

# Communication environnementale

## Le plan de communication

*Marie-Claire Domasik*



Département des Sciences et Gestion de l'Environnement



**Comment communiquer  
efficacement en matière  
d'environnement dans  
votre entreprise ?**

Module de formation transfrontalière

- Communication environnementale  
15 mars 2005
- Sensibilisation du personnel  
7 avril 2005
- Communication de crise  
20 avril 2005

Lieu : PED de LONGWY (F)



Projet cofinancé par  
l'Union Européenne





# Communication environnementale

---

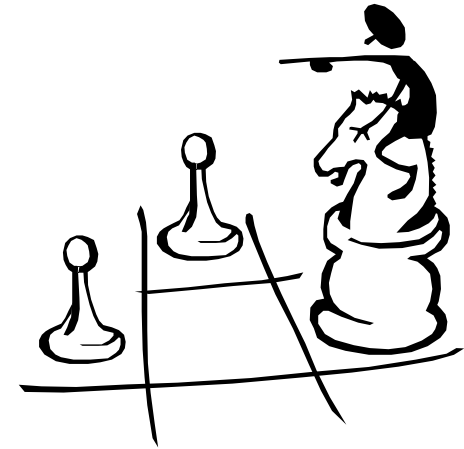
*21 juin 2005*

- **Prévoir un plan de communication**

# Plan de communication

---

- Déroulement dans le **temps** des actions de communication, les rythmes à destination des différentes cibles
- Recherche de **cohérence** entre les actions et les discours tenus
- Exposé des **sujets**, des **actions**, des **messages** pour chacune des cibles.
- Prévoir **l'évaluation à différents moments**





# Etapes du plan de communication

---

- Définition des enjeux de la communication
- Formulation des axes du discours général de l'entreprise sur lequel se déclineront les messages (*Politique environnementale*)
- Détermination des publics cibles et des actions de communication
- Sélection et hiérarchisation des actions
- Planification
- Budget
- Evaluation

# Politique environnementale de l'entreprise

Formulation des axes du discours général de l'entreprise sur lequel se déclineront les messages



**Pourquoi ?** l'organisme s'engage à quelles fins ?

**Quoi ?** Quelles sont les principaux problèmes à traiter? Pour quels résultats ? En vue de faire passer quels messages ?



# Détermination des publics cibles

## A qui ?

---

- **Internes**
  - Par niveaux hiérarchiques
  - Par secteur d'activité
  - Permanents, remplaçants, nouveaux...
  - .....
  
- **Externes**
  - Sous traitants
  - Consommateurs
  - Grand public
  - Institutions
  - .....
  
- **A la croisée**
  - Syndicats
  - Actionnaires
  - Conseil d'administration...



## Croisement des deux éléments : Quoi ? et A Qui ?

---

Quelles sont les actions prioritaires à mener et vis-à-vis de qui, compte tenu du contexte ? En vue de quel résultat, pour faire passer quel type de message ?


*Lister les différents publics et préciser pour chacun les activités à prévoir en précisant plus ou moins une échéance.*

*(par exemple tableau à double entrée)*

# Sélection et hiérarchisation des actions pour les différents publics cibles



- Préciser les actions et les hiérarchiser
- Prendre comme référence temporelle les événements clés ou les dates butoirs et établir un chronogramme (par exemple diagramme de Gantt)
- Planifier les moments d'évaluation



# Prévoir les différents intervenants

## Qui ?

---

- Quels seront les personnes qui s'occuperont de tel ou tel aspect ?
  - En interne ?
  - Sollicitation de consultants ?...



## Où ? – Quel espace géographique ?

---

- Actions locales – précision des lieux
- Actions régionales?
- Actions nationales ?
- Actions internationales ?



# Prévoir le budget

---

- Budget analytique,
- L'argumenter.



## Quelle coordination ?

---

- De quelle manière la stratégie **impliquera-t-elle et coordonnera-t-elle** les responsables environnementaux, les parties intéressées, les personnes responsables des questions environnementales et les personnes en charge de la communication interne et externe de l'organisme ?

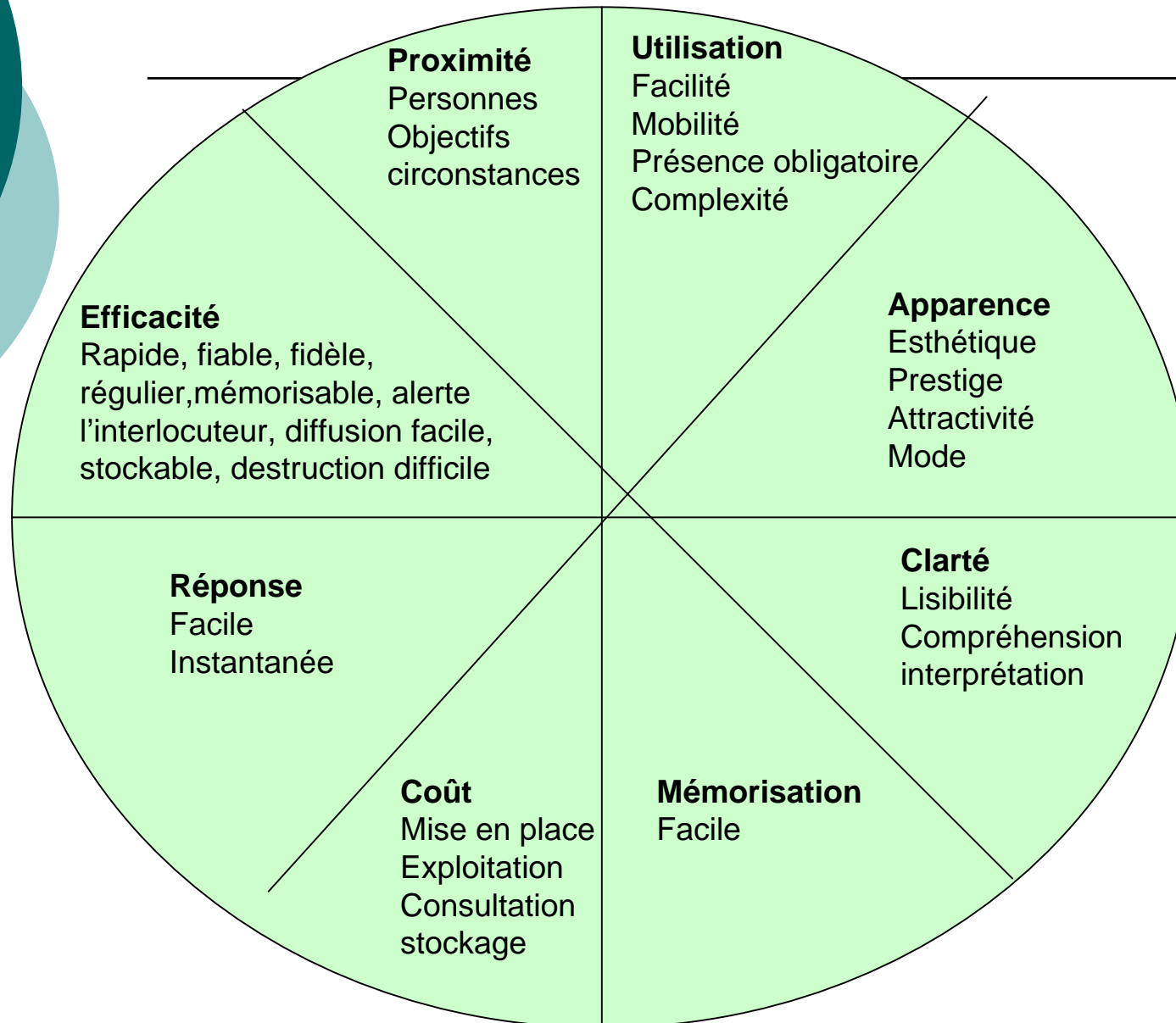


# Evaluation

---

- Prévoir les indicateurs et les moments d'évaluation, ainsi que les moments de «régulation des actions ».

## Les médias, outils de communication : caractéristiques (d'après Lebel)





# Références

---

- AFNOR – ISO 14069 – Avant projet de norme internationale – 2004
- Beau D. et Daudel S., *Stratégie d'entreprise et de communication*. Ed. Dunod. Paris 1992.
- Lebel M.F. et P., *Organiser la communication interne*. Les éditions d'organisation – Paris – 1988.
- Libaert T., *La communication verte* – Ed. Liaisons – Communication/innovation – Paris - 1992
- Piette S.A., *Sensibilisation et formation environnementales pour le personnel d'entreprise* – ULG - Chambre de Commerce de Namur – Notes de cours – 2000
- Vigneron J. et Francisco L., *La communication environnementale* – Ed. Economica – Poche Environnement - Paris – 1996

<http://www.iewonline.be/Positions/Participation/NIMBY.pdf>

<http://www.inem.org>

<http://www.rise.be>