



Organisation des Nations Unies  
pour l'alimentation  
et l'agriculture

Le Programme EAF-Nansen

# Stratégie de communication



## LE PROGRAMME EAF-NANSEN (2017–2021)

Le Programme EAF-Nansen « Soutenir l'application de l'approche écosystémique pour la gestion des pêches compte tenu des impacts du climat et de la pollution » appuie les pays partenaires et les organisations régionales en Afrique et dans le golfe du Bengale pour améliorer leur capacité de gestion durable de leurs pêcheries et d'autres usages de la mer ainsi que les ressources côtières, grâce à la mise en œuvre de l'Approche écosystémique des pêches (AEP), en tenant compte des impacts du climat et de la pollution.

Le Programme est exécuté par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) en étroite collaboration avec l'Institut de recherche marine (IMR) de Bergen, en Norvège, et financé par l'Agence norvégienne de coopération au développement (Norad). Ce Programme est la phase actuelle (2017-2021) du Programme Nansen qui a débuté en 1975.

L'objectif du Programme est que la pêche durable améliore la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations des pays partenaires. Il s'appuie sur trois piliers, la science, la gestion des pêches et le développement des capacités, et aide les pays partenaires à produire des avis pertinents et opportuns fondés sur des données factuelles pour la gestion, à gérer les pêcheries conformément aux principes de l'AEP et à développer davantage leur capacité humaine et organisationnelle à gérer durablement les pêches. Conformément aux principes de l'AEP, le Programme adopte une large vision, prenant en considération un large éventail d'impacts des activités humaines et des processus naturels sur les ressources et les écosystèmes marins, y compris la pêche, la pollution, la variabilité et le changement climatique.

Un nouveau navire de recherche de pointe, le *Dr Fridtjof Nansen*, fait partie intégrante du Programme. Un plan scientifique complet, couvrant un large éventail de domaines de recherche et visant à produire des connaissances pour éclairer les décisions de politique et de gestion, guide les travaux scientifiques du Programme.

Le Programme travaille en partenariat avec des pays, des organisations régionales, d'autres agences des Nations Unies ainsi que d'autres projets et institutions partenaires.

# Le Programme EAF-Nansen Stratégie de communication

Citer comme suit:

FAO. 2020. *Programme EAF-Nansen Stratégie de communication*. Rome.

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Le fait qu'une société ou qu'un produit manufacturé, breveté ou non, soit mentionné ne signifie pas que la FAO approuve ou recommande ladite société ou ledit produit de préférence à d'autres sociétés ou produits analogues qui ne sont pas cités.

Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement les vues ou les politiques de la FAO.

© FAO, 2020



Certains droits réservés. Cette œuvre est mise à la disposition du public selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution-Pas d'Utilisation Commerciale-Partage dans les Mêmes Conditions 3.0 Organisations Intergouvernementales (CC BY NC SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/legalcode.fr>).

Selon les termes de cette licence, cette œuvre peut être copiée, diffusée et adaptée à des fins non commerciales, sous réserve que la source soit mentionnée. Lorsque l'œuvre est utilisée, rien ne doit laisser entendre que la FAO cautionne tels ou tels organisation, produit ou service. L'utilisation du logo de la FAO n'est pas autorisée. Si l'œuvre est adaptée, le produit de cette adaptation doit être diffusé sous la même licence Creative Commons ou sous une licence équivalente. Si l'œuvre est traduite, la traduction doit obligatoirement être accompagnée de la mention de la source ainsi que de la clause de non-responsabilité suivante: «La traduction n'a pas été réalisée par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). La FAO n'est pas responsable du contenu ni de l'exactitude de la traduction. L'édition originale [langue] est celle qui fait foi.»

Tout litige relatif à la présente licence ne pouvant être résolu à l'amiable sera réglé par voie de médiation et d'arbitrage tel que décrit à l'Article 8 de la licence, sauf indication contraire contenue dans le présent document. Les règles de médiation applicables seront celles de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (<http://www.wipo.int/amc/fr/mediation/rules>) et tout arbitrage sera mené conformément au Règlement d'arbitrage de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI).

**Matériel attribué à des tiers.** Il incombe aux utilisateurs souhaitant réutiliser des informations ou autres éléments contenus dans cette œuvre qui y sont attribués à un tiers, tels que des tableaux, des figures ou des images, de déterminer si une autorisation est requise pour leur réutilisation et d'obtenir le cas échéant la permission de l'ayant-droit. Toute action qui serait engagée à la suite d'une utilisation non autorisée d'un élément de l'œuvre sur lequel une tierce partie détient des droits ne pourrait l'être qu'à l'encontre de l'utilisateur.

**Ventes, droits et licences.** Les produits d'information de la FAO sont disponibles sur le site web de la FAO ([www.fao.org/publications](http://www.fao.org/publications)) et peuvent être obtenus sur demande adressée par courriel à: [publications-sales@fao.org](mailto:publications-sales@fao.org). Les demandes visant un usage commercial doivent être soumises à: [www.fao.org/contact-us/licence-request](http://www.fao.org/contact-us/licence-request). Les questions relatives aux droits et aux licences doivent être adressées à: [copyright@fao.org](mailto:copyright@fao.org).

## **Préparation de ce document**

Ce document de stratégie du Programme EAF-Nansen a été formulé pour guider les activités de communication du Programme. Il a été préparé dans le but d'atteindre les résultats et les objectifs définis dans le document de Programme, tout en contribuant à la réalisation des objectifs stratégiques de la FAO.

Une première version de la stratégie a été préparée par Michael Logan en janvier 2019 puis le document a été complété par l'unité de gestion du Programme en 2020.



## **Table des matières**

<b>Contexte.....</b>	<b>1</b>
<b>Principaux objectifs de communication .....</b>	<b>1</b>
<b>Public cible .....</b>	<b>2</b>
<b>Canaux de communication.....</b>	<b>3</b>
<b>Messages clés.....</b>	<b>3</b>
<b>Produits, ressources et tactiques de communication .....</b>	<b>4</b>
<b>Principaux indicateurs de performance .....</b>	<b>9</b>

## **Sigles et acronymes**

FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
IMR	Institut de recherche marine (Norvège)
Norad	Agence norvégienne de coopération au développement
N/R	Navire de recherche
OCC	Bureau des communications institutionnelles (FAO)
ODD	Objectifs de développement durable
ONG	Organisations non gouvernementales
ONU	Organisation des Nations Unies

## Contexte

Le Programme EAF-Nansen est un projet commun entre la FAO, l'Agence norvégienne de coopération au développement (Norad) et l'Institut de recherche marine (IMR) de Bergen, Norvège. Depuis plus de quarante ans, le Programme offre aux pays côtiers en développement la possibilité d'évaluer et de gérer durablement leurs pêcheries. L'élément central de la recherche s'appuie sur l'utilisation du navire de recherche (N/R), le *Dr Fridtjof Nansen* qui appartient à la Norad, et qui effectue des campagnes biologiques et sur la biodiversité des océans. Le nouveau N/R *Dr Fridtjof Nansen*, le plus avancé du genre au niveau technologique et le seul navire qui batte pavillon des Nations Unies, a repris les campagnes en mer, en mars 2017.

### Objectif du Programme (2017-2022)

Le principal objectif du Programme est de soutenir la pêche durable en tant que moyen d'améliorer la sécurité alimentaire et nutritionnelle dans les pays partenaires. Cet objectif peut être atteint en promouvant l'approche écosystémique de la gestion des pêches tout en cherchant à intégrer les effets du climat et de la pollution.

Les résultats que le Programme devrait atteindre sont:

- Les institutions de recherche halieutique fournissent des avis scientifiques pertinents et opportuns.
- Les institutions compétentes gèrent les pêcheries selon l'approche écosystémique.
- Les institutions de recherche et de gestion des pêches ont la capacité de gérer durablement les pêches.

## Principaux objectifs de communication

Tous les objectifs de communication énumérés ci-dessous doivent contribuer aux résultats du Programme. Ce sont les principaux objectifs pour la période 2017-2022, cependant, les limites de ressources signifient que le Programme ne peut pas nécessairement atteindre l'ensemble des objectifs de manière simultanée. Le plan de mise en œuvre définira les objectifs qui peuvent être poursuivis, à quel moment et avec quelles ressources.

### Principaux objectifs:

- Encourager les parties prenantes nationales et régionales à utiliser les connaissances sur les ressources marines et les écosystèmes générées par les activités du Programme, y compris les campagnes, dans leurs réponses à la gestion des pêches, tout en tenant compte des changements climatiques et de la pollution.
- Engager les parties prenantes nationales et régionales afin qu'elles se prononcent en faveur de l'approche écosystémique des pêches pour instaurer une gestion durable des écosystèmes marins.
- Communiquer avec les partenaires actuels et potentiels pour mettre en évidence les succès et le potentiel du Programme, et accroître le soutien financier, technique et à la communication.

## Objectifs secondaires:

- Renforcer le soutien à l'approche écosystémique au sein de la communauté de chercheurs sur le monde marin, en particulier les jeunes, par une communication qui vise les universités et d'autres organismes.
- Trouver des défenseurs au sein de la FAO en communiquant les succès et le potentiel du Programme, afin de permettre une collaboration plus approfondie et une meilleure utilisation de la recherche.
- Accroître l'égalité de genre, conformément à la stratégie de genre EAF-Nansen, en préconisant une participation accrue des femmes à la gestion et la recherche halieutiques, avec des exemples positifs de femmes scientifiques à bord du N/R *Dr Fridtjof Nansen*.
- Promouvoir un changement de comportement en faveur de l'approche écosystémique des pêches en communiquant à un public non scientifique la nécessité de mettre en place des pêcheries durables et de mieux connaître les ressources océaniques et les liens avec le changement climatique et la pollution (les plastiques).

## Public cible

Les publics cibles seront définis avec précision pour chaque communication individuelle au fur et à mesure de l'avancement du plan de mise en œuvre.

D'une manière générale, les différents publics sont:

- Les administrations nationales des pêches et les instituts de recherche et autorités environnementales
- Les pêcheurs et les communautés de pêcheurs
- Les organes régionaux et sous-régionaux des pêches (les organisations régionales de gestion des pêches le cas échéant)
- L'Union africaine, en particulier le Bureau interafricain pour les ressources animales.
- Les organisations des Nations Unies opérant dans un domaine similaire (par ex., le Programme des Nations Unies pour l'environnement, l'Agence internationale de l'énergie atomique et la Commission océanographique intergouvernementale de l'UNESCO)
- Les conventions mondiales englobant des questions liées, telles que la Convention sur la diversité biologique et la Convention-cadre des Nations Unies sur le changement climatique
- Les conventions, programmes et missions régionaux, tels que les Conventions d'Abidjan et de Nairobi et les organes régionaux de la Commission océanographique intergouvernementale
- Les universités et les communautés scientifiques
- Les organisations internationales et les organisations non gouvernementales (ONG) soutenant l'amélioration de la recherche et de la gestion des pêches ainsi que la gouvernance des océans
- Les citoyens norvégiens, pour justifier l'investissement
- Les consommateurs, les détaillants et ceux qui tirent leurs moyens de subsistance de la transformation du poisson et des autres étapes de la chaîne de valeur

## Canaux de communication

Le programme de communication ayant peu de capacités, cela nécessite d'adopter une approche sélective des canaux de communication utilisés, en mettant l'accent sur l'obtention des meilleurs résultats possibles.

Les différents canaux qui peuvent communiquer les résultats du Programme sont:

- Les médias sociaux, sites web et blogs de la FAO, du Programme EAF-Nansen, de la Norad et de l'IMR, ainsi que les comptes personnels du personnel et des scientifiques (Twitter, Facebook, Instagram, Flickr, YouTube, Medium, etc.)
- Le corps de presse accrédité par l'ONU – les journalistes de la FAO
- Les médias locaux dans les pays participant aux campagnes et autres activités du Programme EAF-Nansen
- Les médias spécialisés sur l'environnement, la durabilité et l'industrie de la pêche.
- Les blogueurs dont les activités sont importantes
- Les bulletins d'information réguliers et trimestriels et les communications ad hoc par email
- Les communications directes et ciblées avec les parties prenantes par e-mail, appels téléphoniques et réunions bilatérales
- Les réunions internationales et régionales liées aux questions couvertes par le Programme (par ex., la Journée mondiale des océans, les conférences des Parties aux conventions, etc.)
- Les canaux de communication d'autres organisations dont la société civile, engagées dans des campagnes en rapport avec les activités du Programme
- Les médias de l'ONU: UNTV, Radio de l'ONU, Centre d'actualités, UNIFEED, UNIC.
- Les médias sociaux des Nations Unies
- Le groupe des communications des Nations Unies

## Messages clés

Il est recommandé qu'au moins un message clé soit inclus dans chaque produit de communication afin de transmettre de manière concise les principales idées et assertions du Programme EAF-Nansen. Le ou les messages clés doivent être pertinents et compatibles avec le public cible.

Les principaux messages clés sont les suivants:

- Les océans, les mers et les zones côtières constituent une source vitale de nourriture, d'emploi, de loisirs, de commerce et de bien-être économique pour des millions de personnes dans le monde.
- La réalisation des objectifs de développement durable (ODD) sur la protection des ressources marines au profit des personnes et de la planète (ODD 14) nécessite des activités scientifiques et de recherche accrues et un renforcement des capacités.
- Le Programme EAF-Nansen travaille directement avec les pays en développement pour les aider à atteindre ces objectifs, en particulier par l'application de l'approche écosystémique des pêches, cruciale pour atteindre l'ODD 14.
- L'approche écosystémique reconnaît que des écosystèmes sains et productifs sont essentiels à la qualité et la valeur de la production halieutique, et que les êtres humains font partie intégrante de l'écosystème dont les intérêts dans les pêcheries et les écosystèmes marins doivent être pris en compte.

- Les travaux de recherche du Programme EAF-Nansen, à partir du navire de recherche (N/R) *Dr Fridtjof Nansen*, sont une plateforme vitale pour l'amélioration des connaissances sur les ressources et les écosystèmes marins à l'appui de la gestion des pêches dans les pays et régions qui ne sont pas en mesure de posséder et exploiter leur propre navire de recherche.
- Le Programme vise à renforcer les liens entre la recherche et les politiques, la législation et la prise de décision. Il aborde également un éventail plus large d'impacts des activités humaines sur les écosystèmes marins, tels que la pollution et le changement climatique.
- Les consommateurs peuvent contribuer à l'approche écosystémique en examinant non seulement quels produits de la pêche ils achètent et à travers quelle filière, mais aussi comment ils gèrent leurs déchets, ce qui peut polluer les écosystèmes marins et comment réduire leur empreinte carbone.

## Produits, ressources et tactiques de communication

### Coordination entre partenaires

Une première étape clé pour mettre en place une stratégie de communication cohérente et efficace est la coordination entre tous les partenaires sur les messages et les approches convenus.

À cette fin, le Programme doit mettre en place une structure de communication bien définie, avec une équipe de planification en contact régulier. L'équipe doit être dirigée par un responsable de la communication qui relève directement du coordonnateur du Programme EAF-Nansen, avec des points focaux au sein de la Sous-Division des politiques marines et continentales et du Bureau des communications institutionnelles (OCC) de la FAO, ainsi que de la Norad et de l'IMR. Des points focaux ad hoc devraient également être nommés, par exemple pour chaque campagne, ou des événements thématiques sélectionnés pour faciliter la coordination et la collecte de matériel. Une réunion de planification trimestrielle devrait être instituée.

NB: Toute la communication doit d'abord être approuvée avec l'équipe de l'unité de coordination du Programme EAF-Nansen pour garantir l'exactitude et la cohérence des messages. Cela s'applique particulièrement à l'engagement des médias (par ex., les communiqués de presse qui concernent les activités du Programme).

### Contenu des sites web et des blogs

Mettre en place un échange constant de nouvelles en mettant à disposition et en envoyant des photos, des vidéos et en écrivant des articles pour des blogs sur la vie à bord du navire de recherche, de nouvelles connaissances sur l'état des écosystèmes marins, les problèmes rencontrés par les pays et les solutions à ces problèmes, et présentant les succès du Programme en termes d'aide aux pays à divulguer l'approche écosystémique.

### Médias sociaux

L'expérience passée a montré que #EAFNansen est très suivi sur les réseaux sociaux. Cela illustre de manière concrète et pratique comment la FAO et la Norvège travaillent ensemble pour aider les pays à rechercher et gérer leurs ressources marines.

NB: Tous les partenaires doivent rester actifs sur les réseaux sociaux, toujours via le hashtag #EAFNansen. Le contenu doit être visuel, intéressant et attrayant – photos, vidéos, infographies.

Les plateformes de médias sociaux jouent un rôle important pour générer du trafic vers des sites web pertinents. Il est donc essentiel pour ces sites web de présenter un contenu attrayant développé en pensant aux utilisateurs des médias sociaux. Les articles du blog #EAFNansen sont particulièrement utiles dans ce domaine.

Le système des Nations Unies cherchera à pleinement utiliser et s'appuyer sur l'ODD 14, ce qui permettra d'accroître l'impact des messages qu'il enverra.

Une plus grande collaboration devrait avoir lieu au niveau des comptes des médias sociaux de la FAO, la Norad et l'IMR (ainsi que de ceux des pays qui participent aux campagnes du navire) pour garantir que les messages des médias sociaux atteignent un public plus large.

Les membres du personnel et les scientifiques devraient également être encouragés à utiliser leurs comptes personnels pour diffuser les messages du Programme et dialoguer directement avec les principaux acteurs. Cela peut être aussi simple que de partager des messages clés du Programme, de viser des personnes clés ou d'engager des conversations autour de certaines problématiques avec ceux que nous souhaitons influencer. Des formations peuvent être requises à ce niveau.

Des précautions doivent être prises pour assurer la sécurité du navire lors de la publication de certaines informations.

## **Médias**

Les médias peuvent être des alliés très importants s'ils écrivent de nombreux articles sur les questions environnementales, en particulier sur le changement climatique, la pollution plastique et l'utilisation des ressources. Il existe de nombreuses façons d'impliquer les médias.

Communiqués de presse et avis aux médias:

- Préparer des notes pour les médias et des communiqués de presse, en particulier pour le lancement des campagnes de recherche dans les pays où elles vont avoir lieu ou dans le but de divulguer de nouvelles données et découvertes intéressantes du navire de recherche pour maximiser la couverture médiatique ;
- utiliser des supports (photos, vidéos et infographies) pour offrir des supports multimédias plus attractifs.
- cibler les communiqués de presse selon les cibles visées.

Citations en réaction à un événement:

- Réagir en rapport à l'actualité et pour orienter les articles et obtenir une couverture médiatique avec un minimum d'effort. Cela peut signifier l'envoi d'informations brèves à un journal ou un service de presse qui a publié un article sur un problème qui est lié aux activités du Programme, ou d'offrir une interview rapide.

#### Interviews:

- Dresser une liste d'experts clés, avec leurs coordonnées, qui peut être proposée aux médias. Le fait de disposer d'une liste complète d'analystes ou «têtes parlantes» augmentera les chances des journalistes de penser au Programme EAF-Nansen lorsqu'ils ont besoin d'informations ou d'éléments pour rédiger un article.

#### Articles d'opinion:

- Élaborer des articles d'opinion solides et parfois controversés proposant de nouvelles visions et/ou un nouvel éclairage;
- s'assurer que les articles d'opinion sont opportuns et liés à l'actualité mondiale. En d'autres termes, identifier un problème brûlant dans les médias et chercher à y répondre à travers un article d'opinion;
- utiliser les articles d'opinion avec parcimonie, car le rapport temps-bénéfice de placer un article dans une publication n'est pas toujours idéal.

#### Aider les journalistes à produire des récits:

- Aider les journalistes à produire des articles pour couvrir les projets et obtenir des résultats en termes de plaidoyer de manière économique;
- conseiller les journalistes sur de bons projets et exemples avec de petits textes et les aider à produire des articles en fournissant tous les contacts et informations de base pertinents.

#### Visites de terrain des équipes travaillant pour des médias:

- Organiser des visites de terrain des équipes qui travaillent pour des médias est un bon moyen d'obtenir des reportages pittoresques et de construire des relations à long terme grâce à des expériences partagées. Cela implique non seulement d'inviter à bord du navire de recherche les journalistes, mais aussi de les faire participer aux activités de la campagne en les amenant sur des sites côtiers pour présenter concrètement l'approche écosystémique;
- la capacité à quai à bord du navire doit également être examinée attentivement et la priorité doit toujours être accordée aux scientifiques locaux. Les journalistes doivent couvrir leurs propres frais.

### **Communication directe et optimisation des réunions internationales**

Une communication directe et ciblée, de préférence, avec les parties prenantes est souvent le meilleur moyen de s'assurer que le bon message parvient à la bonne personne.

#### Le Programme devrait:

- Identifier clairement et spécifiquement tous les acteurs clés qu'elle souhaite impliquer, et établir exactement ce qu'elle attend de chacun d'eux, pour permettre une meilleure conception et un bon ciblage des activités de communication.
- Examiner et construire sa propre base de contacts pour permettre un meilleur ciblage des messages individuels. Par exemple, des recherches ou des développements pertinents pour une région, une institution ou un pays particulier.

- Relancer et réorganiser son bulletin d'information mensuel dans un format court et engageant, afin de divulguer les histoires les plus intéressantes et pertinentes sur le mois écoulé (en fonction du matériel produit).
- Établir une liste de réunions régionales et internationales où les principaux acteurs se réuniront. Les événements parallèles, l'engagement au niveau individuel, ou même le logo du Programme et l'ensemble du matériel qui a été publié (brochures) pouvant être distribué et atteindre le public approprié.
- Élaborer des notes politiques qui présentent les réalisations, ce qui aidera les décideurs à soutenir le travail du Programme et à créer un environnement durable.

### **Utiliser des partenaires et des alliés**

Les partenaires et défenseurs du Programme travaillant dans des domaines connexes ont beaucoup à offrir, non seulement en termes de ressources financières et techniques, mais aussi d'utilisation de leurs contacts, influence et canaux de communication.

Le Programme devrait explorer les partenariats dans tous les domaines – le reste du système des Nations Unies, les organisations internationales, la société civile, le monde des affaires, le monde universitaire, les médias, etc. – pour diffuser les messages.

Ces partenariats n'ont pas besoin de prendre la forme d'un protocole d'accord officiel: ils peuvent être aussi simples que d'accepter de retweeter un message reçu et de réutiliser ou reconditionner des produits/matériels de communication.

### **Image et identité visuelle**

NB: Une image et une identité visuelle claires peuvent aider à faire ressortir le Programme dans l'esprit des gens. Le Programme devrait redéfinir son identité, en consultation avec tous les partenaires et le bureau des communications de la FAO, pour maximiser son attrait visuel et ses atouts.

### **Communication interne et partenariats**

Le Programme EAF-Nansen effectue des travaux et des recherches qui pourraient être extrêmement utiles pour d'autres unités et divisions de la FAO, par exemple lors du prochain sommet sur la biodiversité pour l'alimentation et l'agriculture. Une collaboration accrue augmenterait/tirerait parti de la visibilité du Programme et de son impact.

Le Programme devrait:

- Engager l'équipe de communication de la FAO à publier des articles sur le travail du Programme dans des bulletins d'information et sur l'intranet;
- identifier et créer des liens avec d'autres équipes et unités internes.

### **Brochures, dépliants et matériel à l'image du Programme**

Les séries de brochures, dépliants et le matériel pédagogique et l'image du Programme peuvent constituer un énorme atout s'ils sont de qualité et qu'ils sont distribués ou touchent les bonnes personnes.

Le Programme devrait revoir et réorganiser ses brochures, dépliants et son matériel pédagogique afin que tous présentent des données et des chiffres certifiés, qu'ils décrivent ses réussites et, si possible, que les personnes avec lesquelles il a travaillé puissent offrir leur témoignage à travers des récits ou citations. Ce matériel pourra ensuite être distribué ou envoyé directement aux principales parties prenantes, ainsi qu'aux partenaires et donateurs potentiels.

### **Principales ressources et atouts**

À l'appui de tout ce qui précède, le Programme doit définir et accroître ses ressources et financements, notamment en termes de recherche, de publications et de capital humain.

Voici quelques-uns des atouts du Programme:

- les fonctionnaires régionaux de la FAO et de la Norad et les ambassades;
- les données scientifiques du navire de recherche;
- les photos et les vidéos;
- les publications, brochures et autres documents;
- les scientifiques à bord du navire de recherche;
- les portes paroles et experts;
- les équipes des bureaux régionaux de la FAO et la Norad et des ambassades.

Pour s'appuyer sur cela, le Programme doit créer une base de données (rassemblant tous les documents: données, photos et vidéos) au service de la communication et étendre son réseau de défenseurs et de portes paroles (pourquoi ne pas inclure le Secrétaire général de l'ONU, Premier responsable des océans des Nations Unies). D'autres partenaires pourraient communiquer en faveur du Programme et des océans tels que le nageur extrême Lewis Pugh, qui est le responsable d'ONU Environnement pour l'océan, qui s'exprime de manière passionnée et très active.

## Principaux indicateurs de performance

La stratégie de communication nécessitera des moyens et des ressources de mise en œuvre et demandera un suivi. La partie suivante détaille certains des aspects clés de la stratégie.

Les activités de communication et de sensibilisation seront suivies et documentées chaque mois à des fins de notification et d'analyse des performances conformément aux objectifs exprimés dans les indicateurs de performance du Programme sur la communication (produit 3).

Les activités qui feront l'objet d'un suivi sont:

- le nombre de documents liés à la pêche préparés pour la sensibilisation, l'information et l'éducation;
- le contenu du site web (nombre de publications, communications et ressources documentaires publiées et disponibles sur le site web);
- le nombre de visite sur le site web (nombre d'utilisateurs et de pages vues par mois);
- le bulletin d'information du Programme diffusé chaque trimestre;
- le résumé annuel du Programme établi une fois par an;
- l'activité sur les réseaux sociaux et l'utilisation du hashtag #EAFNansen (principalement sur Twitter);
- l'évocation par les médias des activités du Programme.

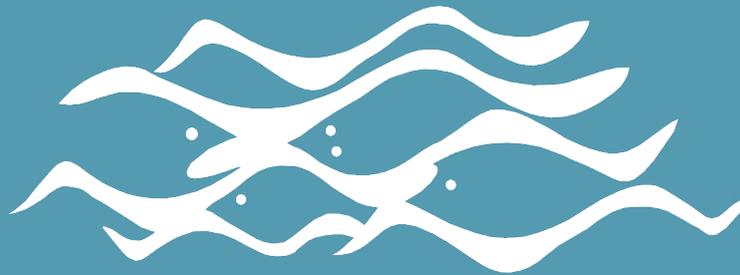
Les informations suivantes sont incluses dans le rapport des activités de communication et de sensibilisation:

- Données de référence (situation de départ mesurée au début du Programme);
- objectifs (résultats attendus des activités);
- aperçus mensuels, annuels et global.

Les outils suivants seront utilisés pour suivre et mesurer la performance des indicateurs susmentionnés et orienter les activités du plan de mise en œuvre régulièrement mis à jour:

- Statistiques: utilisation de *Google Analytics* pour les statistiques web sur la fréquentation et le comportement de l'audience;
- enquêtes et questionnaires annuels sur les audiences internes et externes;
- contrôle des médias.





*Pour plus d'information:*

**Le Programme EAF-Nansen**

Pêches - Ressources naturelles et production durable  
Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

**Contact:** [info-eaf-nansen@fao.org](mailto:info-eaf-nansen@fao.org)  
**Site web:** [www.fao.org/in-action/eaf-nansen/en/](http://www.fao.org/in-action/eaf-nansen/en/)  
**Twitter:** [#EAFNansen](https://twitter.com/EAFNansen)



Organisation des Nations Unies  
pour l'alimentation  
et l'agriculture



Norad

