

Stratégie de communication du Réseau FAR 2022-2025

Convaincre de la force de son projet associatif en affirmant sa stratégie 2022-2025

AVANT PROPOS

En 2022, le Réseau FAR a réaffirmé son engagement de développer un réseau au service de **la formation et de l'insertion socio-professionnelle agricole et rurale**, à travers l'accompagnement des réseaux nationaux, le renforcement des capacités des acteurs et actrices de la FAR, la communication et le plaidoyer, et la production de connaissances. De nouvelles priorités ont été collectivement identifiées pour appréhender la formation agricole et rurale de demain : intégrer les **enjeux agroécologiques** dans les démarches de formation, appréhender le **genre** dans un contexte FAR, et préparer à **l'insertion professionnelle** pendant la formation.

La **stratégie de communication** du Réseau FAR proposée est construite sur la **stratégie générale du Réseau**. Elle est une traduction du projet associatif du Réseau FAR, de son identité et de ses buts.

Ce document synthétique est le résultat d'une démarche participative et itérative depuis 2020, qui s'est enrichie et ajustée en fonction de l'évolution de la stratégie du Réseau et des rencontres en présence et à distance avec les membres de l'association du Réseau FAR.

LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION

La communication repose sur **l'interactivité, le dialogue, la convivialité**.

La communication est un élément clé pour le Réseau FAR : avec différents **objectifs**, pour des **publics** différents, avec des **messages** différents. C'est la **stratégie de communication**. Et utilisant différents **canaux** et **outils** de communication, à des **moments** précis. Ce sont les **activités de communication**.

Transmettre
comment ?

Des informations
quoi ?

à quelqu'un
à qui ?



L'approche prédominante pour la mise en œuvre de la stratégie de communication consiste à s'assurer, autant que possible, qu'elle s'intègre entièrement aux activités globales du Réseau FAR.

Les thèmes et principaux messages sont étroitement liés aux axes stratégiques, en particulier :

- Le **renforcement des capacités** des acteurs et actrices de la FAR ;
- La **diffusion des pratiques et des innovations** pour informer les groupes-cibles de connaissances et de technologies qui pourraient améliorer de manière durable la formation agricole et rurale ;
- **L'information et l'appui à la prise de décision** en faveur des différents acteurs (décideurs politiques, institutions).

CE QUE NOUS DEFENDONS ET COMMENT

Nos convictions :

- La **formation agricole et rurale** est un levier stratégique pour améliorer l'agriculture et l'insertion socio-professionnelle des jeunes ruraux ;
- La **rénovation des dispositifs de formation agricole et rurale** est un moyen pour développer des formations pratiques de qualité, qui répondent à la demande des acteurs et actrices de terrain ;
- Le développement du **capital humain** et la **mise en réseau des acteurs** sont des conditions essentielles pour adapter les agricultures familiales aux grandes transitions (démographique, économique, énergétique, climatique).

Nos moyens d'intervention :

- **Un réseau d'hommes et de femmes** impliqué.e.s dans la FAR dans 18 pays en Afrique ;
- **Des ressources et de la formation** pour améliorer la formation agricole et rurale au Sud ;
- **L'élaboration et le financement d'activités et d'expertises** dans les pays pour contribuer à rénover les dispositifs de formation agricole et rurale.

NOS OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Communication externe	Communication interne
Faire connaître le Réseau FAR, ses missions, ses actions, ses spécificités et renforcer sa notoriété auprès de nos différentes cibles	Partager les valeurs et motivations
Faire aimer les réalisations du Réseau FAR (image), favoriser l'appartenance au Réseau	Impliquer et valoriser les membres du réseau
Faire agir les acteurs de la FAR : échanger sur les pratiques, questionner et débattre, faire changer les pratiques.	Renforcer les capacités en communication des membres des réseaux nationaux
	Informar sur les activités et l'évolution du réseau

Communication interne Réseau FAR : équipe, membres de l'association du Réseau FAR

Communication externe Réseau FAR : praticiens de la FAR, décideurs politiques, partenaires techniques et financiers, scientifiques, médias et influenceurs spécialisés

NOS CIBLES DE COMMUNICATION

Membres de l'association du Réseau FAR

Je suis un représentant du réseau national FAR, un professionnel de la FAR issus des institutions étatiques ou des organisations professionnelles agricoles. Je suis engagé.e dans un réseau multi-acteurs qui me permet d'associer intérêts collectifs (faire avancer la FAR dans mon pays) et intérêts individuels (renforcer mes compétences).

Ce qui m'intéresse : développer un réseau d'acteurs de la FAR pour agir concrètement et durablement sur la formation agricole et durable, avoir des démarches, outils et moyens pour animer ce réseau d'acteurs (*stratégie et gouvernance – réseaux – communication - construction de la demande de formation - économie de la formation - renforcement de capacités*).

Comment je m'informe : par les outils internes et externes du Réseau FAR (liste de discussion, whatsapp, FAR Actu), par les ateliers et événements nationaux et internationaux, par les réseaux sociaux (facebook, whatsapp)...

Praticiens de la FAR

Je suis un formateur.trice, un directeur.trice de centre, un cadre national au service de la formation agricole, etc. J'agis au quotidien pour former et insérer les jeunes durablement, pour que les producteurs et productrices renforcent leurs compétences techniques et/ou organisationnelles, et ce malgré le manque de moyens humains, financiers et techniques.

Ce qui m'intéresse : améliorer mes pratiques pour offrir des formations de qualité, avoir des informations sur les modalités d'appui du Réseau FAR (*partage d'expériences – démarches et outils - construction de la demande de formation - économie de la formation - renforcement de capacités - technicité*).

Comment je m'informe : par les ateliers et événements nationaux, par les réseaux sociaux (facebook, whatsapp), par les outils externes du Réseau FAR (site, FAR Actu, FAR Thema, etc.).

Décideurs politiques

Je suis un conseiller, un ministre et j'ai un pouvoir politique pour améliorer les dispositifs de formation agricole et rurale.

Ce qui m'intéresse : avoir des argumentaires convaincants, m'appuyer sur des acteurs crédibles et légitimes pour soutenir mes décisions. (*plaidoyer – argumentaire – stratégie – leviers du changement*).

Comment je m'informe : par mes conseillers, par un réseau d'acteurs stratégiques à l'échelle nationale, par les événements nationaux et/ou internationaux.

Partenaires techniques et financiers

Je suis chargé.e de projets au sein d'un organisme de coopération internationale. J'accompagne, finance et met en œuvre des initiatives pour la rénovation et le déploiement des dispositifs de FAR dans les pays en développement, qui répondent à des enjeux stratégiques clairement identifiés par ma structure.

Ce qui m'intéresse : avoir une vision globale de la FAR dans chaque pays, identifier des experts nationaux FAR pour m'accompagner dans la mise en œuvre de projets structurants, suivre les activités soutenues (*cartographie – diagnostic de la formation agricole et rurale – expertise – stratégie*).

Comment je m’informe : par un réseau d’acteurs stratégiques à l’échelle nationale (ministères, bureau d’études, ONG, etc.), à travers le réseau d’experts du Réseau FAR, par les outils du Réseau FAR (FAR Actu, LinkedIn).

Scientifiques

Je suis un chercheur du Sud ou du Nord spécialisé en socio-économie, agronomie, géographie rurale, sociologie, etc. Je développe des collaborations pour améliorer l’agriculture en Afrique et venir en appui aux producteurs.

Ce qui m’intéresse : avoir un réseau d’acteurs diversifiés dans plusieurs pays, identifier des partenaires pour développer mes projets de recherche, améliorer mes pratiques de formation. (*démarches et outils de formation – facilitation - réseau*).

Comment je m’informe : par les réseaux de recherche, par les réseaux sociaux (LinkedIn), par les partenaires et les outils externes du Réseau FAR.

Media et influenceurs spécialisés

Je suis un journaliste, un influenceur spécialisé dans l’agriculture au Sud.

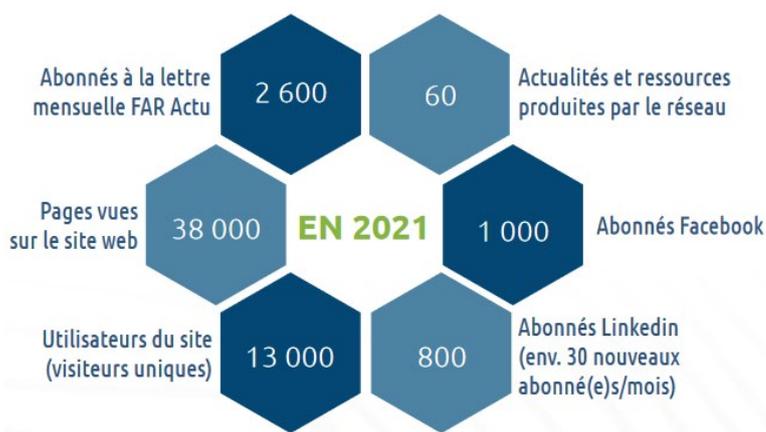
Ce qui m’intéresse : identifier des personnalités ressources pour alimenter des sujets, raconter une histoire en lien avec ma ligne éditoriale et mon audience. (*plaidoyer – enjeux sociétaux – agroécologie – genre – producteurs*).

Comment je m’informe : par les outils de surveillance des réseaux sociaux.

NOS CANAUX DE COMMUNICATION



Principaux outils d’information et d’échanges au Réseau FAR



Quelques chiffres sur l’audience web du Réseau FAR

Les [outils d’information et d’échanges du Réseau FAR](#) sont présentés sur le site web du Réseau FAR.

Canaux de communication existants	Pourquoi ?
Séminaire international	Plaidoyer pour la FAR. Des temps pour creuser un sujet, confronter des idées et nourrir les professionnels de la FAR et acteurs associés autour des sujets stratégiques.
Site web www.reseau-far.com , qui recense tous les outils du Réseau (actualités et ressources en ligne, données pays, FAR Thema, FAR Carto, annuaire du réseau)	Capitaliser les connaissances. Un lieu unique qui réunit l'ensemble des informations produites par le Réseau sur la FAR. Les informations doivent être claires, actualisées et synthétiques.
Lettre mensuelle FAR Actu (2 800 abonnés)	Diffuser les activités du Réseau FAR et les connaissances sur la FAR. Un outil incontournable qui donne à voir les activités à l'échelle internationale et nationale. Ton informatif et chaleureux.
E-mailing (2 800 abonnés)	Diffuser des informations ponctuelles sur un sujet et/ou outil spécifique. Ex : MIFAR, FAR Thema
Supports papier <ul style="list-style-type: none"> - un rapport d'activité annuel - une plaquette d'information en français et en anglais (à mettre à jour) - un kakemono (3 volets) - des oriflammes - des cartes de visites pour le Bureau et l'équipe - une série de modèles FAR, respectant la charte graphique du réseau (rapport, PPT, papier en-tête...) - une série de modèles FAR à destination des représentants pays, respectant la charte graphique du réseau (papier en-tête, PPT, programme) <p>Il n'y a pas de dossier de presse, à destination des médias/influenceurs et partenaires.</p>	Faire connaître le Réseau. Des supports de communication harmonisés pour valoriser les actions du Réseau auprès de ses membres et des partenaires techniques et financiers.
Salons et foires régionaux (sommet Afrique France, salon de l'agriculture, etc.)	Plaidoyer pour la FAR. Faire connaître le Réseau.
Media	Plaidoyer pour la FAR. Faire connaître le Réseau.

Les réseaux sociaux

Facebook (1000 abonnés)	Diffuser les activités et connaissances FAR. Un outil d'information à destination des acteurs de la FAR dans les pays (dominante public Sud).
-------------------------	--

Linkedin (1000 abonnés)	Diffuser les opportunités d'emploi et d'expertise. Un outil à destination des experts, partenaires internationaux (dominante public Nord).
Whatsapp > Groupe Réseau FAR (Représentants pays) > Groupe FARCOM	Echanger et diffuser les activités des pays.

NOTRE RÔLE

Acteurs	Nature du rôle ou de la contribution	Outils et canaux
Chargée de communication Réseau FAR	Collecte et gestion de l'information Gestion et animation du site web Réseau FAR et des outils associés (FAR Carto, FAR Actu...) Conception de supports de communication Animation du réseau des points focaux animation/communication FARCOM	Site web Lettre d'information FAR Actu Réseaux sociaux Réunions mensuelles FARCOM Formation
Secrétariat exécutif du Réseau FAR	Promotion et visibilité des résultats Participation à la visibilité du Réseau FAR Contribution aux publications	Notes Site web Conférence Rapport d'activité
Bureau	Promotion de la stratégie du Réseau FAR Participation aux activités médiatiques portant sur le plan stratégique	Conférences Evénements partenaires
Représentants pays	Alimentation du site web du Réseau FAR Promotion de la stratégie du Réseau FAR Diffusion des leçons des expériences Contributions techniques aux publications	Site web (fiche pays) Lettre mensuelle FAR Actu FAR Carto Evénements partenaires
Points focaux animation/communication au sein des réseaux nationaux	Collecte d'informations	Lettre mensuelle FAR Actu FAR Carto

	Garantie de la qualité des informations collectées Participation à la visibilité du Réseau FAR	Réunions mensuelles FARCOM
Bailleur (AFD)	Promotion et visibilité des résultats du Réseau FAR	Lettre mensuelle FAR Actu Linkedin

EVALUATION

Indicateurs pour évaluer la performance et l'attractivité du site web :

- nombre d'utilisateurs
- nombre de pages vues
- taux de rebond
- nombre d'actualités et ressources produites par le Réseau

Outil actuellement utilisé : Google analytics, service gratuit d'analyse d'audience d'un site Web.

Indicateurs pour évaluer l'attractivité de la lettre mensuelle FAR Actu

- nombre d'abonnés à FAR Actu
- nombre de destinataires ayant ouvert le mail
- nombre de destinataires ayant cliqué au moins une fois
- enquête de satisfaction tous les 2 ans
- évaluation qualitative de la chargée de communication (principaux liens ouverts, type de destinataire, etc.)

Outil actuellement utilisé : statistiques interne Mailjet.

Indicateurs pour évaluer la performance des réseaux sociaux :

- nombre d'abonnés Facebook (*statistiques Facebook*)
- nombre d'abonnés LinkedIn (*statistiques LinkedIn*)

Ces outils de suivi sont analysés quotidiennement par la chargée de communication. Les indicateurs sont collectés annuellement dans nos activités de reporting.

Des outils de suivi-évaluation plus ponctuels (formulaire, enquête) pourront être mis en place en fonction d'actions de communication spécifiques identifiées.