



Plaidoyer & Sensibilisation AGRITER

Campagne de communication

2020-2021

## Rappel de l'approche plaidoyer d'Agrisud

L'activité de plaidoyer d'Agrisud s'oriente vers une **position constructive** (solution, positif) plutôt que d'opposition.

Elle s'exerce **en association et/ou en complémentarité** avec les activités menées par **nos partenaires** et par les collectifs dont nous sommes membres.

Rappel des  
travaux menés  
sur le sujet  
identifié pour une  
1<sup>ère</sup> campagne  
d'influence

**Avril 2020 :**

- Identification du sujet « Systèmes alimentaires durables »

**Juin 2020 :**

- Diffusion d'une note d'analyse et d'un article (1<sup>ers</sup> livrables)

**Juillet-Août 2020 :**

- Traduction en anglais des 1<sup>ers</sup> livrables
- Poursuite des analyses (mobilisation d'un stagiaire)
- Proposition de campagne de communication

**Septembre 2020 :**

- Formulation des messages
- Validation de la campagne / Recherche d'alliés
- Production de nouveaux livrables à l'issue des analyses (juillet-août) destinés à nourrir nos équipes / nos partenaires / des personnes ressources

**Octobre 2020 :**

- Démarrage de la campagne en lien avec la journée de l'alimentation et le festival ALIMENTERRE
- Poursuite de la diffusion / valorisation des livrables 2

## Rappel du brief

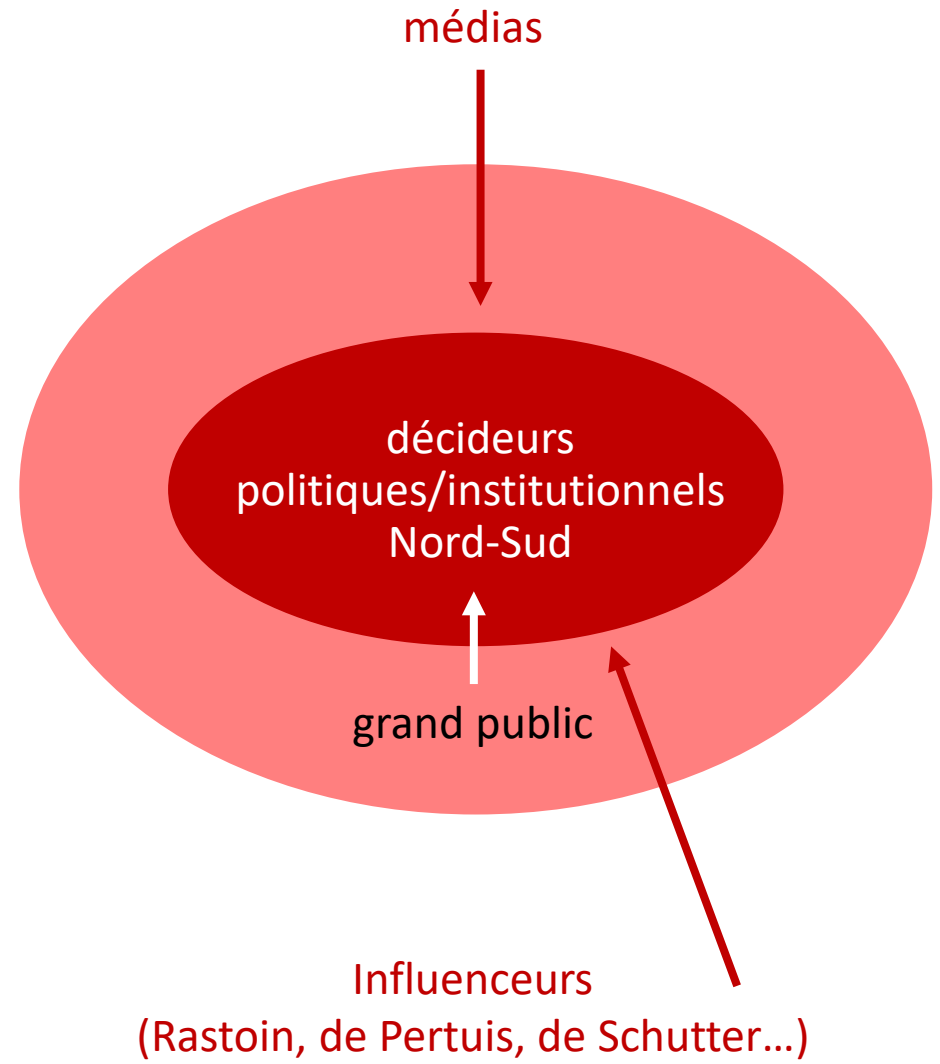
Créer une campagne de communication pour appuyer les différentes actions de plaidoyer & de sensibilisation programmées sur fin 2020 - mi 2021 en diffusant auprès des cibles visées le message d'Agrisud :

*« Des solutions existent pour garantir la sécurité alimentaire et nutritionnelle mondiale et préserver l'environnement en dépit des crises. Il est urgent de les considérer et d'accélérer le changement vers des systèmes alimentaires durables »*

## Objectifs de la campagne de communication

- **Faire connaître** les solutions/le point de vue d'Agrisud pour changer les systèmes alimentaires vers plus de performance et de résilience
  - **Être connu** comme une organisation référente / force de proposition

# Cibles



Idée directrice

Fédérer une communauté  
pour promouvoir ensemble des  
« solutions durables »



# Moyens / Mécanique



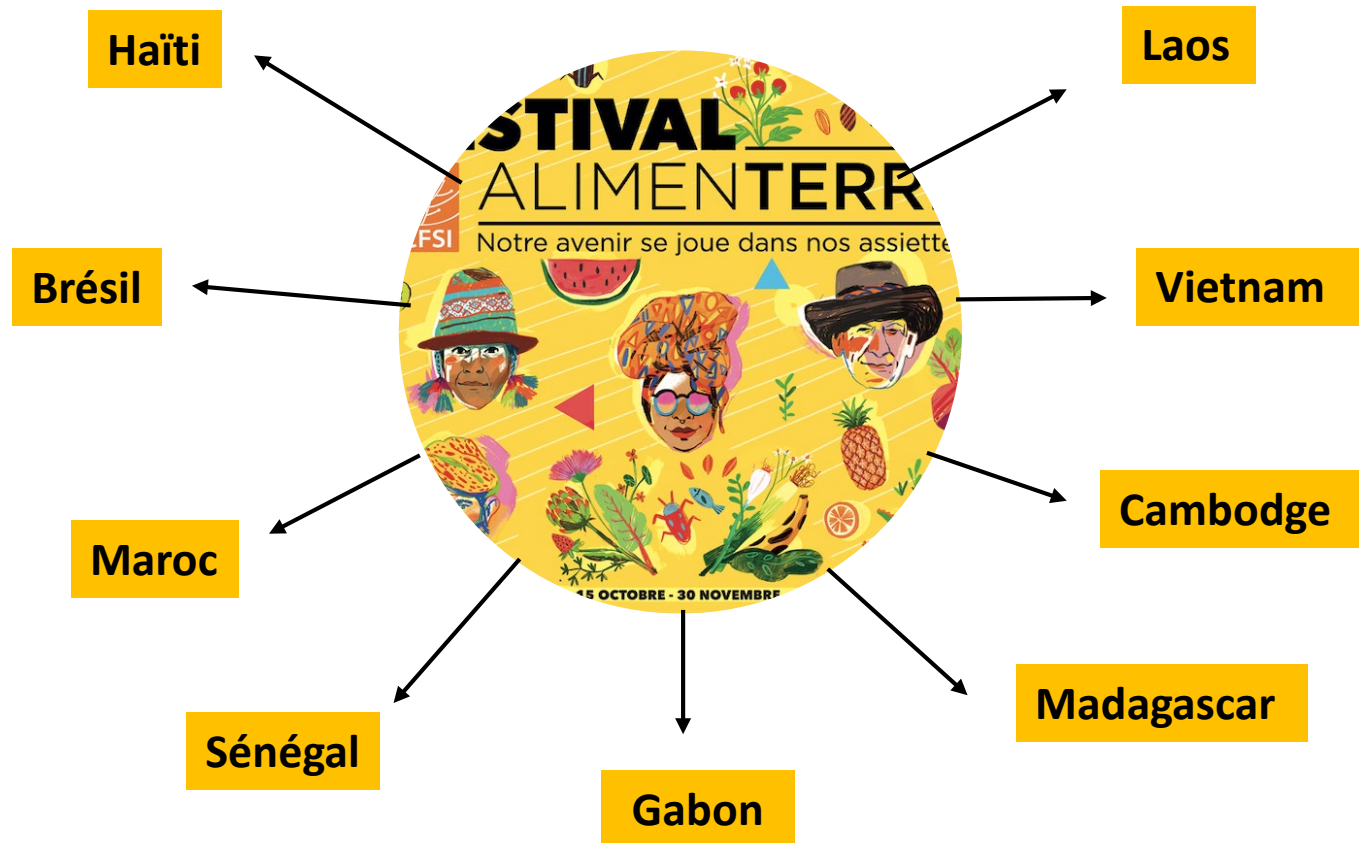
## 2 phases de campagne

- **Phase 1** : oct-déc 2020
  - Temps 1 > Sensibiliser
  - Temps 2 > Influencer
- **Phase 2** : jan-juin 2021
  - > Mobiliser

# PHASE 1 / Temps 1 : Sensibilisation - 16 oct. au 30 nov.

## « L'Agrisud Tour des solutions durables »

Animations / Rencontres orientées solutions



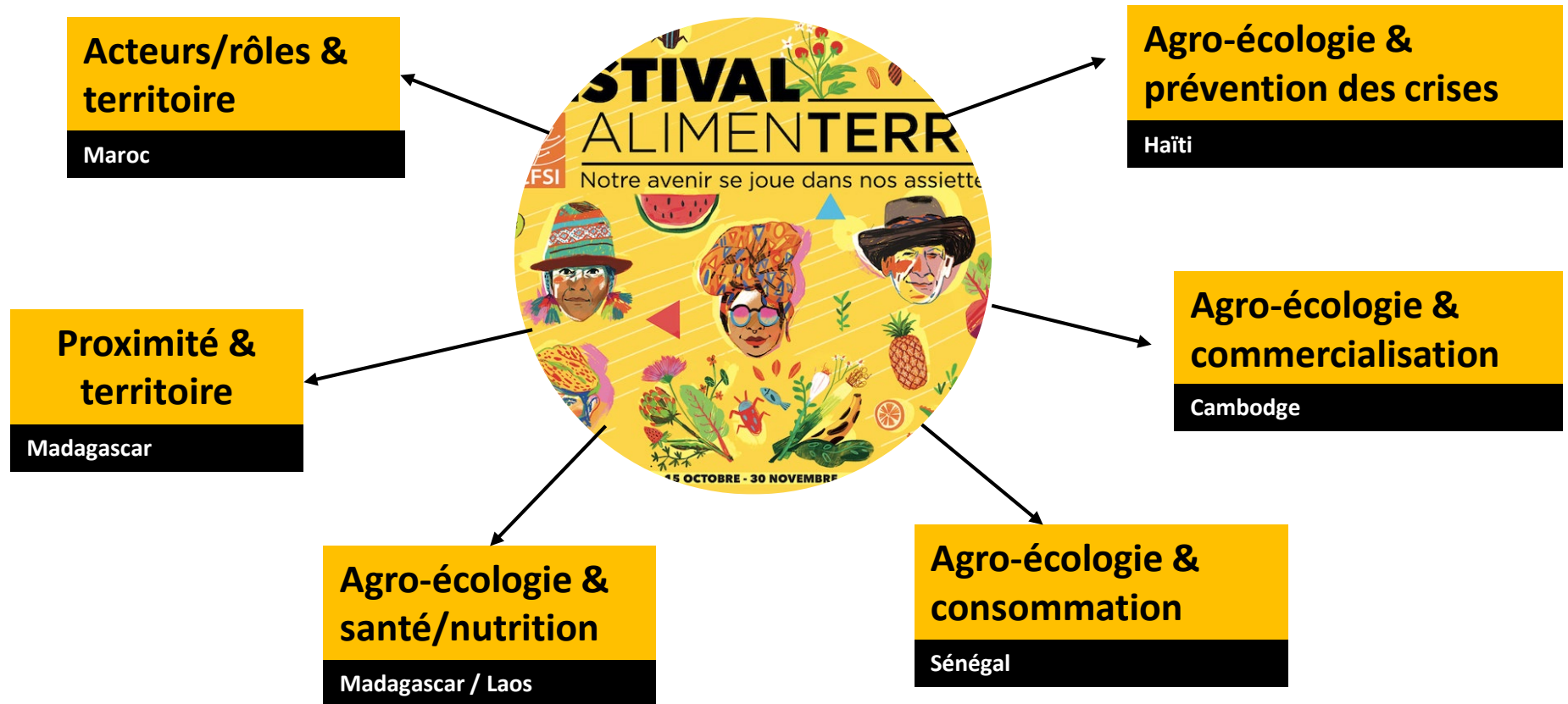
#Alimenterre #AgrisudTour



# PHASE 1 / Temps 1 : Sensibilisation - 16 oct. au 30 nov.

## « L'Agrisud Tour des solutions durables »

Courtes vidéos de présentation de solutions

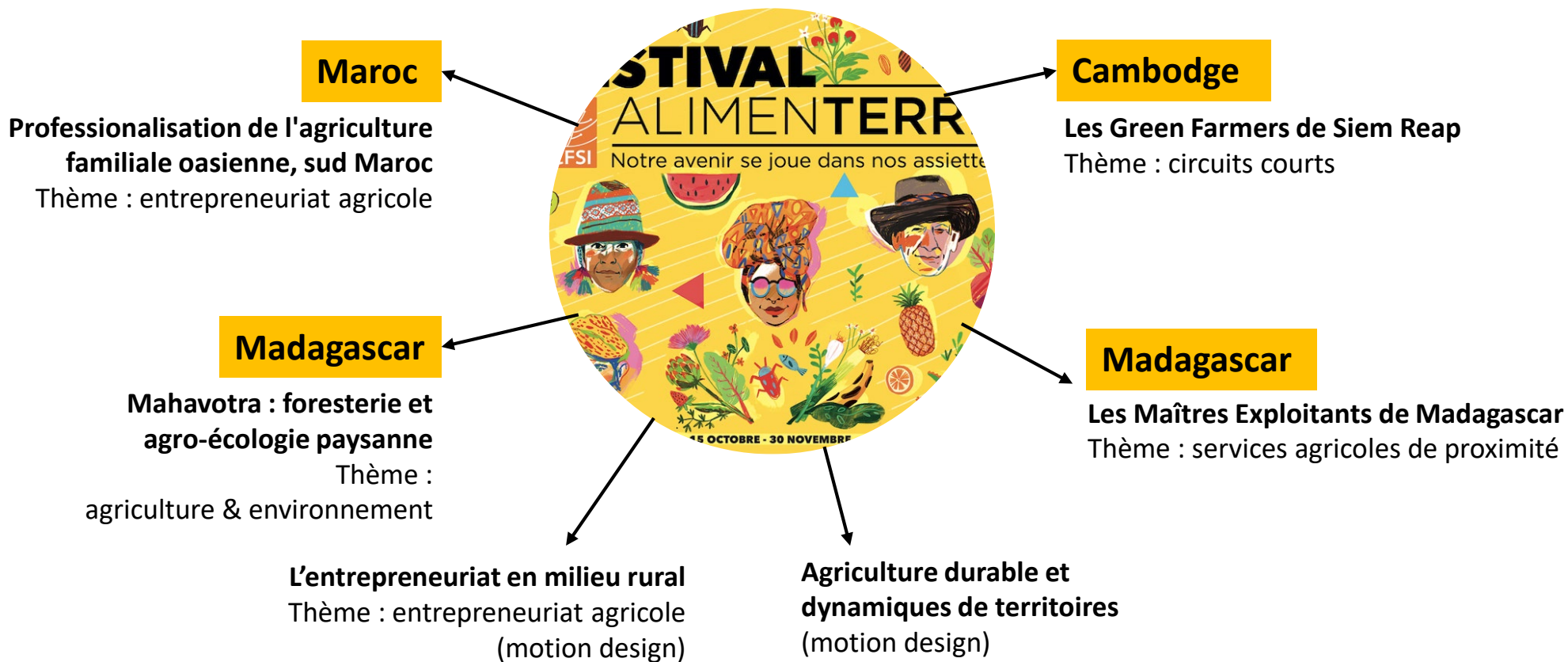


#Alimenterre #AgrisudTour

# PHASE 1 / Temps 1 : Sensibilisation - 16 oct. au 30 nov.

## Les stories « agriculture durable » d'Agrisud

Les films d'Agrisud « L'off du festival »



#Alimenterre #AgrisudStories

# PHASE 1 / Temps 1 : Sensibilisation - 16 oct. au 30 nov.

## Visuels d'annonce des événements

Principe graphique déclinable



Annonce  
Texte + image



# PHASE 1 / Temps 1 : Sensibilisation - 16 oct. au 30 nov.



Campagne de sensibilisation axée sur la proximité  
auprès des citoyens.citoyennes N/S

Canal	Outil	Indicateurs
Événement <u>&gt; organisation dans les pays</u> <b>Festival Alimenterre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Courtes vidéos « Tour des solutions »</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nbr d'événements + estimation d'affluence</li> <li>- Nbr de vues vidéos + relais</li> </ul>
Plateformes Agrisud (site web + RS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programme des animations pays, diffusion des films et des vidéos</li> <li>• Articles + Posts</li> <li>• Photos/vidéos des événements dans les pays</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site + RS : Nbr de publications</li> <li>- Site &gt; Nbr de visite</li> <li>- RS &gt; Nbr d'impression, réactions, partages</li> </ul>
Plateformes en ligne des Réseaux collectifs : CFSI, CSUD, RADSI, SoCoop + OneHeart, Lilo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relai des articles et posts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RS &gt; Nbr de relais/partages</li> </ul>
<u>Médias</u> grand public « citoyens engagés » Nord/Sud > Appui extérieur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiqué de presse, article</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nbr d'articles publiés + audience du média</li> </ul>
<u>Campagne e-mailing</u> > base contacts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Email</li> <li>• Bandeau signature e-mails</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rapport entre le nbr d'emails envoyés / lus</li> </ul>
Hashtags / Mots clés	#Alimenterre #AgrisudTour #AgrisudStories	



# PHASE 1 / Temps 2 : Influence - 1<sup>er</sup> au 15 déc.

## « L'Analyse d'Agrisud » pour des systèmes alimentaires et nutritionnels durables

Echanges orientés solutions + Infographies de données choc

France



#AgrisudAnalyse

# PHASE 1 / Temps 2 : Influence - 1<sup>er</sup> au 15 déc.



## Campagne d'influence axée sur l'expertise auprès des décideurs

Canal	Outil	Indicateurs
Événement > <u>intervention</u> <b>Conférence internationale sur les systèmes alimentaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Document d'analyse FR/ENG</li> <li><b>Note d'analyse et/ou de position</b> (4 à 6 pages)</li> <li><b>Infographie de « données choc »</b> (5)</li> <li>Déclaration/recommandations</li> </ul>	
Réseaux (Gi, CARI, GTD, CSUD + influenceurs)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kit de relais/diffusion : tweets, visuels,...</li> <li><b>Courtes vidéos « Regards d'experts »</b> (influenceurs)</li> </ul>	- RS > Nbr de publications - RS > Nbr d'impression, réactions, partages
Plateformes Agrisud (site web + RS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programme conférence + interventions</li> <li>Articles + Posts</li> <li>Photos/vidéos de nos interventions à la conférence</li> </ul>	- Site + RS : Nbr de publications - Site > Nbr de visite - RS > Nbr d'impression, réactions, partages
Médias spécialisés > Appui extérieur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relations presse : tribune, interventions émissions...</li> <li>+ Recherche d'un partenariat média pour diffusion de mini séries vidéos en 2021 ? (à confirmer)</li> </ul>	- Nbr d'articles et/ou interventions + audience du média
<u>Campagne e-mailing</u> > base contacts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Email</li> <li>Bandeau signature e-mails</li> </ul>	Rapport entre le nbr d'emails envoyés et lus
Hashtags / Mots clés	#AgrisudAnalyse	





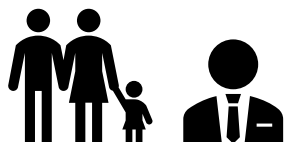
# PHASE 1 : déroulé de la campagne

Timing	Du 24/08 au 15/09	Du 15/09 au 15/10	Du 16/10 au 30/11	Du 15/11 au 5/12	Du 5/12 au 11/12	Du 14/12 au 18/12
Etapes	Préparation	<b>Annonce participation au festival</b>	<b>Relais des événements Alimenterre</b>	<b>Annonce participation Conférence + Com' influenceurs</b>	<b>Relais de notre participation à la conférence</b>	<b>Bilan</b>
Outils	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stratégie créative</li> <li>• Recherche + sélection de prestataires (vidéos, RP)</li> <li>• Recherche &amp; prise de contacts influenceurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programme Nord/Sud*</li> <li>• Visuels RS + préparation articles des événements</li> <li>• Bandeau signature e-mails</li> <li>• Préparation des outils (vidéos...)</li> <li>• E-mailing base contacts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Rédaction &amp; relais des actualités Alimenterre</li> <li>➤ Diffusion des films Agrisud + vidéos « Tour des Solutions »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programme événement + intervention</li> <li>• Visuels RS</li> <li>• Bandeau signature e-mails</li> <li>• E-mailing base contacts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articles, posts</li> <li>• Infographies données choc</li> <li>• Déclaration en fin d'événement</li> </ul>	
Canaux		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agrisud : site web + RS + messagerie</li> <li>- Autres relais : Oneheart/Amundi, Lilo, AfricaMutandi</li> <li>- CP &gt; médias grand public (à définir)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agrisud : site web + RS + messagerie</li> <li>- Autres relais : sites alliés</li> <li>- CP &gt; médias spécialisés (à définir)</li> </ul>		



\* Communication locale dans les pays en amont de l'événement

# PHASE 2 : janv. à juin 2021



## Campagne de mobilisation avec nos alliés

### « La communauté d'Agrisud prend la parole »

=> messages influenceurs + citoyens pour appuyer celui d'Agrisud

Canal	Outil	Indicateurs
Radio / Web	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mini série vidéos</li> </ul> <p><b>« Regards d'experts pour des Systèmes alimentaires durables »</b>  <i>&gt; sélection de personnalités alliées / influenceurs qui partagent la même vision « solutions durables » et appuient nos messages</i></p> <p><b>« l'Agrisud Tour des solutions »</b>  <i>&gt; illustrations concrètes des solutions selon les spécificités de chacun de nos projets</i></p> <p><u>&gt;&gt; (re)diffusion en amont et pendant les événements clés ciblés en 2021 (COP, Forum mondial de l'eau, Sommet Afrique-France etc)</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nbr de vues/d'écoutes des séries</li> <li>- Audience de la plateforme de diffusion</li> </ul>
Événements 2021 <u>avec nos alliés</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Idem 2020 + films Sénégal + film Haïti</li> </ul>	
Plateformes Agrisud (site web + RS) + <u>réseaux alliés</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programme des événements</li> <li>Articles + Posts</li> <li>Séries vidéos/podcasts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site + RS : Nbr de publications</li> <li>- Site &gt; Nbr de visite</li> <li>- RS &gt; Nbr d'impression, réactions, partages</li> </ul>
<u>Campagne e-mailing</u> > base contacts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Email</li> <li>Bandeau signature e-mails</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nbr d'emails envoyés / lus</li> <li>- Montant de dons collecté</li> </ul>
Médias > Appui extérieur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poursuite des actions du derniers semestre 2020</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nbr d'articles et/ou interventions + audience du média</li> </ul>

Budget

# PHASE 1 + PHASE 2 : budget de la campagne

Outils & Prestations	Détails	Sept- Dec 2020	Jan-Juin 2021	Enveloppe budgétaire	Financement
<b>Création de contenus digitaux</b>				<b>21 000</b>	
Prise de son et images terrain		1 000		1 000	AFD
Vidéos "Tour des Solutions"	5 vidéos de 2 min (total 10 min)	6 000		6 000	AFD
Vidéos "Regards d'experts"	3 vidéos de 2 min (total 10 min)	4 000		4 000	AFD
Film Sénégal	1 film de 15 min + bande-annonce 2 min	5 000		5 000	AFD
Film Haïti	1 film de 15 min + bande-annonce 2 min	5 000		5 000	RNA
<b>Relations presse</b>				<b>6 928</b>	
Relations presse	Couverture Conférence SA (déc 2020) - 3 js	2808	4000	6 808	AFD
	Dossier de presse actualisé - 50 ex	120		120	AFD
<b>Graphisme</b>	5 infographies chocs + 2 documents mis en page	<b>2 000</b>		<b>2 000</b>	AFD
<b>Appuis Community Management</b>	rédaction, création de visuels, posts, ciblage influenceurs Twitter	<b>3 284</b>		<b>3 284</b>	AFD
<b>Divers et imprévus</b>		<b>1 000</b>	<b>1000</b>	<b>2 000</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>30 212</b>	<b>5000</b>	<b>35 212</b>	

