PARTENARIAT UNION EUROPEENNE – TUNISIE
Programme Environnement – Energie (PEE)
financé par l'Union Européenne

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

البرنامج القطاعي للبيئة والطاقة
Programme Environnement Energie

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

Stratégie nationale de communication en matière de développement durable

(Activité du PEE 2512)

Version provisoire 1.0

Juillet 2012

egis eau

En association avec
GOPA WORLDWIDE CONSULTANTS
IHE

Informations qualité

Titre du projet	Assistance Technique pour le Ministère de l'Environnement (ME) – l'ANPE et L'APAL dans le cadre de la composante Environnement du PEE
Titre du document	Stratégie nationale de communication en matière de développement durable **(Activité du PEE 2512)**
Date	**Juillet 2012**
Auteur(s)	**Daniel Grégoire, Olivier Le Saëc**
N° SCORE	**EEN 27109T**

Contrôle qualité

Version	Date	Rédigé par	Visé par :
1.0	13/07/2012	D. Grégoire/ O. Le Saëc	J. Grelot M. Lazarska

Destinataires

Envoyé à :		
Nom	**Organisme**	**Envoyé le :**
M. Nizar ZOGHLAMI	Expert Renforcement des Capacités et littoral à l'UAP	25/07/2012

Copie à :		
Nom	**Organisme**	**Envoyé le :**
M. Lotfi Ben Saïd	DGDD, Ministère de l'Environnement	25/07/2012

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 Gênes
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
COPIL	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'appui au programme
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 10

1. **Contexte.....10**
   - 1.1 Rappels sur les concepts du développement durable 10
   - 1.1 Priorités, principes et enjeux du développement durable 10
2. **La stratégie nationale de développement durable en Tunisie.....11**
3. **Le contexte des médias en Tunisie.....12**
4. **Objectifs du présent rapport 14**
   - 4.1 Les principaux objectifs..... 14
   - 4.2 Les bénéficiaires 14

Chapitre 2 - La Stratégie nationale de communication en matière de développement durable 15

1. **Méthodologie de la mission.....15**
   - 1.1 Etude documentaire 15
   - 1.2 Entretiens et rencontres 15
   - 1.3 Consultations des acteurs sectoriels 16
2. **Points forts et points faibles du contexte institutionnel tunisien en matière d'information et de communication 17**
   - 2.1 Points forts 17
   - 2.2 Points faibles..... 17
3. **L'objectif Global de la stratégie de communication en matière de développement durable 18**
   - 3.1 Pourquoi une stratégie de communication ? 18
   - 3.2 Les Axes de travail..... 19
   - 3.3 Les hypothèses de succès ou les conditions de l'efficacité du plan..... 19

Chapitre 3 - Le Plan de Communication 21

1. **Promotion des concepts du développement durable en Tunisie 21**
   - 1.1 Objectif général 21
   - 1.2 Objectif spécifique..... 21
   - 1.3 Les cibles et les bénéficiaires 21
   - 1.4 Les résultats attendus : 22
2. **Les cibles de la stratégie nationale de communication en matière de développement durable en Tunisie.....22**
   - 2.1 Cible 1 : les populations, les citoyens et les consommateurs (le grand public)..... 22
     - 2.1.1 Activité 1 : Conception, réalisation et diffusion de spots télévisés..... 22
     - 2.1.2 Activité 2 : Conception, réalisation et diffusion d'un court métrage (5-6 min) 23
     - 2.1.3 Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'un magazine télévisé..... 23
     - 2.1.4 Activité 4 : Production d'une série de trois affiches 23
     - 2.1.5 Activité 5 : Insertion d'informations..... 23

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 24
2.1.7 Activité 7 : Organiser la diffusion de messages courts d'information et de sensibilisation par les réseaux de téléphonique mobile 24
2.2 Cible 2 : Le secteur de la presse et des médias 24
2.2.1 Résultats attendus 24
2.2.2 Activité 1 : Création et organisation formelle d'un « Club de Presse développement durable ». 25
2.2.3 Activité 2 : Organisation trimestrielle d'une Conférence de Presse. 25
2.2.4 Activité 3 : Production d'articles de Presse sur des thématiques spécifiques au développement durable 25
2.2.5 Activité 4 : Création et attribution d'un Prix du meilleur reportage sur l'environnement et sur le développement durable en Tunisie. (audio/scripto/visuel ou web documentaire). 26
2.2.6 Activité 5 : Ouverture sur le site du Ministère de l'environnement d'une « boîte à outils » thématique destinée aux journalistes. 26
2.3 Cible 3 : Le secteur éducatif et pédagogique 26
2.3.1 Résultats attendus 26
2.3.2 Activité 1 : Production d'un manuel didactique sur le développement durable 26
2.3.3 Activité 2 : Formation d'enseignants pilotes de la formation professionnelle. 27
2.3.4 Activité 3 : Conception, réalisation et diffusion d'une série de films documentaires 27
2.4 Cible 4 : Les acteurs étatiques (cadres et agents ME et OST, et Ministères concernés) 28
2.4.1 Résultats attendus 28
2.4.2 Activité 1 : Formation aux concepts-clés du développement durable 28
2.4.3 Activité 2 : Organisation de sessions de formation en Communication externe des cadres de la fonction publique tunisienne 29
2.4.4 Activité 3 : Organisation de session de formation en communication interne des cadres de la fonction publique tunisienne 30
2.4.5 Activité 4 : Organisation d'une session de formation sur la Communication de crise pour les cadres du MEDGDD et partenaires 30
2.5 Cible 2 : Les parlementaires et les élus 31
2.5.1 Résultats attendus 31
2.5.2 Activité 1 : Organiser un séminaire/atelier d'information et de communication sur les grands principes du Développement Durable. 31
2.5.3 Activité 2 : Conception et réalisation d'une brochure de présentation de la politique de développement durable en Tunisie 32
2.5.4 Activité 3 : Conception et réalisation d'une "newsletter" électronique sur l'actualité du développement durable en Tunisie 32
2.6 Cible 6 : La société civile et les organisations non gouvernementales 33
2.6.1 Objets spécifiques 33
2.6.2 Résultats attendus 33
2.6.3 Activité 1 : Création d'un « Prix Environnement et Développement Durable » pour les Organisations non gouvernementales tunisiennes 33
2.6.4 Activité 2 : formation à la Communication des ONG environnementales 34
2.7 Cible 7 : Le secteur privé (les cadres des entreprises et du tourisme) 34
2.7.1 Résultats attendus 34
2.7.2 Activité 1 : Organisation de sessions de formation à la communication et au développement durable 35
2.7.3 Activité 2 : Réalisation de reportages vidéo 35
2.7.4 Activité 3 : Production de matériels de communication avec forte valeur ajoutée positive. 35
2.7.5 Activité 4 : Création d'un « Prix Environnement et Développement Durable » pour valoriser les entreprises vertueuses. 36

3. Production de matériels de communication en matière de développement durable 37
3.1 Objectif général 37
3.2 Objectifs spécifiques 37
3.3 Cibles directes et indirectes / Approche par cible 37
3.4 Résultats attendus 38
3.5 Activités 38

Chapitre 4 - Coordination et évaluation 40

1. Pilotage et coordination de la mise en œuvre du plan de communication 40
1.1 Temps 1 : Création d'un Comité de Pilotage « Communication pour le Développement Durable » Comité ad hoc pour un pilotage centralisé 40
1.2 Temps 2: Pilotage « décentralisé » 41
2. Evaluation des activités et évaluation des impacts 41
2.1 Les instruments généraux pour l'évaluation (revues de presse, auditions publiques) 42
2.2 Les outils spécifiques d'évaluation 42
3. Activités générales d'appui en matière de communication 43
4. Chronogramme des actions 43

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 soutenue

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 DGDD.

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 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.

Axes de travail privilégiés

1. La promotion du concept du développement durable par une communication intensive multimédia sur ces thèmes ;
2. Un travail de Communication et de formation en direction du secteur de la presse et des médias, 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, diffusion des bonnes pratiques et 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 ;
- 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 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.

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 (efficience des activités), organisationnel (coordination et synergie des partenaires dans l'esprit et les principes du DD)

Principales conditions de succès

1. Une bonne coordination/pilotage par le ME/DGDD 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

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 (MIT, MT, MA et MTr).

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.

1.1 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 la politique nationale tunisienne 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 de cette politique de développement durable 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 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 et d'axes stratégiques et d'actions, ainsi que d'indicateurs de suivi (lesquels sont, d'ailleurs, plus des indicateurs environnementaux, que sociaux ou économiques). Parmi ces défis analysés et relevés, les plus notables sont les suivants :

- **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°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'EES 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 »** était prévue dans le Plan de Travail du PEE. Cette étude avait 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 avait également comme objectif de collecter les informations, documents et supports existants afin de créer une base de données documentaire et de mettre en place un système de veille informationnelle dans les domaines concernés.

Cette Mission n'a pas encore été réalisée dans le cadre du PEE. Les données et conclusions de cette étude, prévue préalablement à la présente mission, auraient certainement été utiles pour préparer et consolider la stratégie et le plan de travail en Communication.

Néanmoins, ***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 proposition de 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 radio et télévision par les medias gouvernementaux et de service public*** ;

- ***Une offre élevée/réception des medias internationaux (paraboles)*** (plus de 500 chaînes arabophones notamment) ; s'ajoute à cela une audience importance 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 'débats 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 ***évènements*** civils de 2011 notamment ;
- ***Un principe d'accès gratuit aux medias 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 publique ;
- ***Un foisonnement d'agences de Communication (privées) disponibles pour concevoir et produire des supports et campagnes de Communication ;***
- ***Un Institut de formation aux Sciences de l'Information et de la Communication*** 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, d'une part, nous pouvons noter la prise de conscience des autorités nationales (le Gouvernement, le ME et les institutions étatiques) 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***

Cependant il est 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.***

4. Objectifs du présent rapport

L'objectif du présent rapport 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 Les principaux objectifs

Les principaux objectifs de ce rapport se fondent sur :

- ***La nécessité d'une diffusion à grande échelle des concepts de développement durable***[1] ;
- ***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*** ;
- ***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.

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

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 Entretiens et rencontres

Différents entretiens et rencontres ont été nécessaires pour réaliser ce présent document. Dans un premier temps, nous avons décidé d'interviewer les « communicants » du Ministère de l'Environnement et de ses organismes sous tutelle. 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 (UAP).***
- ***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 Gênes.
- ***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,

1.3 Consultations des acteurs sectoriels

Après avoir interviewé les « communicants » du Ministère de l'environnement et de ses organismes sont tutelle, la recherche a été approfondie en organisant des rencontres et des consultations des acteurs sectoriels. L'activité « 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 nous avons 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 conseillé 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, 1ère Vice- Présidente de CONECT.*** Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie.
- ***M. Abdallah Ben Mbarek, Secrétaire générale 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 références techniques pour préparer la Stratégie et le Plan.

Outre, de manière générale, 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, 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*** mais qui n'intègre pas clairement 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.***
- 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

Cependant, les points faibles suivants apparaissent :

- ***Une forte culture administrative et un cloisonnement sectoriel au sein des institutions concernées ;***

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

- ***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 du Développement Durable ;***
- ***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 » 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.***

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 des concepts du Développement Durable dont les contours ont été définis par les Organisations Internationales dans les années 1970.

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 : humain, industriel et 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.

L'objectif principal de cette Stratégie de Communication est donc, 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 et 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.

L'objectif secondaire 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.

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 ces différents concepts, liant l'humain l'économique et l'environnemental.

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 massivement 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]

3.2 Les Axes de travail

Quatre axes de travail sont privilégiés :

1. La promotion du concept du développement durable par une communication intensive multimédia sur ces thèmes ;
2. Un travail de Communication et de formation (cibles relais) en direction du secteur de la presse et des médias ;
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, diffusion des bonnes pratiques et incitations au changement de comportements.

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

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

1. **Une bonne coordination/pilotage par le ME/DGDD en coordination avec les OST et les ministères «piliers » ;**
2. **Les activités Communication inscrites à l'Agenda hebdomadaire du ME - DGDD** (un Point Communication hebdomadaire avec comptes rendus des réunions),

[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.

3. **L'établissement d'un e-listing des partenaires pour un bon travail en réseau ;**
4. **L'établissement d'un e-listing des journalistes** (en particulier pour les activités du Club de Presse) ;
5. **Le suivi du Plan de travail avec une gestion prévisionnelle des activités** (en référence au plan de communication proposé) ;
6. **La confirmation de l'engagement des partenaires** (tels que proposés pour les activités) ;
7. **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

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.

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.

1.3 Les cibles et les bénéficiaires

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

- **Cible 1 : les populations, les citoyens et les consommateurs** (considérés 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 ;**
- **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 de communication de masse, d'informations ciblées, de formation 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** et comme éléments forts de développement du pays ;
- **Une meilleure connaissance, compréhension et appropriation de pratiques quotidiennes par le grand public tunisien**
- **Les prémisses d'un changement durable de comportements des populations et des consommateurs tunisiens ;**
- **La valorisation de la participation et de la prise de responsabilité par la société civile en matière de DD ;**
- **Le secteur éducatif formel et informel dispose des compétences de base** nécessaires pour décliner les concepts et présenter les bonnes pratiques aux populations jeunes scolarisées et à travers le secteur informel ;
- **Le secteur des médias est pleinement et formellement associé,** il reçoit régulièrement et de manière régulière et substantielle les informations de référence en provenance du ME et des ministères impliqués ;

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 période 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 bonnes pratiques en Tunisie et/ou dans 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 (destinée 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 + insertion d'articles et commentaires adaptés dans la prochaine édition du guide « Routard 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 diffusé 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 téléphonique mobile

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

Une fois déterminés 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 comme des cibles 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 éléments nécessaires, spécialisés et de référence pour leur permettre d'une part de constituer des dossiers 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.).

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 envers 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 pour une réunion de travail et d'échanges et reçoit régulièrement par email ou lors de réunions les informations de référence produites par le ME & DGDD sur les thématiques et actions en cours en matière d'environnement et de Développement Durable.

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.

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.

Action/Partenariat/Collaboration : Services de Presse du ME, Cellule de Communication DGDD, Associations & syndicats de journalistes

2.2.3 Activité 2 : Organisation trimestrielle d'une Conférence de Presse.

Cette Conférence de Presse organisée et pilotée par le MEDGDD sera menée conjointement par les quatre grands secteurs directement concernés par les approches Développement Durable.

L'objectif de ces conférences étant de donner à voir au secteur de 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 conférence.

> Exemple d'action, de partenariat et/ou de collaboration :
>
> *Organisé avec le service de presse du Premier Ministre, il peut être planifié l'organisation trimestriellement 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 pour produire mensuellement des articles ou informations substantielles (hors Communiqués de Presse habituels).

Trois articles devront être produits mensuellement par les services du Ministère de l'environnement ou de la DGDD. Des collaborations thématiques pourront être demandées aux OST.

Action/Partenariat/Collaboration : Services de Presse du ME, Cellule de Communication, DGDD, et autres

2.2.5 Activité 4 : Création et attribution d'un Prix du meilleur reportage sur l'environnement et sur le développement durable en Tunisie. (audio/scripto/visuel ou web documentaire).

Ce Prix attribué annuellement par le ME et la DGDD pourrait être parrainé 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.

Action/Partenariat/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.

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.

Action/Partenariat/Collaboration : Services de Presse du ME, Cellule de Communication DGDD, Service informatique ME

2.3 Cible 3 : Le secteur éducatif et pédagogique

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.

2.3.1 Résultats attendus

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

Les enseignants 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 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 organisés 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 26min). Le principe de cette série (à contenus cumulatifs, sous forme reportage/documentarisé). 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 de présenter 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 sera éditée sous forme de CD-Rom utilisés lors des sessions de formation des enseignants notamment.

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 des capacités nouvelles ou à renforcer. En matière de Communication ces capacités sont de deux types :

- d'une part de ***meilleures capacités de communication 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 bien participer 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 ait été engagée sur les modalités, les procédures et les outils administratifs de mise en œuvre et de travail en commun.

Ainsi, à l'issue de différentes activités, il est attendu que l'encadrement du Ministère de l'environnement et des autres secteurs institutionnels tunisiens soit sensibilisé à l'environnement, aux problématiques 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 ; coordination, travail en commun, développement de synergie au niveau central (Les cadres MEDGDD, des Ministères et OST) et régional (CRDA, autres)

Trois séminaires de trois jours de formation seront organisés 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'éducation nationale, ont organisés 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.

2.4.3 Activité 2 : Organisation de sessions de formation en Communication externe des cadres de la fonction publique tunisienne

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

Contenus de la formation :

a) Thématiques générale 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 media training pour 5-8 cadres de haut niveau (interview radio télévisée en direct, plateau de télévision, présidence de conférences de presse, contacts directs avec la presse internationale, etc.)

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

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 maitrise 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

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.)

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

Il est totalement 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 4 : 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 :

- Prévention de la crise (préparation Communication- messages-chaîne de diffusion, habilitation, 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.

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 2 : Les parlementaires et les élus

Note importante : Le Programme PEE a prévu une mission d'étude et d'évaluation du niveau de sensibilisation en Développement Durable des élus et parlementaires. Il est vivement recommandé que les activités (sous 2.5) puissent être affinées et consolidées suite aux résultats de cette étude. Celle-ci devrait être programmée dès que possible compte tenu du contexte électoral en Tunisie.

Les Elus 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 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 différentes 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 ont reçu des informations de référence sur les concepts clés de Développement Durable et sont sensibilisés sur l'approche globale et intégrée découlant 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 intégré.

Il est important que les élus et 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 e/ou des ateliers d'information afin de sensibiliser les parlementaires et les élus tunisiens sur l'importance du développement durable. Lors de ses séminaires et/ou ateliers, les intervenants pourrait 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 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.

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

Pour l'organisation des séminaires et ateliers, hors de ces derniers, il s'avère important de produire une brochure présentant les lignes stratégiques pour le développement durable à l'attention des parlementaires et des élus. Ce document de qualité aura comme objectif d'augmenter la visibilité du Ministère de l'environnement et du développement durable 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.

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

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

Donc, 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 de 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 faire connaître les concepts du développement durable et d'initier un changement de comportement des tunisiens vis-à-vis de leur environnement 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. De plus, 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. 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 du développement durable auprès du grand public et à la base.

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. Des bonnes pratiques ont été vulgarisées et des prémisses 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 ONG œuvrant sur cette thématique en Tunisie.

Ce prix pourrait mettre en valeur et « récompenser » une/des activités ou une approche Communication créative, innovatrice destinée(s) à promouvoir un ou des concepts/applications de préservation/conservation de l'environnement, intégrant les aspects sociaux, environnementaux et économiques.

En plus des supports prévus par la dite activité, l'ONG initiatrice bénéficiera d'un espace média pour donner une valeur ajoutée à cette activité. (Pages dans la presse, reportage télévisé, 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 ONG environnementales

Organiser deux sessions de formation (2 x 5jours) 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, et essentiellement les cadres des entreprises privées et du secteur du tourisme.

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.

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 coaching) pour valoriser les approches et les réalisations en matière de développement durable intégrant les trois concepts de base.

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 pourrait 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. L'objectif étant le repérage et la diffusion 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 usés. 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 bien demander conseil à l'IPSI qui pourrait devenir un cas pratiques 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, nous préconisons l'insertion sur les sites internet des agences de voyage et d'hôtels, ainsi que des guides de diffusion des bonnes pratiques et incitations.

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 peut déterminer un cahier des charges auxquelles doivent répondre les entreprises « vertueuses » susceptibles d'être récompenser de par ledit prix. Ainsi, il pourrait être organisé annuellement un événement public, en partenariat avec les syndicats patronaux tunisiens, ouvert aux journalistes afin de valoriser les pratiques positives en matière d'environnement et de développement durable.

La création de ce prix conduirait à la création d'une relation « gagnante-gagnante » entre le Ministère de l'Environnement, les entreprises privés et les syndicats patronaux tunisiens car cela permettrait de valoriser 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.

Il est important de préciser que cet événement public pour rassembler l'ensemble des lauréats des « Prix Environnement et Développement Durable » pour le secteur privée, le secteur de la presse et des médias, la société civile et les ONG.

Ainsi, cet événement annuel pourrait se faire 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 spécifiques[4]

- ***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 (Attirance, 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 ;***

[4] 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

- ***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***.

3.5 Activités

La conception et la 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.

Ainsi, 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. D'autre part, par le passé, l'ONAS a 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

1. Pilotage et coordination de la mise en œuvre du plan 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 monitorage 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 coopératif 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 monitorage 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'efficience 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.

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.

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 peuvent être considérés comme donnant une représentation des attitudes au sein de la population, s'ils sont correctement interprétés. Cette catégorie regroupe les différentes revues de presse et de médias, y compris les auditions publiques et les discussions dans les enceintes créés à cet effet.

Les revues de presse et de médias entrent dans la catégorie des instruments généraux pour l'évaluation des actions de communication.

Le Ministère de l'Environnement et la DGDD sont très sensibles à la bonne visibilité institutionnelle et à l'image de leurs activités et d'une façon générale 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 possibles : extension de la couverture à la presse régionale et à la presse professionnelle, 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.

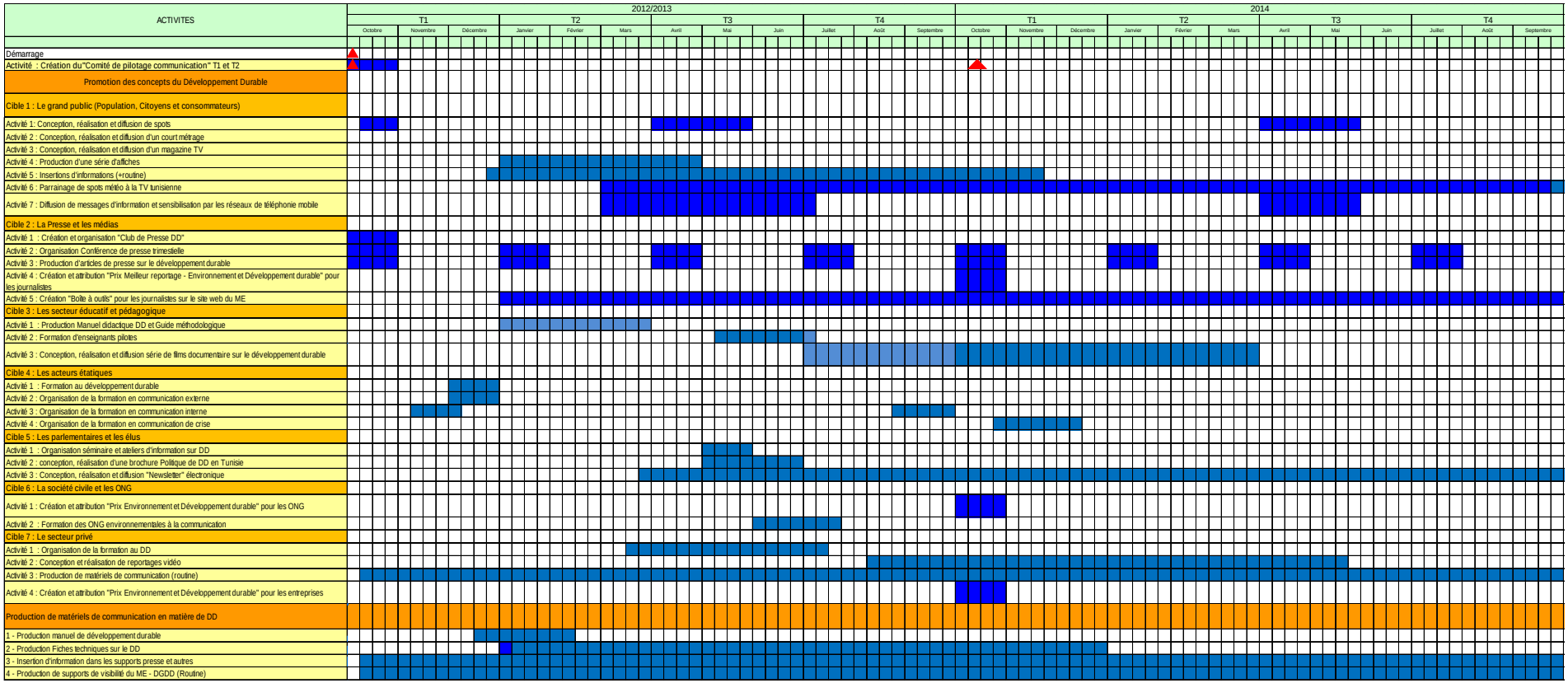
- Les services informatiques du Ministère et des OST peuvent donner les statistiques des pages les plus visitée sur les sites. Ils peuvent aussi fournir des statistiques de fréquentation du ministère et de ses OST sur une période déterminée afin de fournir une information plus étoffée est souhaitable. En fonction des résultats, il est recommandé d'adapter l'offre d'information et les actions de communication en fonction des indications émanant du public et des cibles.

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/évènements
- La visibilité générale des activités du MEDGDD, notamment sur les sites web
- Une meilleure signalétique
- Un panneau affichage électronique à énergie solaire devant Ministère de l'Environnement
- Logo du ME à redéfinir (en discussion)
- Autres

4. Chronogramme des actions


ACTIVITES
2012/2013
2014
T1
T2
T3
T4
Octobre
Novembre
Décembre
Janvier
Février
Mars
Avril
Mai
Juin
Juillet
Août
Septembre
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 Conférence de presse trimestielle
Activité 3 : Production d'articles de presse sur le développement durable
Activité 4 : Création et attribution "Prix Meilleur reportage - 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 documentaire 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
Activité 4 : Organisation de la formation en communication de crise
Cible 5 : Les parlementaires et les élus
Activité 1 : Organisation séminaire et ateliers d'information sur DD
Activité 2 : conception, réalisation d'une brochure Politique de DD en Tunisie
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 ONG
Activité 2 : Formation des ONG 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)
Activité 4 : Création et attribution "Prix Environnement et Développement durable" pour les entreprises
Production de matériels de communication en matière de DD
1 - Production manuel de développement durable
2 - Production Fiches techniques sur le DD
3 - Insertion d'information dans les supports presse et autres
4 - Production de supports de visibilité du ME - DGDD (Routine)