



Conseil Consultatif de Pêche Lointaine (CCPL-LDAC)

PLAN STRATÉGIQUE DE COMMUNICATIONS

Date : Novembre 2016

1. CONTEXTE / PRINCIPES DE BASE

Le présent document découle de l'identification du besoin d'une approche proactive en termes de diffusion de l'information auprès des publics cible concernant les événements du LDAC (réunions internes et externes), les activités de ses membres et les résultats obtenus (diffusion de l'information, délivrance de conseils, correspondance avec les institutions européennes, etc.).

Une première esquisse de la stratégie de communication du LDAC, contenant les principales étapes à suivre et identifiant 6 tâches principales et priorités, a été présentée par le Secrétaire Exécutif lors de la réunion du Comité Exécutif tenue à Madrid le 23 novembre 2016. Il a été convenu qu'un document plus détaillé (concrètement un Plan de Communications, ci-après, le « Plan »), serait soumis par écrit à tous les membres pour pouvoir être débattu, puis, si tous sont d'accord, approuvé lors des prochaines réunions du Comité Exécutif / de l'Assemblée Générale qui auront lieu au mois de mai 2017, de sorte à pouvoir entrer en vigueur à compter du 1^{er} juin 2017, en même temps que le nouvel exercice budgétaire du LDAC.

Ce Plan fera l'objet d'une révision annuelle afin de permettre, si besoin est, mises à jour et modifications suite à son approbation par le Comité Exécutif.

Une fois adopté, le Plan sera considéré comme constituant le règlement interne de procédure du LDAC en termes de Relations Publiques et de Communications.

2. MISSIONS ET VALEURS

Le Secrétariat du LDAC cherche à élever le profil institutionnel et la réputation corporative du Comité par une plus grande sensibilisation et une meilleure visibilité du travail effectué par le LDAC, en le rendant plus accessible aux publics pertinents.

Il vise un engagement proactif en termes de communication auprès des publics pertinents, qui ne se limitent pas au secteur de la pêche mais englobent aussi un public plus vaste (autorités gouvernementales, monde académique, chercheurs scientifiques, représentants de la société civile, etc.).



Enfin, il cherche à consolider et à améliorer le dialogue existant avec les institutions et les agences européennes (Commission Européenne, Parlement européen, EFCA, etc.), sans oublier les États Membres et autres organes internationaux (par exemple, CIES, ORGP, ...).

3. MESSAGES CLÉ

- Le LDAC n'est pas un lobby mais un organe consultatif en matière de pêche, emmené par ses parties prenantes.
- Le LDAC est une organisation utile et apolitique visant un intérêt européen qui fournit à la Commission Européenne et aux États Membres des avis fondés sur la preuve qui sont en général le fruit du consensus.
- Le LDAC joue un rôle aussi important qu'efficace à l'heure de fournir aux pêcheurs et autres parties prenantes expérience et connaissances qui servent ensuite de principes recteurs pour l'application de la dimension externe de la Politique Commune de la Pêche de l'UE.
- Le rôle du LDAC eu égard à l'articulation de la collaboration et de l'engagement des parties prenantes contribue à :
 - La promotion du dialogue et de la transparence dans la prise de décisions de l'UE, car il implique dans ses débats l'UE et les décideurs politiques nationaux, les responsables, les pêcheurs, les ONG et la communauté scientifique;
 - Agir comme porte-parole autorisé des parties prenantes du secteur halieutique ayant des intérêts dans les pêcheries en eaux lointaines (eaux non-communautaires);
 - Améliorer la bonne gouvernance et la gestion responsable des pêches;
 - La combinaison des objectifs environnementaux et biologiques et des activités halieutiques durables du point de vue socioéconomique ;
 - Rester ponctuellement informé concernant les procédures de consultation de la CE, les actions stratégiques ainsi que les projets découlant de sa propre initiative.

4. PUBLICS CIBLE

1. **Industrie halieutique**, y compris les représentants des organisations et représentants locaux des sous-secteurs de la pêche, de la transformation, du traitement et de la commercialisation :
 - a. Organisations de producteurs
 - b. Associations / Fédérations de pêcheurs
 - c. Armateurs
 - d. Syndicats
 - e. Capitaines de navires / pêcheurs individuels
 - f. Réseaux de femmes
 - g. Autres
2. **Organisations Non-Gouvernementales (ONG) et autres groupes d'intérêt.**
 - a. ONG environnementales / de conservation
 - b. ONG consacrées à la coopération au développement
 - c. Pêcheurs sportifs (pêcheurs, ...)
 - d. Organisations de consommateurs
 - e. Groupes de la société civile
 - f. Autres
3. **Commission Européenne**
 - a. DG MARE
 - b. DG DEVCO
 - c. DG ENV
 - d. DG TRADE
 - e. DG SANCO
 - f. Autres
4. **Autres institutions et organes communautaires**
 - a. Parlement Européen (en particulier les Comités chargés de la pêche)
 - b. Comité Scientifique, Technique et Économique de la Pêche
 - c. Comité Économique et Social
 - d. Comité des Régions
 - e. Agence Communautaire pour le Contrôle de la Pêche (EFCA)
 - f. Autres
5. **Administrations nationales des États Membres de l'UE**

États Membres du LDAC

 - a. Portugal
 - b. Espagne
 - c. France
 - d. Italie
 - e. Pays Bas
 - f. Royaume-Uni



- g. République d'Irlande
- h. Allemagne
- i. Pologne
- j. Danemark
- k. Lituanie
- l. Estonie

Autres États Membres

- m. Belgique
- n. Lettonie

6. Administrations nationales issues de pays non-communautaires

- a. Pays de l'Europe septentrionale (Norvège, Islande, Féroé, Groenland)
- b. Pays d'Afrique Occidentale (Océan Atlantique)
- c. Pays d'Afrique Orientale (Océan Indien)
- d. Autres

7. Communauté scientifique (CIEM, IEO, AZTI, IFREMER, CEFAS, BIM, MI,...)

8. Monde académique (universités, instituts, départements et directions de recherche en université, etc.)

5. PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE (PAS) - MISE EN PLACE

Pour atteindre ce but, un certain nombre d'actions spécifiques ont été isolées par le Secrétariat sous forme de « Plan d'Action », et concrètement :

- 1. Accroître la présence du LDAC dans les médias (par la publication périodique de communiqués de presse, la recherche des médias clé correspondants, la participation à divers événements);
- 2. Améliorer les informations de fond et la qualité des contenus présentés sur le site web et destinés au grand public; et développer la application pour des dispositifs mobiles (tablets et smartphones) ;
- 3. Se montrer proactif sur les réseaux sociaux (Twitter, LinkedIn, YouTube...);
- 4. Rejoindre le Registre Public de transparence de l'UE et lui maintenir et mettre à jour chaque an (date de enregistrement : octobre 2015) : <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=905805219213-67>
- 5. Mise à jour des publications et ouvrages (par exemple la gestion des DCP thoniers) ;



6. Publication de matériel corporatif (par exemple carte Inter-CC, brochure institutionnelle, infographie, etc.) et merchandising (clés USB, articles de papeterie, pochettes, ...).

6. UTILISATION ET GESTION DU SITE WEB DU LDAC ET DES RÉSEAUX SOCIAUX CORPORATIFS - Site web : www.ldac.eu

Conformément aux règles de procédure du LDAC, il revient au Secrétariat de développer, de maintenir et de mettre régulièrement à jour le site web du LDAC et tous les outils ou fonctionnalités supplémentaires éventuellement développés pour les réseaux sociaux.

Le LDAC dispose actuellement d'un site web 4.0 entièrement opérationnel qui permet un accès ouvert et gratuit à ses publications et aux documents et informations relatifs à ses réunions. Le site possède aussi une section intitulée « Nouvelles », vouée à regrouper contenus pertinents / articles spécialisés. Les archives de l'onglet Nouvelles seront régulièrement mises à jour de sorte que les membres et le grand public puissent visualiser tous les communiqués de presse en provenance du LDAC:

Le LDAC possède aussi un compte Twitter @ldac_eu et a, à ce jour, plus de 500 « followers ». Voici un exemple de recueil de tweets comme résultat d'un événement - la Conférence LDAC de Las Palmas :

<https://storify.com/MindfullyWired/ldac-external-dimension-of-the-cfp>

Un exemple de la récente couverture médiatique (avec des photos, présentations et archives vidéo) est disponible en suivant le lien consacré à la Conférence internationale du LDAC concernant la mise en place de la dimension externe de la PCP qui a eu lieu à Las Palmas les 16 et 17 septembre 2015 :

<http://ldac.chil.me/ldac-edcfpconference2015>

Le LDAC possède aussi une liste de contacts contenant les principales agences de presse et bulletins électroniques et papier concernant la gestion des pêcheries en Europe. Cette liste de contacts est régulièrement mise à jour de sorte que tous les acteurs correspondants soient informés en temps et en heure des activités du LDAC et puissent contacter le Secrétariat pour de plus amples détails concernant les événements à venir / les priorités de travail / le contenu des avis délivrés.

Une présentation Power Point standard à caractère général concernant le CC de Pêche Lointaine est également disponible sur simple demande pour les membres auprès du Secrétariat, pour présentation auprès des différentes institutions ou fora. Cette présentation sera mise à jour régulièrement et partagée avec les membres pertinents sur demande préalable.



7. PUBLICATION DE COMMUNIQUÉS DE PRESSE : COMITÉ DES COMMUNICATIONS

Des communiqués de presse généraux seront rédigés par le Secrétariat et diffusés auprès du Comité de Révision des Communications pour commentaires et approbation.

Le Comité de Révision des Communications est un organe ad hoc auquel le Comité Exécutif confie diverses missions ayant trait aux relations publiques. Ce Comité se compose du Président du LDAC et de trois membres du Comité Exécutif (avec au moins un siège réservé à un représentant du groupe ONG/Autres groupes d'intérêt). Ce Comité se doit d'assister le Secrétariat pour la rédaction des communiqués de presse et il assure les fonctions suivantes :

- Suggestion des questions à publier
- Révision et approbation des communiqués de presse
- Fourniture d'extraits pour les articles
- Disponibilité pour parler et/ou être interviewé pour le compte du LDAC (le cas échéant)

Procédures pour l'adoption de nouvelles :

a) Les communiqués de presse de nature purement informative, ou établissant une position du LDAC résultant d'un accord général, seront considérés comme adoptés sur décision du Comité de Révision sans besoin d'aucune consultation ultérieure aux membres du Comité Exécutif.

b) Les communiqués de presse contenant des avis minoritaires ou des informations potentiellement polémiques seront diffusés auprès de l'ensemble des membres du Comité Exécutif suivant la procédure ordinaire prévue par le LDAC pour recueillir les commentaires et l'approbation opportuns (2 semaines pour la voie ordinaire et 8 jours pour la voie rapide).

Les communiqués de presse, une fois approuvés, sont à envoyer à une liste de contacts prédéfinie de médias pertinents (à savoir la presse européenne spécialisée chargée de la pêche, les revues et journaux nationaux spécialisés dans le secteur de la pêche, les sites web institutionnels).

Les membres et observateurs seront animés, autant que possible, à diffuser les communiqués définitifs auprès de leurs journaux ou magazines régionaux ou locaux, et à les distribuer à leurs partenaires via leurs propres publications internes (circulaires, annonces sur les tableaux d'affichage).



Autorisations / accords pour les communiqués de presse externes :

Le Secrétariat du LDAC assurera la coordination de tous les communiqués de presse à envoyer aux médias par les membres. Pour ce faire, il donnera dans chaque cas son accord préalable et exprès.

Aucun membre n'est autorisé à donner son avis pour le compte du LDAC, que ce soit sur une question générale ou particulière, sans l'accord du Secrétariat du LDAC et/ou du Comité de Révision qui devront en être informés au préalable.

FIN

PROJET