

# 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 – PHASE II



**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](mailto:car-asp@spa-rac.org)

**En charge de l'étude au SPA/RAC**

M. Atef LIMAM, Chargé du projet IMAP/MPA  
M. 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.

**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](http://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 – PHASE II



# Sommaire

Liste des acronymes .....	1
Liste des tableaux et figures.....	2
Introduction générale.....	1
Première partie : Synthèse du bilan diagnostic de la situation actuelle de la communication sur l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah ».....	4
1. Caractéristiques de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah ».....	5
2. Les acteurs de gestion et de communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah »	5
3. Caractéristiques de la communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » .....	6
4. Principales recommandations et impacts attendus.....	8
Deuxième partie : Stratégie intégrée de communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » .....	11
1. Principales orientations stratégiques.....	11
2. Objectifs de la stratégie de communication .....	12
3. Cibles de communication .....	12
4. Axes d'intervention, approches et principales actions de communication .....	15
4.1. Image et identité de l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » .....	16
4.2. Information et mobilisation autour de l'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah » .....	17
4.3. Convaincre et persuader les acteurs « influents » de l'importance de l'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah » .....	19
4.4. Stimuler les échanges libres et sécurisés entre les parties prenantes .....	20
5. Principes de conception et d'élaboration des messages .....	23
5.1. Identification des freins et des motivations à l'adhésion à l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah ».....	23
5.2. Choix d'approches de conception et de transmission des messages .....	24
5.3. Développement du contenu des messages .....	25
5.4. Thèmes de messages.....	26
5.5. Argumentation .....	26
Troisième partie : Mécanismes de mise en œuvre de la stratégie de communication .....	27
1. Processus de mise en œuvre de la stratégie.....	28
1.1. Phase de préparation de la mise en œuvre.....	28
1.2. Phase de planification des activités .....	29
1.3. Phase d'exécution .....	29
1.4. Phase Suivi - évaluation .....	30

2. Appui à la mise en œuvre de la stratégie .....	30
2.1. Ressources humaines .....	30
2.2. Ressources matérielles.....	31
2.3. Ressources financières.....	31

## 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 et figures

Tableau 1 : Stratégies de communication sur l'AMCP des « ilots Nord-est de Kerkennah ». .....	22
Tableau 2 : Eléments pour la conception et le développement des messages. ....	27
Tableau 3 : Planning de mise en œuvre de la stratégie (08trimestres, soit 24 mois). ....	30

# 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 MedMPAnet.

## 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 24 mois
- Élaboration du plan de suivi/évaluation

### Consistance de l'étude

- Élaborer une stratégie de communication pertinente, en concordance avec le plan de gestion de l'AMCP de Kerkennah.

- Définir un plan d'action permettant la mise en œuvre de la stratégie

- Budgétiser chaque action proposée dans le plan de communication

- Elaborer 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 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 ».

- La deuxième partie « éléments de la stratégie de la communication globale sur l'AMCP expose les principales recommandations pour les « îlots Nord-est de Kerkennah », impacts attendus, les orientations et axes stratégiques prioritaires, l'objectif général et les objectifs spécifiques, les groupes cibles, les résultats attendus par niveau de communication (des objectifs ... aux actions concrètes).

- La troisième partie « La démarche de la stratégie de communication sur l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah », propose des modalités d'application en fonction du contexte réel.



## **Première partie : Synthèse du bilan diagnostic de la situation actuelle de la communication sur l'AMCP « îlots 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.

- Les recommandations, orientations et axes stratégiques.



## 1. Caractéristiques de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah »

L'archipel des Kerkennah est situé au sud-est de la Tunisie à 20 km des côtes de la ville de Sfax. L'archipel est constitué principalement par deux îles : l'île Chergui et l'île Gharbi. L'archipel de Kerkennah a une superficie de l'ordre de 150 km<sup>2</sup> et 174 km de linéaire de côte, dont 171,5 km de linéaires stable. L'archipel est allongé sur 35 km du nord-est au sud-ouest avec une largeur variable pouvant atteindre les 14 km (DGEQV 2012). Les côtes de l'archipel sont pour la plupart basses, et les falaises les plus hautes pouvant atteindre les 11 mètres (Etienne 2014). Généralement, l'archipel se caractérise par des côtes occidentales très rectilignes et des côtes septentrionales très découpées. Cette morphologie tourmentée de la zone nord de l'archipel est due à plusieurs facteurs, essentiellement à l'effet des vagues du secteur nord et nord-ouest. Cette morphologie tourmentée est aperçue dans les îles et îlots de la zone nord-est, où on peut dénombrer sur un même îlot des côtes rocheuses, des plages, des côtes à marais maritimes (APAL 2001).

La zone d'étude se situe au Nord Est de l'archipel des Kerkennah et la partie marine contigüe, et qui se trouve au large, à environ 12 nautiques de Sfax, à l'entrée Nord du Golfe de Gabès. Cet archipel est constitué de deux îles principales : Gharbia au Sud-Ouest, d'une superficie de 49 km<sup>2</sup> et Cherguia, au Nord-Est, d'une superficie de 110 km<sup>2</sup>. Au Nord de Cherguia, 13 îles et îlots émergent. Néanmoins, la zone d'influence sur la présente étude, va au-delà de ce périmètre, et englobe les zones terrestres avoisinant la partie marine et côtière de ces îlots qui interagissent avec ces derniers. En effet, ces zones plus étendues abritent la majorité des activités socioéconomiques de la population locale qui se pratiquent dans la future AMP et qui ont des impacts directs et indirects sur le site à gérer. Les îlots les plus remarquables sont ceux de Gremdi, Roumadia, Sefnou, Ramadia, Lazdad et Chermadia.

## 2. 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.

### **3. 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 MAVVA, ...)
- 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 « Ilots Nord-est de Kerkennah » .
- Efforts considérables à entreprendre à tous les niveaux, et surtout dans la durée (pérennité).

## 4. Principales recommandations et impacts attendus

L'analyse de la situation actuelle de l'AMCP des « Ilots 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 « Ilots 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 e 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.

## Deuxième partie : Stratégie intégrée de communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah »

Le diagnostic de la situation de la communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah », met en évidence les efforts déployés pour tenter de sensibiliser les divers bénéficiaires et usagers des « îlots Nord-est de Kerkennah », de la nécessité de « se comporter en tant qu'amis de l'AMCP ». Il en est également ressorti la nécessité de la mise en place d'une structure locale de gestion. Ce comité réunit autour d'une même cause des représentants des divers usagers de l'AMCP. Malgré leur diversité et leurs intérêts différents, les membres doivent se rejoindre autour de principes et de valeurs « écologiques » dont dépend la pérennité de leurs activités. Ce destin commun repose entre autres sur la communication. Ce qui précède se traduit par le partage d'une vision puisée des recommandations du plan de gestion du site, des valeurs et une mission communes : celle de préserver l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah ». Il s'agit de mettre en œuvre la stratégie de communication, déclinée en actions réfléchies permettant d'atteindre les objectifs attendus.

### 1. Principales orientations stratégiques

Pour insuffler à la stratégie un rythme bien étudié, en tenant compte notamment des affluences estivales, la mise en œuvre des actions de communication doit respecter un timing précis qui lui garantisse une efficacité par rapport aux groupes cibles, aux objectifs et attentes de chacune des actions. La variable temps est d'autant plus importante qu'il s'agit de groupes cibles hétérogènes et de niveaux d'interventions aussi divers que différents. A ce propos, faut-il rappeler que la stratégie de communication vise le long terme, dans la mesure où elle ambitionne un changement de comportement. Ce but ultime passe par des actions planifiées sur les connaissances et les attitudes. La communication pour la promotion de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah », s'inscrit dans le court, le moyen et le long terme.

La cohérence est le gage de réussite de toute stratégie de communication dont les acteurs, les intervenants et les parties prenantes forment des groupes hétérogènes. Les « professionnels de la mer » diffèrent des visiteurs, des jeunes écoliers, des étudiants...etc. A chaque groupe, des intérêts spécifiques. La cohérence du message (ou la variation des messages) consiste à mobiliser tous les acteurs autour d'un discours unique relatif à l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » en tant qu'écosystème dont l'équilibre systémique précaire dépend de l'intervention de l'homme et son comportement quotidien.

La promotion de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah », consiste à lui attribuer une image et une identité d'un écosystème riche en matière de biodiversité, dont la protection revient à la

communauté locale, nationale, régionale et internationale. Cette image sera transmise en direction de tous les groupes cibles identifiés, qu'ils soient bénéficiaires directs (pêcheurs, hôteliers, etc.) ou indirects ou occasionnels dont la fréquentation n'est que ponctuelle (visiteurs locaux, nationaux et étrangers, étudiants, élèves, etc.). Les responsables de la gestion de l'AMCP, les acteurs et les partenaires disposent déjà d'un fonds documentaire aussi riche que varié. Cet acquis est à capitaliser. Moyennant une gestion documentaire, ces données seront mises en ligne à travers une plateforme web dédiée à l'AMCP et actualisés. Les informations y seront répertoriées selon les rubriques juridiques, scientifiques, ...etc.

## 2. Objectifs de la stratégie de communication

Il s'agit de promouvoir l'aire marine côtière protégée (AMCP) des « îlots Nord-est de Kerkennah » en parfaite cohérence avec son plan de gestion. Cette stratégie ambitionne également de créer un univers de référence commun aux divers intervenants, qu'elle que soit leur position par rapport à l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah ».

Les objectifs spécifiques pour la période consacrée à la mise en œuvre de la stratégie (vingt-quatre 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.

## 3. Cibles de communication

### **Le grand public**

La communication sur l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah » consiste en fin de compte 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 accepter que le changement de comportement soit un processus lent et progressif ; 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 sur les principes et les valeurs de l'AMCP, dont chacun y trouvera son compte. L'accent sera mis sur le droit des générations futures à hériter d'un écosystème « préservé » et une biodiversité « protégée ».

### **Groupes cibles finals**

- Tous citoyens confondus à l'échelle locale, nationale et internationale, bénéficiaires des îles.
- Usagers / acteurs économiques.
- Les pêcheurs (professionnels et sportifs).
- Les plaisanciers.
- Les opérateurs touristiques.
- Plongeurs.
- Visiteurs des îles.
- 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).

### **Structures cibles**

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.
- Banques.
- 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

- 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 « îlots Nord-est de Kerkennah ».



### Partenaires internationaux

- MedPAN.
- Conservatoire du Littoral Français.
- PIM.
- IUCN.
- CAR/Aires Spécialement Protégées.
- Fond Français pour l'Environnement Mondial.
- M2PA.

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

Le diagnostic de la situation actuelle de la communication pour la promotion des « îlots Nord-est de Kerkennah », révèle l'ambiguïté de la notion de « PROTECTION », qui semble évoquer l'idée d'interdiction. Par extension, le conflit d'intérêts entre les divers usagers rend toute approche consensuelle de la gestion de l'AMCP difficile à mettre en pratique. Les recherches documentaires effectuées confirment ce constat. Pour surmonter cette difficulté, un projet d'une unité fédératrice avec une plateforme commune sera soumise aux divers acteurs et usagers. Il s'agit là d'une première initiative qui préfigure la communication engageante proposée. En outre, les défis à relever pour instituer et promouvoir l'AMCP se situent à deux niveaux : a) au niveau de l'environnement général du site, et b) au niveau des acteurs et des partenaires auxquels revient la bonne gestion de l'AMCP.

La stratégie de communication engageante se veut un ensemble d'actions cohérentes, efficaces et réalistes qui concourent harmonieusement à doter le site d'une identité et une image solide permettant aux divers groupes cibles de percevoir les valeurs et principes d'une Aire Marine et Côtière qui fait partie d'un patrimoine local, mais aussi national, régional et international. A ce titre, et dans l'intérêt des générations actuelles et futures, le site doit être protégé. Faire connaître l'AMCP et la faire reconnaître 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 « îlots Nord-est de Kerkennah ».

**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 socio-économiques 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.

Ces axes recoupent les recommandations du « Plan de gestion ». Il y est en effet suggéré de sensibiliser les acteurs et les citoyens sur l'AMCP, en poursuivant les négociations avec les différents intervenants.

#### **4.1. Image et identité de l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah »**

##### **Principes**

L'identité de l'AMCP des « îlots Nord-est de Kerkennah », doit véhiculer les principes et les valeurs qui permettent d'engager un long processus de diffusion auprès des citoyens d'une culture écosystémique faisant appel 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 « Les îlots Nord-est de Kerkennah » 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 événementielle 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.

##### **Moyens**

- Création d'un logotype.
- Création d'une identité sonore (jingle).
- Production d'un support de présentation de l'AMCP, « Les îlots Nord-est de Kerkennah » de documents vulgarisant les concepts clés, à savoir notamment « Aire Protégée » en explicitant brièvement les principes et les valeurs qui justifient la protection du site, ainsi que les bénéfices 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 soit « humanisé » en recourant aux témoignages d'acteurs dans leur quotidien (pêcheurs, ...).
- Participation aux rencontres et manifestations nationales et internationales dont les retombées en image et la notoriété de l'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah » seront certaines.
- Mettre à contribution les Relations Publiques (RP), notamment pour tisser et consolider les liens avec les journalistes (parrainage par une star).
- 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, « Les îlots Nord-est de Kerkennah » en créant l'évènement a l'occasion par exemple des relâchées de tortues marines, ou en organisant des circuits, ...etc.

De telles initiatives contribueront à forger une excellente image du site.

## **4.2. Information et mobilisation autour de l'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah »**

### **Principes**

L'information et la mobilisation relative au site prend appui sur le premier axe de communication engageante pour entamer le processus visant à faire connaître reconnaître l'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah » 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 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 « Les îlots Nord-est de Kerkennah » et de ses enjeux écosystémiques par les groupes cibles, entraîne 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 pour faire reconnaître 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 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 socio-économiques (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 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 « Les îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Développer la communication par les pairs (pêcheur à pêcheurs, investisseur à investisseur, plongeur à plongeurs, ...etc.).
- Produire et diffuser des supports de communication et veiller à ce que le contenu soit attractif, en fond et en forme.
- Organiser des évènements promotionnels, en consacrant par exemple un prix du meilleur « créatif de l'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah ».
- 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 « Les îlots Nord-est de Kerkennah ».
- 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 « Les îlots Nord-est de Kerkennah » destinés aux divers supports de communication.
- Solliciter la société civile et ONG pour les impliquer dans la diffusion de la « culture écologique » auprès des populations cibles.

### 4.3. Convaincre et persuader les acteurs « influents » de l'importance de l'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah »

#### Principes

L'AMCP « Les îlots Nord-est de Kerkennah » 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. « Les îlots Nord-est de Kerkennah ».

- 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 « Les îlots Nord-est de Kerkennah » 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 références » commun dans lequel ces différents relais puiseront leur discours, en le répercutant autour d'eux sans déformation.

Cette coopération multisectorielle, cohérente, constructive et participative sera le garant du succès de la gestion de l'AMCP « des îlots Nord-est de Kerkennah » Elle doit être soutenue et continue

#### Approches

La stratégie de communication engageante repose 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 « Des îlots Nord-est de Kerkennah » et ce sur l'activisme civil, sur la réforme des politiques économiques et sociales et pour le développement durable.

Le renforcement des compétences des partenaires en communication sur l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » 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 et de coordination de l'AMCP à mettre en place 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 régionales et nationales.
- Encourager les échanges libres et sécurisés entre les parties prenantes, dans les espaces et forums qui leurs seront dédiés.

#### 4.4. Stimuler les échanges libres et sécurisés entre les parties prenantes

##### 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, est confirmé. 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. « Des îlots Nord-est de Kerkennah ».

##### Approches

- Mettre en ligne des supports didactiques concernant la gestion démocratique de l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » les opportunités de création des projets « WE LOVE KERKENNAH », par secteur d'activité.
- Introduire la culture « numérique » dans la gestion de l'AMCP « Îlots Nord-est de Kerkennah » 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 « Des îlots Nord-est de Kerkennah » et se connecter avec d'autres AMCP internationales, pour saisir de nouvelles opportunités de coopération.
- Élargir 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 « Des îlots Nord-est de Kerkennah » de nouveaux acteurs et partenaires potentiels et accroître 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 à d'autres sites web spécialisés

en la matière, cette plateforme satisfera aux besoins des citoyens en temps réel, partout où ils se trouvent. De même, 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 « Des ilots Nord-est de Kerkennah » doit intégrer cette technologie dite « mobile » et développer les applications connexes.

**Tableau 1 : Stratégies de communication sur l'AMCP des « ilots Nord-est de Kerkennah ».**

AXES	APPROCHES	MOYENS
1. Image et identité de l'AMCP ilots Nord-est de Kerkennah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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).</li> <li>• La caution « journalistique » recherchée s'obtiendra également grâce à la communication événementielle qui est l'apanage des professionnels des médias.</li> <li>• 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d'un logotype</li> <li>• Création d'une identité sonore (signature, jingle pour la production audiovisuelle, la plateforme électronique, musique d'attente, etc.)</li> </ul>
2. Information et mobilisation autour du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'approche médiatique consiste à mettre à contribution les médias de masse, les médias sociaux, et le hors médias, pour faire reconnaître le site auprès des groupes cibles comme étant une AMCP, en adaptant chaque support aux caractéristiques de la « cible » visée.</li> <li>• 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 ».</li> <li>• 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).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser et planifier des actions de communication du public</li> <li>• Mener des actions de communication par les pairs</li> </ul>
3. Convaincre et persuader les acteurs « influents » de l'importance stratégique de l'AMCP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le plaidoyer permet d'influencer en amont les processus décisionnels qui se répercutent sur la gestion de l'AMCP Ilots Nord-est de Kerkennah : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plaidoyer centré sur l'activisme « civile » ;</li> <li>- Plaidoyer sur la réforme des politiques économiques et sociales ;</li> <li>- Plaidoyer pour le développement collectif ;</li> <li>- Plaidoyer centré sur le changement de comportement par l'éducation et la formation.</li> </ul> </li> <li>• Le <u>renforcement des compétences des partenaires</u> en communication sur l'AMCP Ilots Nord-est de Kerkennah est un atout majeur pour garantir la cohérence du discours sur les divers aspects du site, ainsi que sur la gestion de ses composantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>L'organe de gouvernance de l'AMCP Ilots Nord-est de Kerkennah</u> 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 <u>la diffusion de la culture écologique, la vulgarisation de ses principes et valeurs.</u></li> <li>• 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, démocratiques seront les décisions.</li> </ul>
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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduire la <u>culture « numérique »</u> dans la <u>gestion de l'AMCP Ilots Nord-est de Kerkennah</u>, en les encourageant à « se mettre en réseaux », et ce pour : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des échanges horizontaux libres, fluides et sécurisés ;</li> <li>- Bénéficier d'une assistance technique, juridique en ligne ;</li> <li>- Avoir une visibilité globale sur la réalité de l'AMCP Ilots Nord-est de Kerkennah ;</li> <li>- Se connecter avec d'autres AMCP internationales, pour saisir de nouvelles opportunités de coopération.</li> </ul> </li> <li>• Élargir 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 Ilots Nord-est de Kerkennah de nouveaux acteurs et partenaires potentiels et accroître le nombre de structures.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mise en place d'une <u>plateforme web</u> offrant aux usagers potentiels diverses rubriques. Ce portail constitue un <u>accès unique aux divers aspects relatifs à l'AMCP Ilots Nord-est de Kerkennah.</u></li> <li>• La notoriété de la plateforme sera effective grâce aux efforts à déployer pour <u>la promotion et l'indexation du portail.</u> 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.</li> <li>• La communication « mobile » s'est imposée comme un moyen incontournable pour</li> </ul>



## 5. Principes de conception et d'élaboration des messages

L'AMCP est un concept complexe et abstrait dont le traitement communicationnel nécessite l'articulation de plusieurs approches qui concourent à le faire connaître, et à le vulgariser, pour réussir au bout du compte à convaincre les groupes cibles de l'intérêt qu'ils en tirent en se l'appropriant. La conception des messages doit tenir compte des différents registres de communication qui se résument par les principales fonctions des médias, à savoir informer, éduquer et convaincre, et ce dans la perspective d'agir sur les Connaissances, Attitudes, et Pratiques (CAP). L'élaboration des messages doit donc s'aligner sur ces principes, en allant du simple au complexe, **de l'information** qui vise à introduire le concept de l'AMCP dans la sphère publique, pour aboutir au bout du processus à amener les groupes cibles **à l'action**, c'est-à-dire s'engager pleinement dans la bonne gestion de l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah ». La communication se déploie à partir d'un « simple » message à un « discours » basé sur une stratégie argumentative, soigneusement structurée.

Le diagnostic de la situation de l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » a révélé l'existence d'un certain nombre de défis à relever. En effet, pour parvenir à convaincre les groupes cibles à adhérer au système, long et le chemin à parcourir qui ne manque pas d'obstacles. Pour ce faire, il est suggéré certains principes et orientations à respecter dans la conception et l'élaboration des messages.

### 5.1. Identification des freins et des motivations à l'adhésion à l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah »

A ce niveau, il est clair que l'AMCP en tant qu'un écosystème, dont l'équilibre est précaire, lance un certain nombre de défis. Ils se traduisent en termes de connaissances par un déficit flagrant qu'il faudra résoudre et ramener à un niveau satisfaisant. Ce déficit se répercute sur les attitudes et par conséquent sur les pratiques. Ces niveaux, imbriqués, défient certes tout effort visant à rendre l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » connue et reconnue par les groupes cibles identifiés. Mais il n'est pas



impossible d'enclencher le processus de changement de comportement vis-à-vis du site. De par le monde, les exemples sont innombrables qui témoignent du succès des stratégies de communication pour le changement de comportement. Les freins sont d'ordre exogène et de nature endogène. Pour en résumer les principaux, citons-en ce qui suit :

- Les groupes cibles n'arrivent pas à saisir convenablement les enjeux de l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah ». Ce déficit fut constaté même chez les acteurs. Les quelques bribes de connaissances qui existent gagneraient à être consolidées. Il s'avère en effet difficile pour le citoyen de se détacher de l'idée qu'un comportement positif par rapport au site, doit être motivé par le profit matériel. Ce type de freins n'est pas à imputer au seul citoyen, mais à l'environnement dans lequel il vit. Depuis des décennies, selon la logique du gain "ici et maintenant", sans se soucier aux générations futures. Le message qu'il a l'habitude d'entendre est celui incitant à profiter de ce que la nature lui offre comme richesse à exploiter à fond. Le déficit de connaissances s'explique également par cet état d'esprit qui parasite toute culture écologique qui régit les rapports "homme-nature".

- Les freins d'ordre institutionnel sont à souligner, car comme l'indique le diagnostic de la situation de la communication sur l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah », le système est jusqu'ici démuné d'assise juridique. Ajoutée à cela, la bureaucratie qui peine à se défaire de son carcan hérité depuis des décennies. Ceci étant, les compétences humaines existent dans l'administration tunisienne. Elles constituent une mine de ressources humaines à réintégrer dans le système suivant une bonne gouvernance.

Ces freins pourraient entraver le processus de changement de comportement des citoyens par rapport à l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » comme étant une aubaine à saisir pour raviver les consciences des « enjeux écologiques ». Le concept de « développement durable » doit être explicité et mis en perspective de la gestion des AMCP.

## 5.2. Choix d'approches de conception et de transmission des messages

L'approche participative s'avère la mieux indiquée pour mettre en œuvre la communication engageante et en diffuser la culture sous-jacente qui comprend les principes et les valeurs de l'AMCP : Induire un changement de comportement suivant le trinôme (CAP) déjà citée à maintes reprises, ne se limite pas à la seule action de diffuser un message informatif. L'information sur l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » est nécessaire mais pas suffisante. Toute **communication persuasive** ambitionnant l'adoption et l'adhésion à une innovation, doit ses chances de réussite au fait d'intégrer le citoyen dans l'élaboration du message. L'approche inclusive qui est prônée, repose sur le terrain d'entente à trouver entre l'émetteur et le récepteur des messages.

Les deux univers de références doivent se recouper afin qu'émerge un univers commun dans lequel les ingrédients du message sont puisés. **Les proverbes populaires, les dictons et les devises** sont à envisager pour l'ancrage culturel des valeurs sur lesquelles repose la gestion du site.

Le trinôme CAP détermine les approches de conception, élaboration et diffusion des messages relatifs à l'AMCP : « îlots Nord-est de Kerkennah »

- L'approche participative : En communauté, l'individu amorce une prise de position au sujet de l'innovation. Autour d'experts en gestion de l'AMCP un espace d'échange à propos du site s'offre aux bénéficiaires et usagers de l'AMCP. Le débat qui s'engage est la concrétisation du processus consensuel débouchent, généralement, sur l'appropriation du concept. Aussi, les différents acteurs et partenaires seraient-ils gagnés à la « cause écosystémique » du site.
- L'approche expérientielle : Les acteurs sensibilisés à l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » constituent les meilleurs vecteurs de communication. En partageant leurs expériences, ils suscitent la curiosité des citoyens et arrivent mieux que quiconque à les convaincre des avantages de la protection du site. L'expérience s'avère le meilleur moyen « pédagogique » dès lors qu'elle facilite la transmission des connaissances.
- L'approche évènementielle : La création des évènements permet de ponctuer chronologiquement le processus continu de communication engageante sur l'AMCP. Car, toute communication fléchit décline à un moment donné. L'évènement joue le rôle d'alerte quand il éveille périodiquement l'opinion publique, à l'occasion d'une manifestation donnée en rapport avec le site (coup de fouet) exemple (relâchées de tortues, circuits ou autres...).
- La plateforme électronique : La disponibilité, l'immédiateté de l'information et l'accès sécurisé aux données sur l'AMCP devient possible grâce aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). La plateforme web ou portail est une composante importante des TIC. Elle permet l'interaction et la circulation fluide de l'information. Les médias sociaux et les applications mobiles complètent cet espace électronique (virtuel) et offre une panoplie de services utiles aux « navigateurs » sur le site.

### 5.3. Développement du contenu des messages

Le Tunisien est de nos jours sollicité médiatiquement comme jamais il ne l'a été. Il atteint même une limite de saturation tellement le nombre de débats, se comptent par dizaines chaque semaine. Dans ce contexte médiatique, quels messages diffuser ? Comment attirer les populations cibles et les intéresser ? Quels contenus positifs, crédibles et convaincants par rapport à l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » ? Autant de questions qui illustrent les défis à relever pour enclencher chez les groupes cibles un changement d'attitude par un discours médiatique qui soit persuasif, réaliste et qui rompt avec ce que le citoyen a l'habitude de lire, entendre et voir.

## 5.4. Thèmes de messages

La construction du message relatif à l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » doit puiser ses composantes dans le vécu récent, présent et futur des usagers et bénéficiaires.

- Expliquer les raisons objectives pour protéger l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » en faisant appel à la fois au rationnel et à l'émotionnel, en mettant l'accent sur le thème du profit et le bénéfice psychologique, social et économique que l'individu va tirer en étant membre de « WE LOVE KERKENNAH ».
- Démontrer à travers d'exemples concrets, les bonnes initiatives pour la protection de la biodiversité.
- Intégrer l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » au patrimoine national dont la protection et la sauvegarde est un devoir citoyen.

## 5.5. Argumentation

Il s'agit de :

- Valoriser l'utilisateur et le bénéficiaire « exemplaires ». Cette reconnaissance est susceptible d'attirer l'attention des groupes cibles et de les intéresser. Il suscitera leur curiosité et les rendra réceptifs aux discours à générer à propos de l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah ».
- Faire appel à la raison en déployant un argumentaire logique quand il s'agit d'adopter une démonstration à travers le « Storytelling » qui consiste à « raconter des histoires » vraies mettant en scène le vécu d'un usager et/ou un bénéficiaire du site.
- Humaniser le message par des témoignages en montrant sur site des acteurs qui racontent leurs expériences. Il faudra varier les exemples par secteur, en mettant en scène des pêcheurs, des hôteliers, etc.

Le message destiné à plaider pour l'AMCP « îlots Nord-est de Kerkennah » doit se structurer autour des éléments suivants :

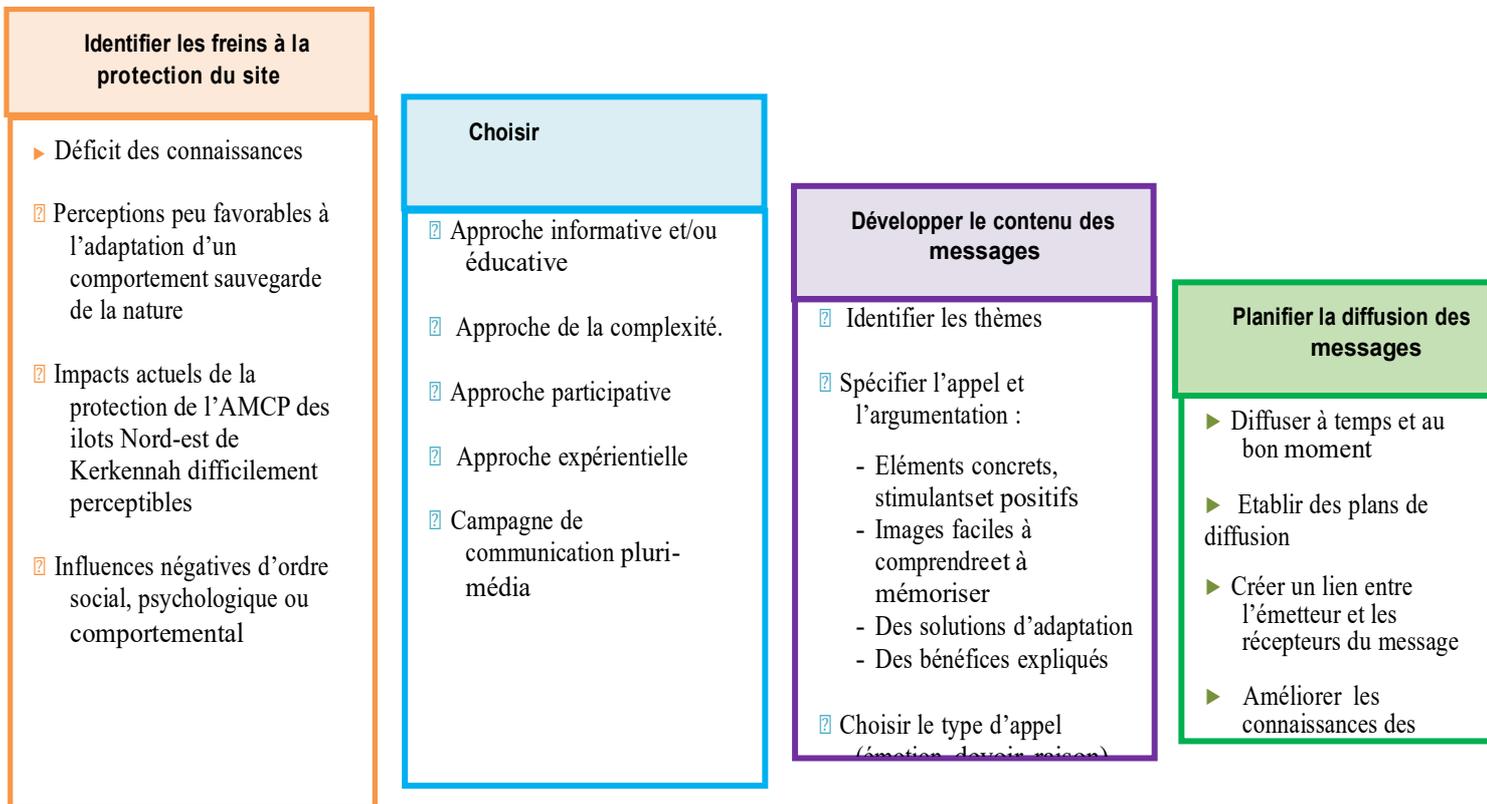
- Déclaration : Consiste à exprimer l'idée centrale du message. Étayée par des preuves, la déclaration doit contenir des faits et des chiffres (faciles à comprendre). Il faudra donner un visage humain au message. L'action souhaitée est le reflet de ce que l'on attend de sa cible.
- Preuve : L'instauration de l'AMCP « Îlots Nord-est de Kerkennah » dans l'intérêt des générations actuelles et futures. Exemple : La préservation de la biodiversité garantit le maintien du cycle biologique pour la vie marine.
- Appel à l'action : La promulgation des textes de loi permettra d'asseoir l'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » sur une assise juridique qui rendra la protection du site effective.



- Le rôle particulier : L'AMCP « Des îlots Nord-est de Kerkennah » se veut le véritable moteur du développement durable.

Pour la pertinence des messages élaborés, il est conseillé de les tester avant diffusion.

**Tableau 2 : Eléments pour la conception et le développement des messages.**



### Troisième partie : Mécanismes de mise en œuvre de la stratégie de communication

La mise en œuvre des actions et activités de communication engageante, dont les axes et les orientations ainsi que les objectifs ont été exposés et développés dans les pages précédentes, exige une attention particulière au pilotage de la stratégie. Il est évident que la période de vingt-quatre mois qui lui est allouée ne doit pas affecter le déroulement des actions de communication pour une raison quelconque, humaine ou matérielle. La mise en œuvre de la stratégie tient compte des orientations et objectifs fixés, de la durée définie, des capacités institutionnelles et financières.

Le comité de pilotage qui est appelé à superviser le déroulement de l'exécution de la stratégie de communication devrait être structuré, de telle sorte que tous les maillons de la chaîne du monitoring et de prise de décisions soient en parfaite symbiose.

D'abord, la création d'une Unité de Communication (UC) : Avec l'appui direct de l'APAL et dans le cadre du projet. L'UC aura à rendre compte au CLAG qui a les prérogatives pour la validation des plans annuels de communication, le suivi de la mise en œuvre de la stratégie.

Par la suite, les attributions techniques seront confiées à un bureau spécialisé : Dans le cas où il est estimé difficile de doter l'UC des ressources humaines spécialisées et des moyens matériels nécessaires pour remplir certaines missions qui lui incombent, il est proposé de faire appel à un bureau spécialisé qui sera chargé de : (a) Définir les lignes directrices pour l'élaboration des messages et développement des supports de communication. (b) Produire les supports de communication et de plaidoyer (information, sensibilisation, vulgarisation, etc.). (c) Suivre la mise en œuvre de la stratégie de communication à l'échelle locale, nationale et régionale. (d) Valider le plan d'évaluation des actions de communication. (e) Rédiger des rapports périodiques qui seront soumis pour validation à l'UC. Il est à signaler que l'UC se décharge, si nécessaire, des attributions techniques et de gestion au profit du bureau spécialisé.

## **1. Processus de mise en œuvre de la stratégie**

La stratégie de communication engageante sera mise en œuvre suivant un processus comportant quatre phases : (1) préparation de la mise en œuvre, (2) planification des activités, (3) exécution, (4) suivi et évaluation.

### **1.1. Phase de préparation de la mise en œuvre**

Il s'agit de la préparation des aspects institutionnels, organisationnels et administratifs pour la mise en œuvre de la stratégie de communication. S'étalant sur une période moyenne de trois mois, cette phase pourra comporter les principales tâches suivantes :

- Procéder immédiatement à la réalisation des activités prioritaires inscrites dans le plan d'action.
- Reproduire et diffuser le document de la Stratégie.
- Constituer l'UC (éventuellement).
- Tenir une séance de présentation de la stratégie aux acteurs et partenaires de la gestion de l'AMCP des « Des îlots Nord-est de Kerkennah ».

- Répartir les tâches et spécifier clairement les responsabilités des membres de l'équipe qui sera chargée de la communication.
- Définir les modalités de collaboration au niveau interne.
- Sélectionner le bureau spécialisé pour la production des supports (éventuellement).

### **1.2. Phase de planification des activités**

- Etablir un chronogramme indiquant les activités à réaliser selon l'ordre logique, les responsabilités et le timing de leur exécution.
- Développer des outils de travail pour la programmation et la mise en œuvre de la stratégie.
- Organiser un atelier de programmation de la mise en œuvre de la stratégie au niveau local, national (et régional si nécessaire).
- Établir un plan d'action annuel pour les activités de formation, de communication et de plaidoyer à mener à l'échelle nationale et régionale.
- Élaborer des plans de communication médiatique (supports télévisés, radiophoniques et imprimés, ...etc) et préparer leur diffusion.

### **1.3. Phase d'exécution**

Cette phase peut démarrer à partir du deuxième trimestre de la première année de mise en œuvre de la stratégie de communication. Elle sera axée sur les principales actions suivantes :

- Élaborer les différents supports de formation, de communication et de plaidoyer.
- Démarrer les actions de formations, de communication et de plaidoyer, conformément aux plans développés.
- Démarrer les actions de mobilisation pour susciter l'intérêt et créer un terrain favorable à l'intervention au niveau local, régional et national.
- Mener une étude comportementale qualitative pour cerner avec précision les niveaux de connaissances, attitudes et pratiques des populations bénéficiaires et des acquis à réaliser.
- Démarrer les activités de proximité au profit des populations bénéficiaires dans les différents secteurs.

## 1.4. Phase Suivi - évaluation

L'UC se chargera du suivi et l'évaluation de la stratégie dont les résultats seront pris en considération par L'autorité pour la prise de décisions. Cette phase doit focaliser sur les activités suivantes :

- Définir les mécanismes simples et appropriés pour la collecte et l'analyse des données relatives aux actions de communication menées.
- Effectuer des visites sur terrain pour le suivi et l'encadrement.
- Tenir des réunions périodiques pour le suivi.
- Organiser une action d'évaluation à mi-parcours et une e à la fin de la période de la mise en œuvre de la stratégie.
- Préparer des rapports annuels d'activités.

**Tableau 3 : Planning de mise en œuvre de la stratégie (08trimestres, soit 24 mois).**

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

## 2. Appui à la mise en œuvre de la stratégie

La mise en œuvre de la stratégie de communication engageante pour la promotion de l'AMCP des Ilots Nord-est de Kerkennah nécessite des actions de soutien pour garantir les conditions de succès. Ces actions concernent les aspects suivants : ressources humaines, matérielles et financières.

### 2.1. Ressources humaines

- Assistants pour appuyer l'UC :
- Un assistant chargé des relations presse.
- Un chargé de la gestion des équipements et de la couverture et la production audiovisuelle et autres supports.
- Constitution d'un pool de consultants en fonction des thématiques relatives à la conception des messages et au développement des supports, à la formation, à la recherche et au suivi-évaluation.

## 2.2. Ressources matérielles

Pour les besoins du fonctionnement, l'UC doit être équipée du matériel bureautique suivant :

- Mobilier bureautique, ordinateurs, imprimantes, et équipement complémentaire
- Ligne Internet,
- Moyens logistiques (éventuellement voiture, ...).

Pour les besoins de formation, il est suggéré de doter l'UC d'une unité audiovisuelle équipée de : Matériel audiovisuel : téléviseurs, caméras numériques, , amplificateurs de son, vidéo projecteur..  
....

## 2.3. Ressources financières

Un plan de mobilisation des ressources est à développer pour pouvoir couvrir les dépenses des activités de communication prévues dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie.

Il faut attirer l'attention sur le fait qu'au terme de cette stratégie (Vingt-quatre mois), une évaluation fine devra être élaborée du projet à propos des acquis CAP

NB. La troisième phase de l'étude comportera le plan d'action trimestriel sur une période de 24 mois, le plan d'action budgétisé, ainsi que le plan de suivi et d'évaluation selon les indicateurs d'effort, d'effet et d'impact.



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](mailto:car-asp@spa-rac.org)

[www.spa-rac.org](http://www.spa-rac.org)



Co-funded by  
the European Union