



Assistance Technique pour le Ministère de
l'Environnement (ME) – l'ANPE et L'APAL dans le
cadre de la composante Environnement du PEE



EuropeAid/129946/D/SER/TN - Contrat n° 2011/276589

Stratégie nationale de communication en matière de développement durable

(Activité du PEE 2512)

Version finale 2.1



Février 2013

Informations qualité

Titre du projet	Programme Environnement Energie du Partenariat Union Européenne - Tunisie
Titre du document	Stratégie nationale de communication en matière de développement durable (Activité du PEE 2412)
Date	Février 2013
Auteur(s)	Daniel Grégoire / Olivier Le Saec
N° SCORE	EEN 27 109T

Contrôle qualité

Version	Date	Rédigé par	Visé par :
1.0.	13/07/2012	D. Grégoire/ O. Le Saëc	J. Grelot// M. Lazarska
2.0.	05/10/2012	D. Grégoire/ O. Le Saëc	J. Grelot// M. Lazarska
2.1	25/02/2013	D. Grégoire/ O. Le Saëc	J. Grelot// M. Lazarska

Destinataires

Envoyé à :		
Nom	Organisme	Envoyé le :
M. Nizar ZOGLAMI	Expert Renforcement des Capacités et littoral à l'UAP	26/02/2013

Copie à :		
Nom	Organisme	Envoyé le :
M. Salah HASSINI	DGDD Directeur Général, Point focal	26/02/2013
M. Lotfi Ben Saïd	DGDD, Directeur	26/02/2013

Validation du rapport

Version	Date	Validé par : Nom / Organisme	Signature
2.1			

Acronymes et abréviations

AFD	Agence Française de Développement
AIDA	Aide à l'Investissement pour le Développement de l'Agriculture
ANCSEP	Agence Nationale de Contrôle Sanitaire et Environnement de produit
ANGED	Agence Nationale de Gestion des Déchets
ANME	Agence Nationale pour la Maîtrise de l'Energie
ANPE	Agence Nationale pour la Protection de l'Environnement
APAL	Agence pour la Protection et l'Aménagement du Littoral
API	Agence de Promotion de l'Industrie
ARFORGHE	Association des Responsables de Formation et de Gestion Humaines
AT	Assistance Technique
BEI	Banque Européenne d'Investissement
BMN	Bureau de Mise à Niveau
BNG	Bureau National des Gènes
CDI	Centre de Documentation et d'Information
CITET	Centre International des Technologies et de l'Environnement de Tunis
CNFCPP	Centre National de la Formation Continue et de la formation Professionnelle
CONECT	Confédération Entreprises Citoyennes de la Tunisie
COFIL	Comité de Pilotage
CP	Chef de Projet
CE	Commission Européenne
CNDD	Commission Nationale du Développement Durable
CSNEECF	Chambre Nationale Syndicale des Entreprises d'Etudes de Conseil et de Formation
DFRC	Direction de formation et de renforcement des capacités
DP	Directeur de Projet
DT	Dinar Tunisien
DUE	Délégation de l'Union Européenne
DAE	Direction d'Assistance aux Entreprises
DGEQV	Direction Générale de l'Environnement et de la Qualité de la Vie (MAE)
EPNA	Etablissement Public à caractère Non Administratif
FED	Fonds de Développement Européen
FNME	Fonds National pour la Maîtrise de l'Energie
FOCRED	Fonds de crédit (sous le FODEP)
FODEP	Fonds de Dépollution industrielle
IACE	Institut Arabe de Chefs d'Entreprises
INNORPI	Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle

IEVP	Instrument Européen de Voisinage et de Partenariat (UE)
IOV	Indicateur Objectivement Vérifiable (CE)
MAE	Ministère de l'Agriculture et de l'Environnement
MDP	Mécanisme de Développement Propre
ME	Maîtrise de l'Energie
MEDA	Measures to accompany the reform to the economic and social structures in non-member countries of the Mediterranean basin
MEDD	Ministère de l'Environnement et du Développement Durable
MEDREC	Centre Méditerranéen des Energies Renouvelables
MIC	Ministère de l'Industrie et du Commerce
MIT	Ministère de l'Industrie et de la Technologie
MPCI	Ministère de la Planification et de la Coopération Internationale
MEDREP	Programme Méditerranéen des Energies Renouvelables (PNUE)
ONAS	Office National de l'Assainissement
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PANEDD	Plan d'Action National de l'Environnement et du Développement Durable pour le XXIème siècle
PEE	Programme Environnement-Energie
PEV	Politique Européenne de Voisinage (UE)
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PNUE	Programme des Nations Unies pour l'Environnement
POA	Plan Opérationnel Annuel
POG	Plan Opérationnel Global (PEE)
PROSOL	Programme de Promotion de l'utilisation du chauffe-eau SoLaire en Tunisie
REACH	Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals
RSE	Responsabilité Sociale et Environnementale
RNP	Responsable National du Programme
SMQ	Système de Management de la Qualité
SME	Système de Management Environnemental
TDR	Termes de Référence
UAP	Unité d'assistance au projet
UE	Union Européenne
UTICA	Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat
UTCIL	Union Tunisienne des commerçants et industriels libres
ZLE	Zone de Libre Echange

Sommaire

RESUME EXECUTIF

Chapitre 1 - Contexte de la Stratégie de communication	11
1 Contexte	11
1.1 Rappels sur les concepts du développement durable	11
1.2 Priorités, principes et enjeux du développement durable	12
2 La Stratégie Nationale de Développement Durable (SNDD) en Tunisie	12
3 Le contexte des médias en Tunisie	13
4 Objectifs du présent rapport	15
4.1 Le point de départ de la demande	15
4.2 Les bénéficiaires	16
 Chapitre 2 - La Stratégie nationale de communication en matière de développement durable	 17
1 Méthodologie de la mission	17
1.1 Etude documentaire	17
1.2 Concertation avec les parties prenantes et acteurs concernés	17
1.3 Entretiens et rencontres	17
1.4 Consultations des acteurs sectoriels	18
2 Points forts et points faibles du contexte institutionnel tunisien en matière d'information et de communication	19
2.1 Points forts	19
2.2 Points faibles	20
3 L'Objectif Global de la Stratégie de Communication en matière de Développement Durable	20
3.1 Pourquoi une Stratégie de Communication ?	20
3.2 Les défis à relever	21
3.3 Des expériences menées ailleurs dans le monde	22
3.4 Justification de l'approche stratégique	23
3.5 Les Axes de travail	25
3.6 Les hypothèses de succès ou les conditions de l'efficacité du plan	25
 Chapitre 3 - Le Plan de Communication	 27
1 Promotion des concepts du développement durable en Tunisie	27
1.1 Objectif général du Plan de Communication	27
1.2 Objectif spécifique	27
1.3 Les cibles et les bénéficiaires	27
1.4 Les résultats attendus :	28
2 Les cibles de la Stratégie Nationale de Communication en matière de développement durable en Tunisie	29
2.1 Cible 1 : Les populations, les citoyens et les consommateurs (le grand public)	29
2.1.1 Activité 1 : Conception, réalisation et diffusion de spots télévisés	29
2.1.2 Activité 2 : Conception, réalisation et diffusion d'un court métrage (5-6 min)	29
2.1.3 Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'un magazine télévisé	30
2.1.4 Activité 4 : Production d'une série de trois affiches	30
2.1.5 Activité 5 : Insertion d'informations	30

2.1.6	Activité 6 : Parrainage et/ou sponsoring par le Ministère de l'environnement des séquences/spots d'information météorologique à la Télévision Nationale	30
2.1.7	Activité 7 : Organiser la diffusion de messages courts d'information et de sensibilisation par les réseaux de téléphonie mobile.....	31
2.2	Cible 2 : Le secteur de la presse et des médias	31
2.2.1	Résultats attendus.....	31
2.2.2	Activité 1 : Création et organisation formelle d'un « Club de Presse développement durable ».....	31
2.2.3	Activité 2 : Organisation trimestrielle d'un Point de Presse.	32
2.2.4	Activité 3 : Production d'articles de Presse sur des thématiques spécifiques au développement durable	32
2.2.5	Activité 4 : Création et attribution de Prix pour les meilleurs reportages sur l'environnement et sur le Développement Durable en Tunisie. (audio/scripto/visuel ou web documentaire).	33
2.2.6	Activité 5 : Ouverture sur le site du Ministère de l'Environnement d'une « boîte à outils » thématique destinée aux journalistes dans un premier temps et ouverte au grand public par la suite.....	33
2.3	Cible 3 : Le secteur éducatif et pédagogique, formel, informel et parastatal	33
2.3.1	Résultats attendus.....	33
2.3.2	Activité 1 : Production d'un manuel didactique sur le Développement Durable.....	34
2.3.3	Activité 2 : Formation d'enseignants/animateurs pilotes de la formation professionnelle	34
2.3.4	Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'une série de films documentaires.....	35
2.4	Cible 4 : Les acteurs étatiques (cadres et agents ME et OST, et Ministères concernés).....	35
2.4.1	Résultats attendus.....	36
2.4.2	Activité 1 : Formation aux concepts-clés du Développement Durable.....	36
2.4.3	Activité 2 : Organisation de journées de formation en Communication externe des cadres des ministères sectoriels concernés	36
2.4.4	Activité 3 : Organisation de session de formation en communication interne des cadres de la fonction publique tunisienne (Ministère sectoriels – 3 piliers).....	37
2.4.5	Activité 4 : Organisation d'une session de formation sur la Communication de crise pour les cadres du MEDGDD et partenaires.....	38
2.5	Cible 5 : Les parlementaires et les élus locaux	38
2.5.1	Résultats attendus.....	39
2.5.2	Activité 1 : Organiser un séminaire/atelier d'information et de communication sur les grands principes du Développement Durable.	39
2.5.3	Activité 2 : Conception et réalisation d'une brochure de présentation de la politique de Développement Durable en Tunisie.....	39
2.5.4	Activité 3 : Conception et réalisation d'une "newsletter" électronique sur l'actualité du Développement Durable en Tunisie	40
2.6	Cible 6 : La société civile et les organisations non gouvernementales	40
2.6.1	Objets spécifiques	41
2.6.2	Résultats attendus.....	41
2.6.3	Activité 1 : Création d'un « Prix Environnement et Développement Durable » pour les organisations non gouvernementales tunisiennes	41
2.6.4	Activité 2 : formation à la Communication des ONGs à vocation environnementale.....	42
2.7	Cible 7 : Le secteur privé (les cadres des entreprises et du tourisme).....	43
2.7.1	Résultats attendus.....	43
2.7.2	Activité 1 : Organisation de sessions de formation à la communication et au développement durable.....	43
2.7.3	Activité 2 : Réalisation de reportages vidéo.....	44

2.7.4	Activité 3 : Production de matériels de communication avec forte valeur ajoutée positive.	44
2.7.5	Activité 4 : Création d'un « Prix Environnement et Développement Durable » pour valoriser les entreprises vertueuses.	44
3	Production de matériels de communication en matière de développement durable	45
3.1	Objectif général	45
3.2	Objectifs spécifiques	46
3.3	Cibles directes et indirectes / Approche par cible	46
3.4	Résultats attendus	46
3.5	Activités	47
 Chapitre 4 - Coordination et évaluation : organisation et mesures d'accompagnement		48
1	Lignes directrices et mesures d'accompagnement pour le pilotage et la coordination de la mise en œuvre du plan de communication	48
1.1	Temps 1 : Création d'un Comité de Pilotage « Communication pour le Développement Durable » Comité ad hoc pour un pilotage centralisé	49
1.2	Temps 2: Pilotage « décentralisé »	50
2	Evaluation des activités et évaluation des impacts	50
2.1	Les instruments généraux pour l'évaluation (revues de presse, auditions publiques).....	55
2.2	Les outils spécifiques d'évaluation.....	55
3	Activités générales d'appui en matière de communication	55
4	Budget	56
 Chapitre 5 - Logique d'intervention et programmation		57
1.	Point 0 : Concertation sur la stratégie et installation du Comité ad hoc, rôle et fonctions	57
2.	Phase 1 / Etape 1 : Lancement et priorisation des activités	58
3.	Phase 1 / Etape 2 : Formation des membres du Comité ad hoc	58
4.	Phase 2 / Etape 3 : Activités en direction du secteur éducatif et de la société civile	58
5.	Phase 2 / Etape 4 : Activités en direction des entreprises, tourisme et secteur privé	59
6.	Phase 2 / Etape 5 : l'évaluation du Plan de Communication	59
7.	Chronogramme des actions (24 mois)	59

RESUME EXECUTIF

Objet

La complexité des concepts de Développement Durable intégrant les trois piliers, l'environnement, l'économie et le social, ses définitions évolutives, et la perception de ceux-ci par les populations et par tous les acteurs sociaux, requièrent pour sa mise en œuvre une communication et une pédagogie soutenues.

Tel est l'objet de cette Stratégie et de ce Plan de Communication en matière de Développement Durable souhaités par le Gouvernement et singulièrement par le Ministère de l'environnement et la Direction Générale du Développement Durable.

Stratégie

L'objectif de cette Stratégie de Communication est d'exposer et de promouvoir les concepts clés du Développement Durable, les conditions, les modalités et les avantages de leur appropriation et mise œuvre au sein de la société et des différentes cultures tunisiennes, au plan macro et micro, ceci dans le but de faire évoluer progressivement, concrètement et durablement les savoirs, les comportements et les mises en pratique.

La stratégie s'appuie sur des méthodes et approches qui facilitent et favorisent l'accroissement des connaissances des populations, la participation des relais sociaux (presse) et du secteur éducatif, les initiatives prises par la société civile et sur celles des entreprises privées et du monde industriel.

Axes de travail privilégiés

1. La promotion du concept du développement durable par une communication intensive multimédia sur ces thèmes, visant l'accroissement des connaissances et l'appropriation menant au changement de comportement ;
2. Un travail de Communication et de formation en direction du secteur de la presse et des médias, considéré comme cible relais ;
3. La formation institutionnelle et opérationnelle en Communication des cadres et agents des structures et ministères concernés ;
4. La production de matériels de Communication, manuels, insertions sur sites web, large diffusion des bonnes pratiques, l'exemplarité et les incitations au changement de comportements.

Le Plan de Communication qui s'étale sur une durée de 2 ans est bâti sur une méthodologie de communication par cibles. Celles-ci ont été identifiées comme suit :

- Cible 1 : les populations, les citoyens et les consommateurs
- Cible 2 : Le secteur de la presse et des médias
- Cible 3 : le secteur éducatif et pédagogique
- Cible 4 : Les acteurs étatiques
- Cible 5 : Les parlementaires et les élus locaux
- Cible 6 : La société civile et les organisations non gouvernementales
- Cible 7 : Le secteur privé, les entreprises et le tourisme

Après présentation des contextes, des partenariats, analyse des besoins et des nombreuses initiatives de Communication conduites par le ME, la DGDD et les OST, **une approche et des activités spécifiques ont été identifiées et proposées pour chacune des cibles présentées ci-dessus.**

Ces activités s'appuient sur le potentiel existant, proposent des pistes de travail et des approches novatrices pour atteindre les objectifs. Elles proposent également le renforcement des capacités en Communication interne (ME) et externe.

Pilotage et coordination

Temps 1 : **le ME/DGDD pilote et coordonne** l'exécution du Plan de Communication en collaboration avec les OST, dans un Groupe ad hoc incluant les représentants des ministères sectoriels directement concernés par le DD. Ce groupe 'pilote' bénéficie d'une formation en Communication interne et externe (mesures d'accompagnement et de montée en qualification)

Temps 2 : les représentants des ministères concernés deviennent Points Focaux Communication dans leur ministère de tutelle et anime le travail en Communication

L'ensemble des activités est organisé selon un chronogramme précis et un document intitulé 'Logique d'intervention'

Evaluation

A l'issue des Temps 1 et 2 une évaluation est prévue selon trois types de critères : quantitatifs (objectivement vérifiables), qualitatifs (efficacité des activités), organisationnel (coordination et synergie des partenaires dans l'esprit et les principes du DD)

Budget

Le budget du Plan de Communication repose sur le principe de la mutualisation des ressources (ME, OST, Projets & Agences de Coopération, secteur privé et sponsoring)

Des priorités ont été identifiées, elles constituent l'ossature du Plan de Travail en Communication.

Principales conditions de succès

1. Une bonne coordination/pilotage par le ME/DGDD (Cellule de Communication) en coordination avec les OST et les ministères « piliers » ;
2. Le suivi du Plan de travail avec une gestion prévisionnelle des activités (en référence au plan de communication proposé) ;
3. La confirmation de l'engagement des partenaires (tels que proposés pour les activités) ;
4. Le partenariat et la mise en œuvre des activités dans un cadre institutionnel évoluant dans un cadre politique favorable.

Chapitre 1 - Contexte de la Stratégie de communication

1 Contexte

Le Programme Environnement-Energie (PEE), dont le budget est de 33 M€, est financé par l'Instrument Européen de Voisinage et de Partenariat (IEVP) dans le cadre de la coopération bilatérale Union Européenne-Tunisie.

Ce Programme contribue au développement et à la consolidation d'une stratégie nationale durable en matière d'environnement et d'énergie, ainsi qu'au renforcement de la compétitivité de l'économie tunisienne, en termes de maîtrise de l'énergie et d'impact sur le climat et le milieu.

Le programme est structuré en deux composantes : Environnement et Energie. La présente assistance technique est conduite sur deux ans, depuis janvier 2012, par le groupement de bureaux d'études EGIS-Eau/GOPA/IHE, sur le volet Environnement du programme PEE, à travers le renforcement des capacités institutionnelles des « MAA », c'est-à-dire, du Ministère de l'Environnement (ME), de l'Agence Nationale de Protection de l'Environnement (ANPE) et de l'Agence pour la Protection et l'Aménagement du Littoral (APAL).

Plusieurs volets sont conduits dans le cadre du MAA, dont sur le « Renforcement des capacités organisationnelles des acteurs publics de l'environnement (EV 2.5) », notamment à travers l'activité intitulée « Intégration du développement durable dans les secteurs de l'industrie, du tourisme, de l'agriculture et des transports » (activité n° 2511), qui vise le renforcement institutionnel des ministères concernés (Ministère de l'Industrie, Ministère du Tourisme, Ministère de l'Agriculture et Ministère des Transports).

1.1 Rappels sur les concepts du développement durable

Le Développement Durable tente d'apporter des réponses aux inquiétudes relatives à la dégradation des ressources de la planète, grâce à une nouvelle manière de penser le monde et de le "gérer", à savoir :

- le respect de la résilience de la planète ;
- le respect de l'intérêt public, au niveau local, national et au-delà des frontières ;
- le respect de l'équité du développement entre les hommes et entre les pays.

La réponse se trouve dans la promotion de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) qui vise à réformer le modèle économique actuel (considéré comme productiviste, dégradant, polluant, inéquitable), vers un modèle dit « vert », fait d'anticipation (sur les impacts), d'avancées technologiques (sur l'usage des ressources) et d'évolution des comportements (sobriété, partage), de façon à respecter les trois « piliers » du développement durable que sont les piliers écologique, économique et social.

1.2 Priorités, principes et enjeux du développement durable

L'engagement de la Tunisie sur la voie du développement durable et de la protection de l'environnement, constitue un choix national majeur. Le cadre institutionnel et juridique en matière de protection de l'environnement a évolué au cours des dernières années, en se renforçant progressivement au travers de nouvelles institutions et législations visant à répondre aux problématiques environnementales les plus importantes.

Les problématiques environnementales prioritaires actuelles concernent les secteurs de l'industrie, du tourisme, de l'agriculture et des transports et portent sur :

- a. **la réduction des pollutions, notamment les pollutions industrielles ;**
- b. **le soutien à l'efficacité énergétique et à l'utilisation des énergies renouvelables ;**
- c. **l'économie des ressources naturelles consommées, notamment l'eau ;**
- d. **la mise à niveau environnementale des entreprises ;**
- e. **la protection du littoral.**

Ces priorités s'appuient sur les principes de Développement Durable, à savoir :

- **l'application du principe de prévention et de précaution pour maintenir un environnement propre et des conditions saines de développement économique et de social,**
- **la participation de la société civile dans les processus d'identification et de décision des projets de développement.**

L'enjeu est de concilier des stratégies de développement du territoire grâce aux activités économiques, tout en garantissant la conservation des ressources naturelles du pays et du patrimoine culturel tunisien.

Ces enjeux de développement doivent faire l'objet d'activités d'information et de communication à l'endroit des populations et de tous les acteurs concernés. Cette Communication relève du principe du devoir d'Informer du gouvernement.

2 La Stratégie Nationale de Développement Durable (SNDD) en Tunisie

La SNDD 2012-2016, actuellement en version provisoire, identifie 11 défis relatifs à la durabilité du développement en Tunisie. Chaque défi fait l'objet d'un diagnostic de la situation existante, d'axes stratégiques et d'actions, ainsi que d'indicateurs de suivi (lesquels sont, d'ailleurs, plus des indicateurs environnementaux, que sociaux ou économiques) :

- **le défi n°1 vise « l'instauration d'une consommation et d'une production durable »,** pour aller vers une économie verte (c'est-à-dire propre), dont l'objectif est de polluer moins avec la même compétitivité des produits mis sur le marché. Les outils promus sont l'éco-conception dans la fabrication des produits, et la sensibilisation des acteurs pour des approches durables volontaires. Dans tous les secteurs de production-consommation, la SNDD mise sur les impacts positifs de l'information et de la sensibilisation des entreprises et de la société, pour des changements de comportement, la réduction des déchets, l'augmentation des productions éco-labélisées, notamment en développant les incitations ;

- **le défi n°2 vise l'équité sociale et l'équilibre régional, présentés comme des fondements du DD en Tunisie.** Parmi les options stratégiques retenues, la promotion d'une classe moyenne, le renforcement des mécanismes de solidarité interrégionale, et la décentralisation, devraient permettre le développement des régions les moins avancées ;
- **le défi n°3 vise à gérer durablement les ressources naturelles.** Les options stratégiques sont celles de la préservation et de la valorisation des ressources en eaux tout en développant les ressources non conventionnelles, préserver et développer le couvert végétal et renforcer les programmes de lutte contre la désertification tout en les adaptant aux spécificités socioéconomiques des populations locales ; la préservation de la biodiversité et le renforcement de la gouvernance en matière de gestion des ressources naturelles et des milieux ;
- **le défi n°4 vise à améliorer les modalités de planification et de gestion des villes,** à promouvoir la citoyenneté et l'implication des populations dans les affaires courantes de la ville et à renforcer la capacité des collectivités locales ;
- **Le défi n° 5 a pour objectif de renforcer la gestion intégrée et harmonieuse de la bande littorale,** de lutter contre l'érosion des côtes, de préserver les écosystèmes côtiers et insulaires et de renforcer les dispositifs de suivi de l'état du littoral et des impacts des changements climatiques ;
- **Le défi n°6 vise à promouvoir un transport durable en intégrant les impératifs du transport dans les processus d'aménagement** afin de réduire les trajets parcourus, de renforcer l'intégration des préoccupations environnementales dans l'élaboration et de mettre en œuvre des politiques et des stratégies dans le domaine du transport ; de même à améliorer l'efficacité énergétique du transport et lutter contre la pollution qu'il engendre et promouvoir et développer un transport en commun performant et de qualité ;
- **le défi n°7 vise à rationaliser la consommation d'énergie et à développer les énergies nouvelles et renouvelables,** en réduisant l'intensité énergétique dans le secteur tertiaire, dans le secteur industriel (en se rapprochant des performances de l'industrie européenne, via des audits énergétiques, des incitations aux projets économes, la sensibilisation...) et dans le secteur du transport (en optimisant les déplacements urbains) ;
- le défi n°8 a pour objectif de renforcer **les capacités d'adaptation aux changements climatiques** et à la désertification par l'élaboration de stratégies sectorielles adéquates ;
- **le défi n°9 cherche à promouvoir l'économie et la société du savoir,** par la formation des jeunes et par l'adaptation du système éducatif à la maîtrise des nouvelles technologies ;
- **le défi n°10 a pour objectif d'institutionnaliser l'Evaluation Environnementale** des Stratégies dans les politiques, plans et programmes de développement sectoriels, de renforcer les structures régionales du ME, de diffuser régulièrement des informations sur l'état de l'environnement en Tunisie, via des sites web conçus à cet effet.

3 Le contexte des médias en Tunisie

Une Etude intitulée « **Analyse de la Communication et des médias en matière d'environnement et de développement durable** » est prévue dans le Plan de Travail du PEE. Cette étude a pour objet principal de réaliser un état des lieux du contexte médiatique tunisien, de faire un diagnostic de l'existant et d'identifier le renforcement des capacités là où nécessaire,

et ce dans le cadre d'un paysage médiatique en pleine évolution. Cette mission a également comme objectif de collecter les informations, documents et supports existants afin de créer un répertoire de données documentaires. Enfin, suite aux résultats de l'analyse, cette étude identifiera les modes de communication médiatique les plus favorables et efficaces pour promouvoir le Développement Durable en Tunisie.

Une analyse rapide du paysage médiatique tunisien permet de dégager les observations suivantes, utiles pour la définition de la stratégie nationale de communication en matière de Développement Durable et pour la mise en œuvre du Plan de Communication. Ces éléments sont les suivants :

- **La culture de l'oralité est un élément majeur de la sociologie et des identités culturelles nationales ;**
- La Tunisie dispose aujourd'hui d'une très bonne couverture géographique et démographique nationale en radio et télévision par les médias gouvernementaux et de service public ;
- **Une offre élevée/réception des médias internationaux (paraboles)** (plus de 500 chaînes arabophones notamment) ; s'ajoute à cela une audience importante des télévisions européennes francophones et italophones ;
- **Une forte audience des radios régionales (gouvernementales) décentralisées** (4 Radios Régionales) hormis des chaînes commerciales en zones urbaines ;
- Une presse écrite (en langues arabe et en française) très satisfaisante et bien distribuée ; lectorat important en zones urbaines ;
- **Une bonne écoute des informations nationales** (Journal Télévisé notamment et 'débat politiques') ;
- **La téléphonie mobile (et ses usages – SMS/MMS, etc.) et l'Internet mobile en forte progression ;**
- L'accès et les usages de l'Internet bien développés en milieu urbain et suburbain, particulièrement par les populations jeunes ;
- **Une pratique élevée des réseaux sociaux** (Facebook, etc.) ; ceux-ci bénéficiant d'une forte valeur ajoutée liée à leurs usages lors des événements civils de 2011 notamment ;
- **Un principe d'accès gratuit aux médias nationaux pour les missions de service public** ; ce principe est cependant remis en débat et de nouvelles règles devraient bientôt régir ces pratiques et les relations contractuelles commerciales entre les organismes de diffusion et les institutions de service public ;
- **Un foisonnement d'agences de Communication (privées) disponibles pour concevoir et produire des supports et campagnes de Communication ;**
- Un Institut Professionnel de formation aux Sciences de l'Information et de la Communication (**IPSI**) qui forme (formation initiale et continue) les futurs journalistes et communicants publics ;
- L'importance des leaders d'opinion et des leaders religieux.

De manière plus précise, et en ce qui concerne la Stratégie de Communication pour promouvoir le Développement Durable on observe la prise de conscience par les autorités nationales (le Gouvernement, le ME et les institutions étatiques) d'une part, de l'importance d'une

« ouverture » vers leurs publics, vers les populations, vers leurs partenaires et d'autre part de la nécessité d'acquérir des compétences nouvelles et de mettre en place des dispositifs opérationnels communicants (Cellules, Départements, etc.).

Par ailleurs, **la prise de conscience de la nécessité de passer progressivement d'une « culture de l'Information » vers une « culture de la Communication »**, de l'échange et de la participation ; **cette volonté politique congruente accompagne et soutient bien évidemment les concepts et les modalités de mise en œuvre d'une Politique basée sur les principes du Développement Durable.**

Il est cependant important de prendre en considération qu'il existe :

- Une relative méfiance des populations vis-à-vis de l'information officielle d'Etat ;
- Un taux d'alphabétisation souvent faible en zones rurales ;
- Une législation qui n'autorise pas les radios communautaires ;
- Pas ou peu de campagne de communication visant les changements de comportements, hormis les pratiques classiques de communication commerciale publicitaire ;
- Le fait que les concepts et pratiques de Développement Durable relèvent encore pour beaucoup de l'utopie et ne constituent pas une priorité.

4 Objectifs du présent rapport

L'objectif du présent rapport commandé par la DGDD comme point de départ de la démarche est la proposition d'une Stratégie de Communication en matière de Développement Durable et d'un Plan d'action pour la mise en œuvre de cette Stratégie.

Ce Plan d'action s'appuie sur les différentes activités de sensibilisation et de communication environnementales existantes et développées par le Ministère de l'Environnement et ses OST, la Direction Générale du Développement Durable et les associations de la Société Civile œuvrant dans ce domaine. Ce Plan vise à les structurer, à les consolider et à favoriser leur mise en œuvre en développant les synergies entre les partenaires et en mutualisant les ressources humaines et financières.

4.1 Le point de départ de la demande

Les principaux objectifs de ce rapport se fondent sur :

- La nécessité d'une large diffusion pour une information sociale sur les concepts de développement durable¹ ;
- la reconnaissance de la notion de développement durable par les opérateurs publics, privés et la société civile comme un processus contribuant à une croissance économique soutenue et à un développement humain équitable tout en préservant l'environnement ;

¹ Note : la formulation de l'objectif serait plutôt : « préparation d'une stratégie/plan pour la diffusion à grande échelle... »

- la reconnaissance du ministère en charge de l'environnement et de ses tutelles comme pilote constructif et dynamique dans ce processus.

4.2 Les bénéficiaires

Les groupes cibles bénéficiant de cette activité sont les institutions de l'environnement avec principalement le Ministère et les Organismes sous Tutelle (ANPE, APAL, ANGED, ONAS, CITET) comme moteur et courroies de transmission vers les populations, la société civile et le secteur privé.

Les ministères sectoriels (agriculture, éducation, tourisme, transports, culture, ...), les entreprises publiques, le secteur privé, les organisations professionnelles (UTAP, UTICA, CONEC), les médias et la société civile, sont les partenaires directement touchés par la question environnementale et concernés par cette composante du programme.

Ce Plan d'action propose également des modalités de pilotage et des activités de formation en Communication pour les cadres du ME/DGDD et partenaires.

Il propose enfin un chronogramme et des modalités d'évaluation.

Chapitre 2 - La Stratégie nationale de communication en matière de développement durable

1 Méthodologie de la mission

La méthodologie de la mission pour l'élaboration de la stratégie nationale de communication en matière de développement durable repose sur un travail de recherche initiale afin de mieux appréhender le contexte tunisien. Ainsi, nous avons basé notre recherche sur :

- Une étude documentaire,
- Des entretiens et des rencontres,
- Des consultations des acteurs sectoriels,

1.1 Etude documentaire

L'étude documentaire s'est basée sur la consultation de documents de référence pour le ME, la DGDD et ses OST, Ministères et institutions concernées, littérature journalistique, et notamment :

- « *La Stratégie Nationale de Développement Durable 2012-2016* », actuellement en version provisoire, identifiant 11 défis relatifs à la durabilité du développement en Tunisie ;
- « La stratégie nationale sur l'éducation pour le développement durable » produit par le Ministère de l'environnement en mars 2011 ;
- « *Guide environnemental dans diverses branches de l'industrie* » produit dans le cadre du projet « mise à niveau des entreprises privées tunisiennes aux exigences environnementales » (MNE).

1.2 Concertation avec les parties prenantes et acteurs concernés

Pour la finalisation de ce document de stratégie une concertation a été organisée sous forme d'ateliers de travail par groupe cible, ceci en vue de recueillir les avis, propositions et commentaires. Cette concertation a réuni le ME/DGDD, les OST et les associations. Les recommandations ont été intégrées dans le présent document.

1.3 Entretiens et rencontres

Différents entretiens et rencontres ont été nécessaires pour préparer le présent document. Dans un premier temps, il a été décidé d'interviewer les « communicants » du Ministère de l'Environnement et de ses organismes sous tutelle (OST). Les différentes personnes interviewées sont :

- Mme Molka Kechiche, Chargée de Communication au Cabinet de la Ministre de l'environnement ;
- M. Ben Youssef, Attaché de presse du Ministère de l'environnement ;
- M. Mounir Mejdoub, expert, appui au projet PEE ;
- M. Tarek Mrabet, Directeur communication, sensibilisation et formation de l'ANGED. Agence Nationale pour la Gestion des Déchets ;
- M. Kaled Chelbi, Directeur de la documentation et de l'information du CITET ;
- M. Néji Halloul, Directeur de la coopération internationale et relations publiques de l'ONAS. Organisme National pour l'Assainissement ;
- Mme Bouchenec, Responsable communication de l'ONAS. Organisme National pour l'Assainissement ;
- M. Ammari Youssef, Directeur général de la BNG. Banque Nationale des Gènes ;
- Mme Bouassida, responsable de la communication, ANPE ;
- Mme Ben Garga Asma, service communication, APAL ;
- M. Helmut Kris, Directeur, GIZ ;
- Mme Dominique Thaly, conseiller en communication environnementale, GIZ ;
- Mme Inès, Ministère de l'environnement, BRC.

1.4 Consultations des acteurs sectoriels

Après avoir interviewé les « communicants » du Ministère de l'Environnement et de ses organismes sous tutelle, la recherche a été approfondie en organisant des rencontres et des consultations des acteurs sectoriels. L'activité 2411 du PEE « intégration du développement durable dans les ministères sectoriels » du programme PEE nous a également permis de recueillir de riches informations concernant le développement durable en Tunisie.

A cet effet la Mission a rencontré :

- **Mme El Bour, Directrice du département journalisme de l'IPSI.** Institut de Presse et des Sciences de l'Information (IPSI).
- **M. Samir Meddeb, ancien conseiller du Ministère de l'Environnement,** Docteur géologue, expert en environnement et développement durable.
- **Mme Zohra Driss Becher, Vice-présidente de l'UTICA,** Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat.
- **M. Noureddine Laabidi, directeur central financier de l'UTICA.** Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat.
- M. Anis Gharbi, responsable environnement de l'UTICA, Secrétaire général de la fédération nationale de la chimie. Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat.
- Mme Douja Ben Mahmoud Gharbi, 1^{ère} Vice- Présidente de CONECT. Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie.
- M. Abdallah Ben Mbarek, Secrétaire général de CONECT. Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie.

- M. Zeramdini Hamda, Ingénieur principal, Chargé des affaires pédagogiques et techniques. Agence de Vulgarisation et de Formation Agricoles. AVFA. Ministère de l'Agriculture.
- Mme. Bannouni Akba, Administratrice en pêche et aquaculture. Agence de Vulgarisation et de Formation Agricoles. AVFA. Ministère de l'Agriculture.

2 Points forts et points faibles du contexte institutionnel tunisien en matière d'information et de communication

Observations conduisant à la préparation de la Stratégie et du Plan

Sur base des documents et des entretiens avec les personnes, institutions et opérateurs mentionnés ci-dessus des éléments (formalisés sous les rubriques points forts et points faibles) ont servi de base et de référence techniques pour préparer la Stratégie et le Plan.

De manière générale on observe une méconnaissance et une intégration insuffisante des concepts de base de DD et des avantages de leur mise en œuvre par les différents acteurs institutionnels et par la société civile.

Une concertation est cependant prévue pour affiner ces points forts et points faibles et tirer les conclusions nécessaires en termes de mesures d'accompagnement.

Les contacts et les entretiens avec les différents acteurs et opérateurs directement ou indirectement concernés ont mis en évidence les points forts et les points faibles suivants :

2.1 Points forts

- **Un projet de Stratégie Nationale de Développement Durable 2012-2016** composé notamment de 10 défis mais qui n'intègre pas explicitement d'éléments spécifiques « Communication » pour promouvoir l'initiative DD ;
- **Beaucoup d'actions de sensibilisation et de communication organisées par différentes OST.** (Bus de l'environnement, collecte rémunérée des déchets, mallettes pédagogiques, activités de formation des enseignants, etc.) ;
- **Différents acteurs motivés pour renforcer le travail d'information et de sensibilisation ;**
- **Une volonté politique d'installer (ou de restaurer) positivement l'image de l'environnement et du développement durable ;**
- Les besoins en information, sensibilisation, formation et la communication qui ont été exprimés comme demande/intérêt majeur d'activités recommandées pour faciliter l'intégration du Développement Durable dans les secteurs des Transports, du Tourisme, de l'Industrie et de l'Agriculture.²
- Annuellement, le Ministère de l'Environnement et ses organismes sous tutelle se partagent une enveloppe financière pour la Communication de l'ordre de 1 000 000 Dinars.

² Eléments figurant explicitement dans les comptes rendus des Ateliers (Transport, Tourisme, Industrie, Agriculture) organisés fin juin 2012.

- Une force de travail : pour le Ministère de l'Environnement et ses organismes sous tutelle, malgré une répartition inégalitaire, plus ou moins 38 personnes ont en charge des actions d'information et de communication.

2.2 Points faibles

Les points faibles suivants apparaissent :

- Une forte culture administrative et un cloisonnement sectoriel au sein des institutions concernées ;
- Une faiblesse de la culture de la communication et des échanges/information au sein des institutions publiques et ministères concernés ;
- Une information insuffisamment axée sur les avantages à moyen et long termes du Développement Durable et sur les principes énoncés de Communication pour le Développement ;
- Un dialogue professionnel et une coordination insuffisants entre le MEDD et les OST ;
- Une concertation insuffisante entre les acteurs institutionnels et la société civile, organisations professionnelles, les Organisations non gouvernementales (ONG) proches du secteur de l'environnement ;
- Beaucoup d'actions de sensibilisation et communication réalisées et de documents/supports produits mais de manière plutôt réactive et en réponse « immédiate » voire événementielle à des besoins de l'actualité et organisées de manière ponctuelle ;
- Une faiblesse de la réflexion stratégique sur les actions de communication ;
- Une définition et une segmentation insuffisantes des cibles des actions de communication ;
- Un manque d'indicateurs (qualitatifs et quantitatifs) d'évaluation des actions de communication ;
- Un manque crucial de pilotage des activités de Communication par le / au sein du ME.

Ces points forts et ces points faibles constituent un des soubassements de l'analyse du dispositif et de celle des besoins et sont donc pleinement considérés dans les orientations stratégiques et dans la logique de l'intervention. Les activités indiquées dans le Plan de Communication visent à renforcer les capacités 'Communication' dans ces différents domaines.

3 L'Objectif Global de la Stratégie de Communication en matière de Développement Durable

3.1 Pourquoi une Stratégie de Communication ?

Cette Stratégie de Communication a pour objet la promotion en Tunisie et l'appropriation par les populations et acteurs sociaux des concepts du Développement Durable dont les contours ont été définis par les Organisations Internationales dès les années 1970, repris et développés dans l'initiative SNDD.

Ces concepts ont bien évidemment évolué dans leur formulation, les définitions se sont affinées et de nouveaux enjeux sont apparus. Les régions du monde, les pays et la Tunisie se sont progressivement appropriés ces concepts et les intègrent pas à pas dans leur politique nationale de développement sur base des trois piliers : l'humain, l'industriel et l'environnemental.

Cette intégration est soutenue par les organisations internationales, les organisations de la Société Civile et plus récemment par les grands secteurs industriels qui y trouvent une plus value et une visibilité positive accrue.

La Tunisie est aujourd'hui un pays en transition. Le moment est donc opportun pour chacun de bien comprendre et de s'approprier cet outil pour le développement du pays.

3.2 Les défis à relever

Défi n°1 : Soutenir l'engagement de la Tunisie sur la voie du développement durable et valoriser les institutions porteuses

Le premier défi est, dans l'esprit de Rio+20, de soutenir l'engagement de la Tunisie sur la voie du développement durable et de la protection de son environnement, de valoriser les institutions gouvernementales porteuses (notamment le Ministère de l'Environnement), d'initier et de consolider des activités de Communication et d'Information en direction des populations, des partenaires et des opérateurs techniques et institutionnels.

Défi n°2: Faciliter l'appropriation et l'intégration des concepts et des pratiques de Développement Durable dans les prises de décision

Le deuxième défi de cette Stratégie de Communication est de **faciliter l'appropriation et l'intégration des concepts et des pratiques de Développement Durable dans les prises de décision** par chacun et de viser un changement progressif des comportements civils au quotidien. Cet objectif implique une sensibilisation et un accroissement significatif des connaissances par chacun.

Défi n°3 : Améliorer les capacités techniques en Communication des équipes gouvernementales

Le troisième défi de cette Stratégie est **d'améliorer les capacités techniques en Communication des équipes gouvernementales** (et singulièrement celles du MEDGDD) sur ces thématiques en direction des populations, du secteur privé et des partenaires institutionnels nationaux et internationaux. Ce troisième défi vise à la fois le renforcement des savoirs et des savoir-faire des équipes gouvernementales pour une intégration de ces concepts dans les prises de décisions techniques et politiques transversales (avoir des connaissances et un langage communs) et s'adresser aux populations et opérateurs techniques pour promouvoir des approches globales, plus intégrées et moins sectorielles.

Il s'agit enfin à travers cette stratégie, par une Communication vers la jeunesse, d'investir pour le futur.

Comme souligné précédemment les populations et beaucoup d'acteurs professionnels œuvrant au développement du pays (y compris beaucoup de décideurs) n'ont pas encore suffisamment intégré et ne se sont pas encore appropriés ces différents concepts, liant l'humain l'économique

et l'environnemental, non seulement dans les orientations techniques et politiques mais également dans les comportements quotidiens.

Pour combler ces lacunes et répondre au défi du développement et de l'intégration de ces trois facteurs, un travail d'information pédagogique, de communication sociale et de formation doit être mené, de manière volontariste par le gouvernement et ses partenaires.

Ce travail de communication, voire de conviction doit être organisé intensément pour donner une solide impulsion à ces orientations, particulièrement dans cette période de transition pour la Tunisie.

Ce travail doit en outre contribuer à susciter l'intérêt et les changements de comportement des acteurs sociaux et des populations selon les principes proposés par la modèle AIDA, à savoir **Attrait - Intérêt - Désir - Action**.³

3.3 Des expériences menées ailleurs dans le monde

A ce jour aucun pays⁴ n'a réellement pris l'initiative de développer une campagne nationale et globale de communication en matière de Développement Durable.

Par contre de nombreux pays ont développé, de manière sectorielle, des campagnes de communication sur divers problèmes liés à la problématique du Développement Durable.

Nous citons ici quelques exemples⁵ :

- (a) L'Afrique du Sud, la Cleanest Town Competition cherche à distinguer la ville qui a le plus amélioré son environnement local et qui possède la meilleure infrastructure de gestion des déchets. www.environment.gov.za
- (b) L'Algérie, Le Train de Environnement, dans son périple à travers le pays emmène une exposition et des dispositifs d'animation sur les questions d'environnement dans les régions les plus reculées du pays. Cette campagne soutenait la mise en place de la nouvelle politique environnementale algérienne et a suscité des modifications des politiques régionales.
- (c) L'Autriche, le Gouvernement s'associe avec le secteur de la distribution pour promouvoir une consommation éthique par la promotion et le lancement de nouveaux produits respectueux de l'environnement. Participation des chaînes de supermarchés et impact notable sur la sensibilisation et les ventes.
- (d) Le Brésil, par le ministère de la Santé a sollicité de façon originale le concours du secteur privé pour élargir sa campagne nationale contre la Fièvre Dengué et toucher de nouveaux publics. (Réduction de 92% des cas déclarés de Dengue) www.portal.saude.gov.br/saude/

³ Dès 1898, le chercheur américain Lewis établit la base du fonctionnement de la communication à caractère appliquée à caractère commercial. Comme le démontre le schéma ci-dessous, ce modèle demeure tout à la fois pertinent et s'applique à tous les domaines.

⁴ L'Espagne a mené une campagne globale sur l'environnement dans le but de renforcer la 'volonté publique' de prendre en compte les divers aspects de l'environnement et d'adopter des styles de vie plus en conformité avec la protection durable de l'environnement.

⁵ Voir la Base de Données du PNUE

- (e) Au Canada, la journée de l'air pur est organisée comme moyen efficace pour susciter des activités innovantes comme le 'défi transport' qui encourage les modes de transport durables.
- (f) Au Costa Rica, la campagne sur le bromure de méthyle profite d'un changement de politique et d'une couverture média à grand retentissement pour sensibiliser la population à travers des ateliers interactifs, à la destruction de la couche d'ozone résultant de l'usage immodéré des pesticides. Bon exemple d'appropriation par les publics cibles et de changements de comportement, en faisant le lien entre théorie et pratiques individuelles.
- (g) En France, l'Agence Française de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie attire l'attention sur le changement climatique avec une campagne ciblée 'économie d'énergie'. *Faisons vite, ça chauffe* axée sur les questions d'énergie domestique.
- (h) La Grèce organise des réunions médiatisées et met en place un réseau destiné à développer les partenariats afin d'améliorer la prise de décision sur la gestion des ressources en eau autour de la Méditerranée. www.minenv.gr
- (i) La Hongrie organise des actions d'éducation et de sensibilisation sur la préservation des espèces menacées d'extinction. www.wwf.hu/citeskampany
- (j) L'Irlande a développé un partenariat national (éducation, santé, environnement) pour développer des outils et méthodologies d'éducation au Développement Durable. www.comhar-nsdp.ie
- (k) La Nouvelle Zélande (Campagne Grand Nettoyage depuis 2002) incite les ménages aux changements de comportement vis-à-vis de l'environnement
- (l) La Pologne a organisé en 2004 un Forum Eco-Media pour partager des idées relatives aux questions de l'environnement et pour encourager la mobilisation sociales et la coopération entre les populations, les acteurs sociaux et le gouvernement. www.mos.gov.pl

Note importante : de manière plus générale, les études du PNUE et de FUTERRA font apparaître une tendance à venir à mobiliser le public sur des aspects élargis du développement durable, comme la cohésion sociale et la lutte contre la pauvreté.

3.4 Justification de l'approche stratégique

L'expérience des cinquante dernières années a montré le rôle déterminant que peut jouer la communication dans le domaine du développement. À l'intérieur de cette perspective de communication pour le développement, deux grandes tendances se sont successivement formées :

- une approche privilégiant les actions de grande envergure et s'appuyant sur les médias de masse,
- et une approche de communication vers la base, appelée aussi communication de proximité qui privilégie les contacts, la pédagogie, les apprentissages progressifs, les microréalisations et qui s'appuie également sur les médias légers et de proximité, sur la pédagogie sociale et aujourd'hui sur les réseaux sociaux.

Ces tendances, qui coexistent aujourd'hui à des degrés divers dans le domaine de la communication pour le développement, sont liées à l'évolution des modèles de développement et de communication qui ont marqué les efforts de développement jusqu'à aujourd'hui.

Ainsi, la tendance à la communication de masse a d'abord marqué les trois premières décennies de l'utilisation des médias dans le développement. Elle correspondait à l'idée qu'il suffisait de diffuser les connaissances et les technologies pour qu'elles soient adoptées et entraînent, par conséquent et a priori un accroissement des connaissances, des changements de comportements, d'attitudes civiles et le développement. Cette première vision du développement correspond au paradigme de la « modernisation ».

Ces premières expériences, axées principalement sur les médias de masse, s'appuyaient à la fois sur **un modèle de communication fondé sur la persuasion et la transmission d'information et sur un modèle de développement fondé sur l'augmentation de l'activité économique.**

Ce modèle a été largement critiqué pour son réductionnisme. Il ne prenait pas suffisamment en compte les types de public cible. Il faisait également abstraction de l'influence des structures économiques et politiques sur le pouvoir d'adoption des innovations par les populations et les acteurs sociaux.

Enfin, les canaux et les sources de communication étaient généralement employés dans une communication verticale allant du haut vers le bas. On ne parlait jamais (ou si peu) de communication horizontale entre les groupes et les communautés touchés par le problème auquel voulait répondre l'innovation, ni de communication verticale du bas vers le haut, permettant de porter les problèmes des gens au niveau des décideurs et des experts.

Par la suite, le modèle même de développement ainsi que les modèles de communication ont considérablement évolué. En conséquence des expériences en matière d'utilisation des médias à des fins éducatives ou de mobilisation sociale, dans le processus de développement, de nouvelles orientations et de nouvelles pratiques se sont développées s'éloignant de la vision fonctionnaliste des modèles de communication pour le développement.

Un nouveau modèle, mettant l'accent sur le caractère endogène du développement, a permis de définir ce dernier comme un processus global dont les sociétés sont responsables. Dans cette nouvelle perspective, le développement durable n'est pas quelque chose qui peut provenir uniquement de l'extérieur. Il est un processus participatif de changement social dans une société donnée, lié à un accroissement des connaissances et à une appropriation. (Rogers, 1976).

Ce modèle a permis également d'étendre le concept de développement à des notions non matérielles telles que l'égalité sociale, la liberté, la distribution des revenus, la participation populaire au développement.

Les conceptions qu'on se faisait du rôle de la communication dans le développement ont donc radicalement changé. Dans le premier modèle de développement, **le paradigme communicationnel consistait à transmettre la technologie nécessaire à l'accroissement de la productivité. Dans le second modèle, il consiste à animer le potentiel de changement d'une population et de son cadre de gouvernance.** La notion de participation des populations au processus de développement devient donc le concept clé.

L'expérience a montré que le point de départ de la Communication pour le Développement Durable ne réside donc pas dans la diffusion d'une innovation ou de nouvelles idées pleines de promesses, mais dans la réponse adéquate à des nouveaux besoins de la population et acteurs

sociaux. Il s'ensuit que les modèles de communication fondés exclusivement sur des modèles de transmission d'information éloignés des processus d'appropriation sont clairement voués à l'échec.

L'approche stratégique proposée considère donc, compte tenu du contexte actuel de la Tunisie :

- (a) Un objectif informationnel, pédagogique et de communication sociale, à savoir la mise à disposition de nouvelles idées et savoirs pour les différentes catégories socio professionnelles ;
- (b) un objectif d'appropriation des nouveaux concepts en lien avec les besoins ;
- (c) un objectif d'intégration de ces nouveaux concepts par les autorités civiles et gouvernementale pour de meilleures prises de décision.

3.5 Les Axes de travail

Considérant les objectifs de cette approche stratégique, quatre axes techniques sont privilégiés :

Axe 1. La promotion du concept du développement durable par une pédagogie et communication intensive multimédia sur ces thèmes en vue de favoriser un accroissement des connaissances et une meilleure appropriation par tous, y compris le secteur scolaire.

Axe 2. Un travail de Communication et de formation en direction du secteur de la presse et des médias, comme courroie de transmission (cibles relais).

Axe 3. La formation institutionnelle et opérationnelle en Communication des cadres et agents des structures et ministères concernés, pour préparer autant que possible des évolutions structurelles et une intégration des pratiques de DD avec et entre les ministères techniques concernés.

Axe 4. La production suffisante de matériels de Communication, manuels, insertions sur sites web, la diffusion des bonnes pratiques et les incitations au changement de comportements par des actions de communication sociale.

3.6 Les hypothèses de succès ou les conditions de l'efficacité du plan

L'efficacité et l'impact de la stratégie nationale de communication en matière de développement durable et son plan de Communication seront liés à :

- **Une bonne coordination/pilotage Communication par le ME/DGDD en co-opération avec les OST et les ministères « piliers », cet élément est primordial.**
- **Une concertation régulière avec les partenaires et parties prenantes ;**

- Les activités Communication inscrites à l'Agenda hebdomadaire du ME - DGDD (un Point Communication hebdomadaire avec comptes rendus des réunions),
- **L'établissement d'un 'mapping' des partenaires pour un bon travail en réseau et pour une vision claire des ressources disponibles ;**
- L'établissement d'un e-listing des journalistes (en particulier pour les activités du Club de Presse) ; le suivi du Plan de travail avec une gestion prévisionnelle des activités (en référence au plan de communication proposé) ;
- La confirmation de l'engagement des partenaires (tels que proposés pour les activités) ;
- **Le partenariat et la mise en œuvre des activités dans un cadre institutionnel évoluant dans un cadre politique favorable.**



Chapitre 3 - Le Plan de Communication

1 Promotion des concepts du développement durable en Tunisie

1.1 Objectif général du Plan de Communication

La complexité des concepts de Développement Durable, ses définitions évolutives et la perception de ceux-ci par les populations et par tous les acteurs sociaux requièrent une pédagogie soutenue et des activités d'information, de sensibilisation et de Communication en vue d'une bonne appropriation par tous les acteurs sociaux.

Ces activités ont comme objectif premier de nommer et de concrétiser les différents concepts, de faciliter leur compréhension et leur appropriation, de démontrer et de valoriser les avantages pour chacun et de, progressivement, contribuer à faire évoluer les comportements des populations ; favoriser également les coopérations entre les institutions et soutenir la mise en œuvre des attitudes, des comportements techniques et professionnels des entreprises.

1.2 Objectif spécifique

Il s'agit d'exposer et de promouvoir les concepts clés du Développement Durable, les conditions, les modalités et les avantages de leur mise œuvre au sein de la société et des différentes cultures tunisiennes, au plan macro et micro, ceci dans le but de faire évoluer progressivement, concrètement et durablement les savoirs, les comportements et les mises en pratique. Le changement ne pourra en effet s'opérer que si se manifeste une congruence maximale et une univocité entre les différents acteurs sociaux (populations, secteur éducatif, gouvernement, organes de communication sociale).

1.3 Les cibles et les bénéficiaires

Ce travail de communication pédagogique et sociale, et de promotion de la valeur ajoutée humaine, économique et environnementale de la mise en œuvre des concepts de Développement Durable nécessite pour être efficace à ce stade une segmentation des cibles auxquelles l'information sur les nouveaux concepts et les messages d'appropriation doivent d'adresser, à savoir :

- **Cible 1** : les populations, les citoyens et les consommateurs (considérés ici comme le grand public) ;
- **Cible 2** : Le secteur de la presse et des médias, considéré à la fois comme une cible et courroie de transmission (acteur relais et porte voix, cible directe et indirecte) ;
- **Cible 3** : le secteur éducatif et pédagogique formel et informel, à travers la sensibilisation et la formation des enseignants et des animateurs sociaux, considérés comme formateurs et formateurs relais ;

- **Cible 4** : Les acteurs étatiques (agents des Services et Opérateurs étatiques), y compris les parlementaires considérés pour acteurs agissant & décisionnaires & porteurs de dossiers (communication institutionnelle et communication opérationnelle) ;
- **Cible 5** : Les parlementaires et les élus locaux ;
- **Cible 6** : La société civile et les organisations non gouvernementales (le tissu associatif, les leaders d'opinion, les organisations professionnelles, les ONGs, etc.) ;
- **Cible 7** : Le secteur privé (les entreprises, les opérateurs privés et Associations patronales, etc.)

1.4 Les résultats attendus :

A l'issue d'actions intensives de communication, d'informations adéquatement ciblées, de formation participative et de vulgarisation, il est prévu que :

- Les connaissances de base, les avantages immédiats et à terme et les pratiques de utilisant les principes de Développement Durable auront été visualisés, acquis et reconnus comme une valeur ajoutée par les populations et acteurs sociaux, répondant aux nouveaux besoins de développement et comme éléments forts de développement du pays ;
- Une meilleure connaissance, compréhension et appropriation de pratiques quotidiennes par le grand public tunisien ;
- Les prémices d'un changement durable de comportements des populations et des consommateurs, à travers une appropriation progressive de ces nouvelles pratiques ;
- La participation active et de la prise de responsabilité par la société civile en matière de DD est valorisée et en harmonie avec les politiques gouvernementales en matière de développement durable ;
- Le secteur éducatif formel, informel et parastatal dispose des compétences de base nécessaires pour décliner les concepts, présenter et faciliter l'adoption les bonnes pratiques par les populations jeunes scolarisées et à travers le secteur informel ;
- Le secteur des médias est pleinement et formellement associé, il reçoit régulièrement et de manière substantielle les informations de référence en provenance du ME et des ministères impliqués techniques impliqués.

Recommandations générales relatives au Plan de Communication, pour une exécution efficace et productive

1. **Le renforcement de la Cellule Communication au sein du ME/DGDD constitue un préalable fort pour le pilotage et la bonne exécution du Plan de Communication**
2. L'ouverture du secteur Environnement à d'expertise extérieure et indépendante peut apporter de nouvelles idées et approches techniques
3. L'élargissement du champ des associations (adultes (et femmes) en formation, handicapés, etc.)
4. Une meilleure intégration et prise en compte des aspects culturels dans la stratégie et les activités.

5. Une meilleure prise en compte des régions et de leurs problématiques Communication environnementales. Les ONGs et associations locales pourraient être utilisées comme relais et catalyseurs.

2 Les cibles de la Stratégie Nationale de Communication en matière de développement durable en Tunisie

Note importante préalable : pour chaque cible le plan de communication établit des liens avec les activités existantes et (déjà) développées par le ME et ses OST

2.1 Cible 1 : Les populations, les citoyens et les consommateurs (le grand public)

2.1.1 *Activité 1 : Conception, réalisation et diffusion de spots télévisés*

Conception, réalisation et diffusion de 5 spots télévisés (format 1min) à diffuser sur les chaînes nationales pendant une période de 6 mois (Média Planning à définir selon audimat et disponibilités financières).

Thématiques : « l'eau à la maison », « la propreté urbaine », « la petite entreprise propre », « protéger la ressource maritime », « le touriste satisfait ». Traitement créatif.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Le Ministère de l'environnement, en partenariat avec le Ministère du tourisme, l'ANGED et une agence de communication, vient de réaliser 2 spots télévisuels dénommés « C'est comme cela que la Tunisie vous aime » dans le but de sensibiliser le grand public sur la thématique de la propreté urbaine et la propreté à la plage. Ces spots télévisuels sont prévus d'être diffusés sur les grandes chaînes publiques tunisiennes lors de périodes de fortes audiences.

2.1.2 *Activité 2 : Conception, réalisation et diffusion d'un court métrage (5-6 min)*

Conception, réalisation et diffusion d'un court métrage (5-6 min) sous forme de dessin animé pour les 5-12 ans, sur une thématique à déterminer conjointement (Ministère de l'environnement, ANPE, secteur éducatif) et préparation d'un plan de diffusion selon le meilleur audimat pour les jeunes.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Le Ministère de l'Environnement, en partenariat avec une agence de communication, une société de production audiovisuelle et l'IPSI pourrait concevoir, réaliser et diffuser court métrage dans les écoles, collèges et lycées.

2.1.3 *Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'un magazine télévisé*

Conception, réalisation et diffusion d'un magazine télévisé en deux volets (format 2x50 min) Thématiques : concepts de base DD, enjeux, panel de participants multi secteurs & multi opérateurs, Société civile et organisations non gouvernementales, reportages sur les bonnes pratiques en Tunisie et/ou dans des pays comparables)

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Le Ministère de l'Environnement, en partenariat avec une chaîne de télévision et une société de production audiovisuelle pourrait concevoir et réaliser et diffuser un magazine télévisé dans le but d'installer la thématique du développement durable dans le paysage audiovisuel tunisien.

2.1.4 *Activité 4 : Production d'une série de trois affiches*

Conception et production d'une série de trois affiches destinées à l'affichage urbain-abribus (3 thèmes en lien avec les thématiques traitées dans les spots télévisés).

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Activité à mettre en œuvre par l'ANPE en collaboration avec la Cellule de Communication du ME. Veiller à bien labelliser les affiches (ME, DGDD) afin d'augmenter la visibilité de ces derniers.

2.1.5 *Activité 5 : Insertion d'informations*

Insertion d'informations dans les brochures de promotion du tourisme, dans les salles d'accueil des aéroports nationaux et régionaux et insertion d'articles et commentaires adaptés dans la prochaine édition du « Guide du Routard » sur la Tunisie.

Cette activité permettra d'augmenter la visibilité et la sensibilisation sur les thématiques du développement durable.

2.1.6 *Activité 6 : Parrainage et/ou sponsorisation par le Ministère de l'environnement des séquences/spots d'information météorologique à la Télévision Nationale*

Parrainage et/ou sponsorisation par le Ministère de l'Environnement des séquences et/ou des spots d'information météorologique diffusés à la Télévision Nationale (avec bref conseil aux téléspectateurs).

Cette activité permettra d'augmenter la valorisation du développement durable, tout en produisant «un message pédagogique » sur les actions en matière d'environnement et de développement durable qui peuvent être réalisées par les citoyens tunisiens.

2.1.7 *Activité 7 : Organiser la diffusion de messages courts d'information et de sensibilisation par les réseaux de téléphonie mobile*

Organiser la diffusion de messages courts d'information et de sensibilisation par les réseaux de téléphonie mobile (Orange, Tunisiana, etc.). Cette technique a l'avantage de pouvoir cibler les usagers par zone, en temps voulu et éventuellement par catégorie sociale.

Une fois déterminées les zones d'envoi, des messages courts et adéquatement formulés seront préparés par la « Cellule de Communication » du Ministère de l'environnement et la DGDD.

2.2 **Cible 2 : Le secteur de la presse et des médias**

La presse et le secteur des médias peuvent être considérés à la fois comme des cibles directes (comme acteurs sociaux) et indirectes, à savoir des vecteurs chargés d'assurer le passage de l'information (et de son analyse critique) auprès des populations.

Peu de journalistes ou d'hommes/femmes de presse sont spécialisé(e)s dans le domaine de l'environnement et moins encore sur les questions intégrées de Développement Durable.

Le rôle du Ministère de l'environnement et de la direction générale développement durable (DGDD) est donc de fournir aux journalistes les dossiers techniques nécessaires, spécialisés et de référence pour leur permettre d'une part de constituer des dossiers personnels solides dans ce domaine complexe et de d'autre part de faciliter la transmission et la vulgarisation de ces thèmes en direction des populations et des cibles plus spécialisées (professionnels, parlementaires, opérateurs techniques, etc.).

Un partenariat avec l'IPSI et le CAPJC peut être envisagé.

Note importante : les résultats de l'Analyse des Médias fournissent des éléments clés pour une utilisation judicieuse et pertinente du système médiatique national.

2.2.1 *Résultats attendus*

Le résultat attendu à moyen terme de ce travail d'information et de communication en direction du secteur des médias est principalement un saut qualitatif significatif des capacités de ce secteur en environnement et en DD, avec comme conséquences et avantages une meilleure qualité d'information des populations et la diffusion d'informations techniques ciblées et de référence en direction des secteurs concernés, à travers notamment la presse professionnelle.

S'ajoute à cela une meilleure collaboration et des liens de confiance professionnelle établis et entretenus par le ME avec le secteur des médias.

2.2.2 *Activité 1 : Création et organisation formelle d'un « Club de Presse développement durable ».*

Ce Club de Presse est composé d'environ 15/20 journalistes issus des principaux organes de presse écrite, audiovisuelle et web (secteur public et privé). Ce Club de journalistes (nominativement désigné et accrédité par le Ministère de l'Environnement)

est invité chaque trimestre par le ME et la DGDD à une réunion de travail et d'échanges et reçoit régulièrement par email ou lors de réunions les informations de référence et des dossiers techniques produits par le ME & DGDD sur les thématiques et actions en cours en matière d'environnement et de Développement Durable pour faciliter la rédaction d'articles et d'éditoriaux.

Ces journalistes sont constitués en réseau et intégrés dans une liste de diffusion spécifique des informations du ME & DGDD.

Un des objectifs de ce Club de Presse formellement constitué est de former 'un outil de communication de référence' pour le MEDGDD ; cet outil n'excluant aucunement toute autre forme de contact avec la presse et les médias ; il prend en compte les grands principes de la Liberté de la Presse.

En situation d'urgence ou de crise environnementale cet instrument de Communication sera d'un accès facile et les liens de confiance et d'opérationnalité seront a priori effectifs.

Partenariat et/ou collaboration :

Services de Presse du ME, Cellule de Communication DGDD, Associations & syndicats de journalistes.

2.2.3 *Activité 2 : Organisation trimestrielle d'un Point de Presse.*

Ce Point de Presse organisé et piloté par le MEDGDD sera mené conjointement par les quatre grands secteurs directement concernés par les approches Développement Durable.

L'objectif de ces rencontres est aussi de présenter à la Presse (et donc aux populations) une image coordonnée des différents opérateurs travaillant sur des thématiques communes.

Un dossier de presse relatif au thème sera préparé pour chaque rencontre.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Organisé avec le service de presse du Ministère il peut être planifié l'organisation annuelle d'une conférence de presse afin d'intégrer progressivement la thématique du développement durable dans l'actualité médiatique et dans le planning journalistique du gouvernement.

2.2.4 *Activité 3 : Production d'articles de Presse sur des thématiques spécifiques au développement durable*

La Cellule de Communication du MEDGDD fournira à des journalistes spécialisés (ou à travers le Club de Presse) la matière première (dossiers techniques) pour produire mensuellement des articles ou informations substantielles (hors Communiqués de Presse habituels).

Trois dossiers techniques devront être produits mensuellement par les services du Ministère de l'environnement ou de la DGDD à destination des journalistes. Des collaborations thématiques pourront être demandées aux OST.

Partenariat et/ou collaboration :

Services de Presse du ME, Cellule de Communication, DGDD, et autres.

2.2.5 *Activité 4 : Création et attribution de Prix pour les meilleurs reportages⁶ sur l'environnement et sur le Développement Durable en Tunisie. (audio/scripto/visuel ou web documentaire).*

Ces Prix attribués annuellement par le ME et la DGDD pourraient être parrainés par le secteur privé avec le soutien de la DUE en Tunisie et d'autres bailleurs et partenaires participants à l'initiative Développement Durable en Tunisie.

Partenariat et/ou collaboration : ME & DGDD, UE, FAO, coopérations bilatérales, partenaires privés.

2.2.6 *Activité 5 : Ouverture sur le site du Ministère de l'Environnement d'une « boîte à outils » thématique destinée aux journalistes dans un premier temps et ouverte au grand public par la suite.*

Cette boîte contiendra un ensemble de dossiers et d'informations de référence mais permettra également de « faire passer » les messages d'alerte et ou d'actualité immédiate.

Une boîte spécialisée (avec accès restreint) pourra être envisagée pour les membres du Club de Presse et/ou pour les OST.

Partenariat et/ou collaboration : Services de Presse du ME, Cellule de Communication DGDD, Service informatique ME.

2.3 **Cible 3 : Le secteur éducatif et pédagogique, formel, informel et parastatal**

La sensibilisation et l'éducation de base des enfants et de la jeunesse aux concepts de base du Développement Durable constituent un investissement « éducatif » à terme, à la fois pour les enseignants, les formateurs-animateurs et pour la jeunesse. De nombreux supports ont déjà été produits ; il est suggéré d'en faire l'inventaire critique et, si pertinent, de les valoriser voire de les rééditer.

2.3.1 *Résultats attendus*

Les activités d'éducation environnementale sont renforcées et intègrent les éléments de base (didactiquement et pédagogiquement adaptés) du DD.

⁶ Reportage ou produit journaliste

Les enseignants, animateurs, formateurs disposent de meilleurs outils pédagogiques et méthodologiques et d'informations de référence.

2.3.2 *Activité 1 : Production d'un manuel didactique sur le Développement Durable*

En collaboration avec les partenaires ANPE et secteur éducatif et sur la base des initiatives déjà prises de concevoir (ou d'améliorer la conception), valider et publier un manuel didactique (bilingue) présentant les éléments de base du DD et de son approche globale (sur base des quatre grands secteurs impliqués) ; ce manuel est destiné aux élèves (8-12 ans).

Ce manuel est accompagné par un « guide méthodologique » destiné aux enseignants. Ce guide propose un parcours pédagogique qui croise les différentes régions du pays (état des lieux et besoins), les (4) grands secteurs impliqués et des options de solutions, mises en œuvre et bonnes idées dans l'esprit du Développement Durable et de l'évolution du pays.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

L'ANPE et le GIZ, en partenariat avec le Ministère de l'éducation nationale, ont créé des mallettes pédagogiques destinées aux écoliers et aux enseignants afin de faire découvrir et de sensibiliser sur l'environnement. Ces mallettes ont été distribuées à des enseignants dans les écoles de différents gouvernorats.

2.3.3 *Activité 2 : Formation d'enseignants/animateurs pilotes de la formation professionnelle*

Formation d'une cohorte de **150 enseignants pilotes** issus **des écoles et institutions de formation professionnelle des grands secteurs concernés** ; l'objectif étant de créer au sein de la formation professionnelle un socle de qualifications et compétences communes, considérant la nécessité d'une approche globale des problèmes. L'accent sera mis sur la formation de groupes « mixtes » regroupant les disciplines différentes.

La formation sera assurée par des cadres du Ministère de l'Environnement, de la Direction Générale Développement Durable et/ou par des spécialistes issus des secteurs professionnels concernés et des OST.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

L'ANPE et le GIZ, en partenariat avec le Ministère de l'éducation nationale, ont organisé des sessions de formation à l'environnement pour des enseignants de différentes écoles dans différents gouvernorats. Les enseignants, une fois formés, ont approfondi leurs connaissances en matière d'environnement et sont devenus des « relais » pour la sensibilisation et la protection de l'environnement.

2.3.4 *Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'une série de films documentaires*

Conception, réalisation et diffusion d'une série de trois films vidéo documentaires (format 26 min). Le principe de cette série (à contenus cumulatifs, sous forme de reportages/documentaires). Le principe informatif et pédagogique de cette série est de dérouler l'histoire des concepts et de la mise en œuvre des principes de Développement Durable et d'arriver (très) rapidement aux problématiques tunisiennes en la matière et aux éléments de solutions proposés.

L'approche de cette série est « une pédagogie de l'histoire des concepts et des bonnes pratiques » présentant les avantages et les éléments opérationnels pour le pays.

Cette série est destinée à la fois au grand public (diffusion sur les antennes nationales et régionales) et sera éditée sous forme de CD-Rom utilisés notamment lors des sessions de formation des enseignants et dans les écoles.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

L'ONAS a réalisé une série de Cd-rom de qualité démontrant et exposant des exemples et des situations réussies en matière d'environnement et de développement durable. Ces supports de communication présentent les actions et les spécificités de l'ONAS.

Pour la réalisation de ces films documentaires, le ministère de l'environnement peut faire appel à une agence de communication ou demander conseil à l'IPSI qui pourrait devenir une Etude de Cas pour ses étudiants et enseignants professionnels.

2.4 **Cible 4 : Les acteurs étatiques (cadres et agents ME et OST, et Ministères concernés)**

La mise en œuvre des politiques de Développement Durable requiert en Communication des capacités nouvelles ou à renforcer. Ces capacités sont de deux types :

- d'une part de **meilleures capacités de communication en interne et avec les partenaires de proximité opérationnelle** (OST et ministères partenaires),
- d'autre part **l'amélioration des capacités de communication externe et de promotion/visibilité des activités pour l'ensemble des agents**. Ces activités sont en effet relativement nouvelles, innovantes, elles utilisent un vocabulaire et des approches peu connues et requièrent donc un effort de communication externe pour en faciliter la compréhension et améliorer la visibilité des actions du gouvernement dans ces domaines.

Il s'agit en outre, pour tous les agents, de bien maîtriser les concepts de base du DD, pour participer de manière congruente et exemplaire au processus de communication et d'information. En ce sens, cette étape préliminaire est nécessaire, à savoir la création d'un socle de qualifications et compétences communes accompagné d'éléments de langages cohérents pour s'adresser aux populations, aux décideurs...et au pays.

2.4.1 Résultats attendus

Après l'organisation des différentes activités proposées ci-dessous, il est attendu que les concepts de base du développement durable ont été compris et assimilés. De plus, il est attendu qu'une réflexion soit engagée sur les modalités, les procédures et les outils administratifs de mise en œuvre et de travail en commun, particulièrement la Cellule de Communication ME/DGDD chargée du pilotage.

Ainsi, à l'issue de différentes activités, il est attendu également que l'encadrement du Ministère de l'Environnement et des autres secteurs institutionnels tunisiens soient sensibilisés aux problématiques concrètes du Développement Durable et aux techniques de communication interne, externe et de crise.

2.4.2 Activité 1 : Formation aux concepts-clés du Développement Durable

Préalable : le renforcement de la formation de base aux concepts du Développement Durable.

Base et présupposés : La formation aux concepts-clés du développement durable, à leur mise en œuvre et à l'intégration aux politiques de développement ; la coordination, le travail en commun, le développement de synergie aux niveaux central (Les cadres MEDGDD, des Ministères et OST) et régional (CRDA, autres).

Trois journées de formation seront organisées à cet effet (un central et 2 régionaux).

Action/Partenariat/Collaboration : experts et formateurs spécialisés en DD. Action portée par ME et CITET.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Le Ministère de l'Environnement et le CITET, en partenariat avec le ministère de l'industrie et le GIZ, en partenariat avec le Ministère de l'Education Nationale, ont organisé des sessions de formation à l'environnement pour des enseignants de différentes écoles dans différents gouvernorats. Les enseignants, une fois formés, ont approfondi leurs connaissances en environnement et sont devenus des « relais » pour la sensibilisation et la protection de l'environnement.

2.4.3 Activité 2 : Organisation de journées de formation en Communication externe des cadres des ministères sectoriels concernés

Organisation de journées de formation en Communication externe des cadres ME & DGDD, des OST et ministères partenaires.

Contenus de la formation :

- (a) Thématiques générales de formation
- Ecriture de textes courts (de type communiqués de presse)
 - Exercices de synthèse et de présentation en public restreint
 - Utilisation des logiciels de présentation standard (de type PowerPoint)

- Exercices de Revue de Presse
- Analyse qualitative et critique de documents de promotion, spots télévisés, articles de presse, affiches et campagnes de communication
- Exercices de dialogue avec des journalistes
- Conduite de réunions avec personnalités extérieures
- Développement et analyse critique du site web, recommandations, etc.

(b) Thématiques Communication spécialisées pour les cadres de haut niveau habilités au contact direct avec la Presse audiovisuelle

Media training : formation intensive en pratique des media pour 5-8 cadres de haut niveau (interview radio télévisée en direct, plateau de télévision, gestion des temps de parole, contacts directs avec la presse internationale, etc.)

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Le Ministère de l'Environnement a fait appel à une agence et à des experts médiatiques pour organiser une formation de média training. Cette formation a apporté une meilleure connaissance de techniques médiatiques et une plus grande maîtrise des techniques d'interview télévisuelle.

Il est envisageable de structurer un partenariat avec l'IPSI, des journalistes professionnels, des experts spécialistes en communication et/ou une agence de communication afin d'organiser des sessions de formation à la communication et/ou du média-training.

2.4.4 *Activité 3 : Organisation de session de formation en communication interne des cadres de la fonction publique tunisienne (Ministère sectoriels – 3 piliers)*

Organisation de session de formation en Communication interne des cadres du Ministère de l'environnement, de ses OST et de la Direction Générale Développement Durable, et ministères partenaires.

Thématiques de formation en Communication interne

- Conduite de réunion et gestion coopérative des dossiers
- Techniques de négociation et de prise de décision en interne
- Utilisation de l'Intranet (interne et avec les OST)
- Développement d'outils de communication et d'information interne (tableaux d'affichages, gestion du calendrier des réunions et activités, etc.)
- Utilisation des outils informatiques de gestion coopérative (Outlook, base de données et archives, etc.)

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Il est envisageable de structurer un partenariat avec l'IPSI, des journalistes professionnels, des experts spécialistes en communication et/ou une agence de

communication afin d'organiser des sessions de formation à la communication interne pour les cadres et/ou du média-training.

2.4.5 *Activité 4⁷ : Organisation d'une session de formation sur la Communication de crise pour les cadres du MEDGDD et partenaires*

Organisation d'une session de formation sur la Communication de crise pour les ME & DGDD, des OST et ministères partenaires.

Thèmes :

- Grands principes de la Communication de crise environnementale.
- Prévention de la crise & routine : préparation Communication- messages- chaîne de diffusion, habilitation à communiquer, préparation des messages, transparence, etc.
- Communication & gestion de crise : relations avec la Presse, suivi stratégique et en temps réel (qui dit quoi, etc.), communication avec les populations (niveau national & local) ; la communication avec les pays limitrophes et avec la presse internationale.
- Communication de sortie de crise.

A noter que cette thématique n'est à ce jour pas considérée comme prioritaire et sera traitée ultérieurement.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Il est envisageable de structurer un partenariat avec l'IPSI, des journalistes professionnels, des experts internationaux spécialistes en communication et/ou une agence de communication afin d'organiser des sessions de formation à la communication de crise pour les hauts cadres des institutions concernées.

2.5 **Cible 5 : Les parlementaires et les élus locaux**

Note importante : Le PEE a prévu une mission de diagnostic et d'appui pour la sensibilisation en Développement Durable des élus locaux et parlementaires. Il est vivement recommandé que les activités sous le résultat 2.4, soient être mises en relation et en cohérence, à la nuance que celles-ci devraient être reprogrammées en fonction de l'agenda électoral.

Les Elus locaux et les Parlementaires sont des acteurs clés pour impulser les politiques et les orientations de développement du pays. A ce titre, cette « cible » de communication est déterminante. Les élus locaux et parlementaires doivent être pleinement sensibilisés et documentés sur les concepts du Développement Durable et être en mesure d'argumenter et de susciter la collaboration et la coordination (au sein des instances, commissions, etc.) entre les

⁷ Cette activité est aujourd'hui considérée comme non prioritaire ; elle sera post posée au-delà de 2016 dans le Plan de Communication.

différents secteurs d'activités, les régions, etc. et fédérer les préoccupations (et les solutions) dans l'esprit et les principes du Développement Durable du pays.

2.5.1 *Résultats attendus*

A l'issue de ces actions de communication, les parlementaires et les élus locaux ont reçu des informations de référence sur les concepts clés de Développement Durable et sont sensibilisés sur l'approche globale et intégrée découlant des grands principes du Développement Durable. Le travail d'intégration est initié au niveau des Commissions parlementaires et des groupes de travail dans les Assemblées.

Ainsi, les parlementaires disposent régulièrement d'informations de qualité sur la politique en matière de développement durable et d'outils de promotion et de visibilité de cette approche de développement et des partenaires associés à cette dernière.

2.5.2 *Activité 1 : Organiser un séminaire/atelier d'information et de communication sur les grands principes du Développement Durable.*

Ce séminaire de haut niveau sera bien documenté et présentera des exemples de bonnes pratiques (en Tunisie ou ailleurs) de Développement Durable.

Il est important que les élus locaux et les parlementaires puissent travailler et échanger en groupes multidisciplinaires.

Les thèmes de travail seront transversaux, par ex : agriculture/tourisme, industrie/environnement. Des thèmes tels que la Communication de crise pourront également être abordés.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Il peut être envisagé d'organiser des séminaires et/ou des ateliers d'information afin de sensibiliser les parlementaires et les élus locaux sur l'importance du développement durable. Lors de ses séminaires et/ou ateliers, les intervenants pourraient être des experts, des personnalités nationales et/ou internationales reconnues et légitimes (Universitaires, membres d'ONG internationales,...) par leurs savoirs ou leurs actions en matière de Développement Durable.

2.5.3 *Activité 2 : Conception et réalisation d'une brochure de présentation de la politique de Développement Durable en Tunisie*

Cette brochure (Mots clés-10 pages-illustrée-de prestige) est considérée comme une « carte de visite » et un support de promotion pour les élus locaux et parlementaires lors des contacts internationaux.

Il est proposé la conception d'une brochure (en 3 langues : arabe, française et anglaise) présentant les grandes lignes et les principes généraux de la politique de Développement Durable de la Tunisie. Cette brochure contiendra les principaux liens avec les institutions et opérateurs gouvernementaux travaillant dans cet esprit.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Pour appuyer la participation à des séminaires, ateliers et conférences, il s'avère important de produire une brochure présentant les lignes stratégiques pour le développement durable utilisée des parlementaires et des élus locaux. Ce document de qualité aura comme objectif d'augmenter la visibilité du Ministère de l'environnement auprès de ces cibles institutionnelles importantes. Cette brochure sera réalisée en collaboration avec une agence de communication et/ou un journaliste rédacteur/concepteur tout en appliquant « la méthode AIDA ».

2.5.4 *Activité 3 : Conception et réalisation d'une "newsletter" électronique sur l'actualité du Développement Durable en Tunisie*

Nous préconisons la conception et la réalisation d'une lettre d'information en ligne (en 3 langues : arabe, française et anglais). Cette « newsletter » présentera l'actualité liée à la politique de Développement Durable de la Tunisie et sera transmise régulièrement (au moins 4 à 6 fois par an) à une liste de destinataires issus de la vie parlementaire et sociopolitique du pays.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Le CITET produit et diffuse une lettre d'information en ligne régulière sur ces activités et les thématiques du RSE et l'environnement.

En collaboration avec une agence de communication et/ou le service informatique du Ministère de l'environnement, il est possible de concevoir et de réaliser une « lettre d'information en ligne » à destination des parlementaires, des élus régionaux et locaux dans le but de présenter l'actualité de la politique de développement durable en Tunisie. La régularité de l'envoi de cette lettre d'information en ligne (mensuelle ou trimestrielle) permettra d'augmenter la visibilité des actions du Ministère de l'environnement en matière de développement durable et participer à l'intégration de cette thématique dans le paysage institutionnel tunisien.

2.6 Cible 6 : La société civile et les organisations non gouvernementales

La société civile, et tout particulièrement les organisations non gouvernementales sont les acteurs clés pour soutenir l'implantation du concept de Développement Durable en Tunisie. Ces acteurs sont des « cibles » de communication, mais doivent aussi être les « relais » de la Stratégie nationale de Communication en matière de Développement Durable par leurs actions et leur proximité avec les populations tunisiennes. De ce fait, la société civile et les ONG environnementales tunisiennes s'avèrent être des « cibles » déterminantes qui permettront de véhiculer les concepts du développement durable et d'initier un changement de comportement des tunisiens vis-à-vis de leur environnement, tout en intégrant quelques principes de base du développement durable dans leur vie quotidienne.

Les ONG peuvent contribuer significativement à la promotion et au développement du développement durable en Tunisie. Grâce aux liens qu'elles entretiennent au niveau local,

régional, national et international, les ONG peuvent apporter des connaissances utiles à la définition des politiques tunisiennes et servir de relais et de points d'appui locaux.

De nombreuses ONG sont capables d'atteindre les groupes de population les plus pauvres et les plus désavantagés et de permettre à ceux qui ne font pas suffisamment entendre leur voix par les canaux habituels d'être entendus. De ce fait, elles contribuent aussi à promouvoir l'intégration du développement durable d'une manière pratique en partant de la base. Leur rôle dans la mise en œuvre des actions environnementales et de développement durable peuvent grandement aider à faire accepter le développement durable auprès des populations tunisiennes.

Ainsi, les ONG en tant que relais des actions de communication seront très utiles au Ministère de l'Environnement et ses OST comme relais complémentaires pour assurer une diffusion très large des bonnes pratiques de Développement Durable auprès du grand public et à la base.

Note importante : Le PEE a prévu une mission d'évaluation et d'appui au niveau des ONGs. Il est vivement recommandé que les activités prévues dans cette étude soient mises en relation et en cohérence.

2.6.1 *Objets spécifiques*

La Communication environnementale, la structuration et la fidélisation des ONG en tant que « relais » des stratégies développées par le Ministère de l'Environnement et la Direction Générale Développement Durable.

2.6.2 *Résultats attendus*

Les populations, à la base, ont été mieux sensibilisées aux questions environnementales. De bonnes pratiques ont été vulgarisées et des prémices de changement de comportement sont perceptibles.

2.6.3 *Activité 1 : Création d'un « Prix Environnement et Développement Durable » pour les organisations non gouvernementales tunisiennes*

La création de ce « Prix Environnement et Développement Durable » pour les organisations non gouvernementales tunisiennes aurait l'avantage de récompenser et de soutenir les ONG⁸ œuvrant de manière efficace et innovante sur cette thématique en Tunisie.

Ce prix valorisera et récompensera une/des activités ou une approche de Communication créative(s), innovatrice(s), destinée(s) à promouvoir un ou des concepts/applications de préservation/conservation de l'environnement, intégrant les aspects sociaux, environnementaux et économiques.

⁸ Les critères d'éligibilité des associations et des ONGs seront établis suite aux résultats de l'Etude 'Evaluation des ONGs' en cours.

En plus de la promotion des supports prévus par la dite activité, l'ONG bénéficiera d'un espace média afin de donner une valeur ajoutée à cette activité. (Pages dans la presse, reportage(s) télévisé(s), liens privilégiés sur les sites ME, etc.)

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Envisager un partenariat avec le milieu universitaire et des réseaux d'ONG environnementales. Pour le ME, le bénéfice secondaire de la création de ce prix serait d'aider à la structuration du milieu des ONG tunisiens tout en renforçant sa connaissance de ce milieu et l'identification des acteurs majeurs des ONG, tout en valorisant le Ministère vis-à-vis de la société civile et des médias.

2.6.4 *Activité 2 : formation à la Communication des ONGs à vocation environnementale*

Organiser deux sessions de formation (2 x 5 jours) en Communication pour les ONGs travaillant directement ou indirectement dans le secteur environnemental. Par 'indirectement' il faut entendre des ONGs travaillant par exemple dans le secteur agricole (appui par ex. aux associations de femmes rurales, aviculture, palourdes, etc.) ou encore dans le domaine de l'artisanat (tissage, etc.).

L'objet (contenu) de ces ateliers de formation en Communication pour les ONGs sera, selon une méthodologie active et concrète, la production de supports de Communication et de valorisation des activités intégrant les différentes composantes de l'approche Développement Durable.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

L'ANPE organise des formations pour les associations et les ONG environnementales tunisiennes afin de sensibiliser et développer les connaissances sur le développement durable en Tunisie. Ces activités doivent être poursuivies afin de soutenir les associations et encourager les acteurs de la société civile d'œuvrer pour l'environnement et le développement durable en Tunisie.

2.7 Cible 7 : Le secteur privé (les cadres des entreprises et du tourisme)

La dernière cible de communication est le secteur privé dont essentiellement les cadres des entreprises privées et du secteur du tourisme.

A noter que de nombreuses entreprises ont déjà initiés avec succès des activités de qualité de promotion des principes de Développement Durable et que ces bonnes pratiques pourront être partagées et démultipliées, si pertinentes.

Il s'agit de concevoir et de réaliser des actions de communication à l'attention des entreprises privée et de celles du tourisme afin que ces dernières intègrent le développement durable dans leurs propres activités professionnelles.

Note importante : Le PEE a prévu une mission d'appui aux entreprises en matière de mise à niveau environnemental. Il est vivement recommandé que les activités de communication puissent être mises en relation et cohérence.

2.7.1 Résultats attendus

Par la production de matériels de communication sur le Développement Durable, il est attendu une meilleure prise de conscience des acteurs économiques et du tourisme tunisiens de l'importance des pratiques de développement durable pour préserver et développer leurs activités et y apporter une valeur ajoutée.

Les entreprises auto financent leurs propres activités de sensibilisation et de communication, comme outil de promotion et comme valeur ajoutée.

2.7.2 Activité 1 : Organisation de sessions de formation à la communication et au développement durable

Organisation de deux sessions de formation à la communication et au développement durable (a) pour les entreprises et (b) pour les opérateurs touristiques ; l'objectif étant de fournir aux entreprises les méthodes et techniques de Communication (y compris de coaching) pour valoriser les approches et les réalisations en matière de développement durable intégrant les trois concepts de base. Initiation aux techniques de « Marketing Vert » (Bénéfices de différenciation et position sur le marché, bénéfices économiques et financiers, nouveaux marchés, bénéfices sociaux et politiques, rapports avec les consommateurs-« Organic Market »).

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Dans différentes régions et dans le cadre du programme national de mise à niveau à l'attention des PME, le ministère de l'industrie et l'API ont organisé des formations et des séances de coaching payantes pour les entreprises.

Le CITET organise aussi des sessions de formations à l'attention des entreprises auxquelles il serait souhaitable d'introduire des enseignements à la communication environnementale qui pourraient être assurés par des enseignants du Master « Communication environnementale » de l'IPSI de Tunis.

2.7.3 *Activité 2 : Réalisation de reportages vidéo*

Réalisation et mise à disposition des organisations patronales et acteurs privés de 6 reportages vidéo démontrant et exposant des exemples et des situations de DD réussies en entreprises. L'objectif étant le repérage, la diffusion et l'exemplarité des bonnes pratiques dans les secteurs concernés.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Par le passé, l'ONAS a réalisé un Cd-rom de qualité démontrant et exposant des exemples et des situations réussies en matière de traitement des eaux usées. Ce support de communication présente l'action et les bonnes pratiques pour le traitement des eaux usées et leur utilisation pour soutenir le développement.

Pour la réalisation de ces reportages vidéo, le Ministère de l'Environnement peut faire appel à une agence de communication ou demander conseil à l'IPSI pour utiliser cette possibilité comme un cas pratique pour ses étudiants et enseignants professionnels.

2.7.4 *Activité 3 : Production de matériels de communication avec forte valeur ajoutée positive.*

Pour cette activité de production de matériels de communication pour les agences de voyages, de transporteurs touristiques et de Tunisair, il est préconisé d'insérer des bonnes pratiques et incitations sur les sites Internet des agences de voyage et d'hôtels, ainsi que des guides de diffusion.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

En partenariat avec le groupe de grande distribution « Monoprix », la GIZ a produit des affiches, du matériel et des supports de communication environnementale afin de sensibiliser les clients de cette entreprise sur l'importance de la protection de l'environnement. Ils ont produit des sacs recyclables et des affiches disposés dans de nombreux magasins du groupe.

2.7.5 *Activité 4 : Création d'un « Prix Environnement et Développement Durable » pour valoriser les entreprises vertueuses.*

Comme pour les autres recommandations pour la création de « Prix Environnement et développement Durable », il s'agit de récompenser et de valoriser les entreprises privées vertueuses en matière d'environnement et de développement durable tout en faisant la promotion de cette thématique au sein du monde des entrepreneurs.

Pour l'établissement de ce « prix », le Ministère de l'environnement établira un cahier des charges auquel doivent répondre les entreprises « vertueuses » susceptibles d'être récompensée par ce prix. Ainsi, il pourrait être organisé annuellement un événement public, en partenariat avec les syndicats patronaux tunisiens, ouvert aux journalistes pour valoriser les pratiques positives en matière de protection de l'environnement et de développement durable.

La création de ce prix conduira à la création d'une relation « gagnante-gagnante » entre le Ministère de l'Environnement, les entreprises privées et les syndicats patronaux tunisiens en valorisant les entreprises « vertueuses », le secteur privé et le Ministère de l'environnement au bénéfice d'une plus grande promotion du Développement Durable en Tunisie.

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

En partenariat avec une ou les Unions et confédérations patronales, ou bien seul, le ministère de l'environnement pourrait organiser annuellement un événement public pour la remise du « Prix Environnement et Développement Durable » aux entreprises privées « vertueuses » en matière d'environnement et de développement durable. La presse et les médias seront invités à assister à cette remise de prix.

A noter que cet événement public peut rassembler l'ensemble des lauréats des « Prix Environnement et Développement Durable » pour le secteur privé, le secteur de la presse et des médias, la société civile et les ONG.

Ainsi, cet événement annuel pourrait se réaliser lors d'une journée nationale ou internationale spécifique à l'environnement et au développement durable (journée de l'eau, journée de l'environnement, journée de la biodiversité,...). Dans cette circonstance, cet événement public pourrait devenir un « incontournable » en matière d'environnement et de développement durable en Tunisie.

3 Production de matériels de communication en matière de développement durable

La promotion des concepts du développement durable en Tunisie nécessite la production de différents types de matériels de communication afin de développer la connaissance et l'intégration desdits concepts de développement durable par l'ensemble des cibles déterminées pour la stratégie nationale de communication.

Ainsi, il est nécessaire de prévoir la conception et la réalisation de manuels, insertions sur sites web, diffusion des bonnes pratiques et incitations au changement de comportements.

3.1 Objectif général

Les activités spécifiques de communication des organismes sous tutelle du Ministère de l'environnement en Communication sont riches et très diversifiées. Ces activités et ces supports produits permettent ou ont facilité la diffusion avec succès d'information et des thématiques Développement Durable auprès de divers publics cibles, en répondant souvent à des besoins immédiats ou à des sollicitations pressantes circonstancielles.

Il s'agit de soutenir, de consolider (qualitativement et quantitativement) cet ensemble et de créer quelques supports de référence pour soutenir le travail du Ministère de l'environnement, de la Direction Générale Développement Durable et de la « Cellule Communication » créée avec tous les « communicants » des organismes sous tutelle.

3.2 Objectifs spécifiques⁹

- **Produire et diffuser une information de référence et appropriée sur les concepts de développement durable ;**
- **Susciter l'intérêt des différents acteurs directs et indirects par l'innovation et par la créativité ;**
- **Soutenir et consolider les activités de communication existantes et prévues cible par cible dans le plan.**

3.3 Cibles directes et indirectes / Approche par cible

La conception et la production des différents matériels et de supports de communication sur le développement durable, selon une approche AIDA (Attraction, Intérêt, Désir, Action) restent basées (comme précédemment évoqué) sur une identification des cibles à atteindre.

- **Le grand public (les populations, les citoyens et les consommateurs) ;**
- **Le secteur éducatif formel et informel ;**
- **Les Universités et institutions de formation ;**
- **Le secteur de la presse et des médias ;**
- **Les associations professionnelles et patronales ;**
- **La société civile et les organisations non gouvernementales (ONG).**

3.4 Résultats attendus

A l'issue de la conception et la production de matériels de communication en matière de développement durable, il est attendu :

- **Les cibles des actions de communication (le grand public, les journalistes, les enseignants, les cadres de la fonction publique tunisienne, les parlementaires, les ONG et les entreprises privées) disposent facilement d'informations documentaires intéressantes, bien vulgarisées et de liens utiles ;**
- **Une disponibilité d'informations de référence sur les sites Web des ministères et opérateurs (liens, toolbox, articles, dépliants, dossiers de presse, bonnes pratiques diffusées, etc.) ;**
- **Un référencement efficace sur le web à partir de mots clés et un bon repérage permettant une navigation sur les sites Internet institutionnels vers les sites et thématiques de promotion du Développement Durable.**

⁹ Tous les supports et les publications financés dans le cadre de ce plan doivent être soumis aux Règles de Visibilité et de Communication de l'Union européenne

3.5 Activités

1. Réalisation en interne d'un **inventaire** et d'une **revue documentaire exhaustive** des supports et matériels de communication, de sensibilisation et d'information existants, produits par le ME/DGDD, les OST, les associations et le secteur scolaire formel, durant les cinq années dans le but de :

S'assurer de la pertinence et de la qualité scientifique de ces supports et de leur focalisation thématique. **Sur cette base :**

2. **conception et production de matériels de communication** (manuels, insertions sur sites web, diffusion des bonnes pratiques et incitations,...) ayant une forte valeur ajoutée positive (haut degré d'intérêt et de lisibilité), basée sur des thématiques fortes et des exposés de bonnes pratiques dans le but d'induire le changement de comportement desdites cibles.

De plus, considérant l'existant et suite à l'évaluation des documents/supports existants il est recommandé de :

- **Produire un manuel de développement durable** (concepts généraux) version bilingue, disponible dans toutes les administrations et lieux d'information publique ;
- **Produire des fiches techniques sur le développement durable** (25 fiches techniques) ;
- **Réaliser des insertions d'informations, revues de presse et documents dans les sites web des OST et ministères pour utilisation par acteurs professionnels et presse ;**
- **Diffuser les bonnes pratiques** (exemples, supports) ;
- **Produire des supports de visibilité des activités de la Direction Générale Développement Durable du Ministère de l'environnement et du projet d'appui** (CD-Rom, roll up, etc.).

Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :

Il existe différentes publications institutionnelles et différents supports de communication créés par le Ministère de l'environnement et ses OST. Malheureusement, ces documents sont majoritairement dans la visibilité institutionnelle, donc, n'ayant pas directement un objectif direct de changement de comportement afin d'adopter une « démarche durable ».

Néanmoins, il est important de saluer la qualité de certains matériels pédagogiques pour le public scolaire produit par la GIZ et l'ANPE tels que « la mallette pédagogique ». De plus, il est aussi important de mettre en avant les formations réalisées avec l'ANPE. Par le passé, l'ONAS a également réalisé des Cd-rom de qualité sur « les eaux usées traitées » qui répondent à un objectif de visibilité du champ d'action de cet OST.

Enfin, Il est important de mettre en avant la qualité de certains sites internet du Ministère et des OST, ainsi, que la qualité technique de l'intranet et du forum participatif créé par la direction des services informatiques (DSI) du Ministère de l'environnement.

Chapitre 4 - Coordination et évaluation : organisation et mesures d'accompagnement

1 Lignes directrices et mesures d'accompagnement pour le pilotage et la coordination de la mise en œuvre du plan de communication.

Note relative au chronogramme de travail. Bien que la SNDD soit aujourd'hui prévue sur quatre années (2012 à 2016), le chronogramme de ce Plan de Travail en Communication porte sur 24 mois.

Les objectifs de cette Stratégie de Communication viennent en appui aux objectifs de la SNDD ; celle-ci, actuellement provisoire, doit encore être révisée et validée par le gouvernement. Cependant, dans une perspective à moyen terme, les besoins fondamentaux en Communication de la SNDD sont couverts par la Stratégie de Communication et par les activités proposées dans le Plan. Celles-ci requièrent par ailleurs pour leur mise en œuvre des avancées structurelles au plan institutionnel et de nouvelles modalités de travail en commun entre les ministères et organismes concernés.

Le chantier d'une Communication pour une politique nationale globale le Développement Durable est considérable. Les mesures d'accompagnement intégrées dans le Plan de travail visent à initier ou à renforcer le travail de base dans ce domaine.

Une perspective de travail basée sur deux ans est donc beaucoup plus réaliste, compte tenu par ailleurs de (a) la relecture de la SNDD, (b) l'évolution probable des concepts de DD, (c) l'évolution socioéconomique et institutionnelle de la Tunisie et (d) de l'évolution des usages et des techniques de Communication.

Une des conditions de la bonne mise en œuvre du Plan de Communication est la qualité de son pilotage et de sa coordination.

Il est proposé que le pilotage et le suivi de la mise en œuvre du Plan de Communication soit effectué de la manière suivante :

- La Cellule de Communication du ME sera responsable exécutive des activités du Plan de Communication.
- La Cellule de Communication fonctionnera comme suit, en deux temps, au cours de la durée d'exécution du Plan prévue sur deux années :

1.1 Temps 1 : Création d'un Comité de Pilotage « Communication pour le Développement Durable » Comité ad hoc pour un pilotage centralisé

Ce Temps 1 est une étape importante pour la structuration et la coordination de l'ensemble.

(a) Rôles et fonctions

Ce Comité de Pilotage sera composé du ME, de la DGDD, des ministères concernés (en référence aux trois piliers (principes du Développement Durable) et des OST.

Les membres seront désignés par les autorités ministérielles et OST de tutelle.

Ce Comité de Pilotage aura pour tâche d'organiser et d'assurer le suivi des activités de communication, de mutualiser les ressources financières dans la mesure du possible, en collaboration avec les OST et d'assurer le monitoring et le suivi des activités.

Ce Comité de Pilotage prendra également toutes les initiatives utiles au bon déroulement du programme.

Afin d'assurer ces rôles et fonctions les membres de ce Comité de Pilotage (auxquels pourront si nécessaire être adjoints d'autres cadres directement concernés) bénéficieront de session de formation en Communication en Développement Durable pour le renforcement de leurs capacités.

(b) Formation en Communication des membres du Comité ad hoc Communication

Les sessions de formation proposées concerneront :

- Approfondissement des concepts et modalités de mise en œuvre des principes de Développement Durable (1semaine)
- Formation en Communication : définitions, approches stratégiques, notions de cibles, formulation des messages, lecture critique des supports et campagne, les outils classiques et modernes TC, etc. (1 semaine)
- Une formation en Communication interne pour favoriser le travail co-opératif et faciliter les flux d'information et les actions communes (1 semaine de production de projets en commun)

Objectif de ces sessions de formation :

- créer par la formation un socle commun de connaissances, un think tank Communication et des éléments de langages communs ;
- mettre en cohérence des activités et thématiques ;
- outiller pour le pilotage, pour la coordination et le suivi ;
- faciliter le réseautage, le 'team spirit', le travail coopératif et la mise en synergie entre les ministères et opérateurs ;
- développer des capacités pour préparer **le Temps 2**.

1.2 Temps 2: Pilotage « décentralisé »

A l'issue du Temps 1, la Cellule de Communication du MEDGDD poursuit et assure le plein pilotage des activités de Communication.

Sur base de l'expérience du Temps 1 et avec la formation reçue les membres du Comité ad hoc assureront dans leur institution et ministère respectif le rôle d'animateur/point focal Communication.

Ces Points Focaux Communication ont en charge le développement et la coordination des activités Communication Développement Durable dans leur propre structure et participent au monitoring et aux étapes d'évaluation du Plan de Communication.

En fin du Temps 2 (sortie de projet d'appui) l'ensemble des Points Focaux bénéficieront d'une session de recyclage en Communication, sur base du travail effectué dans leur structure et des résultats de l'évaluation du Plan de Communication global (SNCDD).

2 Evaluation des activités et évaluation des impacts

La stratégie nationale de communication en matière de développement durable et le plan de communication décrits dans le présent document ne seront pleinement utiles que si la pertinence et l'efficacité des actions de communication font l'objet d'une évaluation régulière et permanente.

Cette évaluation régulière permettra également de créer une base solide pour décider de la manière dont la stratégie doit être poursuivie au cours des prochaines années. Ainsi, c'est la qualité du suivi et de l'évaluation permettra de tirer les leçons pour conserver, supprimer, modifier ou renforcer le sens et la nature des informations transmises. Il revient au Ministère de l'Environnement et à la Cellule « communication » de développer et d'utiliser des outils adaptés afin de réaliser, au moins annuellement ou semestriellement, un bilan global lorsqu'il est prévu de préparer les actions de communication pour l'année suivante.

Cette évaluation doit également concerner le mode de fonctionnement, la coordination, le travail partenarial et le suivi budgétaire de l'ensemble.

Dans ce but, le Ministère de l'environnement peut définir plusieurs moyens pour évaluer les actions de communication et mesurer l'impact desdites actions. Pour précision, **le niveau d'activité peut se mesurer par des indicateurs simples, objectivement vérifiables** :

- **Le montant et la nature des dépenses en communication ;**
- **Les statistiques d'événements organisés** (nombre de personnes invitées, nombre de personnes présentes, nombre de matériel distribué, etc.) ;
- **Le nombre de documents/supports produits et la planification de l'ensemble.**

Le tableau page suivante reprend l'ensemble de ces paramètres : indicateurs de résultats et estimation budgétaire (hors charges de personnel ME).

L'ensemble de ces éléments constitue un point de départ indispensable, mais reste limité. L'impact des actions de communication doit être aussi mesuré en terme qualitatifs en s'interrogeant sur l'atteinte des objectifs, la perception des activités par les cibles et leurs degrés de satisfaction. Le Ministère de l'Environnement et ses partenaires ne disposent pas d'une grande expérience de l'évaluation qualitative de l'impact des actions de communication, mais ils doivent rester sensibles à l'importance de l'évaluation.

MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE NATIONALE DE COMMUNICATION EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

ACTIVITES	Indicateurs	Estimation budgétaire		Priorités
		IOV	DNT	
Cible 1 : Le grand public (Population, Citoyens et consommateurs)				
Activité 1: Conception, réalisation et diffusion de spots	5 spots réalisés et diffusés 2x / semaine pdt 24 mois	120000	approx 500 diffusions	Priorité 1
Activité 2 : Conception, réalisation et diffusion d'un court métrage (5-6 min)	1 court métrage animation réalisé et diffusé au moins 10x	60000	approx 12 diffusions	
Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'un magazine TV (2 volets de 50min) avec reportages	Réalisation et diffusion sur chaîne nationale.	75000	2 diffusions	Priorité 1
Activité 4 : Production et diffusion d'une série d'affiches (3 posters)	Réalisation et dissémination nationale. 3x500 copies	25000	Financement ME/DGDD	Priorité 1
Activité 5 : Insertions d'informations (+routine sur deux années)	12 insertions dans magazines, dépliants touristiques, Guide de voyage	100000	Financement ME/DGDD	
Activité 6 : Parrainage de spots météo à la TV tunisienne par ME	1 écran de sponsorship par spots météo sur chaînes nationales	50000	Parrainage ME	
Activité 7 : Diffusion de messages d'information et sensibilisation par les réseaux de téléphonie mobile	1 diffusion/mois/par réseau	20000	Co financement possible	
Activité 8 : Création d'un Festival de l'Environnement & DD	Evènement organisé	100000	ME+Sponsoring	Priorité 2
Cible 2 : La Presse et les médias				
Activité 1 : Création et organisation "Club de Presse DD"	15 journalistes constituent le Club de Presse DD et ont été réunis chaque trimestre (8x) par ME/DGDD	30000	Financement ME/DGDD	Priorité 1
Activité 2 : Organisation Point de Presse trimestriel	Un Point de Presse a été organisé chaque trimestre (8x) sur thèmes spécifiques + distribution de dossiers de presse	20000	Financement ME/DGDD	Priorité 1
Activité 3 : Production de dossiers et d'articles de presse sur le développement durable (routine sur deux années)	3 dossiers techniques/mois sont produits par la Cellule de Com du ME pour publication à travers le Club de Presse.	12000	Approx. 35 dossiers/2ans	
Activité 4 : Création et attribution "Prix Meilleur reportage - Environnement et Développement durable" pour les journalistes	Organisation du concours par Cellule de Com ME/DGDD; remise de prix lors d'une Conférence de presse.	30000	Montant des Prix attribués Sponsoring	

ACTIVITES	Indicateurs	Estimation budgétaire		Priorités
Activité 5 : Création "Boîte à outils" pour les journalistes sur le site web du ME ; ouverture au grand public en année 2	Au moins 2 documents publiés /mois +communiqués de presse	10000	par web master du ME	
Cible 3 : Les secteurs éducatif et pédagogique				
Activité 1 : Production Manuel didactique DD et Guide méthodologique	Manuel conçu et validé + guide méthodologique (diffusion 1000 exemplaires) + disponibilité sur le web ME	35000	Consultance nationale ou internationale/ Co financement avec Coop Internationale (GIZ, AFD, autre)	Priorité 1
Activité 2 : Formation d'enseignants pilotes	150 enseignants formés (5jrs de formation)	30000	Co financement par projets	Priorité 1
Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'une série de films documentaires sur le développement durable	3 vidéos documentaires (26min) sur thématiques DD nationales + diffusions (2X) et mise à disposition du secteur scolaire (200 copies)	80000	Co financement par projets et ministères sectoriels	

ACTIVITES	Indicateurs	Estimation budgétaire		Priorités
Cible 4 : Les acteurs étatiques (ME, OST et ministères concernés)				
Activité 1 : Formation au Développement Durable	3 sessions de 3jrs organisés pour 3x50 participants (1central +2 régionaux)	40000	Co financement par projets	Priorité 1
Activité 2 : Organisation de la formation en communication externe et media training	3 sessions de 2jrs organisés pour 3x20 participants (1central +2 régionaux)	30000	Co financement par projets	Priorité
Activité 3 : Organisation de la formation en communication interne et en communication de crise	2 sessions de 1jr organisés pour 3x25 participants (1central +1 régional)	25000	Co financement par projets	Priorité 1
Cible 5 : Les parlementaires et les élus locaux				
Activité 1 : Organisation séminaire et ateliers d'information sur DD	2 sessions de 1jr (niveau central) organisés + documentation.	15000	Financement ME/DGDD	Priorité 1
Activité 2 : conception, réalisation d'une brochure 'Politique de DD en Tunisie'	1 brochure promotionnelle de 10 pages publiée (format A5) 500 copies	15000	Financement ME/DGDD	
Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion "Newsletter" électronique (2 années)	Publication au moins 1x/trimestre en au moins 2 langues et disponibilité sur le web et via e-mailing liste.	12000	Réalisé par Cellule de Com ME/DGDD	
Cible 6 : La société civile et les ONG				
Activité 1 : Création et attribution de "Prix Environnement et Développement durable" pour les ONG	Organisation du concours par Cellule de Com ME/DGDD; remise de prix lors d'un Point de Presse	5000	Montant du Prix attribué; possibilité de sponsoring ou co financement UE, GIZ, AFD ou autre	

ACTIVITES	Indicateurs	Estimation budgétaire		Priorités
Activité 2 : Formation des ONG environnementales à la communication DD	2 sessions de formation organisées (2x5jrs) pour ONG (2x30 participants)	25000	Possibilité de co financement GIZ, AFD, UE	Priorité 1
Cible 7 : Le secteur privé				
Activité 1 : Organisation de la formation au DD	2 sessions de formation organisées (2x2 jrs) pour cadres secteur privé (tourisme, et autres)	15000	Organisation ME/DGDD, financement secteur privé	Priorité 1
Activité 2 : Conception et réalisation de reportages vidéo (5-6min) sur bonnes pratiques DD en entreprise	6 vidéos (5-6min) réalisées et diffusés dans les entreprises par les organisations patronales et syndicales	50000	cofinancement possible (Privé-ME/DGDD)	
Activité 3 : Production de matériels de communication (routine) et échanges de bonnes pratiques	20 insertions dans magazines et sites web des agences de tourisme et hôtellerie ; collecte des bonnes pratiques en entreprise ; diffusion sous forme d'études de cas.	25000	cofinancement possible (Privé-ME/DGDD)	
Activité 4 : Création et attribution "Prix Environnement et Développement durable" pour les entreprises	Organisation du concours par Cellule de Com ME/DGDD; remise de prix lors d'une Conférence de presse.	25000	cofinancement possible ou sponsoring	
Production de matériels de communication en matière de DD				
1.-Réalisation d'un inventaire documentaire des supports DD	Répertoire raisonné et critique des documents existants		Financement ME	Priorité 2
2 - Production Manuel de Développement Durable	1 manuel DD réalisé, 50-75 pages, (1000 ex)	30000	cofinancement possible (GIZ, UE, AFD, autres)	Priorité 1
3 - Production Fiches techniques sur le DD	25 fiches techniques (4pages), (1000 ex)	15000	cofinancement possible	Priorité 1
4 - Insertion d'information dans les supports presse et autres	25 insertions (sites web, presse nationale)	20000	Financement ME/DGDD	
5 - Production de supports de visibilité du ME - DGDD (Routine)	1 dépliant ME/DGDD (2500 ex) 2 langues + 5 éléments de signalétique ME/DGDD + TShirts avec slogan (2500 ex)	15000	Financement ME/DGDD	

Les instruments peuvent se subdiviser en 2 grandes catégories, les instruments généraux pour l'évaluation et les instruments spécifiques.

2.1 Les instruments généraux pour l'évaluation (revues de presse, auditions publiques)

Les instruments généraux d'évaluation sont des outils permettant de visualiser les attitudes et de comportement au sein de la population, avant et après les campagnes d'information et de communication. Ces instruments s'appuient sur des enquêtes d'opinion et de comportements, l'analyse des revues de presse et de médias, y compris les auditions publiques et les discussions dans les enceintes créés à cet effet.

Evaluation et capitalisation. Le Ministère de l'Environnement et la DGDD sont par ailleurs très sensibles à la bonne visibilité institutionnelle, à la bonne image de leurs activités et d'une façon générale à l'impact sur l'actualité.

Ils y consacrent beaucoup de temps et de ressources : une édition quotidienne accessible sur l'intranet du Ministère de l'environnement, des revues de presse effectuées par des personnes des OST du Ministère (celles-ci ne peuvent en effet pas accéder à l'intranet du Ministère)

Une rationalisation et une amélioration de ces activités de capitalisation (et d'évaluation au quotidien) sont également possibles (extension de la couverture à la presse régionale et à la presse professionnelle et une plus grande diffusion de la revue de presse, etc.)

Une voie pourrait être explorée consistant à diffuser les revues de presse auprès des réseaux et relais en contrepartie d'une contribution de leur part pour couvrir la presse régionale et professionnelle.

2.2 Les outils spécifiques d'évaluation

Les informations provenant des cibles d'actions spécifiques donnent une image plus précise de la façon dont les actions sont perçues.

Internet est également une source d'enseignements sur la manière dont le Ministère et ses OST répondent à la demande d'informations émanant des différents publics cibles.

Les services informatiques du Ministère (ME) et des OST peuvent produire les statistiques des pages les plus visitées sur les sites. Ils peuvent aussi fournir des statistiques de fréquentation du ministère et de ses OST sur une période déterminée afin de fournir une information plus étoffée visualisant les flux d'informations et la circulation des documents techniques. En fonction des résultats, l'offre d'information et les actions de communication seront adaptées (cibles, contenus, fréquences, etc.)

3 Activités générales d'appui en matière de communication

D'autres activités de communication et de facilitation de l'information pourraient être envisagées par la Cellule de Communication, par exemple :

- La production de banderoles de signalisation des activités/événements
- La visibilité générale des activités du MEDGDD, notamment sur les sites web

- Une meilleure signalétique
- Un panneau d'affichage électronique à énergie solaire devant Ministère de l'Environnement
- Logo du ME à redéfinir (en discussion)
- Autres

4 Budget

Le budget (indicatif) nécessaire pour exécuter le Plan de Communication sur 24 mois est important. Il est donc nécessaire d'envisager, d'une part une mutualisation des ressources du ME avec les OST (ce qui permettrait la valeur ajoutée d'une coopération accrue mais aussi un meilleur rendement de l'ensemble du dispositif). D'autre part des financements ou cofinancement pour des activités de formation par ex. et avec des agences de coopération partenaires telles GIZ, AFD ou autres. Enfin des ressources issues des entreprises privées intéressées au *sponsoring* de cette initiative.

Des **priorités** ont été dégagées, celles-ci constituent la base et l'ossature du plan et ne peuvent logiquement être annulées ou reportées trop loin dans le temps.

Chapitre 5 - Logique d'intervention et programmation

La logique d'intervention du Plan de Communication, est basée sur le principe d'une communication intensive en direction de 7 cibles identifiées comme prioritaires,

- *selon un programme piloté par le MEDGDD ;*
- *en collaboration avec les OST ;*
- *en coordination (intégration thématique) avec les Ministères représentant les trois grands domaines ou piliers du DD, à savoir l'Environnement, l'Industriel et le Social.*

Le Pilotage de l'intervention Communication est assuré par un Comité ad hoc animé par la Cellule de Communication du Ministère de l'Environnement.

Le plan de travail s'étale sur deux années ; il correspond à deux temps et deux modalités de coordination et d'impulsion des activités.

La première phase sera centralisée.

La deuxième phase permettra aux membres issus des différents secteurs de devenir les Points Focaux Communication DD dans le ministère d'où ils sont issus tout en restant membres à part entière du Comité ad hoc.

Ce Comité ad hoc est composé de cadres issus des trois domaines-piliers du DD et de représentants Communication des OST.

Selon le chronogramme du Plan et la nature de l'activité ce Comité ad hoc :

- *identifie les intervenants et éventuels prestataires de service, établit les TdR précis de l'activité et s'assure des ressources disponibles (ME, DGDD, OST, autres),*
- *prépare et coordonne l'organisation, la mise en œuvre et le suivi de l'activité,*
- *reçoit et valide les rapports, produits ou supports de Communication (Bons à tirer, autorisation de diffusion, etc.),*
- *assure le contrôle qualité du produit, selon les objectifs de Communication de l'activité et dans l'esprit des concepts du DD.*

1. Point 0 : Concertation sur la stratégie et installation du Comité ad hoc, rôle et fonctions

Le Ministère de l'Environnement et la DGDD identifient les membres de ce Comité ad hoc, définissent les tâches et rôles respectifs des membres et désigne les responsables des

secteurs d'activités, selon les cibles identifiées (grand public, secteur des medias, secteur éducatif, etc.).

Les décisions seront prises quant aux modes de fonctionnement du Comité ad hoc et de l'organigramme de décisions.

Calendrier : septembre/octobre 2012

2. Phase 1 / Etape 1 : Lancement et priorisation des activités

Les activités relatives aux Cibles 1, 2 et 4 sont prioritaires. Elles structurent la stratégie et son efficacité en définissant trois points clés d'intervention :

- *les populations (spots et magazines) ;*
- *le secteur des médias (cibles directe et indirecte) ; création du Club de Presse ;*
- *consolidation des capacités des agents en Communication sur les thématiques de développement durable.*

Calendrier : démarrage en septembre/octobre 2012

3. Phase 1 / Etape 2 : Formation des membres du Comité ad hoc

La formation en Communication externe et interne des membres du Comité ad hoc doit permettre de créer une 'Task Force' en Communication pour le DD, pilotée par le MEDGDD.

A cet effet sont à prévoir :

- *La création d'un partenariat avec l'IPSI et établissement d'un programme de sessions de formation en Communication (voir les contenus de formation) ;*
- *La préparation d'un programme de mise à niveau DD avec le CITET ;*
- *La programmation des sessions.*

Calendrier : démarrage en octobre-novembre 2012

4. Phase 2 / Etape 3 : Activités en direction du secteur éducatif et de la société civile

- *La GIZ pourra jouer le rôle leader pour les activités en direction du secteur éducatif, sur base du travail déjà effectué.*
- *Identification des associations et ONGs travaillant directement ou indirectement dans le domaine environnemental & DD ; profils, activités, compétences.*
- *Etablissement d'un programme détaillé de formation et de collaboration en Communication & sensibilisation de terrain.*

Calendrier : démarrage en avril 2013

5. Phase 2 / Etape 4 : Activités en direction des entreprises, tourisme et secteur privé

Les activités pour la Cible 7, à préparer avec CONECT qui assurera le leadership technique dans ce domaine.

Calendrier : démarrage en octobre 2012 et formation en mars-avril 2013

6. Phase 2 / Etape 5 : l'évaluation du Plan de Communication

Ce deuxième temps permet aux membres issus des différents secteurs-piliers de devenir les Points Focaux Communication DD dans le ministère d'où ils sont issus tout en restant membre à part entière du Comité ad hoc. Le Comité ad hoc est maintenu pour les activités de supervision et d'évaluation du Plan de Communication. La Cellule de Communication du ME assure le leadership de l'ensemble du dispositif, ceci afin de veiller aux objectifs généraux de la Stratégie et du Plan, à savoir contribuer à l'intégration des secteurs porteurs du DD.

Cette Phase 2 démarrera en fin d'année 2013

Les critères d'évaluation seront préparés selon les modalités décrites dans le Plan et porteront donc sur 3 niveaux :

- *Evaluation quantitative (nombre d'activités, supports et évènements réalisés)*
- *Evaluation qualitative (efficacité générale du programme, changements de comportements, accroissement des connaissances)*
- *Evaluation du fonctionnement de la Coordination, du travail de la 'Task Force' et autant que possible de l'intégration des concepts DD dans les activités de Communication mises en œuvre dans les différents secteurs par les Points Focaux Communication*

Calendrier : avril-mai 2014

Cette évaluation devrait être réalisée par une expertise indépendante.

A l'issue de ce travail d'évaluation, un séminaire d'appropriation des résultats sera organisé. Il aura pour tâche de réorienter, si nécessaire, le travail de Communication aux fins de consolidation et d'approfondissement.

7. Chronogramme des actions (24 mois)

Voir page suivante.

MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE NATIONALE DE COMMUNICATION EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

Calendrier des activités

ACTIVITES	2013												2014																																			
	T1			T2			T3			T4			T1			T2			T3			T4																										
	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Janvier	Février																								
Démarrage																																																
Activité : Création du "Comité de pilotage communication" T1 et T2	▲																								▲																							
Promotion des concepts du Développement Durable																																																
Cible 1 : Le grand public (Population, Citoyens et consommateurs)																																																
Activité 1: Conception, réalisation et diffusion de spots	■																					■																										
Activité 2 : Conception, réalisation et diffusion d'un court métrage																																																
Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'un magazine TV																																																
Activité 4 : Production d'une série d'affiches				■																																												
Activité 5 : Insertions d'informations (+routine)				■																																												
Activité 6 : Parrainage de spots météo à la TV tunisienne																																																
Activité 7 : Diffusion de messages d'information et sensibilisation par les réseaux de téléphonie mobile							■												■																													
Cible 2 : La Presse et les médias																																																
Activité 1 : Création et organisation "Club de Presse DD"	■																																															
Activité 2 : Organisation de Points de Presse trimestriels	■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■																							
Activité 3 : Production de dossiers techniques sur le Développement Durable par ME/DGDD et OST	■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■																							
Activité 4 : Création et attribution "Prix pour les Meilleurs reportages (presse/radio/TV/Web) - Environnement et Développement Durable" pour les journalistes																																																
Activité 5 : Création "Boîte à outils" pour les journalistes sur le site web du ME																																																
Cible 3 : Les secteur éducatif et pédagogique																																																
Activité 1 : Production Manuel didactique DD et Guide méthodologique				■																																												
Activité 2 : Formation d'enseignants pilotes																																																
Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion série de films documentaires sur le développement durable				■																																												
Cible 4 : Les acteurs étatiques																																																
Activité 1 : Formation au développement durable																																																
Activité 2 : Organisation de la formation en communication externe	■																																															
Activité 3 : Organisation de la formation en communication interne	■																																															
Cible 5 : Les parlementaires et les élus locaux																																																
Activité 1 : Organisation séminaire et ateliers d'information sur DD																																																
Activité 2 : conception, réalisation d'une brochure Politique de DD en Tunisie (sous réserve de l'état d'avancement de la SNDD)																																																
Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion "Newsletter" électronique																																																
Cible 6 : La société civile et les ONG																																																
Activité 1 : Création et attribution "Prix Environnement et Développement Durable" pour les ONGs																																																
Activité 2 : Formation des ONGs environnementales à la communication																																																
Cible 7 : Le secteur privé																																																
Activité 1 : Organisation de la formation au DD				■																																												
Activité 2 : Conception et réalisation de reportages vidéo																																																
Activité 3 : Production de matériels de communication (routine) et valorisation des bonnes pratiques existantes																																																
Activité 4 : Création et attribution "Prix Environnement et Développement durable" pour les entreprises																																																
Production de matériels de communication en matière de DD																																																
1. Inventaire critique (interne) des productions IEC en matière d'Environnement et de DD																																																
2 - Production manuel de développement durable																																																
3 - Production Fiches techniques sur le DD																																																
4 - Insertion d'information dans les supports presse et autres																																																
5 - Production de supports de visibilité du ME - DGDD (Routine)																																																