte poétique.

- **Livre** de dictons et devinettes au tour du thème.

Vue d'ensemble du forum d'histoire et de traditions





Mediterranean
Action Plan
Barcelona
Convention



*The Mediterranean
Biodiversity
Centre*

Specially Protected Areas Regional Activity Centre (SPA/RAC)

Boulevard du Leader Yasser Arafat

B.P. 337 - 1080 Tunis Cedex - Tunisia

car-asp@spa-rac.org

www.spa-rac.org



**Co-funded by
the European Union**