

 Accord sur la Conservation des Albatros et des Pétrels	Quinzième réunion du Comité consultatif <i>Swakopmund, Namibie, 01–05 juin 2026</i> Options de communication stratégique envisageables pour favoriser l'adoption et la mise en œuvre de mesures de réduction des captures accessoires d'oiseaux marins Secrétariat
---	--

RÉSUMÉ

L'ACAP a élaboré et maintient des recommandations sur les meilleures pratiques (BPA) afin de faciliter la mise en œuvre de mesures efficaces de réduction des captures accessoires d'oiseaux marins. Si ces documents constituent une base scientifique solide, il est toutefois possible d'améliorer leur accessibilité et leur adoption auprès des publics cibles, ce qui permettrait de renforcer la cohérence entre les recommandations scientifiques et leur mise en œuvre dans les politiques et la pratique. Les Parties ont également souligné que le renforcement de la collaboration avec les organisations régionales de gestion et de conservation des pêches (ORGCP) constituait une priorité stratégique fondamentale, comme le prévoit la stratégie de collaboration avec les ORGCP.

Le Secrétariat a sollicité les conseils de Mindfully Wired Consulting concernant les options de communication stratégique visant à favoriser l'adoption et la mise en œuvre de mesures de réduction des captures accessoires d'oiseaux marins (**PIÈCE JOINTE 1**). Les consultants ont présenté trois options s'inscrivant dans un cadre de soutien à la communication à plusieurs niveaux — Bronze, Argent et Or —, alignées sur une théorie du changement claire et adaptées aux besoins des publics cibles. Les consultants indiquent que ces niveaux offrent un soutien de plus en plus complet, allant de la clarification et de l'accessibilité des bases, en passant par la traduction et la diffusion de contenus ciblés, jusqu'à l'engagement direct et aux activités axées sur la mise en œuvre.

RECOMMANDATIONS

Que le Comité consultatif :

1. *Examine* les options de communication stratégique proposées par Mindfully Wired Consulting pour favoriser l'adoption et la mise en œuvre de mesures de réduction des captures accessoires d'oiseaux marins.
2. *Détermine* l'approche privilégiée, ou la combinaison d'approches, qui permettrait d'optimiser l'impact compte tenu des contraintes actuelles en matière de ressources.
3. *Décide* si le CC15 doit allouer des ressources dans le cadre du programme de travail du Comité consultatif 2026–2028 afin de mettre en œuvre l'approche retenue, ou d'étudier d'autres options en matière de communication.

PIÈCE JOINTE 1.

OPTIONS STRATÉGIQUES DE COMMUNICATION VISANT À FAVORISER L'ADOPTION DES MESURES DE RÉDUCTION DES CAPTURES ACCESSOIRES D'OISEAUX MARINS

Rapport préparé par Mindfully Wired Consulting

1. CONTEXTE STRATEGIQUE

L'Accord sur la conservation des albatros et des pétrels (ACAP) vise à atteindre et à maintenir un état de conservation favorable pour les espèces d'albatros et de pétrels inscrites. Ces espèces sont confrontées à toute une série de menaces, notamment la mortalité accidentelle liée à la pêche, les espèces envahissantes, la dégradation de leur habitat, la pollution et le changement climatique. La lutte contre les captures accessoires dans le secteur de la pêche reste une priorité essentielle pour atteindre les objectifs de conservation de l'ACAP. Le présent document contribue à la réalisation des principaux objectifs stratégiques de l'ACAP, notamment ceux énoncés dans la stratégie de communication de l'ACAP ([RdP8 Doc 26](#)) et dans la stratégie d'engagement des ORGCP ([RdP8 Doc 24](#)).

1.1. Stratégie de communication de l'ACAP ([RdP8 Doc 26](#))

En 2019, le Comité consultatif a reconnu une crise de la conservation touchant les albatros et les pétrels et a identifié la communication stratégique comme essentielle à la réalisation des objectifs de l'Accord ([RdP8 Doc 26](#)). Les communications sont considérées comme un élément central de l'architecture de mise en œuvre de l'ACAP, car elles permettent de traduire les données scientifiques en adoption de politiques, en mise en œuvre et en résultats mesurables en matière de conservation.

La stratégie de communication de l'ACAP souligne la nécessité de renforcer la manière dont l'ACAP communique ses avis scientifiques, en veillant à ce qu'ils soient accessibles, ciblés et susceptibles d'influencer les politiques et les pratiques opérationnelles. Cela comprend :

1. Sensibiliser aux défis de la conservation des oiseaux marins.
2. Renforcer l'engagement et la coordination avec les principales parties prenantes.
3. Favoriser l'adoption de meilleures pratiques et d'actions fondées sur des données probantes.

L'ACAP a élaboré et maintient des recommandations sur les meilleures pratiques (BPA) afin de faciliter la mise en œuvre de mesures efficaces de réduction des captures accessoires d'oiseaux marins. Si ces ressources offrent une base scientifique solide, il est toutefois possible d'améliorer leur accessibilité et leur adoption auprès des publics cibles.

Les thèmes clés suivants ont été définis dans la stratégie de communication de l'ACAP ([RdP8 Doc 26](#)) et sous-tendent l'ensemble des communications. Ces thèmes doivent être adaptés à des publics spécifiques et peuvent être résumés comme suit :

- Les espèces inscrites à l'ACAP sont essentielles aux écosystèmes marins.

- La crise de la conservation est urgente et nécessite une action coordonnée.
- Il existe des mesures d'atténuation efficaces et éprouvées.
- La mise en œuvre favorise la conservation et des pêcheries durables.
- Les engagements de l'ACAP témoignent d'un leadership mondial.
- L'ACAP soutient la collaboration scientifique internationale.

1.2. Stratégie d'engagement des ORGCP ([RdP8 Doc 24](#))

La collaboration avec les organisations régionales de gestion et de conservation des pêches (ORGCP) est au cœur de l'approche de l'ACAP visant à réduire les captures accessoires d'oiseaux marins et à améliorer l'état de conservation des espèces inscrites. La collaboration avec les organisations régionales de gestion et de conservation des pêches (ORGCP) ne se limite pas au plaidoyer ; elle constitue également un vecteur essentiel pour traduire les avis scientifiques en politiques contraignantes et en pratiques opérationnelles à l'échelle mondiale.

La stratégie d'engagement des ORGCP définit une approche structurée visant à renforcer la mise en œuvre, le suivi et l'examen des mesures d'atténuation. Son objectif est de :

- Renforcer la mise en œuvre des mesures d'atténuation.
- Améliorer le suivi, l'établissement de rapports et la conformité.
- Veiller à la révision et à la mise à jour continues des mesures.

La stratégie met l'accent sur une collaboration coordonnée, une prise de décision fondée sur des données probantes et l'adoption des meilleures pratiques dans l'ensemble des processus des ORGCP. La mise en œuvre efficace est soutenue par des mesures prioritaires, des approches adaptées à chaque organisation et un cycle de réexamen structuré.

Voici les principaux points à retenir de la stratégie d'engagement des ORGCP :

- Positionner l'ACAP comme la référence en matière de meilleures pratiques, en veillant à ce que ses avis soient reflétés dans les mesures de conservation, les normes et les orientations.
- Influencer à la fois les politiques et leur mise en œuvre, notamment l'adoption de mesures d'atténuation, de systèmes de suivi et de cadres de conformité.
- Renforcer la visibilité, la clarté et l'accessibilité des avis de l'ACAP, en particulier pour les décideurs et les instances techniques.
- Renforcer la coordination entre les Parties à l'ACAP afin de permettre des messages plus cohérents et stratégiques au sein des instances des ORGCP.
- Soutenir l'adoption d'outils et d'approches émergents (par exemple, la surveillance électronique, l'intelligence artificielle, la gestion fondée sur les risques).
- Démontrer l'impact grâce à une adoption accrue des mesures, à une amélioration des données et à une réduction du risque de captures accessoires.
- Diffuser des messages adaptés aux publics cibles au sein des ORGCP et des comités.
- Maintenir des messages clairs et cohérents sur l'urgence des captures accessoires d'oiseaux marins et sur la disponibilité de solutions pratiques.

Les approches de communication suivantes visent à soutenir et à renforcer la mise en œuvre de la stratégie d'engagement des ORGCP en :

- Soutenir la mise en œuvre de la stratégie.
- Renforcer l'engagement auprès des publics cibles.
- Permettre la traduction des avis scientifiques en actions concrètes.

Ces approches reflètent le rôle de l'ACAP en tant qu'autorité scientifique soutenant la prise de décision fondée sur des données probantes dans le cadre de la gouvernance internationale des pêches, et soulignent l'importance d'une communication efficace pour la réalisation des objectifs stratégiques de l'ACAP.

2. EXPOSE DU PROBLEME

Bien que des mesures d'atténuation efficaces soient disponibles, leur mise en œuvre reste inégale selon les pêcheries et les régions. Les principaux défis sont les suivants :

- Accessibilité et facilité d'utilisation limitées des documents techniques.
- Formats de communication insuffisamment adaptés aux publics cibles.
- Manque d'accent mis sur des orientations claires et opérationnelles.
- Nécessité de renforcer l'engagement auprès des décideurs.
- Nécessité de renforcer le soutien à la mise en œuvre de la stratégie d'engagement des ORGCP.

Il en résulte un fossé persistant entre les connaissances scientifiques et leur traduction cohérente en politiques et en pratiques opérationnelles.

3. OBJECTIF

Des approches de communication sont identifiées afin de :

1. Améliorer la sensibilisation et la compréhension des mesures d'atténuation.
2. Améliorer l'accessibilité et la facilité d'utilisation des documents relatifs aux meilleures pratiques (BPA).
3. Soutenir l'adoption des meilleures pratiques et leur mise en œuvre opérationnelle.
4. Renforcer l'efficacité de l'ACAP pour soutenir la prise de décision fondée sur des données probantes.
5. Contribuer à la mise en œuvre de la stratégie d'engagement des ORGCP et de la stratégie de communication de l'ACAP.

4. PUBLICS CIBLES

Comme indiqué dans la stratégie de communication de l'ACAP ([RdP8 Doc 26](#)), les publics cibles sont les suivants :

Les publics cibles prioritaires sont les suivants :

- a. Les organisations régionales de gestion et de conservation des pêches (ORGCP), qui constituent la priorité.
- b. Les responsables nationaux des pêches.
- c. Les décideurs publics.

Les publics cibles secondaires comprennent :

- a. Les acteurs du secteur de la pêche.
- b. Les organisations intergouvernementales et non gouvernementales.
- c. La communauté scientifique.

5. THEORIE DU CHANGEMENT

L'approche envisagée s'appuie sur une théorie du changement qui reconnaît que la sensibilisation à elle seule ne suffit pas à entraîner un changement. La communication joue un rôle catalyseur en soutenant la mise en œuvre des stratégies de l'ACAP, notamment l'engagement avec les organisations régionales de gestion et de conservation des pêches (ORGCP). Le cheminement vers l'impact se présente comme suit :

1. Amélioration de la communication et de l'accessibilité des orientations en matière d'atténuation.
2. Amélioration de la compréhension et de la pertinence pour les publics cibles.
3. Renforcement de la confiance dans la faisabilité et l'efficacité des mesures.
4. Adoption et mise en œuvre accrues des meilleures pratiques.
5. Réduction des captures accessoires d'oiseaux marins.

6. CADRE DE COMMUNICATION AXE SUR LES PUBLICS

Les publics cibles évoluent dans des contextes décisionnels distincts nécessitant des approches de communication adaptées. Une communication efficace doit être conçue comme un outil d'aide à la décision plutôt que comme un simple moyen de diffusion d'informations, et adaptée aux besoins, aux préférences et aux contextes décisionnels de chaque public afin d'en garantir la pertinence et l'efficacité (Tableau 1).

Tableau 1 : Présentation des publics cibles et des approches de communication

Publics cibles	Aperçu	Contraintes et préoccupations	Approche de communication	Rôle dans la stratégie
ORGCP	Organismes multilatéraux de gouvernance des pêches	Prise de décision par consensus, intérêts concurrents, difficultés liées à la mise en œuvre et au respect des règles	Tonalité neutre, données comparables, analyses par scénarios et engagement précoce	Public cible prioritaire et au cœur de l'engagement et de la coordination stratégiques
Gestionnaires des pêches	Décideurs opérationnels responsables de la gestion des pêches	Contraintes de temps, pressions politiques, besoin de solutions pratiques	Résultats exploitables, synthèses visuelles et orientations claires (par exemple : « si X, alors Y »)	Public cible prioritaire pour la mise en œuvre et le changement de comportement
Décideurs publics	Décideurs aux niveaux national et international	Considérations économiques et politiques ; souvent sans formation technique	Notes d'orientation concises, recommandations priorisées, messages axés sur les solutions	Public cible prioritaire pour l'influence des politiques et l'adoption

7. CANAUX DE COMMUNICATION ET MODALITES DE DIFFUSION

L'ACAP dispose d'une solide base en matière de communication, avec des possibilités d'en améliorer l'efficacité. Le Tableau 2 présente les canaux de communication actuels et les améliorations proposées. Ces éléments constituent les fondements des options de communication présentées à la section 9 et peuvent être adaptés et combinés en fonction du niveau d'investissement et du degré d'ambition retenus.

Tableau 2 : Canaux de communication actuels et proposés

Canal	Actuel	Améliorations proposées	Rôle stratégique
Réseaux sociaux	Actifs, avec un renforcement de la cohérence en cours	Stratégie, modèles, accent sur LinkedIn, contenu vidéo, utilisation adaptée des plateformes	Favorise la sensibilisation et l'engagement, et contribue à renforcer la visibilité et l'adoption des messages de l'ACAP.
Supports visuels	Infographies à un stade précoce	Outils visuels enrichis, infographies, boîtes à outils et synthèses visuelles de données complexes	Améliore l'accessibilité et la facilité d'utilisation des orientations techniques et favorise une meilleure compréhension.
Site web / plateforme numérique	Solide, avec une marge d'amélioration en matière de concision	Amélioration de l'expérience utilisateur, optimisation des moteurs de recherche et de réponse, et création d'un pôle central dédié aux BPA	Infrastructure centrale de communication, permettant un accès structuré aux orientations et soutenant la prise de décision.
Bulletins d'information	Mises à jour en ligne	Bulletin d'information par e-mail, développement d'une liste de diffusion, mises à jour régulières à l'intention des parties prenantes	Soutient un engagement continu et un flux d'informations avec les publics cibles.
Productions écrites	Modèles standard	Productions conçues, formats différenciés, résumés exécutifs, notes d'orientation	Indispensable pour influencer les politiques et soutenir la prise de décision, facilitant ainsi une meilleure adoption des orientations.
Événements et mobilisation	Engagement existant	Ateliers élargis, formations, mobilisation en amont des parties prenantes, sessions d'engagement auprès des ORGCP et activités de renforcement des capacités	Essentiel pour soutenir le changement de comportement, la mise en œuvre et l'engagement direct auprès des décideurs et des parties prenantes.

Médias et campagnes	Phase initiale	Une stratégie médiatique proactive, une approche narrative, des campagnes ciblées alignées sur des événements clés (par exemple, la Journée mondiale de l'albatros) et des actions de sensibilisation coordonnées	Contribue à renforcer la visibilité, l'influence et le cadrage narratif, aidant à sensibiliser et à encourager l'action.
Notes d'orientation et mobilisation	Phase initiale	Séances d'information ciblées avant les réunions, soutien à l'engagement auprès des ORGCP, synthèse des enjeux clés et suivi après les réunions	Permet d'exercer une influence directe sur les processus décisionnels, notamment dans le cadre des ORGCP.
Boîtes à outils et ressources pour les parties prenantes	Non formalisé	Élaboration de boîtes à outils prêtes à l'emploi (messages, supports visuels, présentations, synthèses de données) à l'intention des Parties et des partenaires	Permet d'assurer la cohérence des messages et d'élargir la portée grâce aux partenaires et aux parties prenantes.
Visualisation des données et productions	Limité	Visualisations de données interactives ou simplifiées, tableaux de bord et outils de visualisation des rapports	Permet de mieux comprendre les tendances, les impacts et les résultats, favorisant ainsi une prise de décision fondée sur des données probantes.
Partenariats et effets multiplicateurs	Informel	Mobilisation structurée des Parties à l'ACAP, des ONG et des organisations partenaires afin d'amplifier les messages	Élargit la portée et l'influence grâce à des intermédiaires de confiance et à des messages coordonnés.
Formation et renforcement des capacités	Limité	Élaboration de supports de formation, de webinaires et de documents d'orientation destinés à faciliter la mise en œuvre	Renforce les capacités à appliquer les meilleures pratiques et favorise l'adoption des mesures d'atténuation.

8. CONSIDÉRATIONS RELATIVES À L'IMPACT SUR LES COUTS

Le choix d'une approche appropriée doit tenir compte du lien entre le niveau d'investissement et l'impact attendu. Les options suivantes : les niveaux Bronze, Argent et Or sont décrits ci-dessous.

De manière générale, les approches nécessitant un investissement moindre seraient efficaces pour améliorer la clarté et l'accessibilité, et favoriser la sensibilisation et la compréhension. Toutefois, elles seraient moins susceptibles d'entraîner un changement durable des comportements ou d'influencer les résultats des politiques. Les approches intermédiaires offriraient davantage de possibilités d'engagement grâce à des communications plus ciblées et structurées, renforçant la portée et la pertinence auprès des publics prioritaires. Des approches nécessitant des investissements plus importants permettraient un engagement plus direct des parties prenantes et des actions de communication proactives, offrant un

soutien accru aux changements comportementaux et institutionnels au sein de systèmes de gouvernance complexes tels que les ORGCP.

Compte tenu de l'objectif de l'ACAP, qui consiste à favoriser non seulement la sensibilisation, mais aussi l'adoption et la mise en œuvre des meilleures pratiques, les approches incluant un engagement structuré et des activités axées sur la mise en œuvre devraient produire un impact plus important.

Les options nécessitant des investissements plus importants exigeraient des ressources initiales accrues, mais pourraient offrir une valeur à long terme grâce à une meilleure adoption, à des relations renforcées avec les parties prenantes et à une meilleure adéquation avec les objectifs stratégiques.

9. OPTIONS DE COMMUNICATION

Trois niveaux de soutien à la communication sont définis, caractérisés par des niveaux croissants d'ambition, de ressources et d'impact. Chaque niveau correspond à un niveau de service distinct, avec des livrables clairement définis. Les niveaux sont cumulatifs :

1. **Bronze** — Productions de communication de base axées sur la clarté, la cohérence et l'accessibilité.
2. **Argent** — Niveau Bronze complété par la traduction de contenus ciblés et leur diffusion structurée, permettant un engagement plus stratégique et adapté aux publics.
3. **Or** — Niveau Argent complété par un engagement direct des parties prenantes, la mise à disposition de plateformes numériques et un soutien proactif en communication afin de favoriser la mise en œuvre et l'adoption.

Si ces niveaux offrent un cadre structuré, ils sont conçus pour être appliqués avec souplesse. Les éléments peuvent être adaptés, ajoutés ou combinés afin de refléter des priorités et des préférences spécifiques, par exemple en intégrant certains éléments d'un niveau supérieur lorsque cela apporte une valeur ajoutée.

Les options identifiées permettraient d'opérationnaliser la théorie du changement présentée à la section 5 et sont conçues pour soutenir la mise en œuvre de la stratégie d'engagement des ORGCP et de la stratégie de communication de l'ACAP, en améliorant l'accessibilité, la pertinence et l'adoption des orientations de l'ACAP.

10. OPTION 1 : BRONZE — FONDATIONS (CLARTE ET ACCESSIBILITE)

10.1. Ce que comprend ce niveau

Le niveau Bronze proposerait un ensemble de communication de base visant à améliorer la clarté, la facilité d'utilisation et la cohérence des supports existants. Il s'agit principalement d'une offre de production de contenu, avec un engagement actif limité. Des études de cas de travaux similaires réalisés par Mindfully Wired figurent à l'Annexe B.

10.2. Principaux livrables

1. Alignement de la marque

- a. Mise en place d'une identité visuelle cohérente et homogène pour l'ensemble des supports
- b. Élaboration d'un tableau d'inspiration destiné à orienter la direction créative
- c. Élaboration de lignes directrices de marque, comprenant le ton, la structure et les normes visuelles, afin d'assurer la cohérence entre les supports

Productions de contenu

2. Résumés exécutifs (x3) :

- a. Des résumés clairs, concis et axés sur la prise de décision des principaux documents de la BPA
- b. Conçus pour être accessibles à des publics non techniques

3. Ensemble graphique (x3) :

- a. Des visuels de haute qualité pour communiquer les concepts clés, les processus et les mesures d'atténuation
- b. Les formats peuvent inclure des résumés, des listes de contrôle et des arbres de décision

4. Visuel d'étude de cas (x1) :

- a. Élaboration d'une étude de cas visuelle concise illustrant la mise en œuvre d'une mesure d'atténuation (contenu fourni par le client)
- b. Création d'un modèle d'étude de cas réutilisable

Outils de communication

5. Développement narratif :

- a. Définition des messages clés afin d'assurer la cohérence de l'ensemble des supports et canaux
- b. Élaboration de piliers de contenu, comprenant des messages clés, des exemples de contenus et des résumés adaptés aux publics, rédigés en langage clair

6. Boîte à outils de communication :

- a. Mise en place d'une boîte à outils centralisée visant à soutenir une communication efficace, comprenant notamment :
 - i. Stratégie et approche globales de communication
 - ii. Cadre de communication et piliers de contenu définis
 - iii. Stratégie des canaux et opportunités d'engagement médiatique
 - iv. Exemple de calendrier éditorial et modèles associés

7. Développement de modèles :

- a. Jeux de diapositives modulaires (x2) pour les séances d'information et l'engagement auprès des ORGCP
- b. Modèles pour les réseaux sociaux (x4), comprenant des orientations en matière de coordination et un suivi de base des performances
- c. Modèle de bulletin d'information destiné à soutenir la communication continue avec les parties prenantes

8. Bibliothèque de contenus

- a. Mise en place d'un référentiel centralisé d'éléments visuels approuvés, notamment graphiques, figures et icônes, afin d'assurer la cohérence et de faciliter l'accès

9. Analyse des publics

- a. Cartographie des parties prenantes visant à identifier et classer les principaux interlocuteurs et décideurs
- b. Cartographie des partenariats visant à identifier les organisations et réseaux pertinents afin de faciliter la coordination et l'amplification des messages clés

10. Gestion et suivi de projet

- a. Examen interne continu de l'ensemble des livrables afin d'en garantir la qualité et la cohérence
- b. Réunions de projet régulières pour soutenir la mise en œuvre et la coordination
- c. Supervision stratégique de haut niveau afin d'orienter et d'assurer la qualité

10.3. Bronze — Résultats et rôle stratégique

Le niveau « Bronze » permettrait d'établir un niveau minimal efficace en matière de communication, en améliorant la clarté, la cohérence et l'accessibilité des supports. Il permettrait de lever les obstacles immédiats à la compréhension et de poser les bases d'un engagement accru et d'un changement de comportement.

Les résultats attendus incluraient une compréhension plus rapide des contenus techniques complexes, une présentation plus cohérente des productions de l'ACAP, une meilleure accessibilité pour les publics techniques et non techniques, ainsi que le développement de supports de communication réutilisables et évolutifs. Il permettrait également de générer des données de référence sur la portée et l'engagement des publics.

Les indicateurs de réussite incluraient une amélioration de la clarté, de la cohérence et de la facilité d'utilisation des supports ; un recours accru aux résumés, aux visuels et aux outils de référence rapide ; une augmentation de la portée de base (par exemple, visites du site web et téléchargements) ; ainsi que des retours positifs sur l'accessibilité et la facilité d'utilisation.

11. OPTION 2 : ARGENT — RENFORCE (ENGAGEMENT STRUCTURE ET ACCESSIBILITE)

11.1. Ce que comprend ce niveau

Le niveau Argent offrirait un système de communication structuré s'appuyant sur le niveau Bronze, en combinant des contenus améliorés, une diffusion ciblée, une infrastructure numérique et des productions adaptées aux publics cibles. Ce niveau marquerait le passage de la production de contenu à un soutien actif à l'engagement.

11.2. Principaux livrables

Comprend tous les livrables du niveau Bronze, ainsi que les éléments suivants :

1. Services de traduction des BPA

a. Manuel de politique (mise en format) :

- i. Élaboration d'une publication structurée et conçue professionnellement, traduisant les BPA en orientations hiérarchisées et directement exploitables pour la prise de décision
- ii. Conçu pour améliorer la clarté, la facilité d'utilisation et l'application pratique par les publics cibles

b. Études de cas approfondies (x3) :

- i. Études de cas détaillées illustrant des applications concrètes, incluant le contexte, l'approche de mise en œuvre et les résultats
- ii. Conception graphique et rédaction complètes afin d'assurer clarté, cohérence et impact visuel

c. Contenu multimédia ciblé :

- i. Production de contenus vidéo de haute qualité, de format long et explicatifs
- ii. Conçu pour accompagner les moments clés d'engagement et favoriser la compréhension et l'adoption des mesures prioritaires

2. Diffusion et mobilisation

a. Stratégie de médias sociaux :

- i. Élaboration d'une stratégie de médias sociaux adaptée, fondée sur une analyse des plateformes
- ii. Évaluation de la manière dont les publics cibles interagissent sur les différents canaux et du rôle de chaque plateforme pour les atteindre efficacement

b. Calendrier de contenu (plan sur 12 mois) :

- i. Élaboration d'un plan de communication structuré et prospectif
- ii. Fournit un calendrier clair des thèmes de contenu, des échéances et des livrables afin d'assurer une communication cohérente et coordonnée

11.3. Argent — Résultats et rôle stratégique

Le niveau Argent s'appuierait sur une clarté et une cohérence de base pour proposer une approche de communication plus ciblée, structurée et activement gérée. Il vise à traduire les contenus techniques en formats accessibles et directement exploitables pour la prise de décision, et à soutenir une diffusion planifiée et proactive auprès des publics cibles prioritaires.

Cela inclurait l'élaboration d'un manuel de politiques conçu professionnellement, d'études de cas approfondies et de contenus multimédias de haute qualité, afin de garantir que les principales orientations soient clairement formulées, ancrées dans leur contexte et facilement exploitables. Ces livrables seraient complétés par une stratégie de médias sociaux définie et un calendrier éditorial sur 12 mois, permettant une communication plus coordonnée, plus opportune et mieux adaptée aux publics sur les canaux prioritaires.

Ensemble, ces éléments contribueraient à améliorer la compréhension et l'accessibilité des supports de l'ACAP pour les publics cibles, notamment les décideurs et les ORGCP. Ces éléments permettraient une communication plus efficace et cohérente des messages clés, tout en renforçant la visibilité et l'utilisation stratégique du contenu dans les activités de mobilisation.

La réussite à ce niveau se traduirait par une portée et un engagement accrus sur les différents canaux de communication, une meilleure adéquation entre le contenu et les besoins des publics, ainsi qu'une utilisation croissante des supports dans les réunions d'information, les discussions et les processus de mobilisation des parties prenantes. Cela contribuerait également au développement de publics plus clairement définis et engagés, et à l'établissement d'une base solide pour une mise en œuvre et une adoption plus approfondies lors des phases suivantes.

12. OPTION 3 : OR — TRANSFORMATIONNEL (CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ET MISE EN ŒUVRE)

12.1. En quoi consiste ce niveau

Le niveau Or offrirait un programme complet de communication et de mobilisation axé sur la mise en œuvre, combinant contenus, infrastructure et engagement direct afin de soutenir les changements de comportement et l'adoption des politiques.

Ce niveau marquerait le passage d'une communication de diffusion à une communication d'intervention. Il est important de noter que cela nécessiterait un accès aux parties prenantes pour les activités de mobilisation ainsi qu'un délai de préparation plus long.

12.2. Principaux livrables

Comprend l'ensemble des livrables des niveaux Bronze et Argent, ainsi que les éléments suivants :

1. Développement et mise en œuvre d'une plateforme numérique :

- a. Développement complet d'une plateforme centrale de communication, comprenant :
 - i. Arborescence du site et conception des parcours utilisateurs
 - ii. Conception visuelle alignée sur les lignes directrices de marque établies
 - iii. Rédaction professionnelle visant à transposer les contenus BPA en formats numériques clairs et accessibles
- b. Mise en œuvre technique, incluant le développement de la plateforme, l'intégration des contenus et l'hébergement
- c. Gestion continue des coûts et de l'infrastructure du backend du site web (BEN) afin d'en garantir le bon fonctionnement et l'accessibilité

2. Mobilisation des parties prenantes

- a. Ateliers de co-conception et sessions de mobilisation (1–2) ou entretiens :
 - i. Animation de sessions avec des gestionnaires des pêches, des décideurs et des parties prenantes des ORGCP.
- b. Conçus pour :
 - ii. Recenser les points de vue actuels, les niveaux de compréhension et les attitudes à l'égard des BPA
 - iii. Affiner et renforcer collectivement le cadrage et la communication des BPA
- c. Contribue à une formulation plus claire des BPA et à une compréhension partagée, afin de permettre une mise en œuvre plus efficace
- d. Comprend la coordination des intervenants, l'élaboration de l'ordre du jour et l'animation technique complète

3. Service de presse et communication stratégique

- a. **Suivi des événements et élaboration des messages :**
 - i. Suivi continu des événements clés et des moments clés en matière de politiques publiques
 - ii. Élaboration de messages et d'éléments de langage adaptés afin d'aligner la communication sur les opportunités émergentes
- b. **Relations médias et mobilisation :**
 - i. Élaboration et diffusion proactives de communiqués de presse, d'articles de blog et de contenus visant à orienter l'agenda, en lien avec les étapes clés
 - ii. Démarchage ciblé auprès des journalistes et des publications prioritaires
 - iii. Recours à la veille médiatique pour identifier les opportunités de réaction
 - iv. Élaboration et mise à jour de listes de médias ciblées
- c. **Fonction de service de presse :**
 - i. Préparation de supports d'information pour les relations médias
 - ii. Soutien stratégique et organisation de points presse avec des porte-parole lors de moments et d'événements clés

12.3. Or — Rôle stratégique, résultats et impact

Le niveau Or marquerait le passage d'une communication structurée et d'une diffusion planifiée à une mise en œuvre active, à la mobilisation et à l'influence. Ce niveau associerait une plateforme numérique pleinement développée à une mobilisation directe des parties prenantes et à une fonction de service de presse proactive, afin de favoriser l'adoption et d'intégrer les communications des BPA dans des contextes décisionnels concrets.

Grâce à la mise en place d'une plateforme de communication centralisée, les parties prenantes bénéficieraient d'un accès simplifié et convivial aux orientations et aux supports associés. Cette approche serait renforcée par des sessions de co-conception, garantissant que les communications intègrent les perspectives des parties prenantes et soient affinées pour soutenir une mise en œuvre pratique.

Une fonction de service de presse proactive et réactive permettrait d'amplifier davantage la portée et l'influence, en positionnant les communications de l'ACAP lors de moments clés sur le plan politique et médiatique. Cette approche intégrée renforcerait la visibilité, la crédibilité et l'alignement avec les priorités des parties prenantes.

Le succès à ce niveau se traduirait par un engagement durable des parties prenantes, une visibilité accrue dans les médias et les débats politiques, ainsi que par des preuves claires d'adoption dans les processus décisionnels et de mise en œuvre. Cela refléterait également un écosystème de communication plus mature, dans lequel contenus, canaux et mobilisation sont pleinement alignés pour produire un impact mesurable.

12.4. Recommandation stratégique

Mindfully Wired estime que le niveau Or pourrait constituer l'option la plus efficace pour atteindre les objectifs de l'ACAP dans des délais et avec des ressources réalistes. Cela irait au-delà d'une communication structurée pour offrir un soutien actif à la mise en œuvre, combinant une plateforme numérique centralisée, une mobilisation directe des parties prenantes et une fonction de service de presse proactive. Cette approche intégrée vise à surmonter les obstacles comportementaux, institutionnels et politiques, tout en permettant une adoption mesurable des mesures d'atténuation en pratique. Elle s'inscrirait pleinement dans la stratégie d'engagement des ORGCP et offrirait un cadre cohérent et axé sur la mise en œuvre pour produire des résultats concrets.

Le niveau Or correspondrait à un niveau d'investissement plus élevé (65 000 £ [≈ 130 000 AUD]), en adéquation avec son ampleur et son impact attendu. Cela offrirait le plus fort potentiel pour intégrer les communications des BPA dans les processus décisionnels et soutenir un engagement durable auprès des publics cibles.

Mindfully Wired estime que le niveau Argent (30 000 £ [≈ 60 000 AUD]) et Bronze (17 000 £ [≈ 34 000 AUD]) constitueraient des alternatives solides et rentables. Bien que leur portée soit plus ciblée, ces deux options apporteraient des améliorations structurées et significatives à la communication et à la mobilisation autour des supports de l'ACAP. Le niveau Argent met l'accent sur la traduction, le ciblage des publics et la diffusion planifiée, tandis que le niveau Bronze établit une base solide de cohérence, de clarté et d'outils de communication essentiels. Chaque niveau offrirait une voie viable et flexible, en fonction des ressources disponibles ainsi que du rythme et de l'ampleur souhaités de la mise en œuvre.

Il convient de noter que la plateforme numérique proposée dans le cadre du niveau « Or » a été chiffrée comme un développement ex nihilo. Cependant, des possibilités d'intégration de cette fonctionnalité au site web existant de l'ACAP pourraient exister, sous réserve des capacités de la plateforme et des contraintes du backend. Une analyse technique complémentaire serait nécessaire pour en confirmer la faisabilité, ce qui pourrait constituer une option plus efficiente sur le plan des coûts.

La structure par niveaux est volontairement modulaire. Des éléments des niveaux supérieurs pourraient être intégrés dans des offres de niveaux inférieurs lorsqu'il est nécessaire de prioriser certaines activités, permettant ainsi une approche sur mesure dans des enveloppes budgétaires définies.

Enfin, la mobilisation des parties prenantes — notamment par le biais d'entretiens et d'ateliers de co-conception — constitue un élément essentiel de réussite. Mindfully Wired recommande fortement d'intégrer ces éléments, tels que définis dans le niveau Or, afin de garantir que les livrables répondent aux besoins des parties prenantes, favorisent une compréhension partagée et maximisent les chances d'adoption et de mise en œuvre.

13. APPROCHE DE MESURE

Afin de garantir la redevabilité et de démontrer le retour sur investissement, chaque niveau comporterait une approche de mesure adaptée (Tableau 3).

Tableau 3 : Approche de mesure par niveaux

Niveau	Objectif principal	Critères de réussite	Indicateurs clés	Collecte de données	Rapports
Bronze	Productions et portée	Les informations sont accessibles et comprises	Contenus produits ; portée (vues, téléchargements, impressions) ; niveau de notoriété de référence	Analyses web ; enquêtes de référence	Trimestriel (axé sur les productions)
Argent	Engagement et utilisation	Les parties prenantes interagissent avec les supports et les utilisent	Engagement (temps passé sur la page, interactions) ; retours ; évolution de la notoriété	Tableaux de bord analytiques ; outils de retour d'information	Semestriel (axé sur les tendances)
Or	Résultats et impact	Changement de comportement et adoption des politiques	Adoption (intégration dans les politiques) ; changement de comportement ; résultats de mise en œuvre (par exemple, réduction des captures accessoires) ; résultats en matière de plaidoyer	Données de terrain ; analyses des politiques ; enquêtes ; entretiens	Annuel et continu (axé sur l'impact)

14. SERVICES DE COMMUNICATION ET NIVEAUX D'INVESTISSEMENT

Service / activité	Bronze (17 000 £)	Argent (30 000 £)	Or (65 000 £)
ACCESSIBILITÉ DE BASE			
Principaux produits de contenu (résumés, infographies, graphiques, visuels d'études de cas)	✓	✓	✓
Modèles standardisés, identité visuelle et guide de style	✓	✓	✓
Outils de communication de base (présentations, messages clés, lettres d'information, modèles pour les réseaux sociaux)	✓	✓	✓
Bibliothèque de contenus / banque de ressources	✓	✓	✓
Normes d'accessibilité et d'utilisabilité	✓	✓	✓
ENGAGEMENT STRUCTURÉ			
Produits adaptés à des publics spécifiques (manuel de politiques, études de cas approfondies)		✓	✓
Planification et diffusion de contenus (calendrier éditorial, ciblage)		✓	✓
Stratégie réseaux sociaux et planification des canaux		✓	✓
Contenus multimédias ciblés (vidéos/contenus explicatifs)		✓	✓
Cartographie et segmentation des parties prenantes	✓	✓	✓
Cartographie des partenariats et identification des réseaux	✓	✓	✓
Appui en matière de communication et d'engagement (stratégie + supports)		✓	✓
Mécanismes de retour d'information et d'analyse			✓
MISE EN ŒUVRE ET ENGAGEMENT DIRECT			
Plateforme numérique / pôle de communication (conception, développement, hébergement)			✓
Ateliers de co-conception et séances d'engagement des parties prenantes			✓
Fonction de relations presse (relations médias, pitch médias, points presse)			✓

Service / activité	Bronze (17 000 £)	Argent (30 000 £)	Or (65 000 £)
Veille des événements et communications réactives			✓
Soutien à l'engagement et à la coordination			✓
MESURE ET ÉVALUATION			
Analyses de base et suivi de référence	✓	✓	✓
Analyses approfondies et analyse des parties prenantes		✓	✓
Cadre d'évaluation de l'impact et de suivi			✓

Notes

- Les niveaux sont progressifs et cumulatifs, chaque niveau s'appuyant sur le précédent.
- La structure est modulaire, ce qui permet d'intégrer, si nécessaire, certains éléments des niveaux supérieurs dans les niveaux inférieurs.
- Les activités d'engagement des parties prenantes (niveau Or) sont considérées comme des éléments à forte valeur ajoutée et peuvent, si nécessaire, être priorisées indépendamment.
- La plateforme numérique (niveau Or) peut être déployée soit sous la forme d'une nouvelle solution, soit sous la forme d'une amélioration du site web existant, sous réserve de la faisabilité technique.
- Les coûts sont fondés sur des devis indicatifs à la date de rédaction du présent document (mars 2026).

ANNEXE A. À PROPOS DE MINDFULLY WIRED

[Mindfully Wired](#) est un cabinet de conseil en communication multidisciplinaire spécialisé dans les enjeux environnementaux et de développement durable, avec un accent particulier sur les écosystèmes marins et les systèmes halieutiques. L'équipe rassemble des compétences en communication stratégique, en campagnes, en élaboration de contenus et en dialogue avec la communauté scientifique, et intervient dans les domaines des politiques publiques, de la recherche et de la mise en œuvre.

Cette organisation possède une vaste expérience à l'interface entre science, politique et pratique. Son action couvre des initiatives de suivi et de recherche à long terme, des campagnes mondiales et des programmes de renforcement des capacités au Royaume-Uni, en Europe et à l'international. Mindfully Wired a collaboré avec divers partenaires, notamment des organisations multilatérales, des bailleurs de fonds philanthropiques et des alliances multipartites, afin de soutenir les efforts visant à traduire des données complexes en actions concrètes. Parmi ses clients figurent Cibbrina, Clean Catch, Defra, NASCO, NAPA et la Global Tuna Alliance.

L'approche de Mindfully Wired vise à renforcer la clarté, l'accessibilité et l'impact des informations techniques. Cela implique notamment d'aider les organisations à formuler clairement leurs stratégies, à communiquer efficacement les données factuelles et à mobiliser les publics cibles afin de permettre une prise de décision éclairée et l'adoption des meilleures pratiques. L'équipe accorde une importance particulière au fait que les communications contribuent à des résultats mesurables, notamment en matière de changement de comportement, d'influence sur les politiques et d'amélioration de la mise en œuvre.

L'organisation associe une expertise sectorielle à un savoir-faire stratégique et créatif en communication afin de soutenir l'élaboration de messages clairs et exploitables. Son travail repose sur une approche pragmatique axée sur l'impact, mettant l'accent sur les applications concrètes et les changements à l'échelle des systèmes.

ANNEXE B. AMELIORATIONS DETAILLEES DES CANAUX DE COMMUNICATION

B1. Introduction

La présente annexe fournit des précisions supplémentaires sur les améliorations proposées des canaux de communication de l'ACAP.

Ces améliorations sous-tendent les options de communication présentées dans le document principal et peuvent être adaptées et combinées en fonction du niveau d'investissement choisi.

Ces améliorations ont pour objectif de renforcer davantage l'accessibilité, la clarté et l'efficacité des communications de l'ACAP, ainsi que de soutenir la mise en œuvre de la stratégie d'engagement des ORGP.

B2. Réseaux sociaux

B2.1 Situation actuelle

L'ACAP maintient des comptes actifs sur les réseaux sociaux, notamment sur Instagram, Facebook et X.

L'engagement est élevé sur certaines plateformes, notamment Instagram et Facebook.

La publication de contenus varie actuellement selon les canaux, et il existe une marge pour mieux aligner la stratégie de contenu, le ton et la fréquence.

Il existe des possibilités d'élargir l'utilisation de contenus multilingues afin d'accroître la portée et de renforcer l'inclusivité.

B2.2 Améliorations proposées

- Élaboration d'une stratégie structurée pour les réseaux sociaux, comprenant des objectifs clairs, l'identification des publics cibles et une planification des contenus
- Approches spécifiques à chaque plateforme :
 - **Instagram** : contenus visuels, accessibles et adaptés aux publics
 - **X** : mises à jour concises et interaction avec les publics techniques et décideurs
 - **LinkedIn** : engagement professionnel axé sur les politiques publiques
- Élaboration d'une série de modèles de contenus visant à garantir la cohérence de l'identité visuelle et des messages
- Production de contenus vidéo courts visant à renforcer l'engagement et l'accessibilité
- Recours accru aux contenus multilingues afin d'élargir la portée auprès des publics

B3. Supports visuels (graphiques et infographies)

B3.1 Situation actuelle

L'ACAP a élaboré des fiches d'information et certaines infographies.

Une part importante des orientations reste sous forme textuelle, ce qui peut limiter l'accessibilité pour les publics recherchant une interprétation rapide ou visuelle.

B3.2 Améliorations proposées

- Élaboration d'une série d'infographies conçues pour soutenir les messages clés et les productions
- Création de représentations visuelles d'informations complexes, telles que les sites de reproduction et les mesures d'atténuation
- Élaboration d'éléments graphiques standardisés destinés à être utilisés dans les rapports, les documents d'orientation et les présentations
- Intégration de contenus visuels dans les supports écrits et numériques afin d'améliorer la clarté et l'engagement

B4. Site web et pôle numérique

B4.1 Situation actuelle

L'ACAP gère un site web fonctionnel, régulièrement mis à jour et doté d'une structure claire.

Certaines pages contiennent des textes détaillés, ce qui peut nuire à la facilité de navigation et à l'accessibilité.

Il existe un potentiel pour améliorer davantage la visibilité (référencement) grâce à une optimisation accrue.

B4.2 Améliorations proposées

- Mise en place d'un pôle web central dédié aux BPA afin de regrouper les recommandations, les travaux de recherche et les productions
- Améliorations du référencement naturel (SEO) pour accroître la visibilité et la facilité de découverte
- Intégration de contenus plus visuels et interactifs afin d'améliorer l'expérience utilisateur

Amélioration de la structure des contenus afin d'optimiser la navigation et l'accessibilité

B5. Bulletins d'information

B5.1 Situation actuelle

La newsletter mensuelle de l'ACAP est actuellement publiée sous forme de mise à jour en ligne et n'est pas diffusée par courrier électronique.

Par conséquent, elle fonctionne principalement comme une mise à jour statique.

B5.2 Améliorations proposées

- Mise en place d'une lettre d'information par e-mail visant à soutenir un engagement régulier des parties prenantes
- Création d'une base de données de contacts pour soutenir des communications ciblées
- Diffusion de mises à jour adaptées à différents publics

B6. Produits écrits et modèles

B6.1 Situation actuelle

L'ACAP utilise des modèles établis pour de nombreux produits écrits

Les documents sont principalement textuels et font un usage limité de la structuration visuelle

B6.2 Améliorations proposées

- Élaboration d'une série de modèles conçus pour :
 - Les rapports
 - Les notes de politique
 - Les documents d'orientation
- Création de résumés exécutifs pour tous les principaux produits afin d'en améliorer l'accessibilité
- Application d'une identité visuelle cohérente, notamment en matière de typographie, de mise en page et de palettes de couleurs
- Amélioration de l'utilisation de la hiérarchie visuelle afin d'accroître la lisibilité et la clarté

B7. Événements, formation et engagement

B7.1 Situation actuelle

L'ACAP mène des activités d'engagement avec les parties prenantes par le biais de réunions et d'échanges

Les activités d'engagement structurées, telles que les formations et les ateliers, sont actuellement limitées.

B7.2 Améliorations proposées

- a. Organisation de formations axées sur la communication et la mise en œuvre à l'intention des parties prenantes
- b. Conception et animation d'ateliers visant à soutenir la mise en œuvre des orientations
- c. Engagement structuré avec les organisations régionales de gestion des pêches (ORGP)
- d. Activités préparatoires visant à assurer l'alignement en amont des réunions clés
- e. Intégration des supports de l'ACAP dans les réunions, les présentations et les événements

B8. Médias et campagnes

B8.1 Situation actuelle

L'ACAP mène actuellement des actions structurées limitées en matière de relations médias.

Il existe un potentiel pour renforcer davantage la visibilité grâce à une communication plus proactive et stratégique.

B8.2 Améliorations proposées

- Élaboration d'une stratégie proactive de relations médias
- Élaboration d'approches de campagne créatives pour soutenir les messages clés et les initiatives
- Conception de supports de campagne et d'approches narratives visant à soutenir l'engagement
- Alignement des campagnes sur des événements clés, notamment la Journée mondiale de l'albatros et d'autres moments pertinents

B9. Résumé

Les améliorations présentées dans la présente annexe constituent un renforcement de l'approche de communication de l'ACAP.

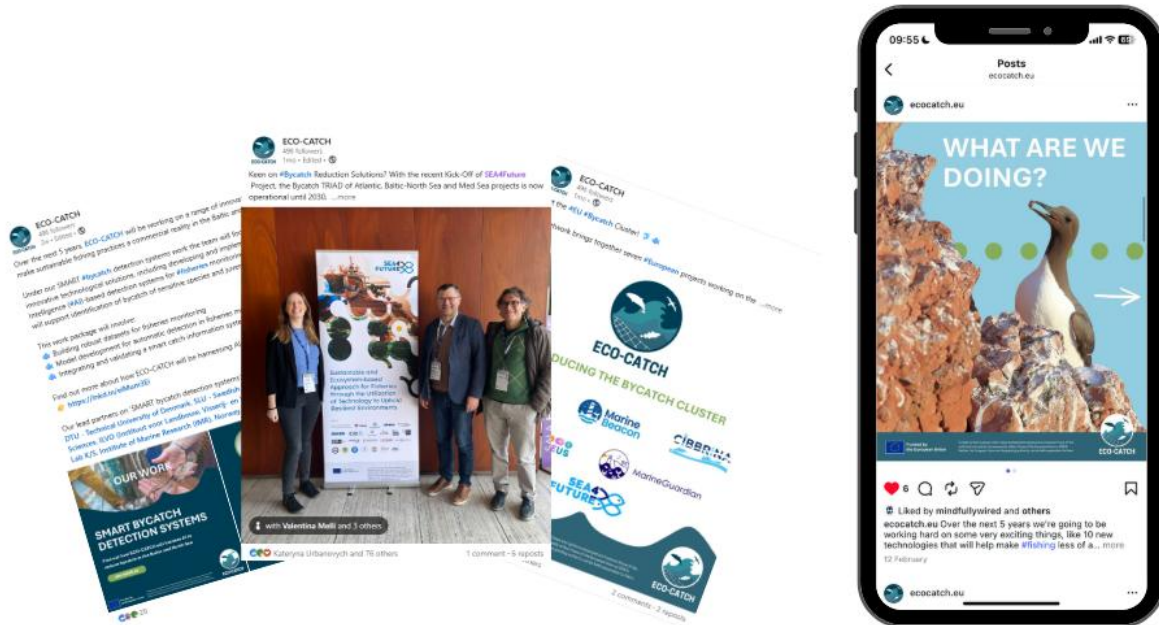
Une fois mises en œuvre, elles permettront d'améliorer davantage l'accessibilité, la clarté et l'impact des productions de l'ACAP.

Elles constituent également une base solide pour la mise en œuvre des options de communication décrites dans le corps du présent document et pour soutenir un engagement plus structuré ainsi que des résultats concrets en matière de mise en œuvre.

ANNEXE C. ÉTUDES DE CAS DE TRAVAUX SIMILAIRES

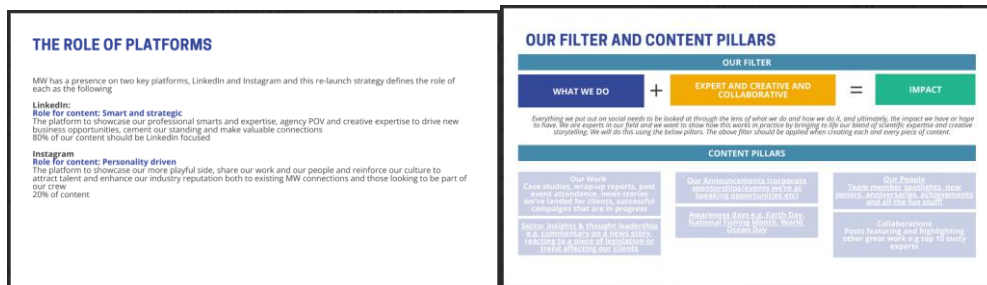
C1. Image de marque et identité visuelle

C1.1 Étude de cas : Stratégie de marque et réseaux sociaux d'ECO-CATCH



C2. Stratégies réseaux sociaux

C2.1 Étude de cas : Stratégie de marque et réseaux sociaux d'ECO-CATCH



C2.2 Étude de cas : Fishing Porthole

Twitter tips

Andy only has 68 followers but gets a good amount of engagement on his Twitter profile. DO use short punchy sentences, and simple effective language.

Content Streams:

Content streams help to categorise all the different messaging throughout your communications. They ensure that content is always on-brand, and can assist with mapping out topics to ensure content is always relevant and varied.

Two thirds	One third
Inform, educate, entertain - posts that position The Fishing Porthole as the go-to for resources, networking and help! - Fishing industry updates; news, articles and key information about quota, safety, policy and funding - Events - key learnings and takeaways from events - Posts from trustees / content from funders - Quotes from fishermen who have attended events / used resources - Jargon busters - definitions for words used regularly in science, mgmt and policy - Links to resources that directly link to events happening in the news - Real people, real fishing life - Short handy videos	Promotional posts about FTF & the Porthole - Promoting upcoming events - Posts that promote resources on the Porthole - FTF updates - Case studies or shoutouts - Foghorn / sharing answers to questions / call outs for questions

Example Content: QUOTES FROM PEOPLE WHO HAVE ATTENDED WORKSHOPS

Learning is a two-way street. We help scientists and policy makers connect with fishermen to ensure everyone is on the same page.

<Call to action>

OBJECTIVE
Inform, educate, entertain - posts that position Fishing into the Future and the Porthole as a useful resource

C.2.3 Étude de cas : Home and Dry

LET'S LOOK AT THE ROLE PLATFORMS PLAY

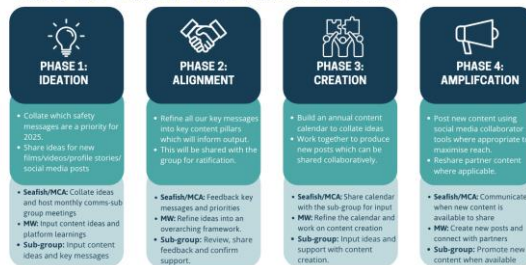


OUR CONTENT FOUNDATIONS

All content pillars have been shared and discussed with the Home and Dry Fishing Safety Forum Communications Subgroup. Below are three key pillars which will inform and guide how specific safety actions are categorised within communications calendars and activity plans.



PROCESS - HOW WE ALL WORK TOGETHER



C3. NOTES DE POLITIQUE

C.3.1 Étude de cas : Notes de politique SeaWISE

Produit à la fin du projet, publié sur le site web et diffusé sur les réseaux sociaux et dans des lettres d'information.



C4. VIDEOS COURTES

C4.1 Étude de cas : Vidéo de présentation de CIBBRiNA



C5. GRAPHIQUES / GUIDES / INFOGRAPHIES

C5.1 Étude de cas : Guide d'identification de la faune sauvage « Clean Catch » (également adapté pour CIBBRiNA)



C6. ANALYSES ET RAPPORTS

C6.1 Étude de cas : Home and Dry

HEADLINE RESULTS



WEBSITE

The campaign lifted website visits up 2.8k users and 3.5k views for the month of February. This has surpassed our target KPIs of 2k users and 2.5k views.

Key page hits include:

- **MOB Page:** 2.6k views (2s engagement)
- **Home:** 389 views (8s engagement)
- **Risk Assessments:** 107 views (26s engagement)
- **Neil's op-ed:** 58 views (34s engagement)
- **Single-handed fishing page:** 43 views (31s engagement)

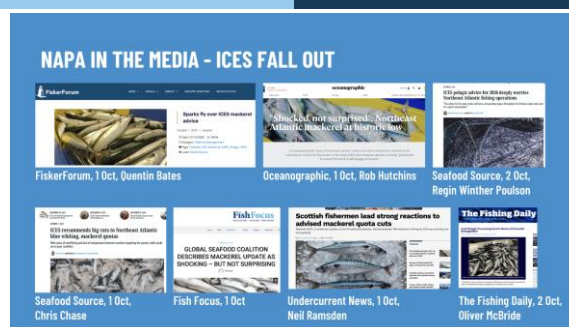
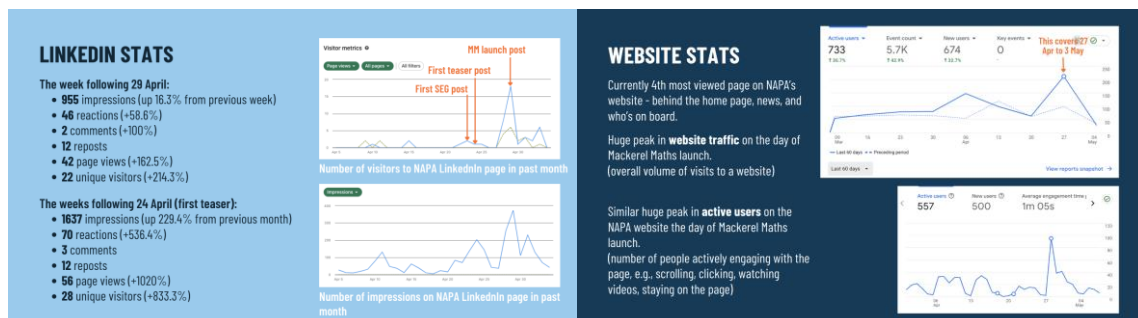
2k users came from Paid Social, 430 through direct search, 374 from organic social, 213 from organic search and 54 from referral.

Key takeaways:

- Paid supports a huge uptick in intention but doesn't always translate to desired engagement on all pages.
- Key pages (risk assessments, neil's op-ed and single handed fishing page) all received upwards of 20 if not 30s engagement. *This implies fishermen are looking for expert advice/ reassurance*



C6.2 Étude de cas : North Atlantic Pelagic Advocacy Group



C7. SITES WEB

C7.1 Étude de cas : Clean Catch UK <https://www.cleancatchuk.com/>



C7.2 Étude de cas : NFI Sushi Council <https://nfishushicouncil.com/>



C8. VISUALISATION DES DONNEES — OUTILS EN LIGNE

C8.1 Étude de cas : Outil SEAWISE

THE EBFM TOOL - SHARING COMPLEX SCIENCE VIA AN INTERACTIVE TOOL

PELAGIC FISHERIES

Pelagic fisheries occur throughout the North Sea. Across the region, pelagic landings are generally greater than demersal landings, with herring and mackerel caught using pelagic trawls and seines accounting for the largest portion of pelagic landings from the North Sea.

On account of the specificity of pelagic fisheries, in terms of their highly mobile nature and high variability, alongside the limited demersal contact entailed in these fisheries, bycatch is assumed to be relatively low, as their benthic (i.e. seabed) impacts.

PELAGIC FISHERIES: AT A GLANCE

INSIGHTS FROM THE PELAGIC FISHERIES

- FISH STOCKS
- BIODIVERSITY
- HABITATS
- REVENUE
- WELLBEING

CASE STUDY IN FOCUS

NORTH SEA

As part of our analysis, SEAWISE has assessed the overall sustainability of fisheries management for the North Sea, based on the current policy, considering the region's specificities. The current management policy (EU's and the National Strategy) is assessed against the following criteria:

- Ecological: Assessing the impact of fishing on the marine ecosystem, including the impact of bycatch and the impact of fishing on the seabed.
- Socio-economic: Assessing the impact of fishing on the socio-economic aspects of the region, including the impact of fishing on the livelihoods of the fishing community.
- Environmental: Assessing the impact of fishing on the environment, including the impact of fishing on the climate and the impact of fishing on the marine environment.

PELAGIC FISHERIES: AT A GLANCE

INSIGHTS FROM THE PELAGIC FISHERIES

	2025	2035	2045
FISH STOCKS	●●●●●	●●●●●	●●●●●
BIODIVERSITY	●●●●●	●●●●●	●●●●●
HABITATS	●●●●●	●●●●●	●●●●●
REVENUE	●●●●●	●●●●●	●●●●●
WELLBEING	●●●●●	●●●●●	●●●●●

STAKEHOLDER WORKSHOPS TO SHARE RESULTS AND CO-DESIGN TOOLS

REGIONAL REVIEW WORKSHOP

North Western Waters Advisory Council (NWWAC)

March 11 2025 | CNPMM 134 Av. de Malakoff Paris, France | hybrid

The workshop will provide an opportunity to present and discuss SEAWISE's work, and feedback on the project's final evaluations, alongside the EBFM ToolBox and Tool that have been developed as part of the project.

AGENDA

Tuesday 11 March

- 14:00 - 14:10 Opening welcome Anja Rindorf, OTU
- 14:10 - 14:30 SEAWISE Case Study Session led by Jochem Depaele, ILVO
- 14:30 - 15:00 Discussion
- 15:00 - 15:15 Coffee break
- 15:15 - 15:30 EBFM Tool Demo Session led by Lia et Aude, Mindfully Wild
- 15:30 - 15:50 Trial of Tool
- 15:50 - 16:10 Feedback
- 16:10 - 16:25 EBFM ToolBox Demo Session led by Neil Magennis, ICES
- 16:25 - 16:45 Trial of ToolBox
- 16:45 - 17:05 Feedback
- 17:05 - 17:30 Gaps, future work and closing comments

Central European start time: 14:00 - 17:30 | Dublin start time: 13:00 - 16:30

March 11 2025 | CNPMM 134 Av. de Malakoff Paris, France | IN, IL, FIO

info@seawiseproject.org seawiseproject.org seawiseproject.org

SEAWISE Project

C9. VIDEOS LONGUES

C9.1 Étude de cas : SEAwise Films

