Management de projet transfrontalier dans le domaine de la santé
PARTIE 5 – La communication externe

Outil N° 5.6 : Construire un outil / des messages de communication pour le projet

Recommandations pour la réussite des messages :

- Dire en des mots simples et clairs (éviter le jargon) quels sont les apports du projet aux territoires frontaliers et au territoire transfrontalier
- Adapter les messages aux styles et codes de communication respectifs des territoires frontaliers (langue, préférences graphiques, préférences en termes de vecteurs de communication, etc.)
- Ce ne sont pas nécessairement un/des slogans. Ne pas essayer de maquiller la réalité pour plaire à un groupe cible spécifique. Plutôt, donner sa propre vision.
- Raconter une histoire. Le message parle des besoins d'un groupe cible / des souhaits / des problèmes et avantages d'un projet
- Dire quels sont les changements apportés par le projet
- Le message est meilleur s'il est assorti de preuves et d'exemples
- Penser, dès la conception du message, aux défis de traduction ultérieurs

Une fois le/les messages prêts :

- Tester les en questionnant des personnes à l'extérieur du projet, pour s'assurer que le message est bien compris – testez le message de part et d'autre de la frontière
- Vérifier la couverture médias de part et d'autre de la frontière régulièrement. Si elle n'est pas satisfaisante, revoir les messages

Les messages peuvent être rédigés sous forme de déclaration, idée ou affirmation, tels que :

- (x) est un problème et (y) est la solution
- Le projet (x) permet (aux acteurs) de coopérer pour améliorer (y)
- Le travail du projet (x) est intéressant, du fait que (y) ou (z)
- Les acteurs doivent trouver une solution commune au problème (x) parce que…
- (x) doit prendre des mesures concernant le problème (y), sans quoi (z) se produira

Adaptation du message à l'autre langue et à l'autre culture

- Relire la traduction et vérifier que le message soit compréhensible et que le contenu d'information soit respecté
- Vérifier que le vocabulaire, niveau de langue, style de communication, corresponde au public-cible et à l'intention de communication et à comment celle-ci peut s'exprimer dans l'autre culture
- Vérifier que les modalités de communication correspondent au public-cible du pays voisin

Choix du canal de communication

- Vérifier que le canal de communication soit adapté au public-cible
- Vérifier que le message soit adapté au canal (dans une langue / culture et dans l'autre)

Mise en page graphique

- Vérifier que la mise en page graphique corresponde à l'intention de communication : ratio texte /image, choix des images et polices de caractère,
- Vérifier que la mise en page graphique soit en concordance avec la charte graphique du projet
- Vérifier que les logos correspondent aux exigences fournies par les cofinanceurs et programmes de financement
- Vérifier si l'identité transfrontalière transparait dans l'outil de communication

A partir de : Interact, Project Management Handbook, Chapter IV « Contracting and Start-up » page 20