

Communication et image de marque : Construire une stratégie de communication du programme MAB

Coordinateurs

- Eve Ferguson (Canada)- eferguson@rmbmu.com
- Jeff Melnyk jeff@withinpeople.com et Laurie Bennett laurie@withinpeople.com
Within People (withinpeople.com),

Au cours de l'atelier EuroMab organisé lors du Congrès mondial de Lima en 2016, nous nous sommes intéressés aux engagements du Plan d'action de Lima. La réalisation d'une stratégie de communication pour le réseau mondial a été jugée prioritaire, avec l'engagement de travailler ensemble pour atteindre cet objectif.

Objectifs

Cet atelier, animé par Eve Ferguson (Canada) Jeff Melnyk and Laurie Bennett de Within People (withinpeople.com), sera co-construit pour :

- Étudier les objectifs de la stratégie de communication tels qu'ils ont été définis par le Comité MAB Communication (qui se réunira en janvier 2017)
- Identifier comment les objectifs de communication peuvent orienter et appuyer les autres engagements du PAL et les ODD
- Examiner comment les valeurs du programme MAB peuvent appuyer les stratégies de transmission et de communication
- Définir les cibles principales et essentielles au sein d'Euromab
- S'accorder sur les besoins au niveau régional à inclure dans la stratégie mondiale

Attendus

Les attendus de cet atelier seront partagés avec les groupes de travail d'autres régions du monde, afin de bâtir une stratégie de communication mondiale de manière collaborative. Votre participation nous permettra d'avancer tout en vous offrant l'opportunité de mieux communiquer sur les réserves de biosphère et d'impliquer les parties prenantes.

Le **Plan d'Action de Lima** validé par le 4^{ème} congrès mondial des Réserves de biosphère et adopté lors de la 28^{ème} session du Conseil International de Coordination, le 19 mars 2016, a confié au secrétariat du MAB (D2.1; D2.2; D2.3; D2.4) la responsabilité de construire une stratégie de communication au niveau mondial, et un plan d'action en coopération avec les autorités nationales et sous-nationales, les comités nationaux du MAB (D2.1; D2.2), et les réseaux régionaux(D2.2). Cette stratégie de communication accompagnée de son plan d'action seront adoptés lors du CIC de 2018, et devra inclure les actions prévues aux points, D2.3, D2.4, D3.1 et le calendrier associé. Elle devra être étroitement liée à l'action C.7.1, qui porte sur l'analyse d'un renforcement de la « marque » Réserve de biosphère associée aux lignes directrices nationales. L'objectif est de permettre l'utilisation systématique de la marque au niveau du réseau mondial.

La mission du programme MAB pour 2015-2025 demande de « partager les expériences réalisées et les leçons apprises pour faciliter la diffusion et l'application mondiale de ces modèles ».