



## Liste de contrôle

# Mesures de communication dans le cadre du niveau du PAC Information au public

### Processus: planification des mesures de communication

L'objectif de la communication est de transmettre en temps voulu et de manière efficace les connaissances, l'expérience et les messages avec la qualité requise aux groupes cibles définis. Les mesures de communication viennent en soutien aux mesures des autres niveaux du PAC et contribuent à la réalisation des objectifs du PAC.

La communication intégrée garantit que les mesures et les instruments sont correctement coordonnés. Cela repose sur un processus: analyse, planification, organisation, mise en œuvre et contrôle de toute la communication interne et externe.

Ce processus est décrit ci-dessous:

Étape du processus	Questions
1. Analyse de la situation	<p>Quel sujet s'agit-il de traiter? Quelle est la situation initiale et quelles sont les conditions cadres à respecter? (Analyse des facteurs contextuels tels que les tendances, les questions pertinentes socialement, etc.)</p> <p>Les questions importantes à cet égard sont les suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Que savons-nous des différents groupes de population?</li><li>• Quelles sont leurs conditions de vie?</li><li>• Quelles sont leurs connaissances préalables, où s'informent-ils?</li><li>• Comment se comportent-ils, quelles offres utilisent-ils?</li><li>• Quel est le comportement recherché? Ou avec quelles conditions de vie faut-il interagir et dans quel but?</li><li>• Qu'est-ce qui aide les différents groupes cibles à se conformer au comportement recherché et qu'est-ce qui les en empêche?</li><li>• Quel est l'objectif visé et dans quel but?</li></ul>
2. Fixer des objectifs	<p>Quelles connaissances (objectifs de connaissances, de comportement, d'attitude) les différents groupes cibles doivent-ils acquérir grâce à nos mesures de communication? À quoi faut-il les sensibiliser?</p> <p>Les questions importantes à cet égard sont les suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Quel est l'objectif principal? Quels sont les objectifs partiels?</li><li>• Qui doit savoir quoi et d'ici quand (à court, moyen et long terme)?</li><li>• Doit-on approfondir des connaissances (objectif qualitatif) ou les diffuser dans la population (objectif quantitatif)?</li></ul> <p><b>Important:</b> fixer des objectifs mesurables (Spécifique <b>M</b>esurable <b>A</b>mbitieux <b>R</b>éaliste <b>T</b>emporel)</p>
3. Définir le(s) groupe(s) cible(s)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Quel(s) est/sont le(s) groupe(s) cible(s)?</li><li>• Quel groupe cible a quelle priorité?</li><li>• Où et comment atteindre au mieux le groupe cible?</li><li>• À qui (multiplicateur-trice-s, partenaires) nous adressons-nous pour atteindre les objectifs ci-dessus?</li></ul>

4. Définir le message et le positionnement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel est le message principal et, le cas échéant, le message secondaire?</li> <li>• Comment nous positionnons-nous?</li> <li>• Quelle formulation (wording) convient au groupe cible?</li> <li>• Quelle tonalité convient à notre Corporate Wording?</li> </ul>
5. Définir les instruments et les mesures	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel message est communiqué à quel groupe cible avec quels instruments/quelles mesures, par quel expéditeur, quand, par le biais de quel canal, avec quel objectif?</li> <li>• Quel-le-s partenaires pourraient faire office de multiplicateur-trice-s?</li> <li>• Quel-le-s partenaires/organisations/autorités, etc. doivent être informé-e-s de quoi?</li> </ul>
6. Contrôler la facilité d'accès	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La langue correspond-elle aux règles de notre Corporate Wording?</li> <li>• Respecte-t-elle les <a href="#">recommandations en faveur d'une langue facile</a>?</li> <li>• Tient-elle compte des <a href="#">aspects de l'égalité des chances</a>?</li> <li>• Le(s) groupe(s) cible(s) comprend/comprennent-il(s) le message?</li> </ul> <p><b>Conseil:</b> faire tester les messages ou les mesures par le(s) groupe(s) cible(s) et/ou faire participer ce(s) dernier(s) à leur élaboration.</p>
7. Créer un plan d'implémentation, allouer des ressources	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qui fait quoi et quand?</li> <li>• Qui est responsable de quoi? <b>Conseil:</b> établir <a href="#">une matrice RACI</a>.</li> <li>• Faut-il des ressources humaines supplémentaires ou d'autres partenariats?</li> <li>• Quels sont les systèmes d'information et instruments de travail nécessaires?</li> </ul>
8. Établir un budget	Combien coûtent les mesures, l'évaluation et, le cas échéant, les ressources supplémentaires, etc. (point 7)?
9. Évaluation: vérifier l'efficacité des mesures de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qui (personne responsable/organe d'exécution) vérifie quoi (objectif), auprès de qui (groupe cible), comment (méthode de contrôle), quand (date) et à quelle fréquence (fréquence de contrôle)?</li> <li>• Les objectifs ont-ils été atteints?</li> <li>• Les ressources ont-elles été utilisées de façon appropriée et efficace?</li> <li>• Les mesures sont-elles efficaces?</li> </ul>