

Stratégie de communication mondiale

1. Introduction

Créé pour aider les pays à respecter leurs obligations au titre de la Convention de Minamata sur le Mercure, le programme planetGOLD, soutenu par le GEF et dirigé par le PNUE, travaille en partenariat avec les gouvernements, le secteur privé et les communautés locales afin de réduire et, lorsque cela est possible, d'éliminer l'utilisation du mercure dans l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or (EMAPE).

Une communication stratégique et inclusive joue un rôle important pour encourager un changement de comportement chez les mineurs, sensibiliser les communautés locales au mercure, diffuser des connaissances afin de favoriser la formalisation de l'EMAPE et renforcer la compréhension du public quant à un EMAPE responsable et sans mercure. Malgré les contributions significatives de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or à l'approvisionnement mondial en or et au développement économique local dans certaines des régions les plus défavorisées du monde, la dégradation de l'environnement, les pratiques de travail dangereuses et d'autres impacts négatifs associés au secteur continuent de dominer la perception qu'on en a.

Cette réputation négative entrave son potentiel : elle affaiblit le soutien politique en faveur de politiques et de réglementations nationales appropriées, décourage les investissements et limite l'accès des mineurs au financement. Elle sape l'intérêt des acheteurs équitables et responsables et suscite même parfois l'hostilité d'autres secteurs et de l'opinion publique. Dans le contexte de cette perception négative du secteur de l'EMAPE, le programme planetGOLD reconnaît le rôle significatif que peuvent jouer des pratiques de communication stratégiques et inclusives pour aider à renforcer le soutien au secteur de l'EMAPE — et pour attirer l'attention sur les avantages que l'EMAPE peut apporter aux communautés locales lorsqu'il bénéficie d'un soutien adéquat et d'un accès équitable au financement formel et aux marchés.

Le renforcement du soutien à la réforme du secteur de l'EMAPE doit passer par un changement des perceptions à l'égard des mineurs artisanaux et à petite échelle, en particulier au niveau national et au sein du secteur financier. Cette stratégie de communication mondiale de planetGOLD est conçue pour y contribuer en recadrant le débat autour des avantages sociaux, environnementaux et économiques du soutien aux mineurs, et en incitant les médias à couvrir le secteur sous un angle davantage axé sur les solutions.

Au fur et à mesure que le travail de planetGOLD se déploie, le programme recueillera également les enseignements tirés et les meilleures pratiques, et développera de nouvelles connaissances sur la manière dont les solutions visant à soutenir les mineurs artisanaux et à petite échelle peuvent être mises à l'échelle. Cette stratégie vise à contribuer à la réalisation des objectifs du volet « gestion des connaissances et sensibilisation » du programme : aider les pays participant au projet et la communauté EMAPE au sens large à accéder et à appliquer de plus en plus les connaissances pour approfondir la réduction du

mercure ; et améliorer la compréhension du secteur EMAPE par les gouvernements, le secteur privé, les communautés minières et le grand public.

Une communication efficace sera essentielle pour planetGOLD tout au long du cycle de vie du programme, car celui-ci cherche à rallier un large éventail de parties prenantes et de publics autour du soutien aux mineurs artisanaux et à petite échelle, et s'efforce d'éclairer les efforts de formalisation de l'EMAPE à l'échelle mondiale.

Lien avec les stratégies des autres projets pays

Cette stratégie de communication détaille l'approche et les tactiques de communication à adopter au cours des prochaines années pour favoriser et renforcer le soutien, tout en faisant évoluer les perceptions et en mobilisant les groupes clés essentiels à la réussite du programme. La stratégie fournit des orientations visant à garantir la cohérence des messages et l'alignement de l'image de marque de planetGOLD dans toutes les communications du programme.

Toutefois, les activités spécifiques détaillées dans cette stratégie se concentrent sur ce qui sera mis en œuvre au niveau mondial du programme, en reconnaissant que chaque projet pilote élaborera ses propres plans de communication *complémentaires* au niveau national, avec des publics, des plateformes et des tactiques de sensibilisation distincts. La responsabilité de la gestion des activités décrites dans ce document stratégique incombe au projet mondial.

2. Approche stratégique

Cette stratégie vise en fin de compte à aider les projets nationaux de planetGOLD et la communauté plus large de l'EMAPE à accéder et à appliquer de plus en plus les connaissances afin d'approfondir la réduction du mercure ; et à améliorer la compréhension du secteur de l'EMAPE par les gouvernements, le secteur privé, les communautés minières et le grand public.

Pour y parvenir, il faudra faire évoluer les perceptions concernant l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or, en particulier aux niveaux national et mondial. Cette stratégie contribuera à cet objectif en recadrant le débat autour des avantages sociaux, environnementaux et économiques liés au soutien apporté aux mineurs artisanaux et à petite échelle, et en mobilisant systématiquement les médias pour qu'ils traitent ces questions sous un angle axé sur les solutions. Parallèlement, elle proposera et diffusera de manière proactive des reportages, des éditoriaux et des articles de blog dans les médias et sur les plateformes utilisées par les gouvernements, le secteur financier et l'industrie mondiale de l'or. Au fur et à mesure du déroulement du programme, des partenariats de marque et des campagnes conjointes viendront également soutenir ce changement de perception.

Les thèmes prioritaires pour les communications et les produits de connaissance comprendront les innovations en matière de formalisation, telles que les approches juridictionnelles ou paysagères de la formalisation, l'accès aux marchés et le transfert de technologies. Les enseignements tirés et la documentation des efforts nationaux, ainsi que

d'autres thèmes liés à l'EMAPE à prendre en considération, incluent la biodiversité, l'aménagement du territoire, la santé et la sécurité au travail, la production d'or sans mercure et la diligence raisonnable dans les chaînes d'approvisionnement en or.

Cette stratégie visera également à promouvoir de manière proactive les enseignements tirés par le programme et les connaissances qu'il génère afin de maximiser leur adoption par les publics clés, notamment la communauté du développement et le secteur privé, en particulier ceux qui travaillent dans l'EMAPE. Enfin, cette stratégie consolidera et renforcera le soutien des parties prenantes et des bailleurs de fonds en communiquant régulièrement les mises à jour, les étapes clés et les impacts. Une approche narrative fortement axée sur la production de contenus audiovisuels rendra les supports de communication produits dans le cadre de cette stratégie attrayants et percutants, et permettra au programme de toucher un public plus large.

Le succès final de cette stratégie et la capacité du programme à communiquer efficacement reposeront sur les bases solides établies lors de la première phase du programme planetGOLD de l' (GEF ID : 9602). Cette stratégie de communication s'appuie sur ces efforts antérieurs, qui ont consisté à mettre en place les outils de gestion nécessaires pour obtenir des résultats en matière de communication, ainsi qu'à établir des outils clés tels qu'une boîte à outils de communication de base et à développer une image de marque et un récit de programme unifiés. Ces outils clés sont disponibles sur la page web interne [« Home Base »](#) du programme, destinée aux participants.

Les objectifs de cette stratégie sont les suivants :

- **Influencer les perceptions positives du public** - Mobiliser les médias et les marques pour favoriser un changement positif des perceptions dans les pays du programme et parmi les citoyens concernés sur les marchés occidentaux.
- **Changer les perceptions du secteur financier** – Communiquer efficacement et de manière de plus en plus large au sein du secteur financier aux niveaux mondial et national afin de favoriser un changement positif des perceptions concernant l'investissement dans l'EMAPE.
- **Favoriser une large diffusion des connaissances** – Sensibiliser largement les parties prenantes, les professionnels du développement et les acteurs de l'EMAPE aux solutions explorées par planetGOLD et favoriser leur adoption.

3. Stratégie de communication : Cadrer le discours du programme autour de l'« opportunité »

Le programme planetGOLD vise à sensibiliser ses publics clés au **potentiel de développement** du secteur de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or. C'est pourquoi cette stratégie articule le discours externe du programme autour de l'« opportunité » de développement qui existe, plutôt que de commencer par évoquer les problèmes auxquels sont confrontés les mineurs.

L'idée est d'impliquer immédiatement les publics en leur montrant ce qui peut être accompli grâce à leur soutien. Ce cadrage autour de l'« opportunité » ne vise pas à sensibiliser les publics à l'utilisation du mercure dans l'EMAPE, mais plutôt à les sensibiliser à l'« opportunité » de réduire cette utilisation. Il s'agit là d'une distinction importante. Cette approche permet immédiatement aux publics d'entrevoir une voie à suivre, en évitant de créer involontairement un sentiment plus négatif à l'égard de l'EMAPE à mesure que les gens prennent conscience de l'utilisation du mercure dans l'exploitation minière artisanale et à petite échelle.

Comme planetGOLD s'adresse à des publics très divers, deux récits de programme liés sont utilisés parallèlement à des messages clés et des appels à l'action destinés à des groupes spécifiques. Il y aura un récit de programme global qui présente le soutien aux mineurs artisanaux et à petite échelle comme une opportunité de développement durable, ainsi qu'un récit de programme spécifique ciblant le secteur financier, qui en expose les arguments commerciaux.

Récit global du programme

Prôner une exploitation minière responsable et sans mercure comme solution de développement durable

Argumentaire d'opportunité :

Un approvisionnement mondial en or propre ne peut être assuré que si les communautés d'extraction minière artisanale et à petite échelle font partie de la solution. Au-delà des avantages environnementaux, la transformation du secteur de l'extraction minière artisanale a le potentiel d'injecter de nouveaux capitaux dans les économies locales et d'améliorer la vie de plus de 100 millions de personnes dont les moyens de subsistance dépendent directement ou indirectement de cette industrie.

Problème et solution :

Les mineurs artisanaux et à petite échelle sont responsables de la production d'environ 20 % de l'or mondial chaque année. En raison d'opportunités économiques limitées ou d'un manque de sensibilisation aux dangers, bon nombre de ces exploitations minières artisanales et à petite échelle utilisent du mercure toxique pour extraire leur or. Cette méthode d'extraction minière artisanale et à petite échelle vieille de 3 000 ans entraîne de graves conséquences pour l'environnement et la santé. Il existe toutefois une opportunité d'améliorer simultanément les pratiques minières de ces mineurs artisanaux et à petite échelle, en augmentant durablement leur productivité tout en améliorant la chaîne d'approvisionnement en or et en éliminant la plus grande source mondiale de pollution au mercure.

Comment présenter les activités du programme :

Le programme planetGOLD travaille en partenariat avec les gouvernements, le secteur privé et les communautés d'EMAPE (exploitation minière artisanale et à petite échelle de l'or) du monde entier afin d'améliorer considérablement les pratiques de production et l'environnement de travail des mineurs artisanaux et à petite échelle. En s'efforçant de combler le déficit de financement, en soutenant la formalisation et en mettant les communautés minières en relation avec des technologies sans mercure et les marchés formels, le programme montre la voie vers des pratiques d'extraction minière artisanale et à petite échelle sûres et rentables qui profitent à tous, de la mine au marché.

Analyse spécifique du secteur financier

Mettre en avant l'opportunité d'avoir un impact, d'atténuer les risques et d'assurer un retour sur investissement à long terme

Étant donné que l'engagement du secteur financier aux niveaux international et national est essentiel à la réussite du programme, cette stratégie définit également un discours spécifique qui permettrait au programme de s'adresser d'une seule voix à ce secteur en particulier :

Présentation des opportunités :

¹Il existe une opportunité pour les investisseurs de tirer parti de l'amélioration des pratiques de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or, qui génèrent actuellement un chiffre d'affaires cumulé de 38 à 46 milliards de dollars par an. Ce faisant, les investisseurs s'aligneraient sur les Objectifs de développement durable des Nations unies, contribuant ainsi à réduire la pauvreté et la dégradation de l'environnement dans les économies rurales, tout en améliorant la santé humaine et en favorisant des emplois décents.

Problème et solution :

L'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or représente environ 20 % de la production mondiale d'or chaque année. En raison d'opportunités économiques limitées ou d'un manque de sensibilisation aux dangers, bon nombre de ces exploitations minières artisanales et à petite échelle utilisent du mercure toxique pour extraire leur or. Cette méthode d'extraction de l'or vieille de 3 000 ans entraîne de graves conséquences pour l'environnement et la santé.

Grâce à un meilleur accès aux machines modernes et à la formation, les 10 à 20 millions de mineurs à petite échelle qui, selon les estimations, opèrent à travers le monde pourraient augmenter leur productivité de manière durable tout en améliorant la chaîne d'approvisionnement en or et en réduisant la plus grande source mondiale de pollution au mercure. La transformation du secteur de l'exploitation aurifère artisanale pourrait injecter de nouveaux capitaux dans les économies locales et améliorer la vie de plus de 100 millions de personnes, dont les moyens de subsistance dépendent directement ou indirectement de cette industrie. À cette échelle, le retour sur investissement potentiel est clairement énorme, sans parler des avantages sociaux et environnementaux associés.

¹ Sur la base du cours de clôture moyen de l'or en 2024, en supposant une production de 500 à 600 tonnes par an

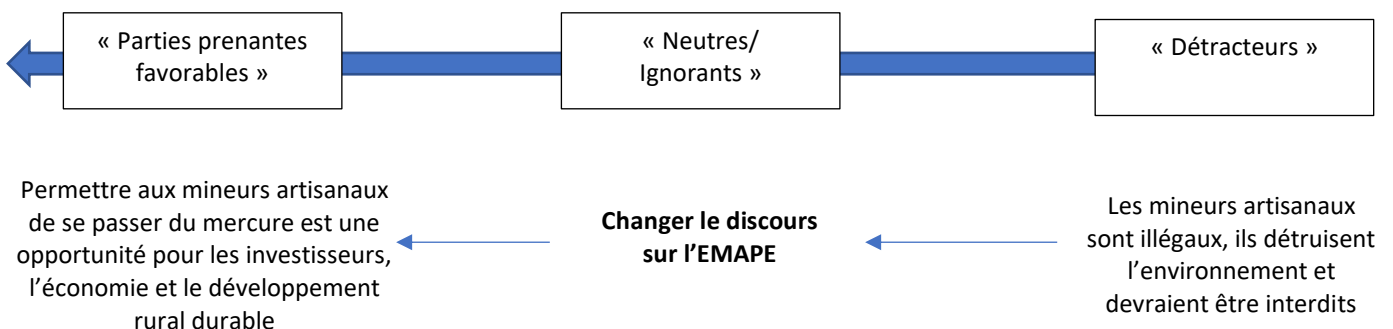
Comment présenter les activités du programme :

Le programme planetGOLD œuvre à l'échelle mondiale en partenariat avec les gouvernements, le secteur privé et les communautés minières afin de réduire les obstacles au financement transformateur. Nous appelons la communauté des investisseurs à se joindre à nous pour co-crée des solutions de financement viables qui atténuent les risques environnementaux et sociaux dans la chaîne d'approvisionnement de l'or. Ensemble, nous pouvons garantir un avenir responsable et rentable à l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or, un avenir qui profite aux populations et à la planète.

4. Publics cibles et messages

Les niveaux de sensibilisation et les sentiments concernant l'EMAPE sont variés et complexes, en fonction des publics cibles et de leur exposition aux enjeux en question. Conformément à la vision de communication plus large du programme visant à « changer le discours » autour de l'EMAPE, une communication ciblée pour chaque groupe d'audience et une analyse de leur perception actuelle sont nécessaires. Parvenir à une bonne compréhension de tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement n'est pas une mince affaire. L'éventail des acteurs est très diversifié : des communautés minières aux acheteurs, en passant par les affineurs, les fabricants, les détaillants, les consommateurs, les institutions financières et les régulateurs. Chacun aura des besoins, des intérêts et des préférences spécifiques.

Les différentes parties prenantes, ou publics potentiels, peuvent être considérées comme formant un continuum, avec d'un côté les « parties prenantes favorables » et de l'autre les « détracteurs ». Au milieu se trouvent les parties prenantes qui sont simplement « non sensibilisées » et/ou neutres vis-à-vis du débat sur l'EMAPE et du discours sur les opportunités, et qui, avec une meilleure connaissance de ces opportunités, pourraient être amenées à rejoindre le « camp des favorables ».



Les parties prenantes favorables

Certaines parties prenantes connaissent très bien le potentiel de développement et la nécessité de soutenir les EMAPE en leur facilitant l'accès au financement, à la technologie, à des marchés durables et à un processus de formalisation solide. Ces acteurs peuvent être qualifiés de « parties prenantes favorables », dont le soutien doit être maintenu et mis à profit.

Les opposants

D'autres parties prenantes ne sont peut-être pas aussi familiarisées avec l'opportunité globale qu'un secteur d'EMAPE formalisé et sans mercure pourrait offrir. À l'extrême, ces parties prenantes peuvent être qualifiées de « contestataires » du discours proactif qui promeut la nécessité d'inclure et de soutenir les mineurs artisanaux dans leur transition vers des pratiques responsables sans utilisation de mercure. Les parties prenantes qui remettent en cause le discours sur les « opportunités » liées à l'EMAPE considèrent très probablement les mineurs artisanaux comme illégaux et indignes de soutien. Ces parties prenantes ne reconnaissent pas qu'avec un accès adéquat au financement, à la formation et à la technologie, les mineurs de l'EMAPE peuvent faire partie de la solution pour éliminer le mercure, tout en soutenant les moyens de subsistance et le développement économique rural.

Parties prenantes neutres/non sensibilisées

Les différentes parties prenantes, ou publics potentiels, peuvent être considérées comme se situant sur un continuum, avec d'un côté les « parties prenantes favorables » et de l'autre les « détracteurs ». Au milieu se trouvent les parties prenantes qui sont simplement « non sensibilisées » et/ou neutres vis-à-vis du débat sur l'EMAPE et du discours sur les opportunités, et qui, avec une meilleure connaissance de ces opportunités, pourraient basculer du côté des « favorables ».

Aperçu des principaux publics cibles et des messages clés

Une approche unique ne sera pas envisageable pour les communications de planetGOLD ; les messages devront être adaptés aux différents publics. Par exemple, le niveau de détail et les données nécessaires pour convaincre un public d'investisseurs seront bien trop complexes et hors de propos pour le citoyen concerné. Et, inversement, un public d'investisseurs se désintéressera rapidement si on lui présente des communications qui ne constituent pas un argumentaire commercial convaincant.

De même, cette stratégie reconnaît que chaque projet dérivé élaborera ses propres plans de communication complémentaires au niveau national, avec des publics et des messages distincts en fonction de leur contexte local, des différences culturelles et des messages pouvant déjà être utilisés par des programmes parallèles d'EMAPE dans la région. Le tableau ci-dessous prend en compte les groupes au niveau national ; toutefois, ces informations devront être affinées et vérifiées par chaque projet dérivé à mesure que ces équipes de projet nationales élaboreront leurs propres plans de communication.

Les trois groupes de parties prenantes susmentionnés seront impliqués dans la stratégie de communication du programme. Afin de faire évoluer le discours parmi les groupes de

parties prenantes sceptiques et non sensibilisées, tant au niveau mondial que national, il est essentiel de fournir des supports concrets permettant à ces publics de s'impliquer. Le segment des parties prenantes favorables recevra des communications leur apportant des connaissances susceptibles de faciliter la mise en œuvre des activités liées à la formalisation de l'EMAPE et leur donnant les moyens de faire évoluer le débat lorsqu'elles communiquent avec des parties prenantes neutres ou opposées. Des messages clés d' , adaptés à chaque groupe cible et diffusés via des canaux et des outils de communication désignés, contribueront à faire évoluer les perceptions, à modifier les sentiments négatifs à l'égard de l'EMAPE au fil du temps et à responsabiliser les parties prenantes impliquées dans le processus de formalisation.

Tableau 1 : Publics cibles et messages clés

Groupes cibles	Objectif	Message clé	Appels à l'action	Principaux canaux
Parties prenantes favorables au niveau mondial : il est important de maintenir leur engagement et leur soutien				
Parties prenantes du programme – membres du Partenariat mondial sur le mercure du PNUE, du Groupe consultatif du programme et des personnes clés au sein des agences d'exécution qui facilitent le partage des connaissances et la communication	Ce groupe est « favorable » et il sera important de communiquer régulièrement avec ses membres afin de maintenir leur engagement et leur soutien envers le travail de planetGOLD.	Ensemble, nous pouvons aider les mineurs artisanaux et à petite échelle à abandonner le mercure, à accéder aux marchés et à améliorer l'environnement et leurs conditions de vie en créant un environnement propice à la formalisation grâce à des innovations telles que JA/LA.	Inscrivez-vous à la newsletter de planetGOLD, ajoutez le site web à vos favoris, suivez-nous sur les réseaux sociaux et partagez nos kits de contenu prêts à l'emploi, nos actualités et nos connaissances avec votre réseau. Contactez-nous pour savoir comment vous pouvez contribuer à promouvoir la mission de planetGOLD lors des événements organisés par votre organisation.	Rapport annuel, site web, kits de contenu pour les réseaux sociaux, newsletter, LinkedIn, YouTube, produits de connaissance, réunions de projet régulières, appels et événements externes pertinents.
Communauté mondiale travaillant sur l'EMAPE / communauté mondiale du développement	Ce groupe est « solidaire », et il sera important de communiquer régulièrement avec ses membres afin de maintenir leur engagement et leur soutien envers le travail de planetGOLD. Il	Nous œuvrons à l'amélioration des conditions de vie des mineurs artisanaux et à petite échelle ainsi que de l'environnement en les intégrant dans l'économie formelle grâce à des innovations en matière de formalisation telles que JA/LA. Cela implique de collaborer avec les mineurs,	Rejoignez-nous. Visitez notre site web. Consultez notre base de connaissances en ligne. Lisez nos témoignages. Regardez nos vidéos. Suivez-nous sur LinkedIn et inscrivez-vous à	Rapport annuel, LinkedIn, conférences et événements, blogs, produits de connaissance, site web, newsletter et événements externes pertinents.

	s'agit également de les sensibiliser aux ressources et aux connaissances produites afin que leur travail en soit enrichi.	les gouvernements, le secteur financier et la chaîne d'approvisionnement pour tester des solutions, et de compiler les progrès et les enseignements tirés de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or afin de déployer à grande échelle les solutions qui fonctionnent.	notre liste de diffusion pour recevoir des mises à jour régulières et des liens vers nos derniers articles, recherches et rapports. Contactez-nous pour savoir comment nous pouvons établir un partenariat ou coopérer, et ce que planetGOLD peut apporter aux priorités de votre organisation. Si vous souhaitez faire l'objet d'un portrait ou contribuer à notre centre de connaissances en ligne, contactez-nous.	
--	---	--	---	--

Neutres ou opposants au niveau mondial : ces groupes doivent changer leur perception pour voir l'opportunité et soutenir les actions en faveur des mineurs artisanaux et à petite échelle

Investisseurs à impact social	Ce groupe est actuellement largement « neutre » et potentiellement « critique », car il perçoit des risques à investir dans le secteur de l'EMAPE. L'objectif serait de le sensibiliser aux avantages et aux opportunités liés au soutien du secteur de l'EMAPE.	L'exploitation aurifère artisanale est une activité économique essentielle pour les communautés minières rurales du monde entier, assurant la subsistance d'environ 100 millions de personnes, directement ou indirectement. L'EMAPE a donc le potentiel de devenir un moteur légitime du développement durable. Investir dans les machines et la formation adéquates peut permettre d'éradiquer l'utilisation du mercure dans toute une communauté minière, tout en stimulant la productivité et en fournissant un modèle d'investissement à grande échelle. planetGOLD recherche des investisseurs innovants pour co-créditer des solutions révolutionnaires dans le secteur de l'exploitation aurifère artisanale. Ce faisant, les investisseurs s'aligneraient sur les objectifs de développement durable des Nations Unies, contribuant	Découvrez comment vous pouvez vous impliquer et restez en contact sur LinkedIn. Découvrez certaines des communautés minières avec lesquelles vous pourriez vous associer sur notre site web interactif et dans nos reportages vidéo.	Produits d'information destinés au secteur financier, kit de communication pour le secteur financier, LinkedIn, site web, médias financiers (tels que Bloomberg et le FT), événements et conférences sur l'investissement à impact social, profils vidéo et web de mineurs prêts à recevoir des investissements, tribunes libres rédigées par des pairs, et présentations lors d'événements externes pertinents.
--------------------------------------	--	--	--	--

		ainsi à réduire la pauvreté et la dégradation de l'environnement dans les économies rurales.		
Investisseurs et banques du secteur minier	Ce groupe est actuellement en grande partie « neutre » et « sceptique », car il perçoit des risques à investir dans le secteur de l'EMAPE. L'objectif serait de le sensibiliser aux avantages et aux opportunités liés au soutien du secteur de l'EMAPE.	<p>Il existe une opportunité pour les investisseurs de tirer parti de l'amélioration des pratiques minières artisanales et à petite échelle. Ce faisant, les investisseurs s'aligneraient sur les objectifs de développement durable des Nations unies, contribuant ainsi à réduire la pauvreté et la dégradation de l'environnement dans les économies rurales.</p> <p>Investir dans les mineurs artisanaux et à petite échelle pour améliorer leurs pratiques et éliminer l'utilisation du mercure toxique est la bonne chose à faire. À long terme, cela contribuera à « assainir » le secteur de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or et à améliorer la perception générale de l'industrie minière.</p>	<p>Découvrez comment vous pouvez vous impliquer et restez en contact sur LinkedIn.</p> <p>Découvrez certaines des communautés minières avec lesquelles vous pourriez vous associer sur notre site web interactif et dans nos reportages vidéo.</p> <p>Consultez les études de cas que nous avons rassemblées et qui illustrent les résultats des partenariats financiers et d'investissement conclus par le passé avec des communautés minières.</p>	<p>LinkedIn, publications sur l'exploitation minière et le secteur, événements et conférences en présentiel, supports d'information destinés aux investisseurs, kit de communication pour le secteur financier, tribunes libres rédigées par des pairs et présentations lors d'événements externes pertinents.</p>
Marques mondiales qui achètent de l'or	Ce groupe est actuellement largement « neutre » et potentiellement « critique », car il perçoit des risques à investir dans le secteur de l'EMAPE. L'objectif serait de le sensibiliser aux avantages et aux opportunités liés au soutien du secteur de l'EMAPE.	<p>Les marques ont l'opportunité de se démarquer sur le plan éthique en tant qu'acheteurs et fournisseurs de produits socialement responsables.</p> <p>Alors que la prise de conscience et les préoccupations environnementales mondiales grandissent chez les consommateurs, en soutenant planetGOLD, les communautés minières avec lesquelles nous travaillons (et d'autres communautés EMAPE), les marques peuvent démontrer à leurs clients leur engagement en faveur d'un approvisionnement respectueux de l'environnement et</p>	<p>Découvrez comment vous pouvez vous impliquer et restez en contact sur LinkedIn.</p> <p>Découvrez certaines des communautés minières avec lesquelles vous pourriez vous associer sur notre site web interactif et dans nos reportages vidéo.</p>	<p>Salons de la joaillerie et événements du secteur, newsletter par e-mail, magazines spécialisés, engagement direct auprès des responsables mondiaux du développement durable des grandes marques, LinkedIn, tribunes libres rédigées par des pairs et présentations lors d'événements externes pertinents.</p>

		<p>socialement responsable. Elles s'aligneront également sur les Objectifs de développement durable des Nations unies, se positionnant comme une force de changement tout en contribuant à la création d'une chaîne d'approvisionnement mondiale en or plus propre et plus responsable.</p>		
<p>Médias internationaux (par exemple : CNN, BBC, Aljazeera, El País, Time, The Economist, NYT, etc.)</p>	<p>Ce groupe est actuellement composé en grande partie de « challengers ». Ils se montreront sceptiques face aux « success stories » et aux actualités sur l'impact. Il serait important de reconnaître les défis et de les aider à rendre compte des solutions potentielles et de la manière dont le secteur opère la transition avec l'aide de planetGOLD.</p>	<p>Alors que la demande mondiale d'or augmente, environ 100 millions de personnes dans le monde dépendent de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or comme seule source de revenus ou de subsistance. Il existe des solutions prometteuses pour éliminer l'utilisation du mercure et améliorer les résultats sociaux et environnementaux dans l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or, qui produit environ 20 % de l'or mondial. Le manque de moyens financiers, de mécanismes juridiques et de formation empêche souvent ces solutions d'être accessibles à ces mineurs, mais le programme planetGOLD s'efforce de changer cela.</p> <p>Les mineurs doivent être soutenus dans la transition vers une chaîne d'approvisionnement EMAPE plus responsable. Une exploitation aurifère artisanale et à petite échelle gérée de manière responsable permettra de protéger les zones sensibles en matière d'écosystèmes et de biodiversité tout en offrant des opportunités de développement des moyens de subsistance.</p> <p>Alors que la prise de conscience et les préoccupations</p>	<p>Inscrivez-vous à notre liste de diffusion pour en savoir plus et recevoir des informations et des actualités exclusives sous embargo.</p> <p>Entrez directement en contact avec nos experts qui travaillent sur des solutions dans le secteur de l'EMAPE, ainsi qu'avec les communautés minières elles-mêmes, pour en savoir plus.</p> <p>Rencontrez certaines des communautés minières avec lesquelles nous travaillons et qui sont en pleine transition.</p>	<p>Propositions d'articles, atelier et réseau de journalisme de solutions, tribunes libres, interviews d'experts, événements et conférences internationaux, annonces majeures et étapes clés, réseaux sociaux des partenaires, site web planetGOLD, reportages vidéo, campagnes avec des partenaires.</p>

		<p>environnementales mondiales s'intensifient, c'est l'occasion pour tous, des consommateurs aux bijoutiers en passant par les bailleurs de fonds, de soutenir un marché de l'or plus durable et équitable — un marché qui profite directement à la fois à l'environnement mondial et aux communautés des pays en développement qui dépendent de l'exploitation aurifère pour leur subsistance.</p> <p>Le programme planetGOLD collabore avec les gouvernements, le secteur privé et les mineurs artisanaux et à petite échelle eux-mêmes pour tester des solutions qui permettront d'éliminer ou d'empêcher le rejet de 517 tonnes de mercure dans l'environnement.</p>		
Citoyens concernés	<p>Selon leur niveau de sensibilisation aux avantages du soutien aux mineurs artisanaux et à petite échelle, ce groupe est susceptible de couvrir tout le spectre, allant des partisans aux détracteurs. Ceux qui sont neutres pourraient basculer d'un côté ou de l'autre.</p>	<p>Des millions de personnes dans le monde dépendent du secteur de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or comme seule source de revenus. Il existe une opportunité de créer un marché de l'or plus durable et équitable, qui profite directement à la fois à l'environnement mondial et aux communautés des pays en développement qui dépendent de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or pour leur subsistance. Afin d'éliminer l'utilisation du mercure dans l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or et de résoudre d'autres défis environnementaux et sociaux, les mineurs doivent être soutenus dans cette transition, avec un meilleur accès au financement, à la formation et aux marchés internationaux.</p>	<p>Découvrez notre travail et recherchez les marques qui proposent de l'or extrait sans mercure.</p> <p>Rencontrez certaines des communautés minières avec lesquelles nous travaillons et qui sont en pleine transition. Suivez-nous et suivez la conversation #planetGOLD / #MakeMercuryHistory sur les réseaux sociaux. Visitez notre site web. Lisez nos témoignages. Regardez nos vidéos. Inscrivez-vous pour recevoir nos mises à jour par e-mail.</p>	<p>Médias, site web, reportages vidéo, réseaux sociaux (les nôtres et ceux de nos agences partenaires), campagne de relations publiques avec un partenaire.</p>

GROUPES AU NIVEAU NATIONAL : Chaque pays ayant un contexte spécifique, les messages ci-dessous sont conçus à titre indicatif et doivent être adaptés aux réalités nationales spécifiques. Cette stratégie recommande que chaque équipe nationale identifie ses publics clés et mène des recherches pour comprendre leurs perceptions et les hiérarchiser en fonction des stratégies de communication et des campagnes qu'elle élaborera.

<p>Institutions gouvernementales nationales</p>	<p>Ce groupe couvrira tout le spectre des parties prenantes, des opposants aux partisans, en fonction de l'institution, de sa relation avec le secteur de l'EMAPE et de la perception actuelle de l'EMAPE dans le pays. En présence d'opposants, le message doit mettre l'accent sur les opportunités considérables offertes par l'adoption des innovations JA/LA en matière de formalisation, car celles-ci visent des solutions gagnant-gagnant pour de multiples parties prenantes.</p>	<p>planetGOLD travaille avec les parties prenantes locales pour mettre en œuvre des innovations en matière de formalisation, telles que JA/LA, qui créeront des scénarios gagnant-gagnant à long terme pour le développement rural, l'environnement et les communautés minières.</p>	<p>Pour en savoir plus sur la manière dont vous pouvez vous impliquer, contactez le coordinateur de projet national.</p>	<p>Invitations à des événements, groupes de travail et comités.</p>
<p>Le secteur financier (en particulier le secteur bancaire)</p>	<p>Ce groupe est actuellement « réticent », car il perçoit des risques à investir dans le secteur de l'EMAPE. L'objectif serait de le sensibiliser aux avantages et aux opportunités liés au soutien du secteur de l'EMAPE. Les messages destinés à ce groupe porteront également sur la manière dont le projet collabore avec le gouvernement pour créer un environnement propice à la formalisation.</p>	<p>planetGOLD s'efforce de développer une série de modèles visant à améliorer la formalisation et l'accès au financement pour les mineurs artisanaux. Nous recherchons des partenaires dans le secteur bancaire qui souhaitent s'engager sur un nouveau marché et avoir un impact positif.</p> <p>Le contexte et les mentalités évoluent à l'égard de l'EMAPE, et participer à ce projet est l'occasion d'être parmi les premiers à s'engager.</p>	<p>Découvrez comment vous pouvez vous impliquer. Contactez directement notre coordinateur financier.</p>	<p>Forums nationaux destinés aux investisseurs, médias économiques nationaux, supports destinés aux investisseurs (tels que des guides sur l'investissement socialement responsable et des boîtes à outils ESG), tribunes libres rédigées par des pairs.</p>

Secteur minier formel	<p>Ce groupe est actuellement composé de « challengers », car il perçoit des risques à investir dans le secteur de l'EMAPE . L'objectif serait de les sensibiliser aux avantages et aux opportunités liés au soutien du secteur de l'EMAPE.</p>	<p>Soutenir les mineurs artisanaux et à petite échelle pour qu'ils améliorent leurs pratiques et réduisent l'utilisation toxique du mercure est la bonne chose à faire. À long terme, cela contribuera à « assainir » le secteur de l'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or et à améliorer la perception générale de l'industrie minière.</p>	<p>Découvrez comment vous pouvez vous impliquer.</p> <p>Discutez directement avec notre coordinateur financier.</p>	<p>Publications locales du secteur, événements professionnels, collaboration avec les chambres des mines, engagement direct auprès des responsables RSE des entreprises, LinkedIn, tribunes libres rédigées par des pairs.</p>
Les mineurs et leurs communautés	<p>Ce groupe couvre probablement tout le spectre, certains étant désireux de travailler avec planetGOLD, d'autres restant neutres ou considérant que changer leurs pratiques représente un risque, et pouvant donc potentiellement remettre en cause cette idée.</p>	<p>Le programme planetGOLD travaille avec les mineurs et les communautés locales pour introduire de nouvelles technologies et opportunités de financement qui vous aideront à moderniser vos pratiques minières actuelles et à améliorer votre productivité. L'exposition au mercure entraîne de graves conséquences sur la santé des mineurs et des communautés environnantes qui dépendent de l'eau douce et d'un sol propre pour prospérer. En investissant dans des pratiques minières plus sûres et plus efficaces, vous accéderez à de nouveaux marchés sans mercure et augmenterez vos bénéfices.</p>	<p>Découvrez comment vous pouvez en bénéficier.</p>	<p>Émissions de radio, forums communautaires, événements et réunions, télévision, témoignages d'autres mineurs.</p>
Acteurs de la chaîne d'approvisionnement	<p>Ce groupe comprend divers acteurs (négociants en or, négociants en mercure, transformateurs, etc.) qui auront chacun des positions différentes selon leur contexte. Il est important de communiquer les avantages d'une exploitation minière responsable à ces parties prenantes pour parvenir au changement systémique que le projet vise à réaliser.</p>	<p>Le programme planetGOLD travaille avec les mineurs et les communautés locales pour introduire de nouvelles technologies et opportunités de financement qui contribueront à rendre l'exploitation aurifère plus sûre et plus rentable.</p>	<p>Découvrez comment vous et les mineurs avec lesquels vous travaillez pouvez en bénéficier.</p>	<p>Émissions de radio, forums communautaires, événements et réunions, télévision, témoignages d'autres mineurs.</p>

<p>Citoyens concernés, grand public</p>	<p>Ce groupe varie en fonction du contexte national.</p>	<p>Chaque mineur a une histoire. Le programme planetGOLD travaille en étroite collaboration avec les communautés minières pour améliorer leur accès au financement, aux technologies et aux marchés internationaux, en les intégrant dans l'économie formelle, ce qui permettra d'éliminer le mercure de la chaîne d'approvisionnement, de leur offrir un meilleur prix et de réduire la pauvreté. Les mineurs ont besoin d'être soutenus dans ce processus. Votre soutien à ces communautés et à une production d'or plus responsable contribuera à transformer la vie de milliers de personnes dans ce pays.</p>	<p>Faites appel à votre gouvernement local et partagez ces histoires avec lui ainsi que sur les réseaux sociaux.</p> <p>Recherchez des produits en or sans mercure provenant de votre pays.</p>	<p>Médias nationaux, campagnes à l'échelle nationale, site web, reportages vidéo, partenariats avec des marques.</p>
<p>Médias nationaux</p>	<p>Ce groupe est actuellement composé en grande partie de « sceptiques ». Les journalistes professionnels travaillant pour des médias indépendants se montreront sceptiques face aux « réussites » et aux actualités ayant un impact. Il serait important de reconnaître les défis et de les aider à rendre compte des solutions potentielles et de la manière dont le secteur opère la transition avec l'aide de planetGOLD.</p>	<p>L'extraction minière artisanale et à petite échelle de l'or constitue un moyen de subsistance essentiel pour certaines des personnes les plus vulnérables de ce pays, qui n'ont que peu ou pas d'alternatives. Bien que le secteur soit associé à des problèmes importants, en mettant en avant des solutions prometteuses aux défis environnementaux et sociaux de l'EMAPE, vous pouvez encourager vos concitoyens, les investisseurs et le gouvernement à se mobiliser en faveur des mineurs d'or artisanaux et à petite échelle, contribuant ainsi à inspirer une transition vers des pratiques d'extraction minière respectueuses de l'environnement et socialement responsables, bénéfiques pour les personnes et la planète.</p>	<p>Inscrivez-vous à notre liste de diffusion mondiale pour en savoir plus et recevoir des actualités et des mises à jour exclusives destinées aux membres des médias.</p> <p>Entrez directement en contact avec nos experts qui travaillent sur des solutions dans le secteur de l'EMAPE au niveau local.</p> <p>Rencontrez certaines des communautés minières avec lesquelles nous travaillons et qui sont en pleine transition.</p>	<p>Propositions d'articles, interviews d'experts, événements et conférences locaux, réseaux sociaux nationaux, liste de diffusion pour les médias, tribunes libres, atelier de journalisme de solutions dans le pays ou la région, opportunités de reportage sur le terrain/formation aux médias, conférences de presse, événements de réseautage médiatique.</p>

5. Stratégie de communication avec les médias

Les médias constitueront un canal important pour atteindre et influencer la quasi-totalité des publics ciblés par cette stratégie. Les médias seront sollicités de manière proactive tant au niveau national qu'international, en mettant l'accent sur les types de médias qui influencent les publics clés, en particulier le secteur financier. Les médias seront également sollicités de plusieurs manières, à savoir : 1) des sujets dignes d'intérêt seront identifiés et proposés aux médias ciblés ; 2) des interviews d'experts seront proposées, ou des éditoriaux ou des articles de blog rédigés par des représentants du secteur financier ou d'un autre partenaire seront publiés ; et 3) les journalistes seront invités à approfondir leur compréhension du secteur de l'EMAPE et encouragés à examiner les solutions proposées dans le cadre d'un atelier spécial organisé par planetGOLD. Bien qu'une première cartographie des médias ait été réalisée, des efforts supplémentaires seront nécessaires, en particulier au niveau national, pour identifier les médias, les publications, les émissions et les journalistes à mobiliser afin de faire évoluer le débat au niveau national ainsi qu'au sein du secteur financier et de l'industrie mondiale de l'or.

Entretiens avec des experts, éditoriaux et blogs

L'un des principaux atouts du programme réside dans son haut niveau d'expertise en matière d'EMAPE, associé aux ressources documentaires uniques qu'il produit. Parallèlement, le programme noue en permanence des partenariats avec des acteurs et des organisations du secteur financier et de l'industrie mondiale de l'or. Cela permet au programme de développer et de proposer régulièrement des éditoriaux perspicaces, des interviews d'experts ou des articles de blog à un nombre croissant de médias avides de contenu (en particulier les médias en ligne et les podcasts) qui s'adressent aux publics cibles que le programme cherche à atteindre. Idéalement, le programme en produirait 3 à 4 par an. Les événements clés auxquels planetGOLD vise à participer pourraient fournir des accroches médiatiques sur lesquelles s'appuyer pour présenter les propositions du programme.

Promouvoir une approche de journalisme de solutions dans les interactions avec les médias

Les médias nationaux et internationaux jouent un rôle important dans la mise en lumière des problèmes causés par l'utilisation du mercure dans l'exploitation aurifère artisanale. Malgré les efforts considérables déployés au cours des dernières décennies pour éradiquer l'utilisation du mercure, l'exploitation aurifère artisanale reste la principale source d'émissions anthropiques de mercure. Grâce à la sensibilisation menée par les médias et les organisations de la société civile, l'utilisation généralisée du mercure dans le secteur de l'EMAPE et ses effets néfastes sur la santé humaine et l'environnement, ainsi que les questions relatives aux droits de l'homme associées à l'EMAPE, sont bien connues. Pourtant, alors que l'urgence de « faire du mercure une chose du passé » devient de plus en plus évidente, le pourquoi et le comment de cette démarche ne sont pas aussi bien connus.

Afin de faire évoluer le débat sur l'EMAPE, les journalistes doivent être autonomisés et outillés pour s'engager à un niveau plus profond. Les réalités économiques sous-jacentes liées à l'utilisation du mercure doivent être reconnues et approfondies. Parallèlement, les solutions et les opportunités qui aident les mineurs artisanaux à réduire l'utilisation du

mercure dans les opérations d'extraction de l'or doivent être examinées, critiquées et promues.

Atelier réunissant des journalistes de premier plan

En collaboration avec un consultant indépendant en formation aux médias, planetGOLD s'attachera à faciliter des expériences d'apprentissage partagé entre un groupe de six à dix journalistes nationaux et internationaux sélectionnés qui participeront à un atelier de journalisme de solutions intitulé « Make Mercury History ». Le journalisme de solutions déplace l'attention des problèmes vers la couverture des réponses apportées à ces problèmes. Il s'agit d'explorer des solutions et de rechercher des preuves expliquant pourquoi ces réponses fonctionnent, mais aussi pourquoi elles ne fonctionnent pas.

Les journalistes sélectionnés, issus de publications de premier plan, auront l'occasion de débattre de l'éthique et de remettre en question les idées reçues concernant l'exploitation aurifère artisanale et l'utilisation du mercure. Les journalistes seront accompagnés pour acquérir une expertise spécifique, se familiariser davantage et développer une compréhension plus nuancée des enjeux clés de durabilité et de développement liés à l'EMAPE. Le parcours des journalistes se poursuivra sur le terrain, où ils auront l'occasion d'échanger avec des mineurs et des communautés locales qui sont en train d'abandonner le mercure.

Immergés au sein d'une communauté minière, les journalistes sélectionnés auront l'occasion d'interagir avec les parties prenantes locales, de participer à des ateliers techniques sur la durabilité et à des dialogues, de rencontrer des représentants des autorités locales et des dirigeants autochtones, et de partager leurs compétences ainsi que leur expertise avec leurs pairs. Pour valider la formation, chaque journaliste doit rédiger et publier au moins un article. Ces ateliers de formation peuvent soit réunir des journalistes internationaux parrainés provenant de régions diverses, en les invitant à assister en personne à l'atelier dans un pays du réseau planetGOLD, soit être organisés avec des journalistes d'une région spécifique, à distance ou selon un format hybride. Pour un aperçu d'un atelier organisé en 2024 aux Philippines par le projet mondial planetGOLD à l'intention de journalistes internationaux, consultez [la boîte à outils](#) post-atelier « Going Beyond the Headlines » (en anglais).

6. Stratégie en ligne

Une présence en ligne dynamique et engageante sera essentielle au succès du travail de communication de planetGOLD au cours des cinq prochaines années. Au cœur de la stratégie en ligne se trouve un site web dynamique proposant un contenu qui s'adresse au large éventail de publics du programme. Elle comprend également une stratégie sur les réseaux sociaux. Celle-ci est conçue pour concentrer les ressources humaines et financières limitées sur le développement d'une plateforme planetGOLD engageante, tout en diffusant systématiquement des « ensembles de contenus prêts à l'emploi » sur les plateformes variées et bien établies gérées par les partenaires, et en développant et diffusant des reportages thématiques deux fois par an à l'aide d'un compte Exposure. Enfin, la stratégie en ligne comprend également un volet de communication par e-mail, principalement destiné à soutenir la communication interne, mais aussi à maintenir l'engagement des parties prenantes et des partenaires du programme et à les tenir

informés des dernières ressources disponibles, des activités et des autres actualités concernant l'ensemble du programme.

Site web

Le site web de planetGOLD, www.planetgold.org, constitue la plateforme unique et centrale pour toutes les informations relatives au programme. Il contient des informations et des supports de connaissance sur les principaux volets du programme, notamment les solutions techniques, la formalisation, la sensibilisation, l'accès au financement et l'accès aux marchés formels. Le contenu détaillé consacré au secteur financier comprend des informations sur l'analyse de rentabilité liée à l'EMAPE.

Le site web héberge également l'ensemble des contenus et produits publiés par les projets nationaux de planetGOLD. Chaque projet national disposera d'une page web dédiée pour partager des informations sur le projet ainsi que des actualités, des annonces, des ressources et des publications, du [matériel de sensibilisation](#), des événements, etc. Les pages nationales sont accessibles via une carte interactive sur la page d'accueil du site web et via la page « Pays ».

Chaque projet doit désigner un responsable du site web chargé de mettre en ligne, de modifier et de gérer le contenu en ligne sur planetgold.org. Le nom de cette personne doit être communiqué au responsable de la communication mondiale à l'adresse. Ce dernier partagera des tutoriels sur l'édition web et apportera une aide au dépannage si nécessaire. Il est important de souligner une fois de plus que le site web du programme www.planetgold.org est la principale plateforme de publication pour tous les documents et actualités des projets ; les fonds des projets ne peuvent pas être utilisés pour la création d'un autre site web de projet. Toute demande de fonctionnalités supplémentaires ou d'options de publication sur le site web du programme est la bienvenue et peut être transmise au responsable mondial de la communication.

Production et diffusion de contenus audiovisuels

Le maintien d'un flux régulier et cohérent de contenu pour impliquer les publics clés et les accompagner dans ce parcours, alors que les pays testent des solutions dans le secteur de l'EMAPE, est essentiel à la force de cette stratégie. À mesure que le programme se déroule, l'histoire se déroulera également. Cette histoire commence par la présentation de l'« opportunité » que représente l'EMAPE sans mercure ; le parcours se poursuit en mettant en avant les efforts déployés sur le terrain du point de vue des mineurs, des investisseurs et de l'environnement. À mesure que les consommateurs et les marques prendront conscience de l'opportunité de soutenir une EMAPE responsable, le contenu mettra l'accent sur la nécessité d'accompagner les mineurs dans la transition vers une exploitation minière sans mercure.

Le contenu thématique recueilli auprès de chaque projet national du programme servira à produire des vidéos et des contenus interactifs très captivants, diffusés en ligne et lors d'événements. Ce contenu issu des projets locaux mettra en avant les opportunités existant dans chaque pays pour promouvoir une exploitation minière plus responsable et sans mercure, en présentant des récits sur les activités menées par le projet et, surtout, en proposant des portraits permettant au public de rencontrer des mineurs et de suivre leur histoire à travers des chapitres vidéo. La série de vidéos en plusieurs épisodes « [Dispatches from the Field](#) » (Reportages sur le terrain) de planetGOLD constitue le principal vecteur de diffusion de ces récits et reportages. Cette série s'est avérée efficace

pour mobiliser un large public, générer du trafic vers le site web du programme et accroître l'intérêt et la visibilité de ce dernier. Les contenus audiovisuels fournis par tous les projets nationaux sont également utilisés pour des événements de haut niveau, des journées internationales de sensibilisation et d'autres applications de manière continue.

Réseaux sociaux

Ces dernières années, la conception traditionnelle de l'engagement sur les réseaux sociaux est passée de « soyez présent sur autant de plateformes que possible » à « soyez là où vous devez être ». En effet, le développement et la gestion de plateformes de réseaux sociaux engageantes prennent beaucoup de temps. Cette stratégie reconnaît que chaque projet national développera sa propre approche des réseaux sociaux dans le cadre de son plan de communication national, en tenant compte de ce qui est le plus efficace pour atteindre les principaux groupes cibles du projet. Dans certains cas, cela peut impliquer la création de nouvelles pages ou de nouveaux comptes sur les réseaux sociaux pour le projet national planetGOLD. Dans de nombreux cas, le projet dérivé peut juger efficace de publier des messages concernant planetGOLD sur des comptes déjà établis par les agences d'exécution et les partenaires du projet, afin de tirer parti de leurs canaux de réseaux sociaux bien établis et variés pour toucher un public plus large.

Quelle que soit l'approche adoptée par le projet local, il est impératif de consulter les recommandations relatives aux réseaux sociaux figurant dans la [boîte à outils de communication de planetGOLD](#) concernant l'image de marque des pages de réseaux sociaux nouvellement créées ou les directives relatives à la publication sur les comptes des agences d'exécution.

Au niveau mondial, le programme dispose de comptes sur [LinkedIn](#), [Facebook](#), [X](#) (anciennement Twitter) et [Bluesky](#). Le programme dispose également d'une [chaîne YouTube](#) active et dédiée, qui est devenue l'une des plus grandes plateformes de réseaux sociaux au monde. Les projets locaux sont vivement encouragés à taguer les comptes mondiaux de planetGOLD chaque fois qu'ils partagent des mises à jour, et à partager régulièrement du contenu de publication, tel que des exemples de texte, des images et des liens, avec le responsable mondial de la communication afin qu'il soit partagé en direct depuis les comptes mondiaux de planetGOLD.

De plus, le programme dispose d'un compte *Canva* payant mis à la disposition des spécialistes de la communication des projets afin de créer du contenu graphique destiné au partage sur les réseaux sociaux. Le compte est préchargé avec les couleurs, les polices et les logos de la marque planetGOLD, ainsi que des modèles que le personnel des bureaux nationaux peut utiliser en se connectant au compte et en y insérant leur propre texte et leurs propres photos. Ils peuvent ensuite les partager sur les comptes de réseaux sociaux de leur projet et/ou sur les comptes sociaux des agences d'exécution.

Exploiter les canaux de réseaux sociaux bien établis des partenaires

Outre les canaux de réseaux sociaux gérés directement par le projet mondial planetGOLD, cette stratégie préconise également la distribution de contenus prêts à l'emploi aux services de communication des principales organisations partenaires, notamment le GEF, le PNUE, le Secrétariat de la Convention de Minamata sur le mercure et d'autres agences d'exécution, le cas échéant. Le programme planetGOLD a la possibilité de toucher un large public en maximisant sa visibilité sur les plateformes de réseaux sociaux déjà bien établies et à grande portée de ces organisations partenaires. À des moments clés de l'année, des «

ensembles de contenus prêts à l'emploi » seront préparés et proposés aux partenaires sur une plateforme de partage interne telle que Trello. Les partenaires seront encouragés à publier ces contenus.

Courriel

Les parties prenantes du programme et le nombre croissant de partenaires sont tenus informés et impliqués dans les activités et l'impact de planetGOLD grâce à des communications régulières par e-mail. Cela inclura une newsletter trimestrielle par e-mail présentant les annonces et mises à jour majeures du programme, au moins un point fort de chaque projet national (en s'appuyant sur ce que le projet a publié au cours du trimestre sur le site web, YouTube ou les réseaux sociaux), les ressources nouvelles ou notables disponibles dans le référentiel de connaissances en ligne, ainsi que les derniers événements ou autres mises à jour. Des campagnes d'e-mails seront également utilisées pour les annonces importantes, telles que le lancement d'un produit de connaissances majeur ou d'un nouveau partenariat.

Un compte MailChimp est utilisé pour gérer les communications par e-mail vers une base de données de contacts en constante expansion au niveau du programme mondial. Les parties prenantes et les partenaires sont encouragés à s'inscrire pour recevoir des mises à jour via le site web, lors d'événements et sur les réseaux sociaux. Les équipes nationales des projets pays sont encouragées à contribuer et à partager les mises à jour par e-mail via leurs réseaux, ainsi qu'à produire leurs propres communications par e-mail si cela s'avère efficace pour atteindre leurs publics clés.

7. Stratégie en matière d'événements

Les événements internationaux peuvent constituer une plateforme stratégique permettant à planetGOLD de nouer de nouveaux partenariats et d'accroître sa visibilité afin de faire avancer la mission du programme. La communication événementielle et les supports associés jouent un rôle essentiel pour garantir la diffusion cohérente des messages clés. Les événements internationaux offrent souvent l'occasion de faire une annonce digne d'intérêt ou de générer du contenu rédactionnel qui peut être relayé via les canaux numériques de planetGOLD et son réseau de partenaires. Ce sont également des occasions de sensibilisation et d'éducation, ainsi que de mettre en avant le leadership éclairé du personnel du programme planetGOLD, notamment à travers les événements phares du programme, les Forums mondiaux sur l'EMAPE organisés deux fois par an. Au-delà de cela, l'équipe de communication soutiendra en outre jusqu'à trois événements stratégiques par an en développant du contenu éditorial et en facilitant les opportunités de publicité. Il est important que le programme participe à divers événements où sont présents des investisseurs clés ainsi que des acteurs du secteur minier et de l'industrie.

Événements nationaux

Les projets nationaux sont encouragés à participer à des événements nationaux et régionaux liés aux thèmes stratégiques que sont la politique mondiale et la durabilité, l'investissement et l'industrie. Les projets sont également encouragés à envisager d'inclure plusieurs groupes cibles dans leurs activités de sensibilisation et leurs événements, tels que les membres du secteur financier et des communautés minières, afin de faciliter une compréhension commune des besoins et des intérêts de chaque groupe. Les responsables nationaux de la communication seront invités à préparer des supports de communication et du contenu éditorial pertinents pour les événements nationaux clés, qui pourront être adaptés à un public mondial.

8. Dispositions de gestion

En tant qu'agence d'exécution principale du projet mondial planetGOLD, le Natural Resources Defense Council (NRDC) est chargé de mettre en œuvre cette stratégie de communication, en collaboration avec l'équipe plus large de gestion des connaissances et de communication du projet mondial et avec le soutien à la production de partenaires de communication sous contrat. Sous la supervision générale du responsable NRDC de planetGOLD, la responsabilité quotidienne de la gestion de cette stratégie incombe au responsable de la communication du projet mondial planetGOLD. Les autres rôles et responsabilités sont détaillés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2 : Aperçu des modalités de gestion

Organisation/ personnes	Responsabilité
GEF	En tant que membre du Comité directeur du programme, fournir une orientation stratégique générale au programme
PNUE	Fournir des orientations stratégiques générales, donner son accord au plus haut niveau et fournir des retours d'information en temps opportun, selon les besoins.

	Gérer le site web planetGOLD, la liste de diffusion et les réseaux sociaux
NRDC	Gérer le prestataire chargé de la communication Apporter un soutien pour promouvoir le contenu et les autres activités prévues dans le cadre de la stratégie, notamment en matière de relations avec les médias
CI	Diriger la création de supports sur les approches juridiques et paysagères en matière de formalisation. Faciliter l'obtention de soutiens et l'engagement de porte-parole en faveur du projet Apporter un soutien pour promouvoir le contenu et les autres activités prévues dans le cadre de la stratégie, notamment en matière de relations avec les médias
ONUDI	Organiser les forums mondiaux biennuels Organiser des ateliers Organiser la réunion annuelle du programme Apporter un soutien pour promouvoir le contenu et les autres activités prévues dans le cadre de la stratégie, notamment en matière de communication avec les médias
Responsable de la communication mondiale	Supervise la communication mondiale Fournit des orientations stratégiques générales en matière de communication aux projets nationaux par le biais d'un cadre de communication Aide les responsables de la communication des projets nationaux à diffuser leurs produits et leurs résultats via les canaux mondiaux
Chargés de communication nationaux	Élaborent et gèrent les stratégies et campagnes de communication au niveau national Adaptent les messages et les contenus mondiaux à l'échelle nationale et en assurent une large promotion Contribue aux thèmes semestriels pour aider à développer le contenu et générer des pistes de sujets Coordonner avec l'équipe de communication du projet mondial le développement de produits de communication innovants (projets vidéo, etc.) Partager régulièrement et en temps opportun des photos, des vidéos et d'autres produits de communication avec le responsable de la communication du projet mondial en vue de leur promotion et de leur diffusion à l'échelle mondiale Contribuer régulièrement au site web planetGOLD en proposant de nouvelles ressources et d'autres contenus, dont au moins un article de blog par an Publier ou contribuer au moins à un reportage photo « Exposure » par an Participer au réseau des chargés de communication, partager des idées, des expériences et des enseignements tirés via tous les canaux disponibles
Parties prenantes du programme : membres du Groupe consultatif du programme (PAG), membres du Partenariat mondial sur le mercure du PNUE	Promouvoir le contenu « prêt à l'emploi » pour les réseaux sociaux développé et fourni par planetGOLD au sein de leurs réseaux.

9. Suivi et évaluation

Le projet assurera le suivi de la communication dans le cadre de ses activités de suivi et d'évaluation à l'aide des indicateurs présentés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 3 : Suivi des communications

Paramètre proposé	Responsabilité en matière de reporting
Nombre d'articles et d'autres produits de communication présentant un contenu éditorial original, publiés dans les médias grand public, sur la plateforme planetGOLD et partagés sur les comptes de réseaux sociaux associés au projet, qui mettent en avant les succès en matière d'absence de mercure et de gouvernance dans l'EMAPE, avec le soutien de la composante mondiale	Responsable de la communication mondiale
Nombre de réunions trimestrielles du réseau de communication planetGOLD organisées pour partager des approches et des informations pertinentes avec d'autres projets nationaux et informer le projet mondial des activités, stratégies et pistes de reportages en matière de communication	Responsable de la communication mondiale
Nombre de supports de communication et de médias mondiaux produits	Responsable de la communication mondiale
Documents relatifs à la stratégie mondiale de communication et de relations avec les médias enrichis et diffusés	Responsable de la communication mondiale
Nombre de supports médiatiques et de communication mondiaux produits conformément à l'image de marque, au guide de style et au guide de communication de planetGOLD	Responsable de la communication mondiale
Nombre d'exemples de réussite dans le secteur de l'EMAPE diffusés	Responsable de la communication mondiale
Nombre de bulletins d'information et d'annonces par e-mail envoyés à la liste de diffusion de planetGOLD	Responsable de la communication mondiale
Pourcentage de répondants à l'enquête auprès des utilisateurs de planetGOLD déclarant mieux comprendre le secteur de l'EMAPE (Objectif : > 95 %)	Responsable mondial de la communication
Nombre moyen d'utilisateurs uniques par mois du site web planetGOLD	Responsable du site web planetGOLD
Nombre de blogs, d'articles d'actualité, d'événements, de reportages photo, de vidéos et de ressources publiés sur planetgold.org ou sur d'autres plateformes de communication numérique de planetGOLD	Responsable du site web planetGOLD
Pourcentage de projets nationaux qui partagent des ressources avec le programme mondial au moins une fois par mois, selon les besoins (fichiers photo, fichiers vidéo, graphiques, documents pertinents)	Responsable du site web planetGOLD
La plateforme en ligne planetGOLD est utilisée, entretenue et mise à jour avec toutes les informations disponibles pour tous les pays participant au programme et les autres parties prenantes (y compris les actualités, les événements, les articles de blog, les ressources et les pages thématiques sélectionnées) ; elle est pleinement fonctionnelle et adaptée aux demandes et aux spécifications des utilisateurs	Responsable du site web planetGOLD

10. Présence numérique et médiatique de planetGOLD

Tableau 4 : Aperçu de la stratégie de présence numérique et médiatique

Domaine d'action prioritaire en matière de communication	Présence numérique et médiatique
Objectif(s)/Résultats	Améliorer la compréhension du secteur de l'EMAPE par les gouvernements, le secteur privé, les communautés minières et le grand public Un plus grand nombre d'acteurs issus des gouvernements, du secteur privé, des communautés minières et du grand public accèdent aux produits de connaissance et aux supports de communication en ligne sur l'EMAPE
Activité	Maintenir et développer la présence numérique du projet via le site web planetGOLD, les réseaux sociaux et des campagnes de communication percutantes
Quoi	Campagnes intégrées de médias et de communication : les stratégies et produits actuels de médias et de communication à l'échelle mondiale ciblant les gouvernements, les communautés minières, le secteur privé et le grand public sont poursuivis et développés. Des personnalités et des marques de premier plan seront sollicitées pour soutenir la communication sur la réussite du projet. Site web : maintenir et mettre à jour le site web planetGOLD avec toutes les informations disponibles (y compris les actualités, les événements, les articles de blog, les ressources, les pages par pays et les pages thématiques). Le site web sera pleinement fonctionnel et adapté aux demandes et aux spécifications des utilisateurs Supports de communication principaux : Produire des supports de communication convaincants sous la marque planetGOLD. Réseaux sociaux : Maintenir et continuer à développer les canaux de réseaux sociaux existants de planetGOLD. Liste de diffusion : Gérer et continuer à développer la liste de diffusion existante de planetGOLD en tant que canal de diffusion clé. Les efforts de communication de tous les projets nationaux seront soutenus et renforcés par cette composante du projet. Des événements en ligne visant à partager des exemples de réussite parmi les parties prenantes de l'EMAPE seront organisés.
Qui	L'équipe de communication travaillera avec des agences de création, les agents d'exécution et les responsables de projet pour développer les supports de communication essentiels. Le site web planetGOLD continuera d'être géré et développé par le PNUE.
Quand	Un calendrier de communication sera établi par le NRDC, avec la contribution du PNUE, en collaboration avec les responsables de communication nationaux au cours des premières phases du projet. Ce calendrier sera régulièrement mis à jour en fonction de l'actualité mondiale de l'EMAPE.
Où (publication)	Les produits de connaissance techniques et non techniques seront publiés sur le site web planetGOLD, tout comme les actualités, les blogs, les informations sur les événements pertinents, etc. Les supports de communication principaux seront diffusés via les réseaux sociaux de planetGOLD, la liste de diffusion de planetGOLD et les canaux de ses partenaires. Des reportages, des éditoriaux et des articles de blog seront proposés et publiés dans les médias traditionnels internationaux.

Comment	<p>L'équipe de communication du projet assurera la liaison avec les projets nationaux afin de collecter des éléments permettant d'élaborer les supports de communication principaux.</p> <p>L'équipe de communication sera chargée d'accroître la portée et la diffusion des efforts de communication du projet.</p> <p>Le responsable de la communication du projet veillera à ce que les communications de planetGOLD présentent une structure, un design et des éléments de marque cohérents.</p>
----------------	--