



ACTION A8 : STRATÉGIE DE COMMUNICATION



Objectifs : Identifier les besoins, les méthodes de communication à mettre en place à La Réunion en fonction des publics à cibler et définir la stratégie de communication du projet.

Méthodes :

Cette partie sera réalisée par un prestataire extérieur, spécialisé en communication, pour évaluer l'acceptation sociale d'un tel projet et identifier les points faibles de la communication actuelle, à La Réunion, sur la conservation de la biodiversité, et notamment des pétrels, et décrire les publics-cibles. Ce prestataire conduira son étude sur la base d'un cahier des charges qui lui sera proposé par le coordinateur du projet et les experts associés et le comité de suivi du projet.

Deux phases seront nécessaires :

- Création d'un cahier des charges avec les experts locaux et le comité de suivi
- Diagnostic de l'état de sensibilisation des acteurs et des usagers/ diagnostic de l'acceptation sociale et des attentes des acteurs et usagers
- Définition des publics et de la stratégie de communication et proposition d'outils adaptés

En effet, ce projet LIFE+ va concerner des sujets relativement sensibles, principalement la capture des chats et l'utilisation de biocide dans le milieu naturel. De plus, elle concerne également les déchets abandonnés en milieux naturels. Les besoins de réduction des éclairages, publics ou privés, pourraient également être perçus négativement par la population (augmentation du sentiment d'insécurité nocturne, réduction de l'éclairage sur les sites sportifs, baisse du confort, diminution de visibilité pour les commerçants...).

Une définition très détaillée est nécessaire pour préciser et lister les groupes d'intérêts concernés par ces actions et ces mesures, ainsi que leur perception et leurs besoins dans ces contextes. Ces éléments de diagnostic permettront de mettre en place, dès le début du projet, une stratégie de communication adaptée aux sujets et aux publics pour en améliorer l'acceptation.

La communication sur l'objectif central de ce programme de conservation des deux espèces de pétrels endémiques est socialement acceptable et, désormais, relativement partagée par la population, notamment à la suite de nombreuses années de communication faite par la SEOR : "la préservation d'un patrimoine naturel unique et commun". dispersion par voie aérienne de biocide. L'agence de communication proposera également les outils de suivi (action E1).

Cette stratégie de communication apportera également les éléments permettant de conduire, en concertation avec les décideurs (publics et privés), l'élaboration d'une "vision commune et partagée" sur le type de développement de l'éclairage en milieu urbain, notamment dans les secteurs des communes situés sur les couloirs de déplacement privilégié des pétrels, et tout particulièrement dans les communes-cibles (Le Port, Saint-Paul, Cilaos, Entre-Deux, Saint-Louis, Saint-Pierre). D'ores et déjà, deux de ces communes, les plus concernées, chacune par l'une des deux espèces de pétrels, ont affiché leur soutien à ce projet (voir formulaires A8) : commune de Cilaos (Pétrel de Barau) et commune de l'Entre-Deux (Pétrel noir de Bourbon).

Avantage de l'action :

Cette action est indispensable pour mettre en place la stratégie de communication (E4). Elle permettra de mieux appréhender les besoins et les méthodes nécessaires pour communiquer sur le projet, et sur des sujets sensibles (contrôle de chats, dispersion de biocide, extinction des lumières urbaines). Cette étude optimisera les résultats de la dissémination de l'information et de la sensibilisation, en développant une stratégie appropriée de communication à La Réunion.

L'action A8 va permettre, par une analyse « forces/ faiblesses », de mettre en place la stratégie de communication. Elle représentera, donc, un point zéro de l'état d'implication, de sensibilisation des autorités, des communes et de la population. L'évolution du changement de perception, l'implication et l'engagement de ces différents acteurs lors de notre projet, seront alors évalués dans l'action D2, et seront comparés à l'état initial évalué en A8.

Cela permettra de quantifier l'évolution et d'ajuster, au cours du projet, les actions de conservation et de sensibilisation. Cette action joue donc un double rôle :

- définir et mettre en place une stratégie de communication efficace et adaptée,
- définir l'état 0 de l'implication, de la sensibilisation et du comportement des différentes parties prenantes du projet (communes, communauté de communes, population...).

Les résultats attendus sont :

- Définition, par un cabinet de communication spécialisé, de la stratégie de communication à adopter dans ce projet LIFE+
- Identification des groupes cibles
- Proposition d'outils, de méthodes de communication et d'évaluation appropriées à la Réunion, qui seront validées par le comité de pilotage.



Pour plus d'infos :
Cellule LIFE+ Pétrels

258 rue de la République, La Plaine Des Palmistes, Reunion

02 62 90 11 35 / 06 93 93 52 44 - 06 93 88 99 23

lifepetrels@reunion-parcnational.fr / www.petrels.re

Suivez toutes nos actions en direct sur notre page Facebook : LIFE+ Pétrels

<https://www.facebook.com/LIFE-P%C3%A9trels-490787174418528/>

