

Ouvrir la voie à un avenir positif en établissant aujourd'hui une connexion entre l'homme et la nature

Boîte à outils sur l'identité stratégique et le discours du
Programme MAB de l'UNESCO

Guide pour susciter l'engagement du public et délivrer un discours stratégique efficace



Remerciements

Ce guide et cette boîte à outils ont pu voir le jour grâce au soutien et à l'aide d'hommes et de femmes passionnés au sein du Conseil du MAB de l'UNESCO et de tout le réseau EuroMAB.

Nous remercions en particulier nos réserves de biosphère pilotes :

Guy Pustelnik – Bassin de la Dordogne
Raphaël Michau – Bassin de la Dordogne
Roland Thielke - Bassin de la Dordogne
Maryann Harris – Baie de Dublin
Leslie Moore – Baie de Dublin
Jaione Lanborena – Urdaibai
Paula Caviedes – Urdaibai
Debbie Pella-Keen – Escarpement du Niagara
Lisa Grbinicek – Escarpement du Niagara
Danielle D'Silva – Escarpement du Niagara
Bohdan Wynnycky – Escarpement du Niagara

... et toutes les personnes fantastiques que nous avons rencontrées dans les différentes réserves de biosphère du Réseau et qui ont participé à nos séances de travail.

Nous remercions également les membres du groupe consultatif sur l'identité et le discours stratégiques :

Arne Abrahamsen
Jeff Bectell
Vanja Debevec
Ian Dennison
Cliff Drysdale
Eve Ferguson
Rich Howarth
Peter Kaland
Toomas Kokovkin
Pernille Kristiansson
Martin Price
Antonio San Blas
Carina Wettemark
Martin Price
Lisen Schultz
Pavlo Cherinko
Hiroyuki Matsuda

Table des matières

La communication comme outil Comment une approche commune peut-elle favoriser l'engagement du public en faveur des réserves de biosphère ?	Page 4
Comment utiliser ce guide Quelle est la méthode didactique de ce guide et qu'y trouverez-vous ?	Page 8
Le cadre de notre discours Quels sont le but, les valeurs et le discours stratégique des réserves de biosphère et du réseau du MAB ?	Page 12
Outils pour susciter l'engagement Comment élaborer votre propre plan d'engagement ?	Page 27
Astuces & Foire aux questions Quelles sont les questions fréquemment posées par les membres du réseau au sujet de notre approche ?	Page 40

A photograph showing the silhouettes of several people standing on a bridge or walkway, looking out over a body of water at sunset. The sky is a mix of blue and orange, and the water reflects the light. The people are in various poses, some looking towards the horizon, others talking to each other.

Ouvrir la voie à un avenir positif en établissant aujourd'hui une connexion entre l'homme et la nature

La communication comme outil

Comment une approche commune à travers l'ensemble du réseau peut-elle favoriser l'engagement du public en faveur des réserves de biosphère ?

Plaidoyer pour une stratégie commune

Le Programme MAB de l'UNESCO et son réseau représentent une idée formidable. Nous établissons une connexion entre l'homme et la nature dans des centaines d'endroits, partout dans le monde. Nous sommes de cultures et de langues diverses et différentes, mais nous partageons un même but et une même vision. Et nous avons tous le même discours à tenir.

Le Conseil du MAB a estimé que la communication représentait un outil formidable au plan stratégique. Nous avons d'excellents exemples de bonne communication au sein du MAB, mais nous pouvons faire des progrès pour ce qui est de solliciter l'ensemble des intervenants de notre réseau sur la question de savoir ce qu'est une réserve de biosphère et en quoi ces réserves sont importantes. Nous pouvons nous appuyer sur de nouvelles techniques pour inviter les gens à participer à cette aventure avec nous, et trouver d'autres moyens de leur donner envie de s'impliquer à nos côtés.

Les marques de produits de consommation sont formidablement douées pour ce qui est de tisser une relation avec les consommateurs. Elles sont au cœur de nos foyers et font partie de nos vies. Non seulement comprenons-nous parfaitement ce qu'elles font pour nous, mais elles répondent à un besoin.

Les marques font par ailleurs preuve de cohérence dans la façon dont elles nous présentent leur discours. Leurs actions de communication visent à ouvrir le dialogue, à inviter les gens à les rejoindre et à s'investir, plutôt que de se limiter à la simple diffusion de messages.

Nous pouvons nous inspirer de ces marques et des meilleurs campagnes dans le domaine de l'environnement pour aider chaque réserve de biosphère à tenir un discours cohérent et efficace. Le présent guide représente un premier pas vers une stratégie commune en ce sens pour le MAB.

Objectifs de ce guide

Ce guide est destiné à toutes les personnes qui font participer le public aux réserves de biosphère dans l'ensemble du réseau du MAB.

Avec ce guide, nos objectifs sont :

De proposer aux réserves de biosphère de l'UNESCO une façon nouvelle et cohérente de communiquer

D'instaurer la confiance dans le réseau en entrant en relation avec les divers publics de manière plus stratégique (mise au point de plans à cet effet)

D'encourager le réseau à partager les bonnes pratiques et l'apprentissage

Comment nous avons collaboré

L'identité stratégique et le discours associés aux réserves de biosphère ont été mis au point par le réseau et pour le réseau. Nous avons fait appel à un groupe consultatif et à quatre réserves de biosphère pilotes pour créer le contenu de ce guide et mettre notre approche à l'essai. Chaque réserve pilote a accepté de mettre en œuvre une stratégie d'engagement issue de la boîte à outils.

Au fur et à mesure que nous progressions, nous avons adapté le contenu. Nous avons traduit en français et en espagnol le discours mis au point, afin de voir comment la langue se répercuterait sur le sens. Nous avons rendu les outils faciles d'accès en créant des contenus que n'importe qui au sein du réseau pouvait télécharger et utiliser immédiatement.

Le Groupe consultatif sur l'identité et le discours stratégiques s'est réuni à Paris pour définir les principaux éléments de l'identité stratégique

Des membres du Conseil du MAB ont été interrogés et leurs avis sur le discours mis au point ont été recueillis

Quatre réserves de biosphère pilotes se sont portées volontaires pour appuyer la boîte à outils et aider à mettre au point l'approche commune

Le groupe consultatif sur l'identité et le discours stratégiques a rendu compte des activités pilotes

Nous avons lancé le guide à la conférence de l'EuroMAB en Estonie

Octobre 2014

Novembre
2014

Nov. 2014
à fév. 2015

Mars à avril
2015

Mai
2015

The background image shows a person in a boat on a river, and a person in the foreground writing in a notebook. The text is overlaid on this image.

Ouvrir la voie à un avenir positif en établissant aujourd'hui une connexion entre l'homme et la nature

Comment utiliser ce guide

Quelle est la méthode didactique de ce guide et qu'y trouverez-vous ?

Comment utiliser ce guide

Ce guide va vous aider à comprendre l'identité stratégique et le discours des réserves de biosphère du MAB, et à créer votre propre plan d'engagement.

Étape 1 :

Lisez l'ensemble du guide afin de bien comprendre l'identité stratégique et le discours. Réfléchissez à des moyens de changer le discours que vous tenez jusqu'à présent.

Étape 2 :

Téléchargez la plateforme de présentation et les fiches de travail pour les séances – vous en trouverez le lien [ici](#) et dans les sections correspondantes du guide.

Étape 3 :

Invitez un groupe de parties prenantes et organisez une séance pour élaborer votre plan d'engagement avec vos publics. Ou bien organisez une séance avec votre équipe pour trouver de nouvelles idées.

Étape 4 :

Mettez en œuvre votre plan d'engagement, et partagez ce que vous avez appris avec le reste du Réseau sur la plateforme communication <https://teams.unesco.org>

Ce que vous trouverez dans ce guide

Nous avons pensé ce guide pour qu'il soit aussi facile d'utilisation que possible.

Une barre de navigation en haut de chaque page vous aide à vous repérer dans le guide.

Des trucs et astuces vous sont proposés tout au long du guide pour vous aider à apprendre rapidement.

Utilisez les liens pour télécharger les présentations et les fiches de travail pour la boîte à outils.

Nous avons intégré des études de cas de nos réserves de biosphère pilotes pour vous inspirer dans la création de vos propres plans d'engagement.

Utilisez la barre de navigation pour voir où vous en êtes dans le guide



Astuces

Cherchez la flèche d'astuce qui vous donnera des idées et vous orientera vers certaines ressources

Développez votre propre discours

Les réserves de biosphère du réseau font déjà un travail remarquable en matière de communication. Chaque réserve de biosphère est unique et a sa propre histoire – ce guide vise à vous offrir un cadre et une base commune pour parler du réseau du MAB et de l'idée des réserves de biosphère.

Vous êtes invité à revoir le discours qui est le vôtre concernant votre réserve de biosphère, et à suivre les orientations qui vous sont données pour le rendre encore plus percutant. À la section **Notre discours**, vous trouverez des recommandations sur des contenus communs que toutes les réserves de biosphère peuvent intégrer lorsqu'elles donnent des explications sur le réseau.

Élaborez un plan d'engagement avec vos parties prenantes

Le présent guide définit une nouvelle approche de la communication qui vous encourage à élaborer des plans d'engagement, en invitant vos parties prenantes à participer au processus.

Cette méthode est très efficace car elle permet de garantir que vous agissez de manière stratégique et que vous avez pris l'avis des parties prenantes en considération avant de communiquer.

Nous utilisons le terme « engagement » car c'est celui qui reflète le mieux nos valeurs, le but étant de faire participer les gens et d'établir une connexion entre eux et la réserve de biosphère, plutôt que de se contenter de leur en parler. Rendez-vous à la section **Outils d'engagement** pour en savoir plus.

Ouvrir la voie à un avenir positif en établissant aujourd'hui une connexion entre l'homme et la nature

Le cadre de notre discours

Quel sont le but, les valeurs et le discours stratégique des réserves de biosphère et du réseau du MAB ?

Une identité stratégique pour la réserve de biosphère

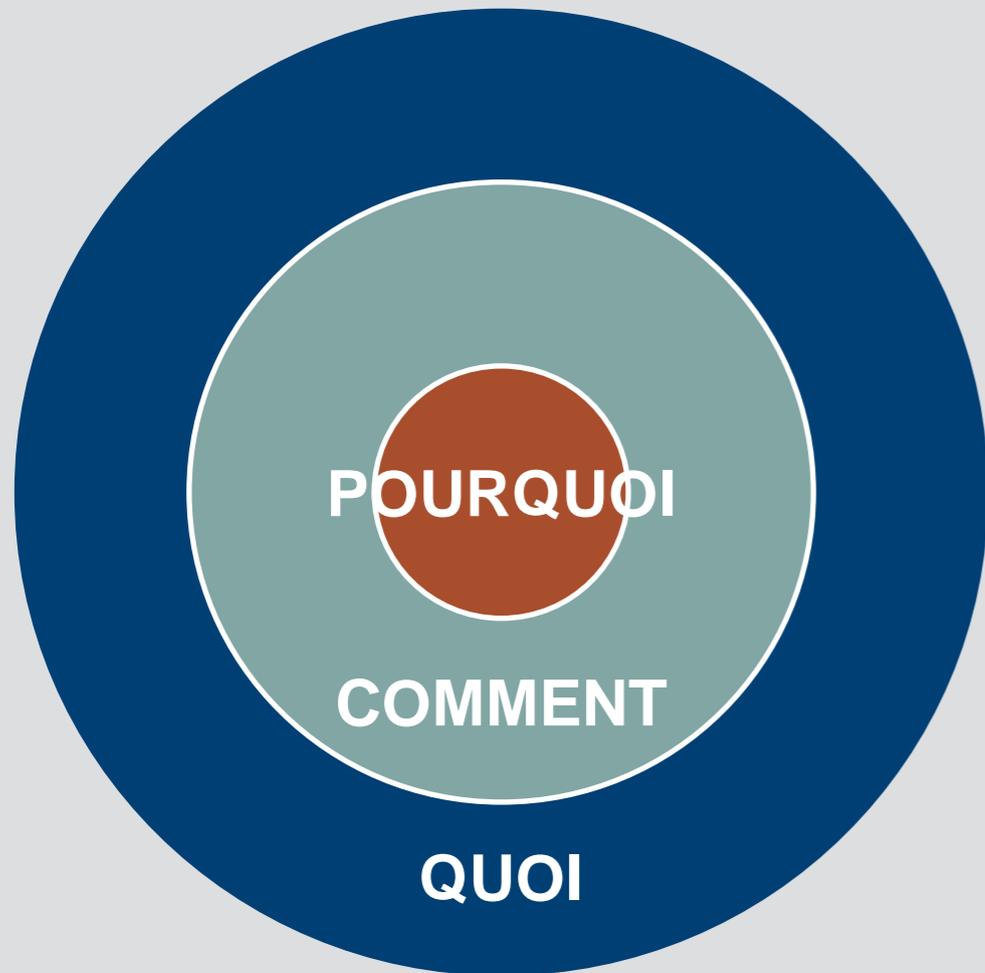
L'identité stratégique des réserves de biosphère de l'UNESCO a été créée sur la base d'un concept très simple. Conçu par Simon Sinek, le cadre POURQUOI-COMMENT-QUOI aide à structurer la façon dont nous communiquons au sujet des réserves de biosphère.

La présente section explique le cadre de cette identité stratégique, et vous donne des indications sur la façon dont les différentes pièces du puzzle se mettent ensemble pour présenter un discours plus percutant sur les réserves de biosphère et leur réseau.

À la fin de la section, vous trouverez des points à retenir lorsque vous formulerez votre propre discours.

**« Les gens ne sont pas clients
de ce que vous faites – mais
de la raison pour laquelle
vous le faites »**

- Simon Sinek



L'identité stratégique des réserves
de biosphère :

Ce que cela nous apporte :

POURQUOI

Notre but

Le « Nord » des
réserves de biosphère

Le cœur de la communication – la
raison constante pour laquelle les
réserves de biosphère existent et
sont importantes pour les gens

COMMENT

Nos valeurs

Décrit notre façon unique
de procéder

Les comportements
communs à toutes les
réserves de biosphère

QUOI

Notre proposition

Décrit la notion de réserve
de biosphère et le réseau

La manière facile à retenir,
pertinente et engageante de
décrire ce qu'est une réserve de
biosphère et ce que fait le
réseau

Notre but

Notre énoncé de mission explique pourquoi la raison d'être des réserves de biosphère et de notre réseau. Il joue un rôle essentiel dans notre discours, ainsi que pour faire connaître le programme de l'UNESCO et votre réserve de biosphère à tous les publics,

Ouvrir la voie à un
avenir positif en
établissant
aujourd'hui une
connexion entre
l'homme et la
nature

Notre rôle est d'utiliser le pouvoir de la science et les merveilles de la nature pour instiguer le changement

Notre but

Il y a un sens derrière les mots de notre énoncé de mission. Les mots ont été soigneusement choisis pour refléter les idées que nous voulons faire passer dans notre discours.

De notre réseau à nos sites, notre rôle est de reconnecter les populations et leurs économies à leur environnement

Notre impact, c'est de créer un avenir sûr que nous puissions avoir hâte de découvrir

Ouvrir la voie à un
avenir positif en
établissant
aujourd'hui une
connexion entre
l'homme et la
nature

Nous bâtissons cet avenir aujourd'hui et chaque jour

Notre but

Notre but met en avant le rôle que nous jouons en résolvant l'un des plus gros problèmes en matière de développement durable – la déconnexion entre l'homme et la nature.

Astuce

Vous pouvez utiliser ce texte pour faire comprendre notre but aux gens de manière simple

Le but des réserves de biosphère, c'est avant tout la connexion

La vie est une extraordinaire série de connexions.

Entre les êtres humains, entre les êtres humains et la nature, entre le savoir et l'action, tout le temps, partout.

Si ces connexions s'interrompent, nous mettons la qualité de notre vie collective en péril. Si nous les maintenons en bonne santé, nous bâtissons un avenir qui nous inspire.

Les réserves de biosphère de l'UNESCO établissent aujourd'hui une connexion entre l'homme et la nature pour ouvrir la voie à un avenir positif.

Nos valeurs

Nous avons quatre valeurs fondamentales, caractéristiques des comportements du réseau et de la façon dont fonctionne une réserve de biosphère.

Rendre honneur à la vie

La valeur « positivité »

Nous rendons honneur à l'homme et à la nature

Autonomiser les populations

La valeur « participation »

Nous favorisons la participation

Trouver des solutions modèles

La valeur « innovation »

Nous explorons chaque jour de nouvelles voies

Cultiver l'appartenance collective

La valeur « collectivité »

Nous sommes partie d'un tout plus grand que nous

Rendre honneur à la vie

Nous mettons en avant des exemples positifs où l'homme et la nature s'épanouissent ensemble.

Nous pensons que la qualité de vie et la santé des populations sont inextricablement liées à la diversité de la nature.

Les populations font partie de leur environnement et celui-ci est à son tour façonné par les cultures locales.

Nous trouvons donc des moyens de rendre honneur à la culture, à la nature et à l'économie, et de les faire progresser ensemble.

Il s'agit de la valeur « positivité ». Elle nous rappelle que les réserves de biosphère ont pour objet la diversité de la vie et de trouver des moyens de rendre honneur en même temps aux populations, aux environnements et au développement économique.

Autonomiser les populations

Nous sommes un mouvement de personnes qui œuvre à bâtir un avenir dont nous puissions être fiers.

Nous savons que les populations ont plus de pouvoir lorsqu'elles sont informées, inspirées, et dotées des outils pour concrétiser le changement.

La seule façon de bâtir un avenir auto-suffisant, sûr et heureux est d'aider les gens à croire que c'est possible, et de les aider à faire de cette idée une réalité.

Il s'agit de la valeur « participation ». En tant que réseau, nous devons inspirer l'action chez les autres. Cette valeur nous rappelle de faire participer les gens.

Trouver des solutions modèles

Nous expérimentons chaque jour de nouveaux modes de vie qui résolvent les problèmes mondiaux.

Nos solutions s'appuient sur une base scientifique solide et sur la compréhension des cultures, des traditions et de l'écologie locales, que nous traduisons en actions au quotidien.

Nous tirons ainsi le meilleur parti des savoirs-faire locaux, et vivons d'une façon qui résout les problèmes mondiaux. Ce faisant, nous incarnons le modèle que nous voulons voir pour l'avenir.

Il s'agit de la valeur « innovation ». Les réserves de biosphère sont des endroits où le développement durable est désormais une réalité de notre mode de vie. Nous constituons un exemple.

Cultiver l'appartenance collective

Notre succès dépend de la force des liens que nous créons.

Ce sont ces liens forts qui signifient que nous pouvons obtenir ensemble des résultats que nous n'aurions pu obtenir seuls ; nous faisons partie d'un tout plus grand que nous.

Connecter les gens entre disciplines, culture et au-delà des frontières. Reconnecter les gens entre eux, et avec la nature. Connecter les valeurs et le patrimoine hérités de notre passé aux espoirs que nous entretenons pour l'avenir.

Il s'agit de la valeur « collectivité ». Elle nous rappelle que nous sommes faits de liens et que nous ne pouvons réussir sans entretenir d'excellentes relations au sein de notre réseau et en dehors.

Caractéristiques

En écoutant les témoignages des personnes impliquées dans notre réseau, nous avons mis en évidence les caractéristiques communes des réserves de biosphère :

Les réserves de biosphère :

Sont tournées vers les populations, par les populations, pour les populations

Représentent une plate-forme autour de laquelle s'organiser

Connectent les populations du monde entier

Relient culture, nature et économie

Comprennent le patrimoine, bâtissent l'avenir

Expérimentent les meilleures solutions

Incarnent des modes de vie, et pas uniquement des modes de conservation

Représentent des valeurs et une langue communes

Sont nourries par la passion.

Lieu et réseau

Parce que nous représentons un lieu doté d'un certain mode de vie, et un réseau mondial, nous devons être clairs dans la façon dont nous nous décrivons,

Une réserve de biosphère de l'UNESCO est un lieu où les populations partagent un mode de vie en lien avec la nature qui édifie un avenir dont nous pouvons être fiers.

Le réseau de réserves de biosphère de l'UNESCO connecte entre elles les communautés du monde entier qui sont les premières à incarner un avenir positif pour l'homme et la nature.

Astuce

Vous pouvez utiliser ce texte lorsque vous avez besoin de marquer la distinction entre réserves de biosphères et réseau

L'identité stratégique des réserves des biosphère

POURQUOI

Notre but

Le « Nord » des
réserves de biosphère

Ouvrir la voie à un avenir positif en
établissant aujourd'hui une connexion
entre l'homme et la nature

COMMENT

Nos valeurs

Décrit notre façon unique
de procéder

Rendre
honneur à la
vie

Autonomiser
les
populations

Trouver des
solutions
modèles

Cultiver
l'appartenance
collective

QUOI

Notre proposition

Décrit la notion de réserve
de biosphère et le réseau

Une réserve de biosphère de l'UNESCO est un
endroit où les populations partagent un mode de vie
en lien avec la nature qui agit pour concrétiser une
vision de l'avenir dont nous sommes fiers

Exemple : Discours d'une réserve de biosphère

Dans le discours ci-après, la réserve de biosphère du Bassin de la Dordogne réussit parfaitement à intégrer le but des réserves de biosphère, nos valeurs et notre proposition.

Nous pensons que la Dordogne et l'ensemble des cours d'eau qui l'alimente représentent un élément fondamental de la vie des populations du bassin. Quoi de mieux qu'un fleuve pour comprendre la solidarité nécessaire entre l'amont et l'aval ? Entre son propre petit ruisseau et l'ensemble du bassin hydrographique ? Entre la nature et les hommes ? Entre le passé, le présent et l'avenir ?

Exemple : Présenter la réserve de biosphère

La réserve de biosphère de l'Escarpement du Niagara a utilisé le message clé de l'identité stratégique des réserves de biosphère sur un panneau d'affichage créé à l'occasion d'une conférence sur la biodiversité.



À retenir :

Commencez par le **POURQUOI**

Notre but est indispensable pour inspirer les gens par rapport au Programme MAB de l'UNESCO MAB et à notre réseau.

Nous avons un but

Le but des réserves de biosphère et du réseau est le même – nous sommes la biosphère !

Nos valeurs nous rendent uniques

Les comportements communs à toutes les réserves de biosphère nous rendent uniques et aideront les gens à comprendre ce qu'il peuvent attendre du réseau.

Les réserves de biosphère sont tournées vers les populations

Raconter des anecdotes personnelles aident les gens à se rapprocher. Toujours placer l'humain au centre lorsque vous parlez des réserves de biosphère.

Blekinge (Suède)





Ouvrir la voie à un avenir positif en établissant aujourd'hui une connexion entre l'homme et la nature

Outils pour susciter l'engagement
Comment créer votre propre plan d'engagement ?

Le grand changement

La façon dont nous délivrons notre discours peut changer de manière à inclure davantage les personnes dans la définition de ce qu'est une réserve de biosphère, en leur montrant en quoi elle est importante pour eux et comment ils peuvent y prendre part.

Pensez à chacune de ces évolutions lors de l'élaboration de votre plan d'engagement.

Changer la façon dont nous présentons les choses :

Diffuser



Dialoguer

Moins d'affirmations, plus de dialogue

Expliquer



Inspirer

Moins de mots et d'arguments, plus d'inspirations et d'images

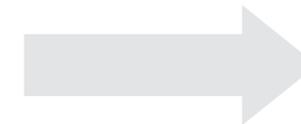
Site



Populations

Moins de géographie, plus d'humain

Faits



Anecdotes

Moins de partage de données, plus d'anecdotes

Réglementation



Possibilité

Moins d'informations sur ce que les gens ne peuvent pas faire,
plus d'informations sur ce qu'ils peuvent faire

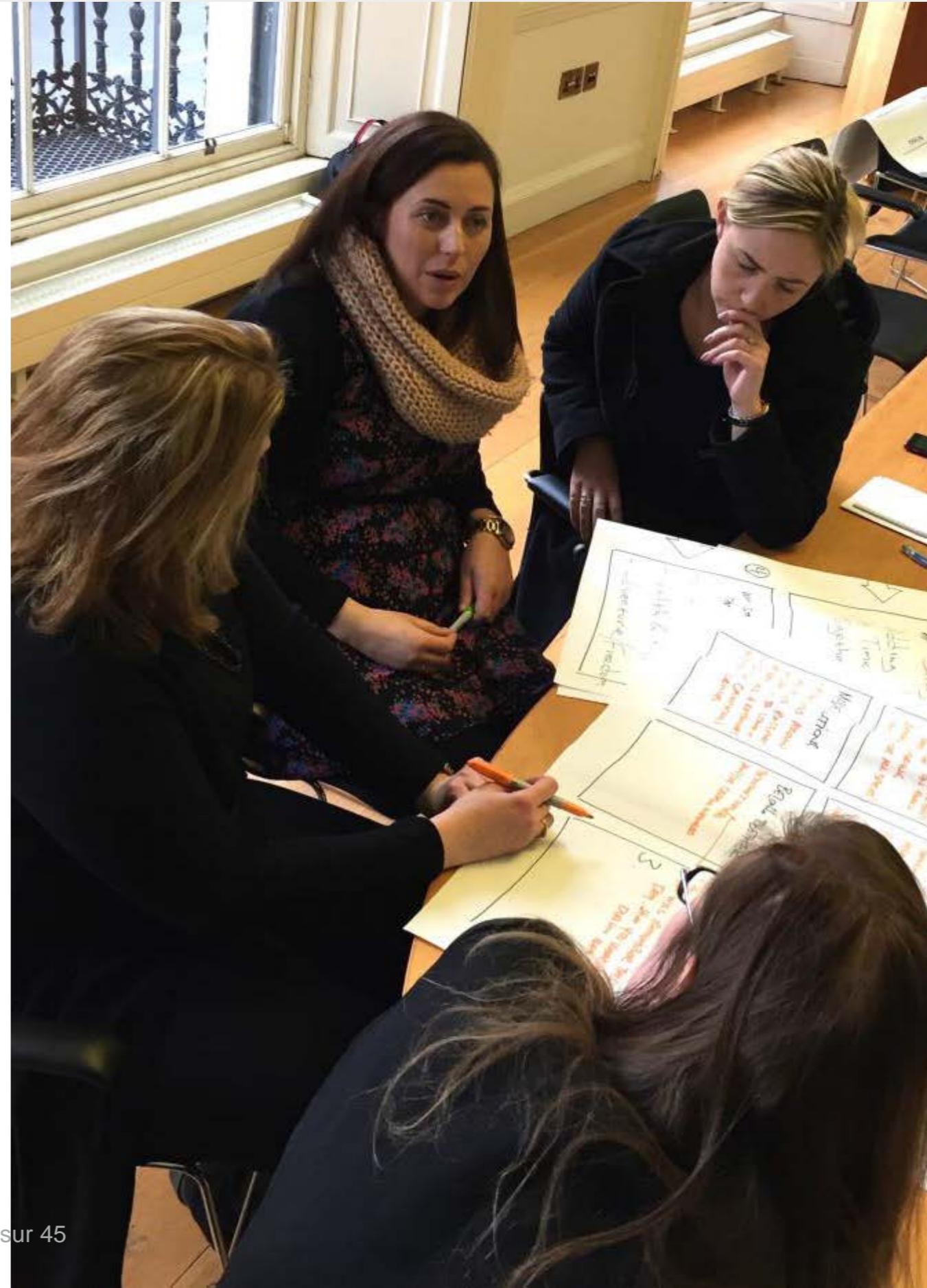
Élaborer un plan avec vos parties prenantes

Une importante avancée en matière de communication concernant le Programme MAB de l'UNESCO et les réserves de biosphère est que nous sommes passés d'un discours affirmatif adressé aux parties prenantes à un dialogue avec elles.

Cette habitude caractéristique est ancrée dans nos valeurs et est inscrite au cœur de notre méthode d'élaboration des plans d'engagement. Formuler des stratégies avec vos parties prenantes est la manière la plus efficace de prendre en compte leurs besoins et de leur donner envie d'atteindre vos objectifs.

La présente section propose une méthode et une série d'outils pour vous aider à élaborer un plan d'engagement en rassemblant vos parties prenantes dans le cadre d'une séance de travail.

Atelier de parties prenantes, réserve de biosphère de la Baie de Dublin



Ordre du jour d'une séance avec les parties prenantes

Suivez cet ordre du jour pour organiser et diriger votre séance de planification avec vos parties prenantes ou votre équipe.

Vous aurez besoin de faire appel à un animateur qui veillera au respect de l'ordre du jour et maintiendra le niveau d'énergie des participants tout en s'assurant qu'ils remplissent leurs objectifs dans le temps imparti.

Voir la FAQ pour des astuces concernant les personnes que vous devez inviter à participer à votre séance.

Définissez vos attentes

Expliquez pourquoi les participants ont été invités et comment leur aide contribuera à renforcer la participation à la réserve de biosphère

Diffusez le discours stratégique

Faites connaître aux participants l'identité stratégique, le but et les valeurs des réserves de biosphère, et prévoyez un temps pour qu'ils puissent poser des questions.

Convenez d'objectifs

Utilisez les fiches de travail sur les objectifs et demandez que les participants conviennent d'objectifs d'engagement pour votre réserve de biosphère

Élaborez un plan

Répartissez les participants en petits groupes et demandez-leur d'utiliser les fiches de travail. Faites-leur partager leurs résultats à la fin de la séance.

Première partie de la séance : définissez vos attentes

Le début de la séance doit être consacré à la définition du cadre et des résultats souhaités de la séance. Remerciez les participants d'être venus à la séance, et faites-leur savoir à quoi vous reconnaissez qu'elle a été réussie.

Leur demander ce qu'ils espèrent retirer de la séance est un excellent moyen de les faire participer dès le départ et que le groupe s'aligne sur les attentes définies.

Astuce

Utilisez un tableau et écrivez les attentes de vos participants. Cela montre que vous êtes attentif!

Dans cette partie de la
séance, demandez à vos
participants :

« S'il y avait une seule chose
que vous voudriez être
certains d'accomplir d'ici la
fin de la séance aujourd'hui,
quelle serait-elle ? »

Deuxième partie de la séance : diffusez le discours stratégique

Nous avons un excellent discours, mais il est peut-être nouveau pour vos parties prenantes.

Utilisez la [plate-forme de présentation de l'identité et du discours stratégiques](#) pour faire connaître notre nouveau discours avec les participants – y compris notre but, nos valeurs et notre proposition.

Prévoyez beaucoup de temps pour cette partie, afin de permettre aux participants de poser des questions.

Astuce

Prévoyez un moment pour écouter et laisser poser des questions sans être sur la défensive. Notre façon de délivrer notre discours peut être inconnue des parties prenantes.

Dans cette partie de la séance, demandez aux participants :

« Quelle est la différence entre notre discours stratégique et ce que vous avez entendu jusqu'à présent à propos des réserves de biosphère ? »

Troisième partie de la séance : convenir d'objectifs

Il est essentiel d'être très clair sur ce que vous voulez obtenir en suscitant l'engagement du public en faveur de votre réserve de biosphère. Cela vous aidera à cibler plus efficacement votre effort d'engagement, ce qui vous permettra d'avoir plus d'impact en gaspillant moins de ressources.

Mettre les participants d'accord sur une série d'objectifs les aide à œuvrer à un même objectif pendant la séance.

Astuce

Vous pouvez aider les participants à vous donner des idées en partageant certains de vos objectifs d'engagement.

Dans cette partie de la
séance, demandez à vos
participants :

« Quel est le but recherché
lorsque nous nous efforçons
de susciter l'engagement du
public dans les réserves de
biosphère ? »

Exemple : réserve de biosphère d'Urdaibai

1. Voir les opportunités créées

Montrer sous un jour positif les possibilités qui sont créées par le statut de réserve de biosphère, afin de dépasser le sentiment de restrictions.

L'expérience pilote d'Urdaibai a montré que la difficulté tenait au fait que les résidents de la région comprenaient mal les bienfaits de la réserve de biosphère. La solution a été de faire naître un sentiment identitaire en suivant trois étapes tactiques.

Objectif d'engagement :
**Montrer aux gens
que la réserve de
biosphère
d'Urdaibai
représente un mode
de vie meilleur**

2. Mettre le local à l'honneur

Mettre à l'honneur les populations, les sites et les produits locaux pour accroître la fierté envers Urdaibai et développer un sentiment identitaire qui relie les populations à la région.

3. Partager le discours

Encourager les autres à partager et mettre à l'honneur leurs expériences positives des réserves de biosphère.

Quatrième partie de la séance : élaborer un plan

Demandez aux participants de se répartir en petits groupes pour faire un exercice qui les aide pas à pas à élaborer un plan d'engagement.

[Téléchargez les fiches de travail](#), et imprimez-en suffisamment d'exemplaires pour chaque groupe. Les instructions figurent sur les fiches de travail, mais il serait bon d'expliquer à chaque groupe comment les remplir.

Astuce

Vous voudrez peut-être circuler de groupe en groupe pour répondre aux questions qu'ils seraient susceptibles de se poser en remplissant les fiches.

Il vous sera peut-être utile d'étudier les fiches de travail données à titre d'exemple dans la section Astuces & FAQ du présent guide de façon à vous familiariser avec le type de résultat que vous pouvez attendre des participants.

Une fois les fiches de travail complétées, rassemblez à nouveau les participants.

Demandez à chaque groupe de présenter son plan d'engagement.

À la fin, vous aurez plusieurs plans d'engagement qui cibleront des publics différents – toujours dans le cadre de votre objectif d'engagement –, grâce à quoi vous pourrez choisir lequel mettre en œuvre.

Plans d'engagement

L'engagement s'articule autour de quatre grands axes.

Les fiches de travail demandent aux participants de réfléchir à chacun de ces axes pour établir un plan unique.

Fixer des objectifs

Aligner toutes les activités d'engagement sur les résultats escomptés en termes d'engagement

Définir les publics cibles

Être spécifique en ce qui concerne les personnes à faire participer et ce qui leur importe le plus, de façon à créer du lien avec elles

Formuler des messages

Réfléchir à des messages clés inspirants, et se demander qui le public cible est susceptible d'écouter

Choisir des activités

Choisir la meilleure méthode pour livrer votre message au public cible, de façon à avoir l'impact mesurable le plus grand possible

Exemple : Diffusion de messages et activités

La réserve de biosphère du bassin de la Dordogne (France) a créé un nouveau discours en ligne et mis en place une activité sur les médias sociaux pour relever le défi de communiquer auprès des résidents de la vaste région concernée.

Notre nouveau site a été construit autour de notre nouveau récit stratégique. Les titres et menus sont le résultat de l'application pratique des recommandations de la boîte à outils. Ils font référence à la participation, la célébration, la découverte, et à la notion de progrès.

Pour visiter le site :

<http://biosphere-bassin-dordogne.fr/>

Concours Photo
Ouvert à tous!

Le bassin de la Dordogne
Source d'inspiration

1er lot :
CANON EOS 700D
+ 18-55MM IS STM

2ème lot :
PNJ DRONE
DR-100

et bien + encore !!

Hommes, biodiversité et paysages
du bassin de la Dordogne.
Vos plus belles photos et les plus insolites.

du 10 avril au 10 mai

Informations et règlement du concours sur <http://www.biosphere-bassin-dordogne.fr>

Exemple de plan : Réserve de biosphère d'Urdaibai

Pour atteindre notre objectif d'engagement, qui est de :	Montrer aux gens que la réserve de biosphère d'Urdaibai représente un mode de vie meilleur
Nous ferons participer : (public cible)	Les résidents de Guernica et Bermeo
En nous appuyant sur le message suivant : (message central)	Je suis Urdaibai • Je représente une part importante d'Urdaibai, je joue un rôle, je suis partie prenante Nous sommes Urdaibai • Notre bien-être est lié à la réserve de biosphère Urdaibai est à nous • Notre patrimoine et l'avenir sont connectés
En mettant en œuvre les activités suivantes : (choisir des activités)	<ul style="list-style-type: none">• Cet exercice pilote est centrée sur la Journée d'Urdaibai – une manifestation qui célèbre le patrimoine culinaire local, les artisanats, la musique, les loisirs et la nature avec des expositions, etc.• La préparation à cette journée ciblera les enfants de toutes les écoles d'Urdaibai, avec un défi qui sera présenté le jour J• Nous nous servirons des médias sociaux pour lancer un concours d'idées sur les façons d'améliorer la réserve de biosphère, et en partagerons les résultats lors de la Journée• Nous prendrons contact avec les organisations sportives et célébrités locales pour qu'elles participent à la Journée et jouent un rôle de modèle au service de la réserve de biosphère

Remercier les participants

N'oubliez pas de remercier vos participants du temps qu'ils ont consacré à la séance et de leur contribution. D'après notre expérience, les parties prenantes apprécient d'avoir l'occasion de participer au processus de création, et veulent souvent reproduire des exercices similaires plus tard au sein de leur propre équipe !

N'hésitez pas à partager ce guide et les contenus de la boîte à outils avec vos parties prenantes – elles voudront peut-être organiser des exercices similaires avec leur propre équipe.

Adressez un courriel de suivi à vos parties prenantes pour leur dire que vous avez apprécié leur contribution !

Mettre votre plan en œuvre

La mise en œuvre de la boîte à outils va vous proposer divers moyens de faire participer les parties prenantes. Vous pouvez choisir celle qui vous paraît la plus appropriée.

Prenez en compte les critères suivants :

Quelles sont les ressources nécessaires ?

Include funds required, people and expertise, and the time required to get your plan going

Quel plan aura le plus d'impact ?

Reportez-vous à vos objectifs d'engagement et examinez chaque plan au regard de vos objectifs

Où peut-on obtenir les résultats les plus rapides ?

Cherchez des occasions ou des circuits établis dans votre région avec lesquels vous associer



Ouvrir la voie à un avenir positif en établissant aujourd'hui une connexion entre l'homme et la nature

Astuces & Foire aux questions

Quelles sont les questions fréquemment posées par les membres du réseau au sujet de notre approche ?

Foire aux questions : Identité stratégique et discours

Pourquoi le développement durable n'est pas évoqué davantage dans le discours mis au point ?
Notre identité stratégique et notre discours sont centrés sur le but et les effets bénéfiques du réseau et des réserves de biosphère. Nous avons une contribution à faire au développement durable ; si nous voulons que notre discours trouve une résonance chez toutes les parties prenantes, nous devons être capable d'inspirer les gens par notre but même, et non tenter de tout rapporter à la durabilité.

Pourquoi ne nous appuyons-nous pas davantage sur des faits et des chiffres concrets pour parler des valeurs des réserves de biosphère ?
L'impact qu'ont les réserves de biosphère doit être porté à la connaissance de publics clés. Dites-vous que les contenus sont adaptés à tel ou tel type de public, et que les anecdotes sont plus mémorables que les chiffres !

Le terme « réserve de biosphère » ne parle pas vraiment à certains types de publics. Pouvons-nous le changer ?

La question fait débat au sein du réseau. C'est une question sur laquelle le CIC-MAB se penche dans le cadre plus vaste de la Stratégie du MAB. Pour l'heure, pour des raisons de cohérence, nous utilisons le terme « réserve de biosphère » dans l'ensemble de ce guide.

Comment vivre les valeurs que nous incarnons au sein de notre équipe ?

Les valeurs sont les comportements que l'on peut observer dans l'ensemble du réseau des réserves de biosphère. Nous nous appuyons sur nos valeurs pour nous guider sur la façon de faire tout ce que nous faisons – depuis la façon dont nous collaborons avec nos partenaires jusqu'à celle dont nous nous comportons au quotidien. Nos valeurs nous donnent un cadre grâce auquel nous assurer que notre culture et notre façon de faire restent cohérentes et solides.

Foire aux questions : Séances avec les parties prenantes

Qui devons-nous inviter à notre séance avec les parties prenantes ?

Réfléchissez à des participants que vous croyez engagés ou désireux d'agir. Ils seront très utiles pour obtenir de bons résultats – ces séances ne sont pas destinées à convaincre les parties prenantes de l'utilité du MAB, mais à mettre au point ensemble des solutions. Un total de 10 à 15 participants est une bonne moyenne pour chaque séance.

Qui doit diriger la séance ?

Nous avons simplifié le processus autant que possible, de manière que vous puissiez diriger les séances sans aide extérieure – si toutefois vous le jugez utile, vous pouvez néanmoins faire appel à un facilitateur externe pour diriger la séance pour vous.

Que se passe-t-il si le temps vient à manquer à l'issue de la séance ?

Essayez de vous limiter au temps prévu à l'ordre du jour, et prévenez les groupes de travail lorsque leurs délais sont écoulés. Si les groupes ne remplissent pas leur fiche de travail à temps, vous aurez toujours leurs premières idées sur lesquelles vous appuyer.

Comment mesurer l'impact de notre engagement ?

Dans le cadre de la boîte à outils, les participants sont invités à trouver des moyens de mesurer les effets de leur engagement. Essayez de choisir des critères qualitatifs et quantitatifs à l'aune desquels vous pourrez montrer une progression dans le temps.

Foire aux questions : Utilisation du logo de l'UNESCO

Les partenaires peuvent-ils utiliser le nom de l'UNESCO et/ou le logo du MAB sur leurs produits ?

Des règles strictes s'appliquent à l'utilisation du nom et du logo de l'UNESCO. En aucun cas, le logo du MAB ne peut être utilisé à des fins commerciales. La vente de biens ou de services portant le nom, l'acronyme, le logo ou les noms de domaine Internet de l'UNESCO dans un but lucratif est considérée comme un usage commercial.

L'utilisation commerciale du nom, de l'acronyme, du logo ou des noms de domaine Internet de l'UNESCO, sous quelque forme que ce soit, est soumise à des dispositions contractuelles spéciales et spécifiques expressément autorisées par la Directrice générale de l'UNESCO.

Comment nous procurer notre propre logo UNESCO-MAB ?

Les réserves de biosphère et les comités nationaux sont invités à contacter le Secrétariat de l'UNESCO afin d'obtenir le logo approprié.

Pouvons-nous créer notre propre identité ?

Des exemples remarquables existent de réserves de biosphère qui ont employé des moyens créatifs pour faire ressortir l'identité de leur région.

Rendez-vous sur la plate-forme communication pour trouver de l'inspiration – et étudiez le guide d'utilisation du nom et du logo de l'UNESCO avant de créer une nouvelle identité pour votre réserve de biosphère.

Crédits photos

Page de couverture : Réserve de biosphère de Manicouagan-Uapishka (Canada)
Photo par la Réserve de biosphère de Manicouagan-Uapishka
Tous droits réservés

Page 4 : Réserve de biosphère de Brighton & Hove et Lewes (Royaume-Uni)
<https://www.flickr.com/photos/nicksie2008/>
Image utilisée sous licence Creative Commons

Page 8 : Réserve de biosphère du bassin de la Dordogne (France)
Photo par EPIDOR
Tous droits réservés

Page 12 : Réserve de biosphère d'Urdaibai (Espagne)
<https://www.flickr.com/photos/barrenetxea/>
Image utilisée sous licence Creative Commons

Page 26 : Réserve de biosphère de l'Escarpement de Niagara
<https://www.flickr.com/photos/rmcwhinney/>
Image utilisée sous licence Creative Commons

Page 27 : Réserve de biosphère de la Baie de Dublin (Irlande)
<https://www.flickr.com/photos/walhalla/>
Image utilisée sous licence Creative Commons

Page 40 : Hiiumaa (Estonie)
<https://www.flickr.com/photos/visitestonia/>
Image utilisée sous licence Creative Commons

Sur cette page : Nordhordland (Norvège)
<https://www.flickr.com/photos/latt/>
Image utilisée sous licence Creative Commons

Ce guide a été créé par le Programme sur l'Homme et la biosphère de l'UNESCO et Within People
www.withinpeople.com

Avec le généreux soutien de quatre réserves de biosphère pilotes du réseau EuroMAB network

Ce guide et les contenus de la boîte à outils peuvent être partagés librement au sein du réseau MAB de l'UNESCO ainsi qu'avec nos partenaires

Copyright 2015 UNESCO



Image de couverture : Réserve de biosphère de Manicouagan-Uapishka (Canada)