



COMMISSION DE
L'OcéAN INDIEN



Document final

Stratégie de promotion des énergies renouvelables et
de l'efficacité énergétique dans l'Indianocéanie



Financé par
l'Union européenne

Table des matières

1.	Contexte	4
2.	Vision	5
3.	Objectifs.....	5
3.1.	Objectif global	5
3.2.	Objectifs spécifiques.....	5
4.	Groupes cibles	6
4.1.	De nombreuses cibles	6
4.2.	Cibles et relais : interactions attendues	7
5.	Messages clés	8
6.	Les outils.....	10
6.1.	Outils de visibilité	10
6.1.1.	Kakemonos	10
6.1.2.	Matériels promotionnels.....	10
6.1.3.	Médiathèque	11
6.1.4.	Présentation du programme	12
6.2.	Outils de sensibilisation.....	13
6.2.1.	Communication avec les partenaires	13
6.2.2.	Infographies.....	19
6.2.3.	Policy brief.....	19
6.2.4.	Outils médiatiques.....	19
6.3.	Les outils numériques.....	20
6.3.1.	Site Internet.....	20
6.3.2.	Plateforme d'échanges.....	21
6.3.3.	Réseaux sociaux.....	21
7.	Activités envisagées.....	22
7.1.	Activités génériques	22
7.2.	Activités régionales / par domaine de résultats.....	23
7.2.1.	Résultat 1.....	23
7.2.2.	Résultat 2.....	25
7.2.3.	Résultat 3.....	26
7.2.4.	Résultat 4.....	26
7.2.5.	Résultat 5.....	27

8. Indicateurs de résultats	28
9. Ressources humaines	33
10. Tableau de bord et calendrier indicatifs	34



Ci-dessus, panneau photovoltaïque à Madagascar – © T. Rasolofoarimanana – Photothèque COI

Ci-dessous, chauffe-eau solaire dans une cité ouvrière à Maurice – © Ananda Rajoo – Photothèque COI



1. Contexte

Les îles de l'Indianocéanie sont particulièrement dépendantes des importations de ressources fossiles pour la production d'énergie, soit 81% de l'énergie primaire importée. La filière bois-énergie est également importante, notamment à Madagascar et aux Comores où la consommation de bois de chauffe contribue à la déforestation, dont celle des mangroves qui constituent un puits carbone et un vivier pour de nombreuses espèces aquatiques.

De fait, la production d'énergie a un coût financier et écologique considérable pour les économies du Sud-Ouest de l'océan Indien qui forment aussi l'un des 34 points chauds de la biodiversité planétaire.

Quelques initiatives, à différents niveaux, pour les énergies renouvelables ont été déjà menées dans les pays de la Commission de l'océan Indien. Cependant, il apparaît nécessaire de développer davantage encore la sensibilisation sur les opportunités existantes dans le secteur. Le secteur est également marqué par un environnement d'affaires qui doit être amélioré, notamment avec une capacité réglementaire à harmoniser, des compétences et des ressources à renforcer, des savoir-faire techniques à soutenir à travers la recherche et le développement.

La mise en commun de l'expertise et le développement des outils pour le transfert des savoir-faire et de la technologie dans ce domaine sont quelques-uns des principaux aspects de la valeur ajoutée régionale. La mutualisation des expertises, des compétences, des savoir-faire et des technologies permettrait à la région d'attirer des investissements dans un secteur disposant d'un grand potentiel pour la croissance économique, l'emploi et la réduction de la pauvreté.

C'est dans ce contexte que la Commission de l'océan Indien met en œuvre, jusqu'à fin 2018, un programme pour la promotion des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique, grâce à l'appui de l'Union européenne dans le cadre du 10^{ème} FED. La Convention de financement a été signée le 5 juin 2013, à l'occasion de la journée mondiale de l'environnement.

Le programme COI-ENERGIES, qui contribue à la promotion et à la diffusion des énergies renouvelables ainsi qu'à la sensibilisation de tous sur les bénéfices de l'efficacité énergétique, permettra également aux pays membres de la Commission de l'océan Indien d'aller vers l'atteinte des objectifs fixés en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030, lors de la 21^{ème} Conférence des parties à la Convention-cadre des Nations unies sur le changement climatique (COP21), organisée à Paris en décembre 2015.

La présente stratégie, élaborée dans le cadre de la mise en œuvre du résultat 2 du programme COI-ENERGIES, dresse les lignes directrices générales pour la visibilité du programme et de ses activités, la communication et la sensibilisation dans tous les domaines de résultat. Elle concerne les quatre Etats ACP membres de la COI (Comores, Madagascar, Maurice et Seychelles) et associe la France/Réunion, notamment dans l'optique de partager son expérience et son expertise.

2. Vision

La stratégie de communication et de sensibilisation du programme doit reposer sur une vision conforme à la philosophie et à l'objectif global du programme.

En soutenant la diffusion des énergies renouvelables afin que les populations de l'Indianocéanie aient accès à une énergie fiable, renouvelable, saine et compétitive, et en promouvant les meilleures pratiques d'efficacité énergétique, le programme COI-ENERGIES contribue à la dynamique régionale en faveur du développement durable.

La vision autour de laquelle peut s'articuler la présente stratégie peut ainsi être la suivante :

« Contribuer à une croissance durable de l'Indianocéanie grâce aux énergies vertes et à une utilisation rationnelle de l'énergie »

Cette vision peut être résumée sous la forme d'un slogan qui peut être utilisé sur les outils de visibilité du programme :

- « L'énergie verte pour tous, c'est maintenant » : c'est un slogan qui sous-entend la démocratisation de l'accès aux énergies renouvelables et la nécessaire implication de tous dans la construction d'un futur durable.

3. Objectifs

3.1. Objectif global

Promouvoir la diffusion des énergies renouvelables et les meilleures pratiques d'efficacité énergétique dans les pays membres de la Commission de l'océan Indien

3.2. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques se déclinent en deux catégories :

- Des objectifs de visibilité :
 - Valoriser l'engagement de la Commission de l'océan Indien et de l'Union européenne en faveur du développement des énergies renouvelables et de la diffusion des meilleures pratiques d'efficacité énergétique
 - Améliorer la compréhension du rôle de la Commission de l'océan Indien et de l'Union européenne dans le domaine des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique
 - Garantir la visibilité des activités entreprises par le programme COI-ENERGIES
 - Assurer le respect de la charte graphique de la Commission de l'océan Indien et des lignes directrices du manuel de communication et de visibilité de l'Union européenne
- Des objectifs de sensibilisation :
 - Rendre compréhensibles les enjeux énergétiques spécifiques aux milieux insulaires, particulièrement dans la région de l'Indianocéanie

-
- Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des énergies renouvelables et de la diffusion des bons gestes pour l'efficacité énergétique
 - Mettre en lumière la cohérence du programme avec les engagements et textes internationaux pertinents, notamment les Objectifs de développement durable (ODD), l'accord sur le climat de la COP21, la « Voie à suivre » de la Conférence des Nations unies sur les Petits Etats insulaires en développement de Samoa ou encore l'Agenda 2063 de l'Union africaine.
 - Mobiliser les acteurs publics, les opérateurs économiques et les organismes non-gouvernementaux dans une dynamique régionale de développement et de diffusion des technologies de production d'énergies vertes
 - Accompagner un changement des habitudes de consommation d'énergie dans les foyers, dans les entreprises, dans les écoles

4. Groupes cibles

La question énergétique concerne toutes les composantes de la société. C'est un enjeu transversal qui touche à l'économie, à l'écologie, aux habitudes sociales, au commerce, aux législations.

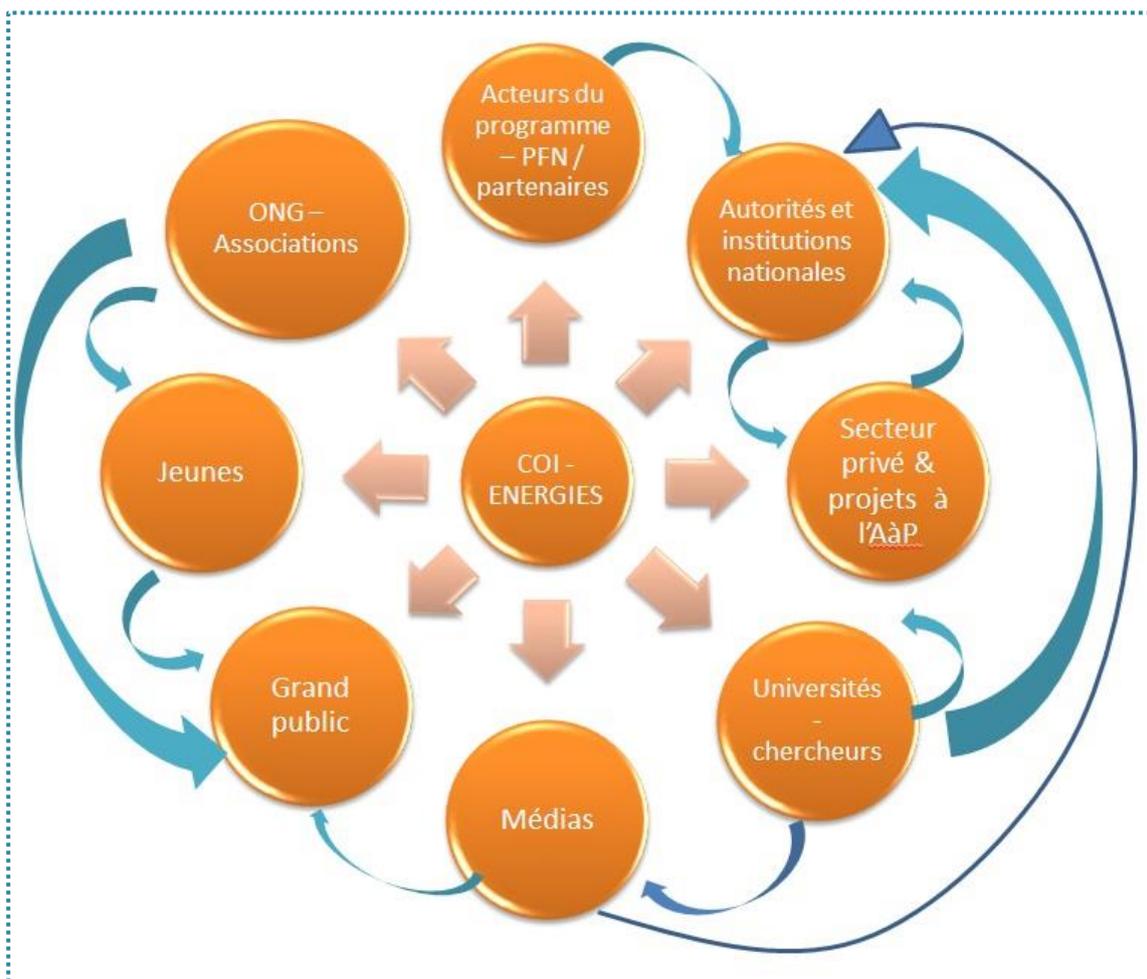
La stratégie de communication et de visibilité doit donc viser un large spectre d'acteurs pour être efficace et répondre à l'objectif global.

4.1. De nombreuses cibles

- Les acteurs et partenaires du programme
 - ↳ *Points focaux nationaux, partenaires techniques et financiers actuels et potentiels*
- Les autorités publiques
 - ↳ *Gouvernements –décideurs et législateurs, institutions et entreprises nationales*
- Le secteur privé
 - ↳ *Communauté des affaires, PME-PMI, producteurs d'énergie, industries, soumissionnaires à l'appel à projet*
- Les organisations non gouvernementales
 - ↳ *ONG traitant des questions d'énergie et plus largement du développement durable, fédérations citoyennes, groupements de jeunes professionnels et de femmes*
- La jeunesse
 - ↳ *Du primaire à l'université*
- Les universités et les instituts de recherche
 - ↳ *Universitaires, facultés de sciences et techniques, écoles d'ingénierie*
- La communauté des médias
 - ↳ *Presse écrite – radio – télévision – médias numériques*
- Le grand public

4.2. Cibles et relais : interactions attendues

Bien que tous ces groupes soient tous directement ciblés par le programme COI-ENERGIES, il est à noter qu'ils sont aussi en mesure d'alimenter la communication et la sensibilisation à destination d'un ou plusieurs autre(s) groupe(s) cible(s) identifié(s). Ainsi, la stratégie de communication et de sensibilisation vise à créer une dynamique interne de sensibilisation.



5. Messages clés

Cibles	Programme global	Energies renouvelables	Efficacité énergétique
Acteurs et partenaires du programme	Le succès du programme repose sur l'implication effective des acteurs et partenaires du programme		
Autorités publiques	Les gouvernements sont les premiers acteurs du développement durable qui passe notamment par le développement des énergies vertes et une meilleure maîtrise de l'énergie	Les énergies renouvelables génèrent de la croissance, de l'emploi, et participent à la lutte contre les effets du changement climatique par l'innovation	L'efficacité énergétique améliore la compétitivité de l'économie et diminue les émissions carbone
Secteur privé	Adopter les énergies vertes et de nouvelles habitudes de consommation d'énergie, c'est un investissement rentable !	Les énergies renouvelables constituent un secteur d'avenir pour les entreprises	L'efficacité énergétique augmente la compétitivité des entreprises par les réductions des coûts d'opération
Soumissionnaires à l'appel à projet	Vous êtes des précurseurs de l'énergie verte dans la région : votre projet est un exemple concret pour sensibiliser tout le monde		
Organisations non-gouvernementales	L'énergie, c'est un enjeu aussi de société	Des énergies propres pour la résilience des îles et l'épanouissement des populations	Contribuez à un changement des habitudes de consommation d'énergie
Jeunesse	Consommer l'énergie, ça s'apprend	Les énergies renouvelables feront intégralement partie du quotidien des futures générations : accompagnez le changement !	Chaque enfant est un ambassadeur du changement des habitudes

Cibles	Programme global	Energies renouvelables	Efficacité énergétique
Universités, instituts de recherche et de formation	La recherche doit documenter la pertinence de la dynamique régionale en faveur des énergies renouvelables et de l'économie énergétique		
Médias	L'énergie est au cœur du développement	L'énergie verte contribue à la croissance économique, au progrès social, et à la lutte contre les effets du changement climatique et contre la pauvreté	Les médias assument une responsabilité sociale mobilisable en faveur de l'efficacité énergétique
Grand public	L'énergie nous concerne tous	Opter pour les énergies renouvelables, c'est faire le choix d'un avenir serein	Nous avons tous un rôle à jouer pour diminuer la consommation d'énergie : ça commence à la maison

6. Les outils

6.1. Outils de visibilité

6.1.1. Kakemonos

Le programme dispose déjà de kakemonos. Il semble néanmoins nécessaire de les actualiser en fonction de l'avancement des activités. Ainsi, les kakemonos mettront graduellement l'accent sur les résultats obtenus dans chacun des domaines de résultat.

Il est ainsi recommandé de produire :

- Un kakemono générique ;
- Un kakemono sur les bons gestes à la maison ;
- Un kakemono sur les bons gestes en entreprise ;
- Des kakemonos thématiques : labels et normes pour l'habitat, labels et normes pour les appareils électriques, cadre réglementaire, implication du secteur privé, public et des ONG (Appel à projets).

Tous les kakemonos devront respecter la charte graphique de la Commission de l'océan Indien ainsi que les lignes directrices du manuel de visibilité et de communication de l'Union européenne.

L'adresse du site Internet et le nom de la page Facebook du programme doivent figurer sur tous les kakemonos. Il est également proposé d'inclure un QR Code renvoyant sur la brochure générique du programme consultable en ligne sur la page COI-ENERGIES du site de la COI.

6.1.2. Matériels promotionnels

Les matériels promotionnels sont des outils de visibilité utiles et incontournables. Aussi, le programme doit pouvoir disposer de matériels en phase avec la philosophie du programme et utiles dans le cadre de ses activités.

Le tableau ci-dessous recense les principaux matériels qu'il est envisageable de produire / commander.

Matériel	Observations	Période	Quantité
Agenda	Produit utile et très demandé en fin d'année, l'agenda permet de donner une visibilité au programme, à la COI et à l'UE, tout au long de l'année. Il est proposé de produire un agenda au nom de la COI valorisant prioritairement le programme COI-ENERGIES et offrant également une visibilité aux autres projets de la COI financés pour l'essentiel par l'Union européenne. L'agenda devra être distribué aux partenaires clés du programme.	Dernier trimestre 2016	150 max

Matériel	Observations	Période	Quantité
Calendrier	Comme l'agenda, le calendrier de table est un outil utile qui offre une visibilité du programme, de la COI et de l'UE tout au long de l'année. De la même manière, il est destiné prioritairement aux partenaires clés du programme. Le calendrier présentera exclusivement le programme COI-ENERGIES	Dernier trimestre 2016	150 max
Clés USB	Outil de plus en plus incontournable, les clés USB sont aussi un outil de visibilité. Le format proposé est celui d'un bracelet de couleur bleu ou orange conformément au code couleur de la COI, avec les logos ENERGIES, COI et UE en réserve blanche. La longueur du bracelet sera utilisé pour l'adresse du site Internet + de la page Facebook de la COI Il est proposé d'inclure dans la clé USB la présentation du programme COI-ENERGIES et d'autres visuels. A l'exception des documents destinés aux PFN et partenaires identifiés, ceux-ci doivent être verrouillés et donc non-modifiables et non-effaçables	Premier trimestre 2017 A prévoir pour les prochaines réunions des instances de la COI	200 à 300
Torches solaires / à dynamo / calculatrices solaires...	Ce sont des outils promotionnels conformes à la philosophie du programme qui peuvent, en plus, s'avérer particulièrement utiles. Les logos doivent être bien visibles.	Second trimestre 2017	200
Stylos	Utiles et généralement distribués lors des réunions. Opter pour un stylo de couleur bleu avec les logos en réserve blanche	Premier trimestre 2017	200
Pochettes et blocs-notes	A distribuer lors des ateliers et réunions. Il est recommandé d'opter pour des matériels non datés conformes à la charte graphique de la COI Les logos sont apparents. Il peut être envisagé d'inclure un slogan sur ces supports.	Premier trimestre 2017	150 de chaque

6.1.3. Médiathèque

Les images sont parfois plus parlantes que les mots. Aussi, il est recommandé de disposer d'une médiathèque suffisante pour illustrer les outils de communication et de sensibilisation ainsi que pour documenter les expériences dans les pays membres, les leçons apprises ou encore les projets cofinancés par le programme dans le cadre de l'appel à projets.

6.1.3.1. Photothèque

Pour ce faire, le programme peut s'appuyer sur la banque d'images de la COI. Cela étant, le secteur couvert par le programme étant inédit à la COI, l'organisation ne dispose pas d'images en quantité suffisante. Il est donc recommandé d'acheter des photos génériques issues de banque d'images en ligne comme *shutterstock*.

En outre, il est indispensable que les membres de l'équipe COI-ENERGIES et les consultants alimentent aussi la photothèque d'images de la région.

En ce qui concerne les projets cofinancés par le programme dans le cadre du résultat 4, il est proposé de réaliser des reportages photographiques et vidéos sur chacun des projets en étroite collaboration avec les promoteurs. Il est également recommandé de réaliser un court métrage d'une durée n'excédant pas 15 mn à la fin du cycle projet afin de valoriser la dynamique régionale soutenue par le programme ENERGIES à travers le résultat 4. Tous les projets cofinancés y seront visibles.

6.1.3.2. Vidéotheque

Les vidéos sont des outils de visibilité et de communication qui permettent de toucher un large public. Il est ainsi proposé de réaliser des reportages vidéos en format court qui pourront être valorisés sur les réseaux sociaux (youtube, facebook), sur le site de la COI, les sites des partenaires (projets cofinancés, partenaires techniques et financiers) ainsi que sur les télévisions nationales et autres plateformes multimédias.

La réalisation d'un film d'une durée maximale de 15 mn peut également être envisagée afin de présenter les avancées en matière de développement des énergies renouvelables et de diffusion des bons gestes d'efficacité énergétique dans chacun des pays membres. Un tel film est à envisager durant le dernier devis-programme de COI-ENERGIES : il s'agirait alors d'un film de clôture mettant en valeur l'impact du programme et les leçons apprises.

L'appui à la réalisation de films de sensibilisation dans les pays membres participe également à la visibilité du programme. Ces films sont également des outils mobilisables dans le cadre des actions de sensibilisation de la COI.

6.1.4. Présentation du programme

Les experts de l'équipe COI-ENERGIES participent ou organisent de nombreuses activités, dans la région et au-delà. Aussi, il leur est nécessaire de présenter le programme COI-ENERGIES.

Les outils à utiliser pour la présentation du programme sont listés dans le tableau ci-dessous.

Outil	Observation	Période		Quantité
Powerpoint	Il est recommandé de produire un powerpoint générique de présentation du programme en français et en anglais. Ce powerpoint devra être actualisé à mesure de l'avancement du programme. La présentation powerpoint est	Dernier	trimestre	1 français 1 anglais
		2016		

Outil	Observation	Période	Quantité
	aussi l'occasion de rappeler la cohérence du programme avec les engagements et textes internationaux signés/ratifiés par les pays membres.		
Brochures	Actualisation de la brochure générique du programme (illustrations nouvelles, mention des ODD et autres engagements internationaux pertinents, renvoi Facebook...) La brochure doit être disponible en ligne et accessible par QR Code sur les visuels	début 2017	600*
Brochures thématiques ER	Brochure de présentation des ER et du potentiel pour chaque type d'ER dans les pays membres de la COI. Format à l'italienne, 17x21, reliure spirale. Lien sur les réseaux sociaux, QR Code vers le site COI.	Début 2017	600*
Brochures thématiques EE	Présentation des bons gestes. Chaque page est une fiche spécifique, dissociable et compréhensible seule. La version numérique des visuels ainsi élaborés peut ainsi être utilisée sur d'autres plateformes Lien sur les réseaux sociaux, QR Code vers le site COI.	Début 2017	600*

*300 pour l'ensemble des PFN – 300 pour l'équipe projet

6.2. Outils de sensibilisation

6.2.1. Communication avec les partenaires

6.2.1.1. Newsletter

Le programme COI-ENERGIES émet une newsletter mensuelle en version française et anglaise. Elle est distribuée à un réseau de 400 partenaires, incluant les points focaux nationaux, les institutions partenaires ou encore les soumissionnaires à l'appel à projets.

Une évaluation de cet outil a conduit aux conclusions suivantes :

- Le format pdf n'est pas toujours adapté à la connectivité existante dans les pays membres de la COI, notamment l'Union des Comores et Madagascar ;

-
- La fréquence de parution de la newsletter mérite d'être revue : d'un numéro à l'autre, le calendrier évolue peu, l'avancement des activités peut paraître lent ;
 - Il n'est pas possible de mesurer le taux réel de consultation et donc l'appropriation des informations par les destinataires.

Compte tenu de ce qui précède, il est recommandé de revoir le format, la fréquence et le contenu de la newsletter émise par le programme. Il est également proposé de baser la refonte de la newsletter COI-ENERGIES sur les lignes directrices de la stratégie de communication digitale de la COI et de l'expérience des autres projets de la COI financés par l'Union européenne dans un souci de mise en cohérence de cet outil. Les recommandations sont présentées dans le tableau ci-après.

Une version imprimable de la Newsletter sera néanmoins disponible pour diffusion lors d'événements organisés par le projet ou lors de rencontres.

Recommandations pour la refonte de la newsletter trimestrielle COI-ENERGIES

	Evolution proposée	Observations	Atouts
Format	Mailchimp – format électronique	Outil qui permet d'intégrer la newsletter dans le corps du courriel envoyé. Liens vers les plateformes de COI-ENERGIES : medium COI ; site Internet ; Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - Réduction du temps de téléchargement de la newsletter - Possibilité de mesurer la consultation - Possibilité de déterminer, après évaluation, la typologie des informations qui intéressent les destinataires - Portée des publications amplifiée - Engagement de la communauté par le renvoi sur des plateformes contenant les textes
Cible	<ul style="list-style-type: none"> - PFN - Partenaires techniques et financiers actuels et potentiels - Journalistes ciblés - ONG et acteurs du développement durable - Représentations diplomatiques - Soumissionnaires à l'AàP 	<p>Il est proposé d'enrichir la liste de diffusion en intégrant des journalistes de la région identifiés couvrant le secteur des énergies renouvelables ou plus largement les thématiques environnementales ou économiques, le réseau diplomatiques, le secteur privé.</p> <p>Il est aussi recommandé d'enrichir la liste de diffusion avec les contacts pertinents des autres projets de la COI.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diffusion graduellement élargie - Intérêt / engagement démultiplié
Fréquence	Trimestrielle	Voir commentaires plus hauts. De plus, cette fréquence augmente la possibilité de produire des contenus variés	<ul style="list-style-type: none"> - Contenus variés - Rend mieux compte de l'avancement du programme
Contenu	Varier les contenus : portrait, interview, reportage, analyse Donner un caractère	La newsletter doit informer sur le programme au-delà de ses activités. L'intérêt d'une newsletter réside dans la variété des contenus qui permettent de prendre la mesure de l'importance du programme et de l'avancement des activités.	<ul style="list-style-type: none"> - Contenu varié = intérêt grandissant - Appropriation des objectifs du programme - Attractivité de la newsletter améliorée

	Evolution proposée	Observations	Atouts
	« humain » à l'information transmise : la newsletter doit permettre le passage de la technique à l'humain.		
Visibilité	Démarche multicanal (Facebook, site COI, plateforme medium COI)	Les contenus sont préalablement postés sur d'autres plateformes numériques. La newsletter est donc constituée de résumés agrémenté d'un lien vers le texte intégral posté sur une des plateformes numériques de la COI. Les textes sont rédigés ou révisés par le communicant. Les experts qui se rendent sur le terrain doivent pouvoir fournir du contenu –déclaration, photos, enregistrements audio ou vidéo, informations, documents – permettant au communicant de rédiger ou d'affiner un texte.	<ul style="list-style-type: none"> - Amplification de la portée des publications - Engagement des destinataires : possibilité de partager, aimer ou commenter les contenus
Langue	Français et anglais	La newsletter est actuellement diffusée en deux langues.	
Délai	Janvier 2017 – premier numéro trimestriel		

Les projets ISLANDS et Biodiversité de la Commission de l’océan Indien, tous deux financés par l’Union européenne, ont adopté le modèle « mailchimp » pour l’élaboration et l’envoi de leur newsletter respective. Pour mieux évaluer la pertinence de l’évolution proposée, une capture d’écran de la newsletter du mois de juillet 2016 du projet ISLANDS est présentée ci-après.

En-tête de la newsletter avec logos - date - illustration générique

L'actualité principale déclinée en divers articles : institutionnel, "human story", message du partenaire en vidéo.
A chaque fois, le lien indiqué à la fin du résumé renvoie à une plateforme différente

Ici, c'est un contenu qui n'est pas de la COI: la newsletter constitue aussi une opportunité de valoriser les partenaires ce qui renforce leur engagement

Autres actualités du projet relevant de domaines de résultats différents

Le projet autrement: un chiffre, une infographie, une citation... Occasion de donner à réfléchir, de sensibiliser, de communiquer sur un résultat concret

Les vidéos sont des contenus particulièrement appréciés, partagés. Le contenu n'est pas obligatoirement issu du programme

Calendrier indicatif

les liens vers les autres plateformes pour augmenter la visibilité, susciter l'engagement et les interactions, élargir l'audience

6.2.1.2. Point de situation

Envoyé par courriel, le point de situation informe sur la progression des activités du programme par domaine de résultat. Il contient également un calendrier indicatif. Le point de situation est bref, informatif : c'est un outil de travail. De fait, le point de situation remplace la newsletter telle qu'utilisée jusque-là.

Fréquence : mensuel

Format : électronique. Envoi par courriel.

Langue : Le point de situation doit être diffusé en français et en anglais.

Calendrier indicatif : dès janvier 2017

Ci-après, un exemple de point de situation mensuel tel qu'envoyé par le projet COI-Biodiversité en juillet 2016.

Monthly update / Le point mensuel
July 2016 / Juillet 2016

ACTIVITÉS DU MOIS / THIS MONTH'S ACTIVITIES	ACTIVITÉS À VENIR / UPCOMING ACTIVITIES
<ul style="list-style-type: none">• Réunion de coordination des projets FEDER-EDF-ERDF Projects coordination Date : 11 juillet 2016 / July 11, 2016 Lieu : St Denis, La Réunion / Reunion Island• Atelier des points focus sur la révision du cadre logique et la programmation de deux progressions n°2 NIP meetings on logframe revision and planning programme activities n°2 Date : 13-14-15 juillet 2016 / July 13-14-15, 2016 Lieu : CDI, Ebène, Maurice / IOC, Ebene, Mauritius• Réunion sur les systèmes régionaux d'information avec BIOMAMA Meeting on Regional Information Systems with BIOMAMA Date : 20 juillet 2016 / July 20, 2016 Lieu : CDI, Ebène, Maurice / IOC, Ebene, Mauritius• Réunion sur la zone de conservation transfrontalière Tanzanie-Kenya Meeting on Kenya-Tanzania Transboundary Conservation Area (TBCA) Date : 26-27 juillet / July 26-27, 2016 Lieu : Tanga, Tanzanie / Tanzania	<ul style="list-style-type: none">• Appel à propositions : ouverture et vérification administrative des propositions soumissionnées Call for proposals : launching full proposals opening Date : 2-3-4 août 2016 / August 2-3-4, 2016 Lieu : CDI, Ebène, Maurice / IOC, Ebene, Mauritius• Atelier de validation du rapport national sur l'état des végétaux coralliens Coral reef national status report validation workshop Date : 5 août 2016 / August 5, 2016 Lieu : Dageniyo, Tanzanie / Tanzania• Atelier régional sur la communication des informations scientifiques aux décideurs politiques (MESA-COI-ICM) Regional workshop on Communicating scientific information to policy makers (MESA-COI-ICM) Date : 8-12 août 2016 / August 8-12, 2016 Lieu : Flac-aux-Croix, Maurice / Mauritius
MISSION <ul style="list-style-type: none">• Réunion sur la zone de conservation transfrontalière Tanzanie-Kenya : identification des appuis futurs du projet COI Biodiversité, organisation logistique de l'atelier et activités de communication Meeting on Kenya-Tanzania Transboundary Conservation Area (TBCA): identification of future support of the IOC Biodiversity, workshop logistics and communication activities. Photos >>>	APPEL À CANDIDATURES / CALL FOR APPLICATIONS <ul style="list-style-type: none">• Formation de formateurs en loi sur les aires marines protégées (AMP) Training of trainers in Marine Protected Areas (MPA) law Pour plus d'informations : http://commissioncoiindien.org/activites/biodiversite/activites-actualites/information-en-droit-des-amp-mma-law-training/

6.2.2. Infographies

Les infographies constituent un excellent outil de sensibilisation et peuvent être présentées, diffusées et partagées lors d'exposition, de rencontres, d'événements du programme comme de la COI et de la DUE, sur les réseaux sociaux et dans les outils de communication écrite (brochure, notes de synthèse, note politique –*policy brief*, dossiers de presse...)

Il est donc proposé de constituer en concertation avec le chef de projet et les experts un fonds d'infographies. Le fonds documentaire de l'ADEME, libre de droit, peut être utilement mobilisé à cet effet.

[!] Les services d'un graphiste sont indispensables.

6.2.3. Policy brief

Outil de communication bref, documenté et visuellement attractif, le *policy brief* cible les décideurs et législateurs.

Par exemple, il peut s'avérer opportun d'élaborer des *policy briefs* pour démontrer :

- la pertinence d'un cadre réglementaire régional / harmonisation des cadres réglementaires, et ;
- l'importance d'une politique en matière de labels pour les bâtiments et les appareils électriques.

Les *policy briefs* sont envoyés aux PFN qui les diffusent aux décideurs et législateurs idoines. Les *policy briefs* sont aussi remis en main propre lors de rencontres ou réunions de travail avec des décideurs et des législateurs.

Les thématiques couvertes par les *policy briefs* seront déterminées par l'équipe du programme.

6.2.4. Outils médiatiques

Il s'agit des dossiers de presse, communiqués de presse, discours, visuels.

- Dossiers de presse
 - ↳ *Les dossiers de presse sont élaborés et diffusés aux médias en amont d'un événement important. Le dossier de presse se constitue des éléments suivants : table des matières, communiqué d'ouverture, déclaration d'une ou plusieurs personnes ressources, présentation des principaux acteurs/intervenants, présentation des institutions partenaires. Il est indispensable de donner des informations supplémentaires comme : des chiffres clés, des visuels, des liens vers des articles ou autres publications en ligne, des liens vers du contenu du projet – notamment sous la forme de QR Code.*
- Alerte média
 - ↳ *L'alerte média annonce la tenue d'un événement, d'une réunion. Elle présente le contexte de l'événement ainsi que l'intérêt de couvrir l'événement. L'alerte média a*

valeur d'invitation à la presse : la date, le lieu et les horaires et les contacts sont donc clairement indiqués. L'alerte média est envoyée avant chaque événement auquel la presse est conviée. Si les médias ne sont pas invités, il n'est pas utile d'envoyer d'alerte média.

- Communiqués de presse

↳ *Les communiqués de presse sont diffusés après chaque événement aux journalistes ainsi qu'aux partenaires. Les communiqués sont disponibles sur le site de la COI. Ils doivent être accompagnés d'une photo. Autant que possible, l'information principale du communiqué sera complétée par une « note aux éditeurs » qui donne des informations additionnelles pouvant alimenter les contenus produits ou approfondir l'intérêt des journalistes.*

- Discours

↳ *Les discours sont prononcés par le Secrétaire général de la COI ou son représentant. La rédaction finale en incombe généralement à l'unité de communication de la COI sur la base d'éléments fournis par le chargé de mission et/ou le chef de projet. Les discours doivent répondre à certaines exigences : disposer d'un message essentiel – généralement de nature politique ou stratégique lorsqu'il est prononcé par le Secrétaire général ; éviter l'abus de technicité – le Secrétaire général ou son représentant ne sont généralement pas des techniciens ; mettre en valeur le partenariat, en l'occurrence avec l'Union européenne.*

Fréquence : autant que de besoin. Les outils médiatiques seront déterminés en fonction de la nature, de la portée, de l'objectif ou des résultats des événements.

6.3. Les outils numériques

La communication digitale revêt une importance grandissante dans toute stratégie de communication.

L'utilisation des outils numériques dans le cadre du programme COI-ENERGIES devra être conforme aux lignes directrices de la stratégie de communication digitale de la Commission de l'océan Indien.

6.3.1. Site Internet

Le projet dispose de pages spécifiques sur le site Internet de la Commission de l'océan Indien. Ces pages présentent le projet et les activités, offrent la lettre d'information en téléchargement / consultation.

Les pages Internet sont avant tout destinées à renseigner : les partenaires du projet, les universitaires et chercheurs qui s'intéressent à la thématique, les prestataires dont les consultants, et les organismes qui évoluent dans le secteur des énergies.

La page de garde du projet doit également indiquer les contacts, incluant un renvoi vers les plateformes des réseaux sociaux.

Les pages du projet doivent être actualisées autant que de besoin après chaque activité. La mise à jour est effectuée par l'équipe du projet et/ou l'administrateur du site web de la COI. Les éléments

qui doivent figurer sur la page d'accueil du site de la COI doivent être transmis à l'administrateur pour mise en ligne conformément aux procédures en place.

6.3.2. Plateforme d'échanges

Le projet disposera d'une plateforme d'échanges en vue d'une gestion efficace des connaissances, du partage d'informations et de l'échange entre les différents acteurs évoluant autour du projet.

Cette plateforme permettra notamment de constituer des réseaux variés et complémentaires : producteurs d'énergie, professionnels de l'habitat, universitaires et chercheurs, législateurs et régulateurs.

La plateforme d'échanges est un outil digital de première importance pour l'émergence d'une communauté d'acteurs agissant pour la promotion et la diffusion des énergies vertes et pour une utilisation rationnelle de l'énergie.

La plateforme d'échanges suivra un mode opératoire indépendant du site Internet. Un expert en gestion des connaissances sera responsable de cette interface essentielle au projet. La plateforme d'échanges devra pouvoir être reliée au site Internet de la COI. L'expert pourra évaluer l'opportunité de bâtir cette plateforme à partir de la plateforme COI hébergeant quatre projets en cours : <http://62.210.208.134:8066/index.php?page=101>

6.3.3. Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux seront utilisés pour créer une communauté d'abonnés intéressée par la question et soucieuse d'agir en faveur du développement durable.

Les réseaux qui seront utilisés sont :

- Facebook : page dédiée. Un calendrier de « rendez-vous » quotidien sera élaboré afin de donner des informations variées et couvrant l'ensemble des domaines de résultats. Les images et vidéos seront privilégiées. Il s'agit de susciter l'engagement de la communauté et d'amplifier la portée des informations transmises. Pour ce faire, il convient d'être réactif, de répondre aux commentaires et de poster jusqu'à trois publications par jour. La mise à jour sera de la responsabilité d'un(e) chargé(e) de communication (si recrutement) ou de l'unité de communication de la COI en collaboration avec l'équipe projet. Les contenus postés seront : des images, des vidéos, des articles, des questions ouvertes, des liens. Chaque publication doit être illustrée. S'il faudra prioritairement valoriser les activités du projet, la page Facebook de COI-ENERGIES devra également donner à voir, à entendre ou à lire des contenus qui concernent d'autres régions du monde. L'objectif de cette page est avant tout de créer une communauté d'abonnés soucieuse des questions de développement durable et des énergies. Elle doit conduire à un engagement de cette communauté qui partage et commente les contenus. Pour ce faire, il faut donc éviter de se cantonner à la région uniquement.
- Medium.com : plateforme de partage de textes en ligne, cette plateforme sera utilement mobilisée pour poster des articles longs, dans lesquels un soin particulier est apporté à la rédaction et aux illustrations. Il est proposé d'utiliser la plateforme medium de la COI pour

poster les articles en optant systématiquement pour le nom du projet en surtitre. Les textes qui seront postés sur medium seront ensuite valorisés dans la newsletter trimestrielle ainsi que sur Facebook. Il convient de poster au moins deux textes par mois sur cette plateforme.

- Twitter : Absente de twitter, la COI envisage l'ouverture d'un compte institutionnel. Conformément à la stratégie de communication digitale de la COI, un créneau sera dédié à ENERGIES. Ici encore, on privilégiera les photos et les infographies qui sont les contenus les plus retweetés.

7. Activités envisagées

7.1. Activités génériques

Il est proposé de conduire un certain nombre d'activités génériques durant le premier semestre de 2017 qui contribueront à la mise en œuvre effective et réussie de la présente stratégie.

Les activités proposées sont :

- Activité de sensibilisation du personnel de la COI
 - ↳ *La COI est une organisation intergouvernementale qui a acquis, au fil de ses projets, une expérience et une expertise reconnue dans le domaine du développement durable. Aussi, il convient que la COI applique les principes qu'elle prêche, en l'occurrence dans le cadre de son programme ENERGIES. C'est pourquoi, il est proposé de sensibiliser le personnel de la COI à l'efficacité énergétique et d'appliquer des mesures concrètes d'économie et de gestion responsable de l'énergie au siège de la COI. Sensibilisé, les officiers de la COI deviennent aussi des ambassadeurs de l'efficacité énergétique. Il est proposé d'inviter la Délégation de l'Union européenne à cette activité ainsi que, dans la mesure du possible, les autres locataires du bâtiment abritant le siège de la COI.*
 - ↳ *L'utilisation d'une voiture électrique aux couleurs du programme ainsi que l'installation de matériels de production d'énergie renouvelable à la COI comme dans les bureaux des PFN participeront également à la visibilité du programme et à la sensibilisation.*
- Constitution d'un réseau de journalistes sensibilisés aux enjeux énergétiques
 - ↳ *Les journalistes sont avant toute chose un relai de communication et de sensibilisation. Former des journalistes aux enjeux des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique permettra d'améliorer la qualité de l'information traitée et répercutée par les journalistes. Ce faisant, ils contribueront plus efficacement à la communication du programme et, au-delà, ils contribueront à l'atteinte des objectifs du programme indépendamment de la communication y émanant. Il peut être envisagé de produire un supplément de 4 pages ou 8 pages sur les différents aspects des enjeux énergétiques au plan national comme au plan régional qui sera inséré dans des journaux des pays membres de la COI.*

-
- Participation aux journées de la COI dans les pays membres
 - ↳ *Le Secrétariat général de la COI envisage d'organiser des journées de la COI dans les cinq pays membres dans le courant de l'année 2017. Ces journées constituent une occasion pour le programme COI-ENERGIES de communiquer et de rencontrer le grand public et les jeunes. Il est possible, dans ce cadre, de proposer : l'organisation d'une exposition débat sur les énergies renouvelables ; conduire des actions de sensibilisation dans les écoles en s'appuyant sur les réseaux existants –Eco-school océan Indien.*

 - Journées mondiales
 - ↳ *il est proposé d'organiser, dès 2017, des activités de communication ou de sensibilisation à l'occasion des journées mondiales ou internationales, par exemple :*
 - *5 juin : journée mondiale de l'environnement. Occasion aussi de communiquer avec les partenaires sur l'avancement du programme depuis la signature de la Convention de financement le 5 juin 2013.*
 - *16 septembre : journée mondiale de la protection de la couche d'ozone. Activité proposée : dossier de presse qui illustre la contribution des énergies renouvelables à la réduction des émissions de gaz à effet de serre.*
 - *2 octobre : journée mondiale de l'habitat. Activité en lien avec le résultat 5 sur les normes et labels d'efficacité énergétique pour l'habitat.*
 - *10 novembre : journée mondiale de la science au service de la paix et du développement. Outil de communication qui illustre la contribution de l'innovation technologique en matière d'énergie renouvelable au développement*
 - *20 novembre : journée de l'industrialisation de l'Afrique. Activité de communication digitale pour une industrialisation « verte » grâce au développement des énergies renouvelables.*

7.2. Activités régionales / par domaine de résultats

7.2.1. Résultat 1

- Voyages d'étude et participation à des conférences régionales et internationales
 - ↳ Les voyages d'études sont autant d'opportunités de communiquer (i) auprès des participants et (ii) des institutions et organismes qui reçoivent. Il est ainsi proposé de développer du matériel de communication spécifique pour les voyages d'études. Les outils de communication générique seront utilisés.
 - ↳ Les conférences régionales et internationales sont des occasions de promouvoir le programme et ses activités. Les outils de communication doivent y être diffusés.

- Stratégie d'énergie renouvelable dans les petites îles
 - ↳ Il est proposé de valoriser les bonnes pratiques et initiatives existantes à Mohéli en Union des Comores, à La Digue aux Seychelles, à Sainte-Marie à Madagascar et à Rodrigues à Maurice. Il est ainsi proposé de :
 - Mobiliser les médias : il convient d'identifier en amont l'initiative à valoriser, de « briefer » le ou les porteur(s) puis de proposer à des médias nationaux

-
- sélectionnés de produire un sujet TV – radio ou presse écrite. Il est indispensable de mobiliser un média national car l’objectif de la mobilisation médiatique vise à faire connaître, au-delà de la petite île concernée, une initiative qui peut être reproduite ailleurs sur le territoire national (exemple : initiative à Rodrigues qui peut être répliquée à l’île Maurice ou à Agalega). Le coût de cette activité est à prendre en considération : le déplacement et la prise en charge du ou des journalistes peut s’avérer nécessaire. Le réseau des journalistes COI-ENERGIES sera utilement mobilisé.
- Réseaux sociaux : susciter l’intérêt sur les initiatives dans les petites îles à travers les réseaux sociaux, prioritairement Facebook et Instagram. Il est possible de créer une web-série en plusieurs épisodes qui valorise les initiatives locales à travers des portraits des personnes qui sont à l’origine ou qui sont impliqués dans les projets de production d’énergie propre. Le coût de cette opération est également à prendre compte : le déplacement d’un communicant est nécessaire dans chacune des petites îles. Le coût de la promotion de la web-série sur les réseaux sociaux est à prendre en considération. Les autres plateformes numériques de la COI et de ses projets seront mobilisés pour amplifier la diffusion de la web-série.
 - « Policy brief » : destinés aux décideurs et législateurs / hauts-fonctionnaires, les « policy brief » doivent exposer l’intérêt d’une stratégie dédiée aux petites îles et faire la démonstration de la pertinence d’un élargissement au niveau national. Les « policy briefs » doivent être courts (1 feuillet A4 recto verso ou 1 feuillet plié équivalent à 4 pages A5), illustrés, précis, et spécifique pour chaque pays.
- Extension régionale du programme national d’efficacité énergétique
 - ↳ Il est proposé de développer un kit d’information sur l’intérêt de l’audit énergétique et le contenu du programme national d’efficacité énergétique. Ce kit d’information vise les opérateurs privés (entreprises, industries, hôtellerie...) et peut être décliné de manière sectorielle.
 - ↳ Il peut être envisagé de valoriser cette démarche d’audits et l’engagement des industriels à travers des courts métrages expliquant le processus et présentant les entreprises auditées.
 - Appui aux PFN
 - ↳ Il est suggéré de remettre aux PFN des kits de communication comprenant :
 - 1 kakemono générique
 - Kakemonos thématiques
 - 100 brochures génériques
 - 100 brochures thématiques ER
 - 100 brochures thématiques EE
 - 1 dossier de presse avec éléments de langage
 - 1 clé USB comprenant présentation powerpoint, infographies
 - Des policy briefs en fonction des besoins identifiés et des thématiques identifiées par les experts du projet. Le contenu des policy brief est élaboré

par les experts techniques. Le communicant est chargé de la mise en cohérence avec les objectifs de communication.

7.2.2. Résultat 2

L'essentiel des activités de communication et de sensibilisation seront conduites dans le cadre de la mise en œuvre du résultat 2. Le tableau ci-après recense des activités actuellement en cours ou proposées.

	Sous-activités	Champ d'action	Groupe cible
Appui aux campagnes de sensibilisation nationales	Seychelles : Réédition du matériel pédagogique de la campagne « <i>solar photovoltaic energy</i> »	National	Jeunes et grand public
	Madagascar : réalisation d'un documentaire sur les initiatives réalisées dans le secteur des énergies à Madagascar et diffusion par Euronews	National	Grand public
	Maurice : Réalisation de vidéo-clips de sensibilisation sur l'efficacité énergétique à l'attention des jeunes, du grand public et des petites et moyennes entreprises	National (possibilité de dupliquer au niveau régional)	Jeunes (7-15 ans), grand public et PME
	Comores : en cours d'identification	National	Grand public et administrations
Identification et mise en œuvre de campagnes de sensibilisation au niveau régional	Création d'une pièce de marionnettes sur l'EE/ER et représentation itinérante au niveau régional	Régional	Jeune public (5-12)
	Création et représentation régionale d'une pièce de théâtre et organisation d'ateliers d'improvisation sur les bons gestes-**	Régional	Grand public
	Création et réalisation de courts métrages et représentations régionales	Régional	Grand public
	Création de spots de sensibilisation diffusés à la radio dans les langues locales	Région	Grand public
Sensibilisation scolaire	Intégrer les énergies renouvelables dans la formation technique et l'apprentissage via l'intégration de plans de formations, la sensibilisation des apprentis, la création et le renforcement de filières techniques (foyers améliorés, valorisation des déchets, etc.)	Régional	12-18 ans
	Création de matériel pédagogique, formation des formateurs et sensibilisation des jeunes de 10 collèges/lycées des petites îles pilotes (EE/ER)	Régional	12-18 ans
	Lancement d'actions pilotes dans les collèges de la région, relatives à l'utilisation des énergies renouvelables ou sur l'EE	Régional	15-18 ans
Visibilité	Action de visibilité dans le cadre du festival Iles Courts – projection du film « 100% challenge : Energies renouvelables en Indianocéanie »	National (Maurice)	Grand public

** L'activité de création et représentation d'une pièce de théâtre peut éventuellement être abandonnée au profit des spots radio. Le théâtre étant une activité culturelle plus élitiste, elle risque de toucher un public déjà

sensibilisé à la question et la portée du message peut être finalement restreinte. A l'inverse, les spots radio, diffusés à une heure de grande écoute sur des radios choisies, ont une audience plus large et permettent de toucher un public moins conscient des enjeux énergétiques, surtout en langue locale.

7.2.3. Résultat 3

Club des électriciens : Il est proposé de produire une brochure électronique sur le Club des électriciens offerte en téléchargement sur les sites Internet des membres. Une version numérique pour impression sera également disponible.

Collaboration avec l'Ecole de régulations de Florence de l'Institut universitaire européen: il est proposé de valoriser cette collaboration à travers les médias et les réseaux sociaux à travers une interview du formateur de l'Ecole de régulation et une interaction filmée entre les bénéficiaires de la formation et le formateur.

7.2.4. Résultat 4

L'Appel à projets est l'une des composantes emblématiques du projet COI-ENERGIES.

Les projets sélectionnés seront mis en valeur par la COI à travers :

- Un appui aux activités de communication entreprises par les porteurs de projet : sensibilisation aux lignes directrices de la charte graphique de la COI et du manuel de visibilité de l'Union européenne ; appui en termes de visuels et contenus ; appui à l'organisation d'activités de communication... D'une manière générale, le projet sera amené à soutenir et/ou à participer aux activités de communication des projets cofinancés. Il s'agit de renforcer les capacités de communication des bénéficiaires de co-financements et d'en faire des relais de sensibilisation et de communication pour le programme.
- Les médias : les médias seront informés de la liste des projets cofinancés par COI-ENERGIES. Il sera proposé des visites de terrain préalablement définies avec les porteurs des projets. Les porteurs de projets cofinancés recevront des éléments de langage sur le projet COI-ENERGIES et la présentation de celui-ci. Autant que possible, un représentant du projet COI-ENERGIES participera aux visites de terrain des journalistes.
- La newsletter : il est proposé d'inclure dans la newsletter refondée un portrait, un reportage ou une interview d'un porteur / responsable d'un projet cofinancé par COI-ENERGIES.
- Panneaux de visibilité : il est suggéré de disposer sur chaque site de production d'énergie renouvelable cofinancé par COI-ENERGIE une signalétique indiquant le co-financement, le montant, la nature du projet et les logos de la COI, du projet COI-ENERGIES, de l'Union européenne et de l'autorité de mise en œuvre du projet.
- Vidéos sur les succès : il serait utile de tourner des films courts sur les projets cofinancés afin de documenter les meilleures pratiques et les leçons apprises.

7.2.5. Résultat 5

La mise en place de label pour les bâtiments et les appareils électroménagers doit être accompagnée d'une campagne de sensibilisation qui peut se décliner autour :

- De la vulgarisation du guide sur les normes de construction bioclimatique ;
- Des sessions de sensibilisation et/ou l'élaboration de brochures / policy briefs sur les normes de construction destinés à différents publics : officiers chargés de la délivrance des permis de construire ; constructeurs / architectes ; les candidats à la construction ;
- De la production d'outils de communication sur les labels et les normes pour les appareils électriques avec des outils spécifiques pour les Comores et Madagascar ;
- d'articles de presse : publication de publi-reportage dans les magazines sur la maison, le bien-être, la femme, la construction sur les labels pour les équipements et sur l'habitat bioclimatique ;
- des réseaux sociaux : intégrer des publications en lien avec le domaine de résultat au moins deux fois par semaines, sous la forme d'un rendez-vous.

8. Indicateurs de résultats

Actions / Activités	Objectifs	Cibles	Indicateurs de résultats
Production d'outils de visibilité (kakemono générique, kakemonos thématiques, brochures)	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE</p> <p>Garantir la visibilité des activités entreprises par COI-ENERGIES en conformité avec les lignes directrices de la charte graphique de la COI et du manuel de communication et visibilité de l'UE</p>	<p>Toutes</p> <p>en fonction de la nature et du thème du matériel <i>(A noter que les PFN recevront un kit de visibilité et de communication)</i></p>	nombre d'outils de visibilité produits
Production d'outils médiatiques (communiqués de presse, alerte média, dossiers de presse)	<p>Améliorer la compréhension du rôle de la COI et de l'UE dans le domaine des ER et des EE et valoriser le partenariat</p> <p>Garantir la visibilité des activités entreprises par COI-ENERGIES</p> <p>Rendre compréhensibles les enjeux énergétiques spécifiques aux milieux insulaires, particulièrement en Indianocéanie</p> <p>Engager la communauté des médias dans une dynamique régionale de développement et de diffusion des technologies d'énergies vertes et des meilleures pratiques d'EE</p>	journalistes	nombre de retombées presse en rapport avec les outils médiatiques diffusés
Production d'outils promotionnels (agenda, calendrier de bureau, USB, stylos, pochettes...)	Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE	PFN, partenaires techniques et financiers actuels et potentiels, autorités nationales, ONG, opérateurs économiques	nombre d'outils promotionnels produits

Actions / Activités	Objectifs	Cibles	Indicateurs de résultats
	Garantir la visibilité des activités entreprises par COI-ENERGIES en conformité avec les lignes directrices de la charte graphique de la COI et du manuel de communication et visibilité de l'UE		
Production et diffusion d'outils de communication institutionnelle (Newsletter trimestrielle, point de situation mensuel, ppt de présentation du programme, vidéo de présentation du programme)	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE</p> <p>Garantir la visibilité des activités entreprises par COI-ENERGIES en conformité avec les lignes directrices de la charte graphique de la COI et du manuel de communication et visibilité de l'UE</p> <p>Rendre compréhensibles les enjeux énergétiques spécifiques aux milieux insulaires, particulièrement en Indianocéanie</p> <p>Mobiliser les acteurs publics, les opérateurs économiques et les organismes non-gouvernementaux dans une dynamique régionale de développement et de diffusion des technologies d'énergies vertes et des meilleures pratiques d'EE</p>	<p>PFN, partenaires techniques et financiers actuels et potentiels, autorités nationales, ONG, opérateurs économiques - promoteurs des projets cofinancés sous le résultat4, journalistes ciblés</p>	<p>nombre d'outils de communication institutionnelle produits</p> <p>nombre de destinataires et évolution de la base de données des destinataires</p> <p>nombre de vue des vidéos produites</p>
Production de visuels de sensibilisation et d'information (infographies, banque d'images)	<p>Rendre compréhensibles les enjeux énergétiques spécifiques aux milieux insulaires, particulièrement en Indianocéanie</p> <p>Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE</p>	<p>partenaires nationaux et internationaux, institutionnels, techniques et financiers</p> <p>grand public</p>	<p>nombre d'infographies produites</p>

Actions / Activités	Objectifs	Cibles	Indicateurs de résultats
<p>Amélioration et amplification de la communication digitale de COI-ENERGIES (Facebook, articles médium, site Internet)</p>	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité des activités du programme</p> <p>Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE</p> <p>Rendre compréhensibles les enjeux énergétiques spécifiques aux milieux insulaires, particulièrement en Indianocéanie</p> <p>Engager les publics dans une dynamique régionale de développement et de diffusion des ER et des bons gestes d'EE</p> <p>Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE</p> <p>Accompagner un changement des habitudes de consommation d'énergie dans les foyers, les entreprises, les écoles</p>	<p>grand public et particulièrement les jeunes</p> <p>partenaires</p>	<p>régularité des mises à jour sur les différentes plateformes</p> <p>taux d'engagement de la communauté du programme COI-ENERGIES sur Facebook</p> <p>nombre d'abonnés Facebook ENERGIES</p> <p>nombre de visiteurs sur les pages COI-ENERGIES du site de la COI et répartition géographique</p>
<p>Sensibilisation du personnel de la COI</p>	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité des activités du programme</p> <p>Accompagner un changement des habitudes de consommation d'énergie dans les foyers, les entreprises, les écoles</p> <p>Engager les équipes de la COI dans une dynamique régionale en faveur des ER et de l'EE ("<i>we walk the talk</i>")</p>	<p>personnels de la COI et leurs familles (opportunité d'élargir à DUE + locataires de la Blue Tower)</p>	<p>nombre de personnes sensibilisées</p>

Actions / Activités	Objectifs	Cibles	Indicateurs de résultats
Constitution d'un réseau de journalistes sensibilisés aux enjeux énergétiques en Indianocéanie	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité des activités du programme</p> <p>Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE</p> <p>Rendre compréhensibles les enjeux énergétiques spécifiques aux milieux insulaires, particulièrement en Indianocéanie</p> <p>Engager les médias dans une dynamique régionale de développement et de diffusion des ER et des bons gestes d'EE</p> <p>Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE</p>	journalistes des pays membres	<p>nombre de journalistes sensibilisés</p> <p>nombre de retombées média produits par les journalistes sensibilisés</p>
Événements autour des journées de la COI et des journées mondiales	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité des activités du programme</p> <p>Engager les publics dans une dynamique régionale de développement et de diffusion des ER et des bons gestes d'EE</p>	grand public	Nombre d'activités organisées et soutenues
Appui aux campagnes de sensibilisation nationale	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité des activités du programme</p> <p>Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE</p> <p>Accompagner un changement des habitudes de consommation d'énergie dans les foyers, les entreprises, les écoles</p>	grand public (à l'échelle nationale)	<p>nombre d'outils de sensibilisation produits avec le soutien de COI-ENERGIES</p> <p>nombre de personnes sensibilisées (estimation selon les partenaires nationaux)</p>
Activités de sensibilisation régionale	<p>Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité des activités du programme</p> <p>Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE</p>	grand public et particulièrement les jeunes	nombre de personnes au niveau régional

Actions / Activités	Objectifs	Cibles	Indicateurs de résultats
	Accompagner un changement des habitudes de consommation d'énergie dans les foyers, les entreprises, les écoles		
Sensibilisation scolaire	Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité du programme Sensibiliser les jeunes sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux du développement des ER et de la diffusion des bons gestes d'EE Accompagner un changement des habitudes de consommation d'énergie dans les écoles et, par ricochet, dans les foyers	jeunes	nombre d'écoliers sensibilisés nombre d'actions pilotes engagées dans les écoles
valorisation des projets cofinancés sous le résultat 4 (appui à la communication générale, élaboration d'outils de visibilité, production de vidéos, mobilisation des réseaux sociaux)	Valoriser l'engagement de la COI et de l'UE en faveur du développement des ER et de la diffusion des meilleures pratiques d'EE et garantir la visibilité des activités du programme Soutenir et valoriser les projets cofinancés Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux de ces projets	partenaires techniques et financiers, notamment l'UE et les autorités nationales grand public opérateurs économiques	nombre d'outils créés nombre de retombées média
vulgarisation du guide sur les normes de constructions bioclimatiques	Mobiliser les acteurs publics, les opérateurs économiques et les organismes non-gouvernementaux dans une dynamique régionale de développement et de diffusion des technologies d'énergies vertes et des meilleures pratiques d'EE	opérateurs économiques	nombre de guides distribués
vulgarisation des normes et labels relatifs à la consommation électrique des appareils électriques	Accompagner un changement des habitudes de consommation d'énergie dans les foyers, les entreprises, les écoles Sensibiliser sur les bénéfices économiques, écologiques et sociaux de la diffusion des bons gestes d'EE	grand public	nombre d'outils distribués

9. Ressources humaines

Le programme dispose aujourd'hui de :

- Une assistante technique à temps partiel chargée de la coordination du résultat 2
- Un consultant en communication à temps partiel (5 jours par mois) en appui à la mise en œuvre d'activités de communication et à l'élaboration des contenus.

Compte tenu de l'ampleur du programme et des retards accumulés dans la mise en œuvre, il apparaît essentiel de traduire rapidement en actions la stratégie de communication et de sensibilisation. Ceci requiert des ressources humaines additionnelles dédiées. Aussi, le recrutement d'un(e) chargé(e) de communication à temps plein doit être évalué et est fortement recommandé.

Le profil requis est :

- Min. Bac+4 en communication, journalisme, sciences politiques ou tout autre domaine pertinent
- Expérience dans un poste similaire d'au moins 3 ans
- Expérience dans la mise en œuvre de campagnes de sensibilisation est un avantage.
- Excellente qualité rédactionnelle en français. Bon niveau d'anglais à l'écrit comme à l'oral. La connaissance d'une autre langue parlée dans la région de la COI est un avantage.
- Connaissance / maîtrise des outils de montage et de traitement de texte
- Connaissance du secteur des énergies renouvelables

Les tâches du / de la chargé(e) de communication :

- Rédaction, montage et diffusion de la newsletter trimestrielle ;
- Appui à la rédaction, révision, montage et diffusion du point de situation mensuel ;
- Rédaction des contenus pour les outils de communication et visibilité (communiqués et dossiers de presse, brochures, *fact sheet*, *policy brief* –en collaboration avec les experts techniques)
- Suivi de production des outils de communication
- Organisation et suivi des activités de communication et de sensibilisation
- Interface avec les médias
- Conceptualisation, organisation et coordination d'évènements de communication et de sensibilisation
- Participation aux réunions de l'Unité de communication de la COI
- Toute autre tâche confiée par le chef de projet et entrant dans le domaine de compétence du / de la chargé(e) de communication

Alternative : l'équipe du programme peut également avoir recours à une expertise court-terme dans le cadre du DP2. Cet expert devra alors être mobilisé pour une durée allant de 10 jours-homme par mois minimum à un maximum de 15 jours-homme. A noter que le recours à une expertise court-terme s'avèrerait plus onéreuse qu'un recrutement pour la durée restante du programme.

10. Tableau de bord et calendrier indicatifs

	Outils / activités	Résultats					Objectifs	Cibles	Calendrier indicatif 2017													
		1	2	3	4	5			Jv	F	M	A	M	J	Jt	A	S	O	N	D		
OUTILS	Kakemono générique						Visibilité	Tous publics														
	Kakemono bons gestes EE						Visibilité et sensibilisation	Tous publics														
	Kakemonos thémat. labels équipement						Visibilité et sensibilisation	Tous publics														
	Kakemono thémat. Habitat						Visibilité et sensibilisation	Tous publics														
	Kakemono AàP						Visibilité et valorisation du cofinancement	Tous publics														
	Agenda						Visibilité	Partenaires														
	Calendrier						Visibilité	Partenaires														
	Clés USB						Visibilité	Partenaires														
	Torches solaires / à dynamo						Visibilité	Partenaires / autres publics														
	Photothèque						Communication et sensibilisation	COI-ENERGIES / tous publics														
	Powerpoint projet						Communication	Partenaires / publics conf.														
	Brochure générique						Visibilité et communication	Tous publics														
	Brochure thématique EE						Visibilité, communication, sensibilisation	Tous publics														
	Brochure thématique ER						Visibilité, communication, sensibilisation	Tous publics														
	Newsletter trimestrielle						Communication	Partenaires – cercle élargi														
	Point de situation mensuel						Communication - suivi	Partenaires directs														
	Infographies						Sensibilisation	Tous publics / supports														
	Policy briefs						Communication, sensibilisation, engagement politique	Décideurs / représentants pays														
	Dossier de presse – communiqués - alertes						Communication	Médias	Autant que de besoin													
	Réseaux sociaux						Communication, dialogue, engagement social	Tous publics	Autant que de besoin													
Site Internet COI						Communication, compte-rendu, archivage	Partenaires	Autant que de besoin														
Sensibilisation du personnel COI						Sensibilisation – engagement	Personnel COI et familles	Décembre 2016														
Constitution d'un réseau de journalistes						Sensibilisation – communication – visibilité	Médias															
Participation aux conférences rég. et intern.						Visibilité – communication – partenariat	Partenaires régionaux et intern.	En fonction du calendrier des conférences														
Study tours						Communication – engagement – partenariat	Partenaires du programme	En fonction du calendrier arrêté par le projet														
Participation aux journées de la COI						Sensibilisation – visibilité	Universitaires – Grand public – part.	En fonction du calendrier arrêté par COI														
Journées mondiales						Visibilité	Tous publics – médias															
Appui aux campagnes nationales de sensibil.						Sensibilisation	Tous publics - Jeunes	Calendrier spécifique														
Campagnes de sensibil. régionale						Sensibilisation	Tous publics - Jeunes															
Sensibilisation scolaire						Sensibilisation	Jeunes															
Equipements PFN						Renforcement des capacités de communication et sensibil. – engagement	PFN – administrations publiques															
Club des électriciens : brochure numérique						Visibilité – engagement	Professionnels du secteur															
Mise en valeur des projets sélectionnés à l'AàP						Visibilité	Professionnels – tous publics – part.															



COMMISSION DE
L'OCÉAN INDIEN

Programme COI-ENERGIES

4ème étage – Blue Tower
Rue de l'Institut – Ebène, Maurice
Tel : (+230) 402 61 00
Mail : info-energies@coi-ioc.org



<http://commissionoceanindien.org/activites/energies/>



@COI.Energies



Financé par
l'Union européenne
