



REPONSE MANAGERIALE

EVALUATION INTERMEDIAIRE DES PUBLICATIONS IMPRIMEES SIA –
2020



Belgique

partenaire du développement

Réponse managériale dans le cadre de l'évaluation intermédiaire des publications imprimées du programme SIA Belgique, réalisée pour SOS Faim, Iles de Paix et Autre Terre par les bureaux de consultants DRISS et SONECOM entre janvier et novembre 2020.

Cette réponse managériale a été discutée par les équipes. A cet effet, un atelier avec les responsables des publications des 3 ONG a été organisé en date du 9 décembre 2020 pour discuter les recommandations de l'évaluation.

Cette réponse a été validée en interne par les organes compétents de chacune des 3 ONG SIA selon ses procédures internes.

Compte tenu de la particularité de cette évaluation, cette réponse managériale se décline comme suit :

1. Recommandations transversales aux trois ONG	1
2. Recommandations relatives au Baromètre des agricultures familiales (SIA)	2
3. Recommandations relatives à Autre Terre Magazine.....	3
4. Recommandations relatives à Transitions (Iles de Paix).....	6
5. Recommandations relatives à Supporterres, Défis Sud, Dynamiques Paysannes et Zoom Microfinance (SOS Faim)	9

1. Recommandations transversales aux trois ONG

Recommandation 1 : renforcement de la dimension « ECMS »

Le renforcement de la dimension « ECMS » dans les publications destinées aux « grands publics », pourrait passer par des mises en perspective plus explicites encore des témoignages, des informations, des contributions. Une contextualisation des « solutions » avancées ainsi que leurs articulations avec des initiatives dans d'autres domaines devraient pouvoir mieux articuler leurs contributions à la définition d'alternative de développement, tout en rencontrant les attentes des lecteurs. Un questionnement régulier sur la place accordée aux publications dans l'ensemble de la stratégie d'ECMS des trois organisations devrait être poursuivi. En quoi ces publications renforcent-elles, prolongent-elles, complètent-elles, contribuent-elles, dans le cadre des activités menées par les organisations en ECMS, à la réalisation des objectifs globaux ? Comment en augmenter leur contribution ?

Réponse : Cette réflexion est déjà en cours au sein de chaque ONG SIA. Le renforcement de la dimension ECMS par l'ouverture / accrochage des contenus à des enjeux globaux en lien avec nos thématiques (changement climatique, commerce international, etc.) fait déjà partie des points d'attention des stratégies éditoriales des 3 ONG.

Action

Dans leurs publications respectives, les 3 ONG approfondissent le lien avec les solutions promues sur le terrain au Sud mais également par rapport aux campagnes de sensibilisation et plaidoyer au Nord.

Calendrier

Selon les échéances éditoriales des différentes publications

Responsable

Responsables des publications au sein des 3 ONG

Recommandation 2 : Articulations entre les publications individuelles et la publication commune

D'une façon générale, il conviendrait au moins de mieux articuler la publication du Baromètre avec non seulement les autres publications (renvoi, insert de mentions) mais aussi dans le cadre plus large des activités d'ECMS (recours explicites aux informations produites par le Baromètre, présentation de la publication, proposition d'abonnement). Le degré de satisfaction que rencontre cette publication laisse entrevoir de bonnes perspectives à cet égard. Cette approche rencontrerait aussi le soucis d'approfondir, au-delà de la délivrance d'« informations », la démarche d'ECMS. Le Baromètre pourrait devenir la publication « chapeau » des autres publications destinées aux grands publics. Ces dernières pourraient inviter plus régulièrement leurs lecteurs à prolonger leur lecture avec le Baromètre, ou pourraient aussi revenir, en des termes plus pédagogiques, sur des thématiques déjà développées dans le Baromètre. Un développement de synergies pourrait facilement être mis en place à cet égard.

Réponse : Le Baromètre a des objectifs et un public-cible différents par rapport aux publications grand-public.

Les liens avec les autres médias (réseaux sociaux) sont pertinents et déjà faits et à chaque fois que c'est possible des liens sont faits également avec les publications grand-public pour inviter les lecteurs à se diriger vers les articles d'analyse du Baromètre ; cependant l'idée d'un Baromètre qui serait la publication « chapeau » n'est pas retenue car jugée inadaptée par rapport aux orientations du Baromètre.

Concernant la meilleure articulation et exploitation des contenus du Baromètre dans le cadre d'autres outils ECMS, en milieu scolaire notamment, les 3 ONG considèrent que c'est une piste intéressante.

De même, il peut y avoir un lien entre intéressant entre la sortie du Baromètre et des événements de sensibilisation, tels que le Festival Alimenterre ; ces événements représentent une occasion de diffusion et promotion du Baromètre mais aussi de discussion avec le public cible. C'est une piste qui va être débattue et approfondie en COFIL du Baromètre.

Action

Pour une meilleure articulation Baromètre / outils ECMS, chaque ONG réfléchit en interne, avec son point focal Baromètre, à une approche. Si pertinent, le point focal partage les résultats de la réflexion au sein du Comité de Pilotage du Baromètre (qui est élargi aux membres 3 ONG)

Calendrier

2021

Responsable

Equipes ECMS des 3 ONG

2. Recommandations relatives au Baromètre des agricultures familiales (SIA)

<p>Recommandation 1 : Contenu de la publication</p> <p>Le lectorat recherche et apprécie surtout une information pointue avant d'être ancrée dans les témoignages. Il est recommandé de maintenir une attention particulière à la profondeur et la qualité de l'information qui sont la plus-value de cette publication, même si pour la lisibilité certains articles pourraient être raccourci. Dans la mesure où le Baromètre souhaite toucher un public plus large, il peut être utile de raccourcir certains articles en modulant le niveau d'information : contenu phare résumé et mis en avant en encadré avec le renvoi vers des développements plus complets facultatifs, etc.)</p>		
<p>Réponse : Le COPIL du Baromètre a mis en place des mécanismes pour alléger la lecture sans que cela affecte la longueur et profondeur des articles. En particulier, dans l'édition 2020, un effort a été fait pour rendre l'infographie plus lisible, des formats d'interview ont été introduits pour plus de lisibilité, les articles ont été découpés en plusieurs « chapitres » pour faciliter la lecture, un travail de vulgarisation dans les interviews et dans articles de fonds a également été mené pour en faciliter la compréhension.</p>		
<p>Action</p> <p>On va continuer le partage entre article de fond (accompagné de case study si pertinent) en gardant une place importante pour les interviews. Nous veillerons à inclure aussi des interviews de personnes à la manœuvre sur le terrain.</p> <p>Si la formule le permet, nous prévoirons des encadrés/résumés au début des sections pour faciliter la lecture et permettre au lecteur de retrouver plus facilement le contenu qu'il cherche.</p>	<p>Calendrier</p> <p>A partir de janvier 2021</p>	<p>Responsable</p> <p>COPIL du Baromètre</p>
<p>Recommandation 2 : Forme</p> <p>Le maintien du support papier est recommandé, compte tenu du type d'usage de cette publication. Le maintien du format et la fréquence actuels est recommandé : importance de la régularité, de traiter des mêmes thématiques, de pointer des indicateurs comparables d'une année à l'autre pour renforcer une image (et réalité) de publication de référence sur ce sujet.</p>		
<p>Réponse : On va continuer à garder le format papier pour les personnes qui l'apprécient mais pour augmenter et affiner nos publics, la digitalisation du Baromètre est priorisée.</p> <p>Concernant l'importance de la régularité, on n'est pas dans des thématiques où les indicateurs évoluent beaucoup d'une année à l'autre, il a donc été décidé de choisir des angles d'approche thématiques à chaque publication annuelle pour donner une sorte de météo de la situation des agricultures familiales dans le monde. L'objectif étant d'analyser des enjeux globaux qui affectent les agricultures familiales et auxquels les agricultures familiales réagissent.</p> <p>Cette année une formule « météo par les experts » a été initiée et cette piste continuera d'être creusée.</p>		
<p>Action Les recommandations sont acceptées et seront prises en compte dans les éditions futures (support, format, fréquence), dans les limites énoncées ci-dessus.</p>	<p>Calendrier</p> <p>A partir de 2021 - prochaine édition</p>	<p>Responsable</p> <p>COPIL du Baromètre</p>
<p>Recommandation 4 : Publics</p> <p>De manière globale, plusieurs indicateurs confirment que cette publication peut être diffusée plus large, et les lecteurs estiment que cette diffusion plus large est nécessaire et utile.</p>		
<p>Réponse : L'objectif n'est pas de diffuser auprès d'un public plus large, mais de l'affiner (en termes d'indicateur digital, nous nous concentrons sur un temps de lecture plus important par usager/ téléchargement de la publication plutôt que sur la génération de clicks). Des efforts sont faits pour que cette publication touche plus de personnes au sein du public-cible pairs/experts/ profs d'écoles/ universités/ public averti. Pour davantage toucher ce public, des collaborations avec des organisations relais auprès d'un groupe plus large d'experts sont approfondies, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collaboration avec FRM, qui permet une diffusion plus large de la publication au sein de notre public cible. • Lien avec FAO : la dernière newsletter FAO cite le Baromètre • Lien avec Inter-Réseaux <p>Par ailleurs, un ciblage politique en lien avec le plaidoyer a également été approfondi.</p>		
<p>Action La stratégie digitale ciblée nous permettra d'affiner encore notre public et de mieux toucher notre cible. Notre volonté est que la publication touche largement, mais garderons en priorité une stratégie de diffusion qui mise sur le qualitatif (et l'éclairage d'experts et d'un public averti capable de soutenir et porter notre théorie du changement) plutôt que sur le quantitatif</p>	<p>Calendrier</p> <p>A partir de janvier 2021 en vue de la prochaine édition du Baromètre</p>	<p>Responsable</p> <p>COPIL du Baromètre et équipes de communication</p>

3. Recommandations relatives à Autre Terre Magazine

Recommandation 1 : Elargissement et rajeunissement du public

Même si le choix stratégique de l'organisation est de donner priorité à l'implantation liégeoise, il est recommandé d'envisager la perspective de toucher un public plus large, de continuer à développer les canaux d'information disponibles (réseaux sociaux, ECMS...). Dans la perspective du renouvellement des abonnés et de diffusion plus large de la publication trois stratégies se dessinent et sont recommandées :

- Une stratégie « tout public » : les campagnes de sensibilisation (17%) et les réseaux sociaux (15%) sont des « portes d'entrée » encore peu fréquentes pour les abonnés actuels, pour lesquelles il reste une marge de progression possible. La forme et le contenu de la publication renouvelés consolident sans doute cette marge de progression à l'adresse d'un public plus large. Plus de la moitié des abonnés le sont depuis plus de 5 ans mais en même temps, ATM possède le public le plus jeune des publications grand public SIA : 60,19 ans (62,26 pour Supporterterres et 67,76 pour Transitions). La marge de progression est donc relative mais effective.
- Une stratégie « public de niche » : l'intérêt pour un enjeu aussi bien local que global est une raison fréquemment avancée pour s'abonner. Une stratégie de niche serait de cibler les publics travaillant sur des domaines similaires, en lien... avec ceux développés par Autre Terre, dans la région. Mettre plus en avant ce lien global/local avec des partenaires locaux de la région, avec des publications qui mettent en évidence le local (collaborations ciblées, numéro commun ou partage d'articles avec d'autres publications de ce secteur sur un sujet traité au Sud et ici).
- Une troisième stratégie serait de viser des public-relais comme les enseignants en lien alors avec les interventions ECMS de l'organisation en milieu scolaire.
- Cette triple stratégie implique de poursuivre dans la logique d'une publication tout public, parmi lequel les travailleurs du Groupe Terre sont une catégorie d'abonnés parmi d'autres.

Réponse : Lors de la refonte du journal « Terre » en « Autre Terre Magazine », Autre Terre a sciemment choisi de donner à sa publication un ancrage local dans la région de Liège afin de pouvoir commencer à asseoir sa renommée dans un territoire limité, maîtrisé et où l'aura du groupe Terre est importante. Cette stratégie, similaire à celle du journal des « Grignoux » qui est diffusé très largement mais sur un territoire limité, vise à un placement d'ATM dans des officines spécialisées (boutiques locales, bio, librairies, universités,...) permettant de toucher un public ayant déjà une sensibilité potentielle envers notre publication. Il s'agit d'une étape nécessaire selon Autre Terre avant de passer à une diffusion plus large en Wallonie et à Bruxelles.

Suite aux recommandations de l'évaluation, Autre Terre peut donc s'ancrer dans la recommandation du « public de niche » visant l'équilibre entre « enjeux locaux et globaux ». Autre Terre continuera à promouvoir la solidarité internationale tout en l'ancrant dans des initiatives locales en région liégeoise et sur d'autres continents.

Action	Calendrier	Responsable
- Relancer la diffusion (limitée à cause du COVID) dans la région liégeoise via des points de vente et des institutions d'enseignements de la région.	Janvier 2021 si la pandémie le permet	Chargée de communication et rédacteurs en chefs

Recommandation 2 : Rajeunissement des publics

Si l'un des enjeux est bien de rajeunir les publics des 3 publications destinées aux sympathisants, alors il faudra sans doute élargir les propos de façon systématique et quitter la « bulle » de l'agriculture familiale afin d'insérer l'approche dans une démarche plus globale (climat, environnement, commerce, fiscalité, ...), tout en gardant l'accent sur la contribution spécifique des organisations paysannes et d'économie sociale aux débats sur le modèle de développement.

Réponse : Autre Terre Magazine ne se cantonne pas à l'agriculture familiale et insère justement son propos dans une perspective où tous les sujets peuvent être abordés du moment qu'ils touchent aux thématiques d'Autre Terre et à des questions de société. Autre Terre veille à intéresser spécifiquement un public jeune grâce à un graphisme attractif, à des connexions avec les médias numériques, à des sujets d'actualité.

Action	Calendrier	Responsable
- Veiller à continuer la diversification des sujets - Garantir un contenu accessible et dynamique	Janvier 2021	rédacteurs en chefs

Recommandation 3 : Diversification des publics

La promotion de ces publications destinées au grand public pourrait aussi être mieux articulées avec les activités d'ECMS qui leurs sont destinées : profiter des interventions dans les écoles, les universités, les entreprises, les groupements citoyens, les événements organisés, ... pour faire la promotion des publications.

<p>Réponse : Lors des animations d'ECMS, la publication est présentée et il est proposé aux participants de s'abonner. Toutefois cette démarche n'est pas systématique car certaines animations ou publics ne s'y prêtent pas. Il est également important de pouvoir faire la distinction entre des activités d'ECMS et des activités d'autopromotion.</p>		
<p>Action L'équipe d'ECMS s'interroge systématiquement sur la pertinence de l'usage et/ou de la promotion de la publication</p>	<p>Calendrier Janvier 2021</p>	<p>Responsable Equipe ECMS</p>
<p>Recommandation 4 : Diversification des publics Une autre piste pourrait être de promouvoir les publications, dont le champ éditorial aurait été élargi, vers les publics engagés dans ces thématiques connexes qui seraient abordées plus directement dans les publications comme par exemple : l'environnement, l'alimentation, le climat, l'agriculture responsable en Belgique, ...</p>		
<p>Réponse : Nous considérons notre publication comme très généraliste et avec des thèmes changeants. Il est dès lors compliqué d'envisager un ciblage « thématique » de destinataires.</p>		
<p>Action N/A</p>	<p>Calendrier N/A</p>	<p>Responsable</p>
<p>Recommandation 5 : Contenu Renforcer les points forts de la publication et éviter les écueils des points considérés comme plus faibles par les répondants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une publication pour laquelle il y a une forte demande de lier d'une part un « cadre théorique » et des expérimentations de terrain à c'est la richesse d'ATM qui permet d'enrichir le débat : ce point est à poursuivre et renforcer - continuer à répondre à la demande d'une information engagée (légèrement moins chez les moins de 50 ans) et d'une information dynamique - éviter surtout une information neutre, trop pointue mais aussi trop facile d'accès, trop rapide à parcourir. 		
<p>Réponse : Autre Terre a pour stratégie de continuer à développer son ancrage dans les milieux militants et engagés. Face à la multiplicité des publications associatives, Autre Terre doit pouvoir se démarquer en continuant à offrir une publication engagée, ancrée dans des expériences de terrain se basant sur un cadre théorique fiable et stable. Autre Terre continuera donc à se positionner fortement dans sa publication et invitera ses lecteurs et ses lectrices à se mobiliser lors d'événements de plaidoyer, de solidarité et/ou de sensibilisation.</p>		
<p>Action</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lors de chaque comité de rédaction, veiller à vérifier la présence de contenu militant et engagé dans ATM - Inscrire au moins une invitation permettant aux lectrices et aux lecteurs de passer à l'action 	<p>Calendrier Lors de chaque comité de rédaction précédant la publication de ATM</p>	<p>Responsable Rédacteurs en chefs</p>
<p>Recommandation 6: Contenu Garder un lien avec les initiatives du Groupe Terre au Nord (le modèle théorique, l'économie circulaire = ce qui fait sa particularité ici et en tant qu'ONG de développement) à l'expertise d'Autre Terre reconnue dans son champ (d'ailleurs, peu de lecteurs vont chercher de l'information ailleurs sur ce point), il s'agit donc d'une opportunité à renforcer : multiplier les initiatives d'économie circulaire/sociale/... ici menées par d'autres à comparer, mettre en regard des initiatives d'économie circulaire/sociale/... soutenue par Autre Terre au Sud, etc.</p>		
<p>Réponse : Le changement de stratégie éditoriale ayant permis le passage du journal Terre à ATM a notamment eu lieu car le groupe Terre a décidé de ne plus financer ni soutenir en termes de ressource humaine une publication papier. Autre Terre a décidé de voir cela comme une opportunité de renforcer sa propre image en se différenciant du groupe. Cette décision n'a pas de visée excluante et Autre Terre continue à publier du contenu parlant du groupe au sein de ATM (articles sur l'AG du groupe et sur BatiTerre) en fonction des actualités. Autre Terre est consciente que cette stratégie peut l'éloigner d'anciens sympathisants ayant grandi avec le groupe Terre et s'identifiant fortement à lui. Toutefois Autre Terre a décidé de miser sur un renouvellement et un rajeunissement de son public permettant de renforcer son identité et de se créer son propre public.</p>		
<p>Action Continuer à publier en fonction du contexte des articles sur le groupe afin de promouvoir l'économie sociale et solidaire</p>	<p>Calendrier En fonction des actualités du groupe et des thématiques d'ATM</p>	<p>Responsable Rédacteurs en chefs</p>
<p>Recommandation 7 : Format Être attentif au risque d'une transformation qui met l'accent sur la lisibilité, la forme agréable. Cette évolution récente de la nouvelle mouture est appréciée par beaucoup mais soulève chez certains de légers regrets = un manque d'articles « de</p>		

fond ». Importance donc de garder un équilibre entre des articles courts et des articles longs (comme c'est le cas actuellement selon la majorité des lecteurs) mais pouvant aussi être plus longs pour certains autres. Cette diversité permet de varier les temps de lecture, permet d'éviter de donner l'impression de survoler le sujet. L'apport de contenu plus solide favorise et consolide l'engagement.

Réponse : Autre Terre était déjà en réflexion quant à l'équilibre de ses articles. Afin de répondre à l'évaluation mais également pour évoluer vers un journal répondant tant à des exigences de lisibilité qu'à des besoins d'exhaustivité, ATM compte désormais 4 pages de plus. Cet apport permettra de réaliser des analyses plus fouillées tout en ne nuisant pas à la lisibilité du journal. La densité du texte sera toujours la même (entre 1500 et 2000 caractères par page) mais certains sujets seront traités sur davantage de pages afin d'accroître la profondeur de l'article.

Action

- Accroître le nombre de pages (4 supplémentaires)
- Redéfinir la maquette de ATM
- Maintenir la lisibilité (1500 à 2000 signes)

Calendrier

Novembre 2020 (déjà réalisé)

Responsable

Rédacteurs en chefs

Recommandation 8 : Format numérique/ papier

Développer une combinaison dynamique entre papier et numérique : 80% des moins de 50 ans ont déjà consulté la publication sous un autre format que le papier. Il est donc recommandé de garder la possibilité d'approfondir/d'avoir d'autres infos en ligne mais de rester attentif au fait que cela ne signifie pas que les lecteurs font toujours la démarche d'aller voir ces compléments en ligne que ce soit pour les plus âgés (par manque d'habitude, parce que pas assez explicite ?) ou pour les plus jeunes (le support papier permet un temps de lecture pour se détacher des écrans, la lecture en déplacement, etc.) Il est donc recommandé de continuer à prendre la marche du numérique mais en complément, en supplément du format papier.

A cet égard, il est recommandé de simplifier/clarifier le chemin d'accès aux versions PDF du magazine en ligne : clarifier les accès pour les différents types de documents (actualités, articles, lien et magazine en entier).

Réponse : Autre Terre va renforcer l'ancrage numérique d'ATM grâce à des articles plus longs disponibles en ligne, à du contenu multimédia et à des liens externes vers des structures alliées.

Pour ce faire, Autre Terre doit systématiser la préparation et la publication de ces contenus lors des comités de rédactions et désigner des responsables de publication clairement définis.

Action

- Systématiser la programmation de contenus numériques
- Désigner les responsables de publication

Calendrier

Lors de chaque comité de rédaction

Responsable

Rédacteurs en chefs

4. Recommandations relatives à Transitions (Iles de Paix)

Recommandation 1 : Au niveau du public

- L'enjeu principal de la publication reste le renouvellement/rajeunissement du public : l'âge moyen des abonnés est de près de 70 ans et presque ¼ des abonnés le sont depuis plus de 5 ans... Il est recommandé de faire faire un choix entre :
 - la stratégie large du passé : abonné lié aux bénévoles dans/autour de l'ONG, des ONG
 - une stratégie plus ciblée (éventuellement en fonction du point fort de l'ONG fort présente en milieu scolaire) : public enseignant comme relais ou le public jeune des élèves eux-mêmes (implique sans doute une révision du contenu par exemple : avec plus d'outils, de proposition liée à l'ECMS pour les profs ou la création d'une version 'Jeunes en transitions' pour les élèves, ...)
 - une combinaison des deux premières stratégies : garder une version large s'adressant à un public proche du public actuel et une version plus ciblée pour un public plus jeune, plus actif, ou plus lié au monde scolaire.
- Il est suggéré aussi d'être attentif aux zones un peu sous représentées dans la diffusion de la publication : Bruxelles nettement et Hainaut un peu
- La promotion de ces publications destinées au grand public pourrait aussi être mieux articulées avec les activités d'ECMS qui leurs sont destinées : profiter des interventions dans les écoles, les universités, les entreprises, les groupements citoyens, les événements organisés, ... pour faire la promotion des publications.
- Une autre piste pourrait être de promouvoir les publications, dont le champ éditorial aurait été élargi, vers les publics engagés dans ces thématiques connexes qui seraient abordées plus directement dans les publications comme par exemple : l'environnement, l'alimentation, le climat, l'agriculture responsable en Belgique, ...

Réponse en ce qui concerne le renouvellement du public :

- Avec 7% de nouveaux abonnés, le renouvellement n'apparaît pas comme négligeable, surtout si on prend en compte que les abonnés le restent longtemps.
- Il existe néanmoins une marge de progression au niveau de la stratégie d'abonnement, à plusieurs niveaux : (1) la rendre plus claire, (2) renforcer l'attention accordée à l'acquisition de nouveaux abonnés (particulièrement ceux qui participeraient à certaines autres actions d'ECMS) et (3) analyser les volumes et causes de désabonnement.

Réponse en ce qui concerne le rajeunissement du public :

- La question du rajeunissement du (grand) public touché par Iles de Paix nous semble surtout intéressante au niveau global des actions ciblant les sympathisants d'Iles de Paix et non pas tant au niveau spécifique du Transitions.
- En ce qui concerne Transitions, les sympathisants – dont beaucoup le sont de longue date – est le premier public ciblé. L'évaluation confirme que le Transitions touche effectivement son principal public cible, qu'il répond aux attentes de celui-ci et qu'il permet d'atteindre les résultats visés en matière de sensibilisation et d'engagement. La prudence est donc de mise dans les adaptations à apporter à ce médium, qui remplit les missions qui lui sont actuellement assignées.
- D'autres actions de sensibilisation grand public permettent d'ores et déjà de toucher un public moins âgé, par exemple des publications dans la presse, la diffusion de reportages, des événements, etc. Mais un outil de communication régulière adapté aux intérêts et spécificités d'un public de sympathisants moins âgés est effectivement nécessaire, dans une optique de renforcement de la sensibilisation et de la mobilisation de la base sociale d'Iles de Paix. Ceci pourrait passer par le développement d'un nouveau canal de communication, ou plus vraisemblablement par le plus grand développement de l'utilisation de canaux de communication numériques d'ores et déjà existants. Une réflexion doit être menée pour définir les orientations à ce niveau. Ceci pourra se faire en s'appuyant sur les observations de la présente évaluation, mais également celles issues du travail de définition de la stratégie de marque d'Iles de Paix, qui est actuellement en cours.

Transitions et monde scolaire :

- Iles de Paix est fort présent dans l'enseignement obligatoire et l'évaluation relève la part importante que représentent les enseignants parmi les abonnés (11,5%). Les retours émanant des lecteurs incitent à maintenir voire réduire légèrement le « dosage » actuel des contenus liés aux interventions en milieu scolaire. L'ambition n'est pas de faire du Transitions un médium orienté vers le monde scolaire, mais de le maintenir dans l'orientation « grand public » qui est la sienne. D'autres circuits de communication vers les enseignants – sympathisants d'Iles de Paix ou non – existent (collaboration avec Enseignons.be, alimentation de la Newsletter de Plantyn, coordination de la réalisation et de la diffusion du catalogue « la solidarité internationale en classe », etc.), et c'est plutôt à leur niveau que les efforts de renforcement se concentreront (newsletter, particulièrement).
- Néanmoins, même si l'orientation du Transitions est grand public, la publication répond manifestement aux attentes de nombreux enseignants, qui s'intéressent aux thématiques d'action d'Iles de Paix et aux projets soutenus par l'organisation. Dans le cadre du renforcement de la stratégie d'abonnement au Transitions, il sera intéressant que les enseignants faisant appel aux services pédagogiques d'Iles de Paix se voient proposer de s'inscrire au Transitions.

- En ce qui concerne les élèves et étudiants en tant que public cible à part entière, Iles de Paix a publié pendant une dizaine d'années Fanado, une revue spécifique destinée au jeune public. Cette publication a été suspendue en 2011, par contrainte budgétaire et volonté de prioriser d'autres types d'outils pédagogiques. Plutôt qu'une publication propre dont la réalisation et la diffusion nécessite un investissement important, Iles de Paix préfère collaborer avec des publications jeune public dont les orientations sont cohérentes avec celles d'Iles de Paix. C'est par exemple le cas avec le Journal des Enfants du groupe L'Avenir.

Action	Calendrier	Responsable
<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de la stratégie d'abonnement au Transitions (clarification et amélioration, notamment au niveau des enseignants et directions d'école) 	Année 2021	Chargé de communication
<ul style="list-style-type: none"> • Définition et mise en œuvre d'une stratégie pour le renforcement des outils digitaux existants dans l'optique d'accroître le contenu de sensibilisation et toucher un public moins âgé que les lecteurs du Transitions. 	Opérationnalisation de la stratégie en 2022	Coordinateur du pool communication
<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de la newsletter ECMS adressée aux acteurs du milieu scolaire (en termes de périodicité, contenu, dispositif de réalisation, gestion des abonnés, etc.) 	D'ici septembre 2021	Assistante pédagogique ECMS

Recommandation 5 : Format

- Le format de la publication est bien apprécié, aussi bien du point de vue de la présentation graphique/visuelle que du format, de la fréquence... Consolider ce format apprécié à n'adapter que si l'option est prise de toucher un public spécifique (voir ci-dessus).
- Il existe un potentiel de demandes, certes encore limité, pour un support numérique à exploiter par une proposition d'envoi soit papier soit numérique pour rencontrer les préoccupations écologiques et de coût (30% chez les moins de 50 ans préfèrent lire sous un autre format que papier : soit environ 6-7% du total des abonnés soit +/- 1000 abonnés) : il est recommandé alors de diversifier les formats : version PDF, articles en lignes, possibilité d'associer d'autres ressources, etc.
- Défi à prendre en compte : maintenir un format court d'articles, rester compréhensif (ce qui est apprécié) en donnant malgré tout un contenu significatif : importance de recourir à des schémas, des infographies, etc., en particulier dans les contenus plus importants comme les dossiers.

Réponse :

L'identité visuelle d'Iles de Paix devrait évoluer dans les prochains mois, suite à l'aboutissement d'un chantier de stratégie de marque actuellement en cours. Les constats de l'évaluation quant à l'appréciation des abonnés sur le format du Transitions sont utiles pour doser les changements qui interviendront au niveau de cette publication.

Une attention sera accordée à recourir davantage à des schémas, pictogrammes, infographies, etc. pour étayer les dossiers. L'adaptation digitale du Transitions n'est pas entièrement satisfaisante à ce stade, et pourrait être améliorée (pour la lecture sur tablette, la lecture en ligne des numéros antérieurs, etc.). Elle sera améliorée à l'occasion du renouvellement du site internet d'Iles de Paix.

Action	Calendrier	Responsable
<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de l'adaptation digitale du Transitions dans le cadre du renouvellement du site internet d'Iles de Paix 	Septembre 2021	Chargé de communication
<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de l'illustration des dossiers (graphiques, pictogrammes, etc.) 	Dès Transitions de mars 2021	Responsable du dossier & chargé de communication

Recommandation 6 : Contenu

- Il est recommandé de poursuivre l'équilibre dans le contenu entre l'écho sur le travail de l'ONG dans les projets et des articles de fond plus denses. Il est souhaité que l'information sur les projets ne passe pas sous silence les obstacles et les difficultés, mais mette aussi en évidence les impacts à plus long terme pour offrir une vision réaliste de l'état d'avancement.
- Pour les articles de fond il est recommandé d'aborder des contenus sous forme de synthèse d'une question délimitée. Les thématiques plus larges pourraient faire l'objet d'une série de dossiers (exemple l'impact de l'agroécologie sous différents volets).

- Pour les articles de fond, il peut être utile de soutenir un contenu synthétisé dans les articles avec des références à d'autres ressources éventuellement disponibles sous forme numérique.
- Il est recommandé de chercher à combiner : information engagée mais sur le terrain plus concret de l'ONG : donc sans être trop pointue, le lecteur ne souhaite pas une info neutre : importance de montrer une cohérence entre les témoignages de terrain et l'engagement ici pour une agriculture en cohérence avec ce que transmettent ces témoignages du sud.
- Le souci de rencontrer la demande d'information sur les projets réalisés par IDP ne doit pas occulter le travail de l'organisation en collaboration avec d'autres acteurs ici et dans le Sud, ce volet de collaboration avec d'autres pourrait être plus valorisé et mis en exergue.
- Stimuler la pratique de partage d'information (principalement actuellement dans le cadre des campagnes) comme source éventuelle d'élargissement du public et d'incitation à l'engagement.

Réponse :

- Les remarques faites précédemment quant à l'intérêt de diversifier davantage les thèmes des dossiers ont particulièrement retenu notre attention. La thématique des systèmes alimentaires durable est vaste et permet de traiter une grande diversité de thèmes. Nous veillerons à utiliser plus largement ce potentiel. Le fonctionnement du comité éditorial du Transitions pourrait en outre être amélioré. Une réflexion sera menée à ce niveau, dans l'optique de le rendre la ligne éditoriale du Transitions plus dynamique, plus créative ainsi que davantage dans l'anticipation (planning éditorial sur plusieurs numéros).
- Nous nous réjouissons du constat quant au fait que les abonnés du Transitions recherchent une information engagée, qui ne soit pas neutre. Elle montre que les abonnés se retrouvent dans l'évolution institutionnelle d'Iles de Paix, et même l'approuvent. Iles de Paix a en effet eu pendant longtemps une position de neutralité, que les Instances de l'association ont décidé fin 2014 d'abandonner et qui a débouché sur le lancement d'activités de plaidoyer en 2017.
- La recommandation relative à la mise en avant du travail réalisé en collaboration avec d'autres organisations nous étonne à plusieurs niveaux :
 - Il s'agit d'une dimension qui nous semble déjà bien présente dans le Transitions ;
 - Elle nous semble un peu à contre-courant des attentes des abonnés, qui portent avant tout sur les expériences concrètes de terrain d'Iles de Paix dont Iles de Paix peut témoigner. Les résultats de l'enquête et des entretiens tels que rapportés ne semblent pas refléter une telle attente des abonnés.

Action	Calendrier	Responsable
Réflexion sur le fonctionnement du comité éditorial du Transitions et proposition d'adaptations pour une ligne éditoriale plus dynamique, créative et dans l'anticipation	Opérationnalisation des propositions d'ici fin 2021	Chargé de communication

5. Recommandations relatives à Supporterres, Défis Sud, Dynamiques Paysannes et Zoom Microfinance (SOS Faim)

<p>Recommandation 1 : Public Supporterres Supporterres possède un public proche mais le plus hétérogène : sympathisants, intéressés, donateurs réguliers... avec beaucoup d'attentes et d'intérêts différents ce qui constitue un défi en termes d'objectifs : s'agit-il d'une publication d'information, de lien, de sensibilisation, d'animation de réseau, ... ? Le lectorat choisit donc plus ce qui l'intéresse dans la publication. Il est donc important d'être lisible, « plus généraliste (article de fonds, article sur partenaires, dossier, etc.) » pour toucher la variété de public, tout en gardant un socle commun basé sur la spécificité des réalisations de SOS Faim</p>		
<p>Réponse : Supporterres est déjà à la fois lisible et « généraliste » au sens de la recommandation. Au-delà de la thématique et pour renforcer le socle commun, il est possible d'évoquer davantage le rôle et les réalisations de SOS Faim sur le sujet, mais sans pour autant tomber dans une revue de promotion qui se ferait au détriment de la sensibilisation.</p>		
<p>Action</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dans les rubriques « On prend la température », « Grand angle » et, éventuellement, « En un clic », évoquer quand c'est pertinent le rôle et les réalisations de SOS Faim, notamment via un encadré. 	<p>Calendrier 1^{er} semestre</p>	<p>Responsable Responsable de la publication</p>
<p>Recommandation 2 : Diversification des publics La promotion de ces publications destinées au grand public pourrait aussi être mieux articulées avec les activités d'ECMS qui leurs sont destinées : profiter des interventions dans les écoles, les universités, les entreprises, les groupements citoyens, les événements organisés, ... pour faire la promotion des publications.</p>		
<p>Réponse : Lors des différents événements et interventions ECMS, le Supporterres est souvent présenté au moment de l'intervention mais pas suffisamment mis en valeur et pas suffisamment sur le long terme.</p>		
<p>Actions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'un « présentoir » de présentation du Supporterres à utiliser dans les événements comme le Festival Alimenterre. 	<p>Calendrier 2021</p>	<p>Responsable Responsable de la publication</p>
<p>Recommandation 3 : Diversification des publics Une autre piste pourrait être de promouvoir les publications, dont le champ éditorial aurait été élargi, vers les publics engagés dans ces thématiques connexes qui seraient abordées plus directement dans les publications comme par exemple : l'environnement, l'alimentation, le climat, l'agriculture responsable en Belgique, ...</p>		
<p>Réponse : Une ouverture des thématiques du Supporterres est déjà en cours, plusieurs numéros ont traité de sujets connexes comme les migrations, le climat ou la décolonisation. La question de la diffusion de manière générale est en effet posée depuis longtemps. Une personne va donc être chargée d'identifier de nouveaux canaux de diffusion.</p>		
<p>Action Identification de nouveaux canaux de diffusion.</p>	<p>Calendrier</p>	<p>Responsable Responsable de la publication + équipe de communication</p>
<p>Recommandation 4 : Formats papier/ numérique à diversification des supports En termes de contenu les lecteurs recherchent l'information sur les projets et partenaires mais apprécient également les dossiers de fonds. Les articles courts et facile à lire sont à conserver mais en insérant également des informations plus pointues (éventuellement bibliographie, renvoi vers d'autres publications de SOS Faim... par exemple les publications spécifiques de SOS Faim qui sont disponibles en ligne et dont bien des abonnés à Supporterres ignorent souvent l'existence.</p>		
<p>Réponse : La publication propose déjà une combinaison d'articles courts et/ou visuels et d'articles plus longs et de fond. Il est déjà prévu de renforcer le renvoi vers d'autres contenus plus pointus et notamment vers les publications spécifiques de SOS Faim, notamment avec la rubrique à venir « Pour en savoir plus » et le contenu complémentaire qui est destiné à être proposé de façon régulière dans la newsletter.</p>		
<p>Actions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proposer pour chaque numéro, un contenu complémentaire via la newsletter 	<p>Calendrier 1^{er} semestre 2021</p>	<p>Responsable Responsable de la publication</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Renvoyer vers des contenus plus « expert », type Défis Sud ou contenus externes, notamment via la rubrique à venir « Pour en savoir plus ». 		
<p>Recommandation 5 : Contenu Supporterres Les liens Nord-Sud, la vision globale avec un œil sur les thèmes transversaux (climat, genre, ...) sont les points forts de la publication. Il est donc suggéré de renforcer ce positionnement et cette plus-value : présenter une approche combinée avec des dossiers de fonds soutenus par l'exemplarité du travail des partenaires.</p>		
<p>Réponse : Les thèmes sélectionnés pour chaque numéro sont, de manière générale, à dimension globale et transversale. Ce parti pris est à renforcer, notamment pour se conformer au repositionnement de SOS Faim sur la vision systémique des enjeux agricoles. Au-delà du choix des thématiques, des éléments « Nord » sont ainsi déjà régulièrement proposés en combinaison et en lien avec ceux « Sud ». Le travail des partenaires est déjà mis en avant dans les deux rubriques « On prend la température » et « Voix du Sud » et, quand c'est possible, dans la rubrique « Focus ». Puisque les informations du terrain intéressent le public, il faut trouver d'autres moyens de les mettre en avant, tout en gardant un équilibre dans le contenu de sensibilisation proposé.</p>		
<p>Actions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remplacement de la rubrique « Nos moments phares » par une rubrique « Nouvelles du terrain » qui présentera deux ou trois actualités d'un pays, d'un partenaire ou d'un acteur du terrain. • Quand c'est pertinent, évoquer le rôle de SOS Faim dans le partenariat pour faire connaître notre action, notamment par l'insertion d'encadrés dédiés. 	<p>Calendrier 1er semestre 2021</p>	<p>Responsable Responsable de la publication</p>
<p>Recommandation 6 : Contenu Supporterres Développer une information ancrée dans l'expérience, dynamique et facile d'accès est pertinente et logique vu le public varié. Il est sans doute nécessaire de mettre l'accent sur une information engagée trop peu mis en avant alors que la publication s'adresse aussi à des bénévoles. Il est suggéré de mettre plus en avant les implications, engagements possibles à partir des analyses et témoignages présentés. Indice à ce niveau : le faible niveau, chez les lecteurs, de recommandation à des proches et dans leur milieu professionnel et pourtant, a priori, vu son caractère généraliste, cette publication pourrait être diffusée plus largement via la recommandation de ses lecteurs.</p>		
<p>Réponse : La question la plus posée par le public est généralement « Que puis-je faire pour faire changer les choses ? » et le rapport pointe en effet la faiblesse en termes d'incitation à l'engagement, il serait donc intéressant et utile de proposer à chaque numéro, en lien avec le thème, une action et son impact.</p>		
<p>Actions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création en 4^{ème} de couverture d'une rubrique fixe « Pour aller plus loin » proposant à la fois une bibliographie et une action à mettre en œuvre avec l'impact attendu. • Sollicitation des lecteurs pour proposer des actions qui seront ensuite partagés avec tou.te.s dans un endroit à définir. 	<p>Calendrier 1^{er} semestre 2021</p>	<p>Responsable Responsable de la publication</p>
<p>Recommandation 7 : Particularité Supporterres La publication est rédigée par des volontaires, or seulement 33% des répondants donnerait la parole à ces bénévoles : cette contradiction ne semble pas porter à conséquence : il est suggéré toutefois de réaliser une mise en valeur du travail des bénévoles (qui est quand même bien considéré par certains comme étant l'originalité de la publication).</p>		
<p>Réponse : Cette recommandation est difficile à traiter car ce n'est pas la parole mais bien la plume qui est donnée aux volontaires. C'est remarqué et apprécié comme étant une originalité du Supporterres mais c'est également questionnable du point de vue de la démarche de sensibilisation du public portée par le Supporterres. Une réflexion sur la place des volontaires dans le Supporterres doit être menée en prenant en comptes les implications en termes d'objectifs et de moyens humains et financiers. L'une des pistes pourrait être de réduire la place attribuée aux volontaires et, ainsi, de mettre la barre plus haut avec les volontaires et mieux valoriser leurs contributions. En attendant que cette réflexion soit menée, il est possible de rappeler le principe et la construction du Supporterres (des volontaires, un comité éditorial préparé par la rédac chef et des volontaires qui font un travail "journalistique" encadré) ainsi que de renforcer la mise en valeur du travail des bénévoles via notamment la communication.</p>		

Actions <ul style="list-style-type: none"> • Mener une réflexion sur la place des volontaires dans la réalisation du Supporterres • Communiquer sur la construction du Supporterres et sur le travail des volontaires. 	Calendrier 1 ^{er} semestre 2021	Responsable Responsable de la publication
Recommandation 8 : Périodicité des revues spécialisées de SOS Faim Il importe de bien mettre en évidence la spécificité des différentes publications afin d'éviter la confusion et surtout de rendre plus visible la périodicité annuelle qui reste difficilement perceptible. Semestrialiser ces publications pourrait réduire le risque de sensation d'irrégularité de publication auprès des lecteurs.		
Réponse : Réalisation d'une newsletter électronique mensuelle de Défis Sud permettant de maintenir le contact avec le lectorat. D'autres actions sont encore nécessaires pour maintenir ce contact. SOS Faim est d'accord avec la recommandation de renforcement de la périodicité. Même si ce n'est pas proposé par l'évaluation, SOS Faim va regrouper tous les numéros sous le titre de Dynamiques Paysannes, avec 3 ou 4 parutions par an. La question du financement agricole sera néanmoins présente dans Dynamiques Paysannes.		
Actions <ul style="list-style-type: none"> • Extension des contenus de Défis Sud dans une chaîne de podcasts de SOS Faim. • Intégration de la nouvelle périodicité de Dynamiques paysannes dans la programmation 2022-2026. 	Calendrier	Responsable Responsables des publications en lien avec le comité éditorial
Recommandation 9 : Défis Sud Le défi est de maintenir un équilibre entre une variété de sujets abordés et le traitement approfondi et pointu de ces sujets pour maintenir l'intérêt de son lectorat composé d'un public impliqué, familier des sujets traités. Il est recommandé aussi de maintenir cet équilibre entre une information délibérément engagée tout en étant suffisamment étayée, avec des points de vue nuancés. Cela permet de se détacher d'une posture strictement militante, d'une expression qui peut apparaître unilatérale ou trop doctrinale.		
Réponse : Réalisation d'une newsletter électronique mensuelle de Défis Sud permettant de maintenir le contact avec le lectorat. D'autres actions sont encore nécessaires pour maintenir ce contact et pour encourager un lectorat plus jeune (les 18-25 ans dans les études supérieures) à découvrir la version imprimée (cette tranche d'âge étant plus présente parmi les lecteurs de la Newsletter électronique).		
Actions <ul style="list-style-type: none"> • Extension des contenus de Défis Sud dans une chaîne de podcasts de SOS Faim. • Webinaires autour des contenus de Défis Sud, permettant également d'élargir les réseaux d'experts participant aux débats dans Défis Sud. • Conférences dans l'enseignement supérieur autour des contenus de Défis Sud. 	Calendrier À partir de 2021 et années suivantes	Responsable Responsable de la publication
Recommandation 10 : Périodicité Zoom et Dynamiques Paysannes La périodicité peu fréquente (annuelle) brouille la perception des lecteurs. Afin de limiter cette confusion plusieurs pistes sont suggérées : <ul style="list-style-type: none"> - Augmenter la fréquence de publication jusqu'à deux parutions par an renforcerait le caractère périodique. - Réfléchir à coupler le rythme de la parution de ces deux publications pour donner une plus grande régularité par exemple saisonnière : un numéro de Dynamiques paysannes au printemps et à l'automne par exemple et un numéro de Zoom Microfinance en hiver et en été. - Varier le type de contenu d'un même dossier transmis à deux moments de l'année : présentation d'un dossier annuel compléter quelques mois plus tard par une déclinaison d'éléments complémentaires plus illustratifs, ou plus spécifique sur le sujet traité. - Être bien attentif à la standardisation et à la permanence du format : mêmes rubriques régulières, même façon de construire le débat ou la présentation des informations d'un numéro à l'autre, éventuellement recourir à des thématiques transversales qui reviennent d'un numéro à l'autre afin de mieux mettre en évidence la périodicité de la publication. 		
Réponse : SOS Faim est d'accord avec la recommandation de renforcement de la périodicité. Même si ce n'est pas proposé par l'évaluation, SOS Faim va regrouper tous les numéros sous le titre de Dynamiques Paysannes, avec 3 ou 4 parutions par an. La question du financement agricole sera néanmoins présente dans Dynamiques Paysannes.		

Concernant la partie de la recommandation qui concerne le rubricage, elle ne nous semble pas réaliste puisque les publications de capitalisation sont monothématiques, contrairement à DEFIS SUD et SUPPORTERRES.

Actions

- Intégration de cette périodicité dans la programmation 2022-2026.
- Constituer un premier réservoir de sujets à aborder.
- Préparer la communication vers les abonnés concernant le regroupement des publications de capitalisation.

Calendrier

1er semestre 2021

Responsable

Responsable de la publication
+ Comité éditorial

Recommandation 11 : Format Zoom et Dynamiques

Une majorité de lecteurs expriment leur préférence pour une consultation sous format électronique (toutes formes confondues) : il est suggéré d’approfondir l’analyse et l’intérêt des lecteurs pour ce mode de consultation et déterminer quel canal pourrait à terme devenir le plus approprié pour diffuser le contenu de ces deux publications.

Réponse : SOS Faim est en principe en accord avec un quasi-passage au tout électronique. Il s’agit d’une option ambitieuse plutôt que le choix de la continuité. Mais il faut sans doute prévoir un mécanisme d’impression à la demande plus limité, par exemple dans le cadre d’événements ou de réunions.

Actions

- Renforcement de la diffusion par des pairs (les identifier). Prévoir une RH pour le renforcement de la diffusion des publications (cfr réflexion stratégiques)
- Identifier un autre support que le PDF (plus convivial)
- Adapter le support aux pratiques de consultation (mobile ?)
- Diversifier les supports : texte, illustrations, podcasts, vidéos ?

Calendrier

2021

Responsable

Responsable de la publication
+ Comité éditorial

Responsable de la publication
+ Départements SCORF et SINFO