

La communication institutionnelle: l'expérience de la Fondation Environnemental de la Jamaïque

Auteur:

Karen Gayle

Fond:

EFJ

Jamaica | 2012



Latin American and Caribbean
Network of Environmental Funds



Études de Cas

La communication institutionnelle: l'expérience de la Fondation Environnemental de la Jamaïque

Introduction

La Fondation environnementale de la Jamaïque a été créée en 1993 dans le cadre d'un pardon de dette en échange de protection de la nature négocié par les gouvernements américain et jamaïcain. La Fondation environnementale de la Jamaïque (FEJ) finance des organisations non gouvernementales et communautaires ainsi que des instituts de recherche travaillant dans les domaines du développement de l'enfant (40%) et de la gestion environnementale (60%) sur l'ensemble du territoire de l'île. A la fin 2012, la Fondation aura administré plus de 20 millions de dollars sur plus de 1 200 dons. Le montant le plus élevé accordé à un projet isolé a été de 100 000 dollars.

Les versements associés à l'accord d'échange de la dette de 1993 arrivent à terme en septembre 2012 et la FEJ est à la recherche de nouvelles ressources lui permettant de maintenir son fonctionnement et de poursuivre ses activités : sous-subsventions, appui de réseaux régionaux et locaux, notamment dans le domaine du renforcement des capacités, de l'adaptation aux changements climatiques et de la protection de la nature (biodiversité, espaces protégés etc.). Les opportunités de financement requièrent de nombreuses choses, et la communication joue souvent un rôle fondamental. La FEJ a donc augmenté le nombre d'événements qu'elle organisait, a amélioré son image de marque, et a monté un portefeuille de produits multimédia représentant le fonds et ses capacités.

Outre cette amélioration de la publicité locale et de la sensibilisation à l'existence de la FEJ grâce à l'augmentation de la visibilité de l'équipe et des dons, ce processus a été catalysé en 2010 par l'appui des étudiants et des enseignants de l'Institut des Médias et de la Communication de l'Université de West Indies (CARIMAC) qui ont conçu et aidé à mettre en œuvre une stratégie de communication.

La diffusion de l'image de la FEJ a produit plusieurs résultats :

- Augmentation du nombre d'invitations à des rencontres amicales et à des réunions techniques
- Croissance de l'intérêt de la presse et du public pour notre travail et les projets que nous finançons
- Discussion sur la valeur de la FEJ et l'importance de maintenir son existence et son appui à un nouveau swap de dette entre les USA et la Jamaïque ainsi qu'à la consolidation d'un swap existant

La consolidation a commencé après le début de la campagne de communication mais ne sera effective que lorsque la campagne se centrera sur les excellentes réalisations de la FEJ dans tous les domaines des stratégies de gestion, de la gestion de fonds à celle des dons, des sous-subsidations et même en tant qu'institution nationale chargée du programme de petits dons du FEM. La stratégie de communication concernant la consolidation a été discutée mais n'a pas été déterminée jusqu'à présent.

La stratégie de communication de la FEJ cible plusieurs publics :

- Les décideurs locaux, qu'il est toujours intéressant d'informer, et aux yeux desquels il est important que la FEJ apparaisse au premier plan.
- Les donateurs potentiels, qui doivent être suffisamment impressionnés par notre travail pour nous confier des fonds à dépenser en Jamaïque
- Les organisations candidates, qui doivent comprendre ce que fait la FEJ et la façon dont nous pouvons les aider.
- La population jamaïcaine

De plus, la FEJ possède un groupe d'ONG membres, au nombre de 22, qui participent au choix de la plupart des sièges, et notamment de celui du président du CA de la FEJ. Cette stratégie est destinée à mettre leurs projets en valeur ainsi que ceux des autres grands donateurs de la FEJ dans toute la Jamaïque.

Résultats spécifiques

- Reformulation du site internet (www.efj.org.jm – seconde transformation en cours)
- Fiches de données
- Page Facebook (facebook.com/EnFnJa) (476 amis)



- Vidéos – You Tube : EFJtv (439 vidéos)
 - Témoignages de donateurs <http://www.youtube.com/playlist?list=PLFI9055D3FBDAD542&feature=plcp>
 - Publicité institutionnelle <http://www.youtube.com/playlist?list=PL023142A4D765C2C7&feature=plcp>
- Pénétration dans la presse
 - http://m.jamaicaobserver.com/mobile/career/Trashables-to-Useables_11568543



- http://www.jamaicaobserver.com/environment/Sandals--nine-others-on-environment-honour-roll_11302954
 - http://m.jamaicaobserver.com/mobile/career/RISE-Kidz-get--green--education_10511988
 - http://www.jamaicaobserver.com/environment/Communities-trained-in-sea-turtle-monitoring_10559015
 - http://www.jamaicaobserver.com/environment/-Jamaica-uses-1-million-plastic-bottles-per-week-_8275278
 - <http://jamaica-gleaner.com/gleaner/20120427/lead/lead2.html>
 - <http://jamaica-gleaner.com/gleaner/20120616/lead/lead5.html>
 - <http://jamaica-gleaner.com/gleaner/20120415/news/news4.html>
 - <http://jamaica-gleaner.com/gleaner/20120317/western/western3.html>
- Invitations à intervenir – lors du lancement de projets ou de remises de prix, pour des célébrations de fin d'études, la remise de matériel, des cérémonies de clôture etc. – diffusées dans la presse ou sur Facebook.

La stratégie de communication a été conçue pour mettre en valeur le travail des donataires de la FEJ et, par voie de conséquence, la FEJ elle-même. Des fonds ont été accordés au CARIMAC par deux dons financés par l'EAI. En tant qu'institution universitaire, le CARIMAC a pu non seulement avoir accès aux fonds distribués par la FEJ, mais aussi permettre la participation de ses étudiants à ce processus – un "effet secondaire" intéressant. Les étudiants de vidéo-graphie, de communication, de rédaction de scénarios ont pu profiter des projets financés par la FEJ. Le budget de cette activité avec le CARIMAC, qui inclut un nouveau site géo-référencé et un documentaire sur notre organisation est d'environ 135 000 dollars sur 3 ans ½.

Les deux subventions ont été conçues comme un don groupé destiné à plusieurs donataires de la FEJ en vue de diminuer les coûts grâce aux effets d'échelle, au cofinancement et aux contreparties, telles que la contribution des étudiants. L'utilisation des produits dans les campagnes de communication a été équilibrée entre la Fondation et les donataires.

La stratégie de communication de la FEJ a fait l'objet de nombreuses innovations (sans coût supplémentaire pour l'organisation). Par exemple, pendant sept ans la Fondation a organisé des séries de conférences très simples destinées à diffuser auprès de la population jamaïcaine les études ou les projets qu'elle finançait dans le pays. Depuis trois ans, ces conférences se sont transformées en événements de relations publiques disposant d'une importante couverture (gratuite et payante) à la télévision et dans la presse écrite. Le record de public à ces conférences a atteint 400 personnes venues pour entendre parler des espèces jamaïcaines de reptiles en danger et voir des animaux vivants. Cette conférence a fait l'objet de nombreux articles de presse gratuits.

De plus, la diffusion gratuite des événements organisés par nos donateurs auprès de nos contacts de presse et sur notre page Facebook a augmenté l'exposition de la FEJ. Certains de nos donateurs mentionnent aussi notre nom sur leur page Facebook.

Un travail d'équipe

La stratégie de communication n'a pas été coordonnée par une seule personne. Elle résulte d'un changement de culture de l'ensemble de l'équipe de la fondation, qui a commencé à considérer les succès de ses donateurs comme des succès propres de la FEJ – au lieu de se plaindre quand les projets ne marchaient pas. Quand nous ne pouvions pas organiser un événement, nous envoyions des messages, nous partions à la recherche des calendriers d'événements des donateurs pour nous assurer que notre nom ou notre logo soient présents sur le matériel ou les produits de diffusion. Nous n'avons engagé d'attachés de presse ou de consultants en organisation d'événements qu'à deux occasions majeures (l'exposition annuelle de la FEJ pour la Journée de la Terre et la Conférence publique de la FEJ).

Le but initial du projet était de renforcer l'image de la FEJ au niveau local et régional. Les indicateurs et les cibles étaient concentrés sur le montage des projets et leur mise au point, pas sur leurs impacts. Bien que nous ne disposions d'aucun indicateur à cet égard, nous pouvons souligner les points suivants :

- Invitation à siéger dans trois comités nationaux sur l'environnement
- Deux invitations par semaine au niveau national en moyenne, contre deux par mois auparavant
- Deux citations en moyenne de nos partenaires pour des interviews ou des opportunités de cofinancement
- 469 "j'aime" sur Facebook
- 439 vidéos sur Youtube

Il a été suggéré que l'amélioration de l'image et du portefeuille de matériel devait venir avant la campagne de levée de fonds, de façon à ce que notre réputation nous précède.

Nous espérons que l'atelier contribuera à nos compétences de suivi et d'évaluation de notre impact. Cette campagne est le résultat de nos efforts un brin amateurs – destinés par dessus tout à nous éviter d'avoir à engager un spécialiste ou un consultant en relations publiques. Mais nous continuons à apprendre tous les jours.

SUPPORT THE ENVIRONMENTAL FOUNDATION OF JAMAICA (EFJ)

Declared extinct in 1980, THE JAMAICAN IGUANA (*Cyclura carolinensis*) was rediscovered in 1999 and remains on the Critically Endangered Species List. A captive head-starting program based at Jamaica's Hope Zoo includes re-introduction of several hundred iguanas into the wild. THE EFJ IS FUNDED ENTIRELY BY DONATIONS. YOUR GIFT WILL ALLOW THE CONTINUATION OF OUR PROUD SUPPORT FOR YOUR WORTHWHILE CAUSE AND FUTURE SUCCESS.

How financial contributions can help to continue the EFJ's head-starting work in supporting sustainable development of the island's natural and human resources. We receive donations: (1) to the general fund; (2) for specific causes; (3) to our endowment fund; and (4) for fund management.

EFJ'S ENDOWMENT FUND
Make a gift that will help to ensure the work of the EFJ as perpetuity. In this fund the principal amount is held and invested, and only the interest generated may be used. Additions to the endowment may be through bequests or by living donors.

SUPPORT A FOCUS AREA
Identify the specific cause or project that you wish to support and the EFJ will manage your donation and report on its impact.

SUPPORT TO EFJ OPERATIONS
If you are committed to the cause but not to a specific project, the General Fund makes it easy to support the continued efforts of the EFJ in grant funding.

INDIVIDUAL FUND MANAGEMENT
The EFJ is equipped to manage funding of your specific environmental sustainability or child development project in Jamaica. We can ensure local compliance while helping you to help your favourite cause or meet your targets in the area of social responsibility.

MEASURING IMPACT
The EFJ uses a 'universal' Indicators Framework (UIF) to effectively evaluate project impact and document lessons learned. This system monitors 24 indicators common across both thematic areas – natural resource management and child development. Similarly to other broadly-applied impact indicators facilitates social and international comparability. Systematic review is done under the criteria of relevance, effectiveness, efficiency, results and sustainability.

YEAR	NUMBER OF GRANTS		TOTAL VALUE		TOTAL VALUE		
	PROJECTS	INDIVIDUALS	PROJECTS	INDIVIDUALS			
2010	549	36	28	\$223.6	9	\$278	\$131.3m
2011	200	43	17	\$79.9	26	\$55.4	\$136.3m
2012	503	141	53	\$150.9	88	\$131.6	\$282.5m

* In 2008/09 there were 27 discretionary funds \$300,000 grants of a total value of \$1.2 million.

12 Woodford Avenue, Kingston 5, Jamaica W.I. 876 942-6744 (T) 876 503-9797 (F) www.efj.org.jm support@efj.org.jm