Le modèle de la triple pyramide

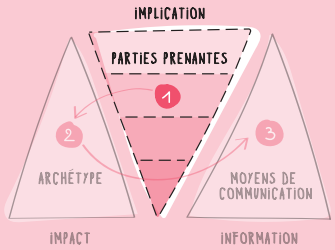
— De quelle quantité d'informations les parties prenantes ont-elles besoin ?

Dans le cadre d'un projet d'aménagement du territoire, les gens attendent souvent des informations détaillées. Dans le modèle de communication classique, la majorité des gens se contente de peu d'informations. Seule une petite minorité demande davantage de détails. L'implication et l'impact jouent un rôle majeur dans le choix des moyens de communication pertinents et de leur fréquence quand il faut gérer des projets d'aménagement du territoire. Le modèle de la triple pyramide permet de mieux évaluer la quantité d'informations dont vos parties prenantes ont besoin.

Nous examinons donc trois pyramides. Les deux premières sont claires : la pyramide d'impact et la pyramide d'information. Dans les projets de communication classiques, elles sont souvent inversées. Ici, nous les plaçons côte à côte. Car dans les projets d'aménagement du territoire, beaucoup de gens souhaitent justement disposer de plus d'informations. Entre ces deux pyramides se trouve leur reflet. Elle mesure la distance d'implication d'une partie prenante (ou d'un groupe de parties prenantes) par rapport au projet. Au sommet, cette distance est relativement grande. Mais plus on descend dans la pyramide, plus l'inconfort et la gêne sont grands. C'est là que la distance d'implication est la plus faible. Et c'est là que le besoin d'information augmente de manière significative.

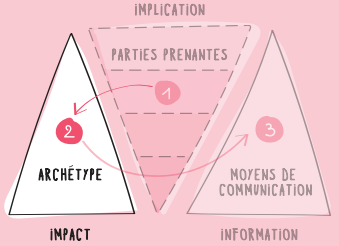
Étape 1 Déterminez le niveau d'implication de vos parties prenantes

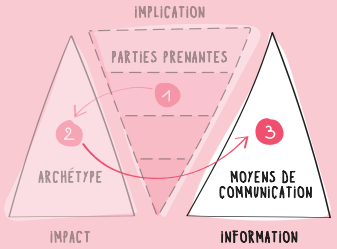
Commencez par dresser des listes par groupe de parties prenantes : quartiers, associations, comités de quartier, entrepreneurs… Ajoutez-en le plus possible. Puis répartissez-les en quatre niveaux d'implication. Tout en bas, à la base de la pyramide, votre projet touche le plus profondément le quotidien des gens. C'est là que se trouvent toutes les personnes touchées financièrement, par exemple à cause d'une expropriation ou d'un impact important sur un commerce. Juste au-dessus se trouvent toutes les personnes qui subissent des nuisances ou des désagréments. Un niveau plus haut, vous tombez sur des groupes cibles ayant un intérêt contraire. Pensez par exemple à une association de protection de la nature qui ne voit pas votre projet d'un bon œil. Cela peut être délicat, mais l'implication est tout de même un peu moindre. Et au quatrième niveau d'implication se trouvent les groupes cibles qui se sentent traités de manière inéquitable ou qui estiment que d'autres groupes ont plus d'avantages ou moins d'inconvénients. Pensez par exemple à un conseil de quartier qui se sent lésé parce que les mesures de circulation mises en place dans un quartier voisin ont entraîné une augmentation du trafic dans leur quartier. Vous pouvez très bien dessiner une pyramide sur un bon vieux tableau. Mais compte tenu de la grande quantité d'informations, le format numérique est sans doute plus pratique.



Étape 2 Quel est l'impact ressenti par les parties prenantes ?

Vous avez réparti vos parties prenantes entre les quatre niveaux d'implication. Concentrez-vous maintenant sur la pyramide de gauche, la pyramide d'impact. Posez-vous la question suivante : quel est l'impact de mon projet pour chaque niveau d'implication correspondant ? Pour cela, il est préférable de garder à l'esprit un "archétype" pour chaque niveau de la pyramide d'impact. Le propriétaire, l'habitant d'une rue adjacente et le commerçant qui perd sa place de parking pendant trois mois. Décrivez-le en une phrase de trente mots maximum. « Pendant les six mois que dureront les travaux de réparation du pont, les habitants des trois villages X, Y et Z devront faire un détour d'au moins 3 km à vélo ou en voiture. » Voilà à quoi pourrait ressembler la description de l'impact.



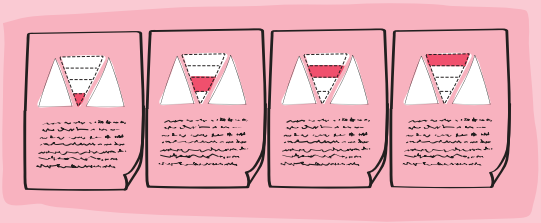


Étape 3 Définissez vos moyens de communication

C'est à cette étape seulement que vous établissez le lien avec la pyramide d'information : quelles sont les attentes de cette partie prenante en matière d'information ? Vous associez alors chaque archétype aux canaux d'information qui répondent au niveau de détails, à la fréquence et à la forme d'information dont la partie prenante a besoin. Cela va des discussions hebdomadaires autour de la table de cuisine et d'une soirée d'information aux cartes de déviation numériques. De cette manière, vous élaborez de manière structurée, par niveau d'implication et par classe d'impact, une stratégie de communication pour votre projet d'aménagement du territoire.

Étape 4 Élaborez maintenant votre plan de communication projet

Et c'est désormais très simple. Pour chaque niveau d'implication, identifiez les parties prenantes (pyramide 1) et l'impact auquel elles peuvent s'attendre (pyramide 2). Décrivez ensuite les moyens de communication à mettre en œuvre, la fréquence et les messages à transmettre (pyramide 3). Si tout se passe bien, ce plan tiendra sur quatre pages A4 : une pour chaque niveau d'implication. Si vous mettez ce plan en œuvre de manière cohérente, vous irez déjà très loin. Et surtout, votre communication sera liée à l'implication et à l'impact concret de vos groupes cibles.





Ce modèle stratégique est tiré du livre **'Laat ons zeggen dat het (opnieuw) shit wordt'** de Bart Derison.

Étape 1 Dressez une liste provisoire de toutes les parties prenantes

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

5 _____

6 _____

7 _____

8 _____

9 _____

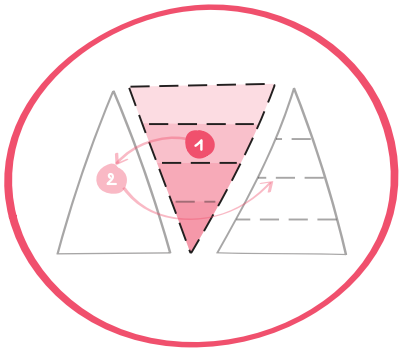
10 _____

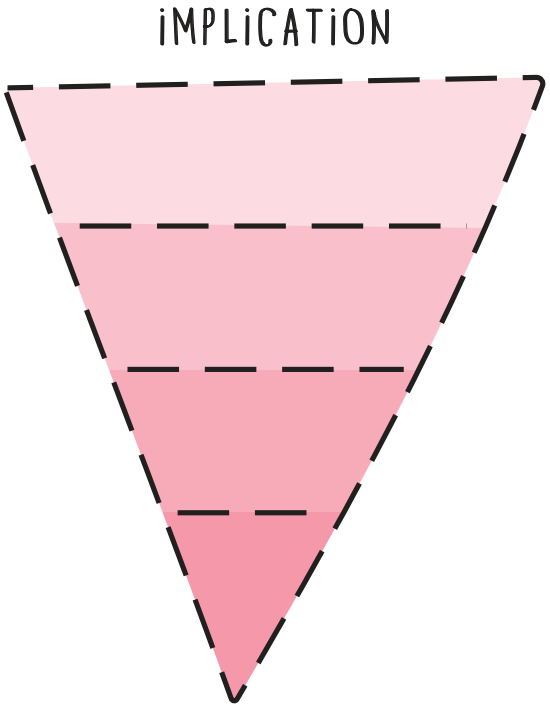
11 _____

12 _____

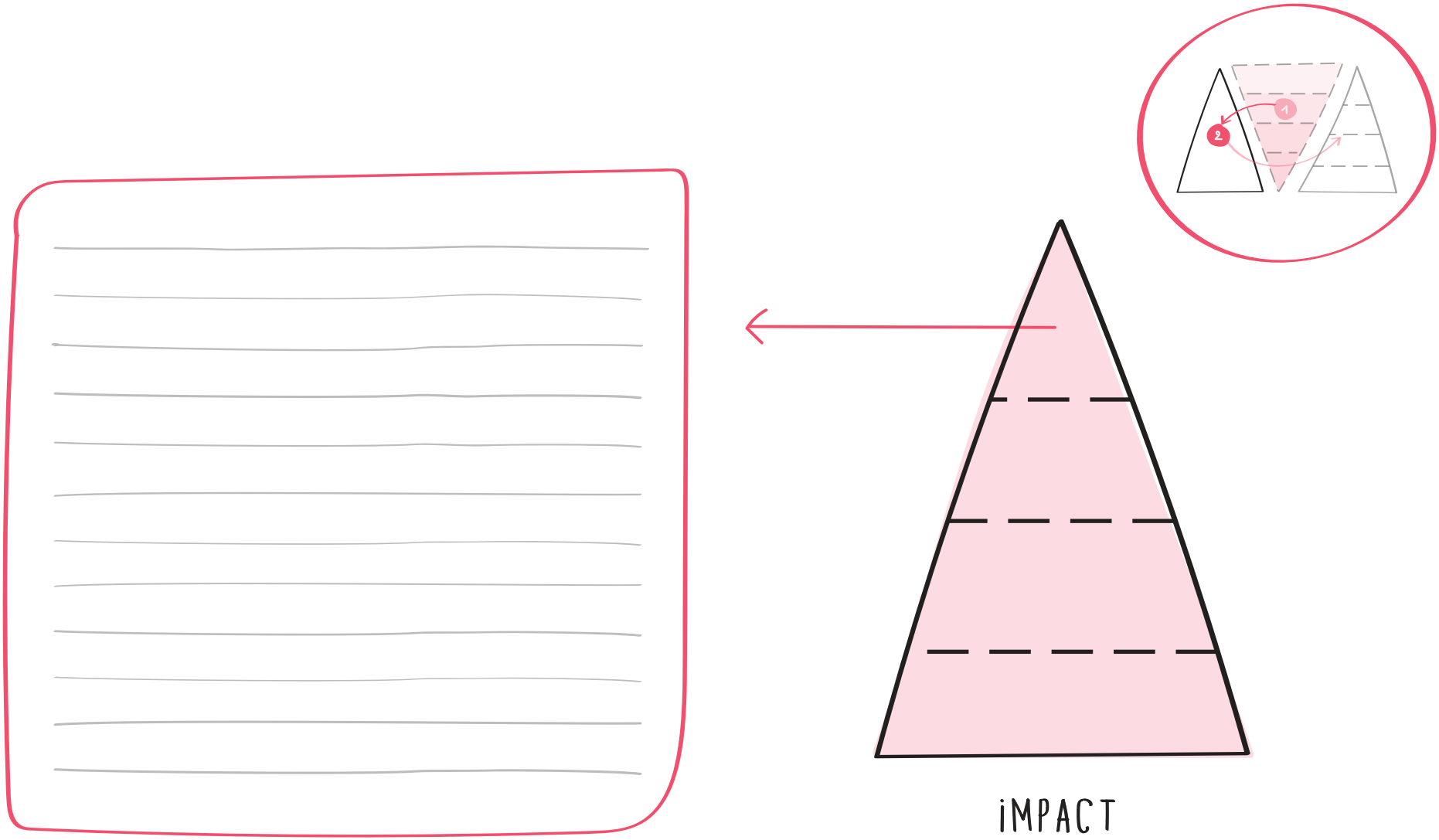
Étape 2 Placez-les dans la pyramide d'implication

(imprimez plusieurs versions s'il y a plusieurs parties prenantes)

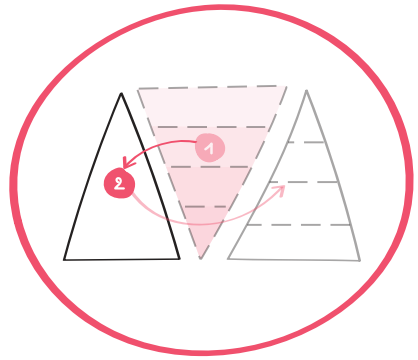


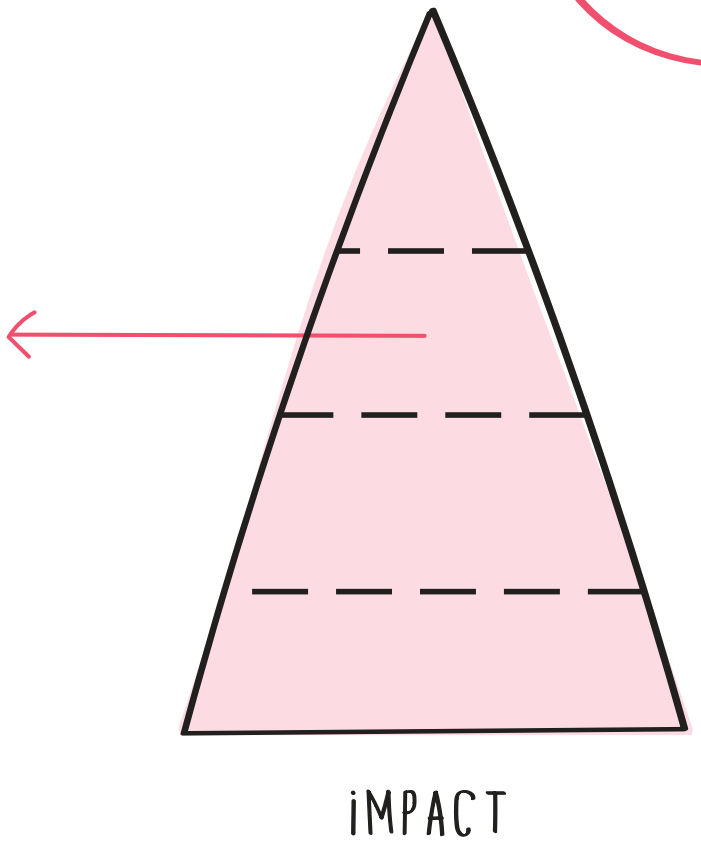


Étape 3 Décrivez l’impact par type de partie prenante

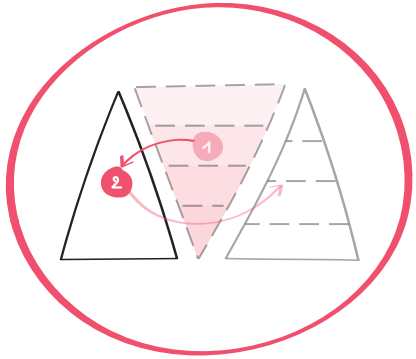


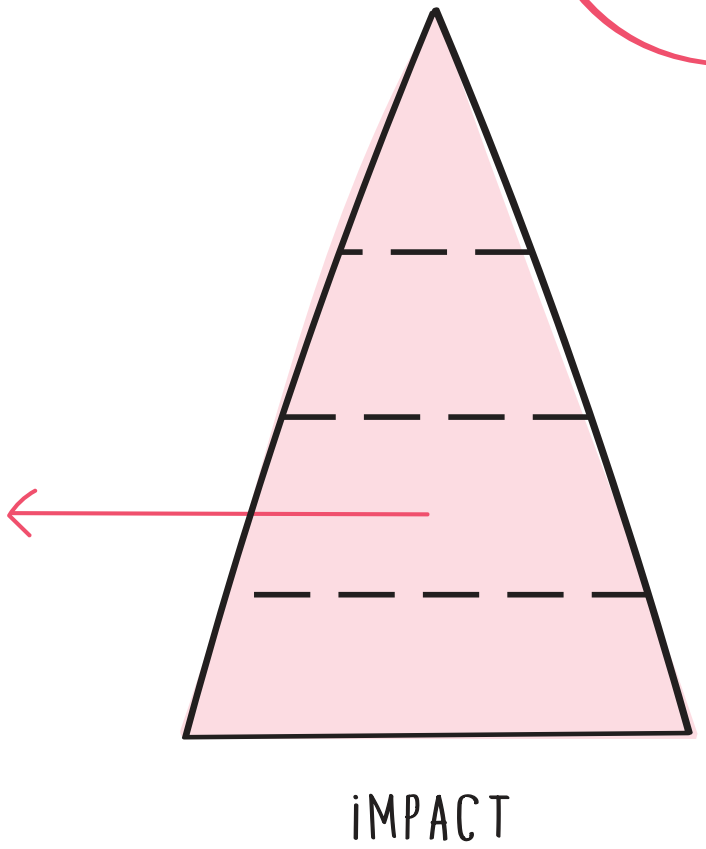
Étape 3 Décrivez l’impact par type de partie prenante



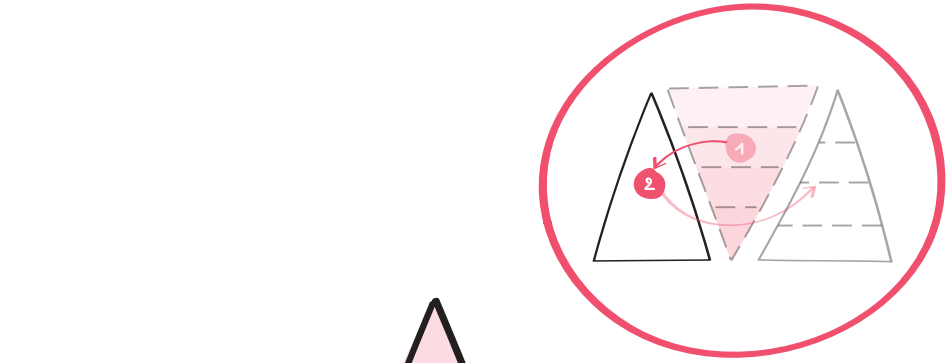


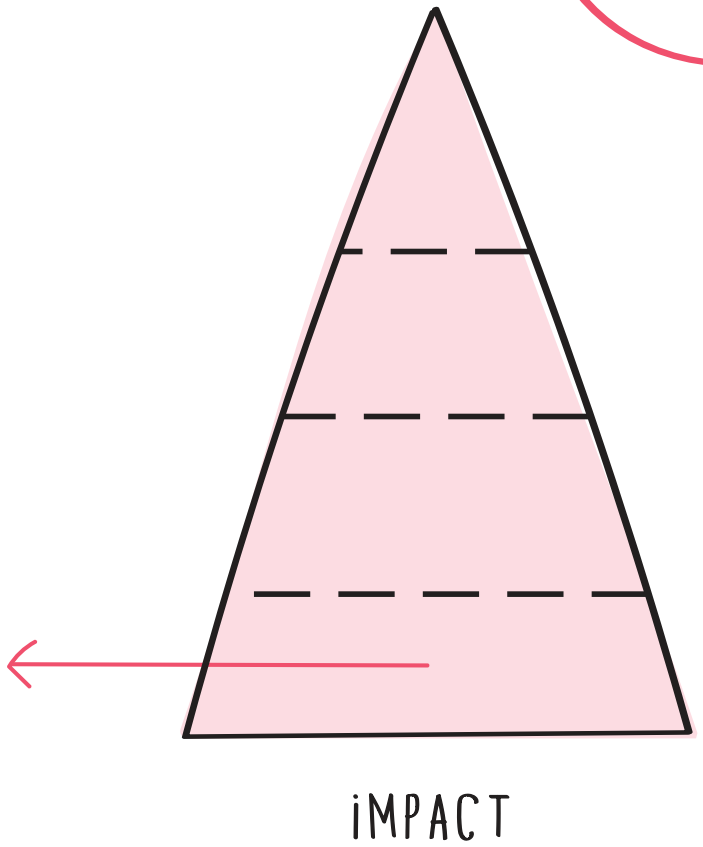
Étape 3 Décrivez l’impact par type de partie prenante



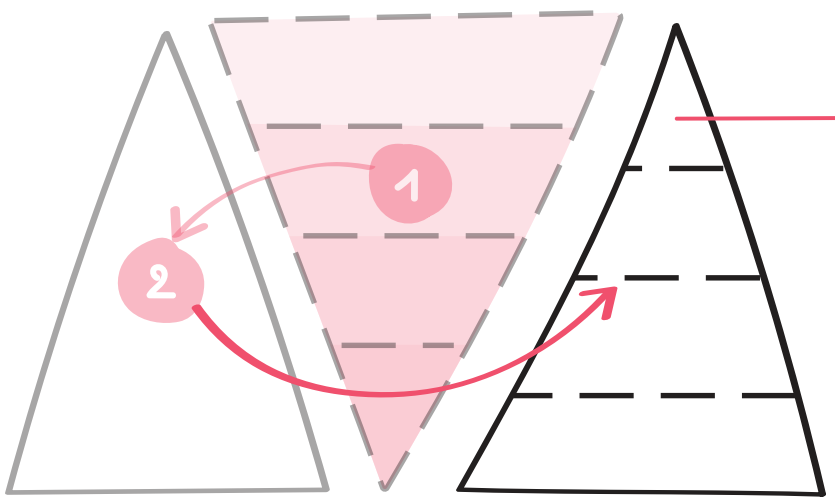


Étape 3 Décrivez l’impact par type de partie prenante



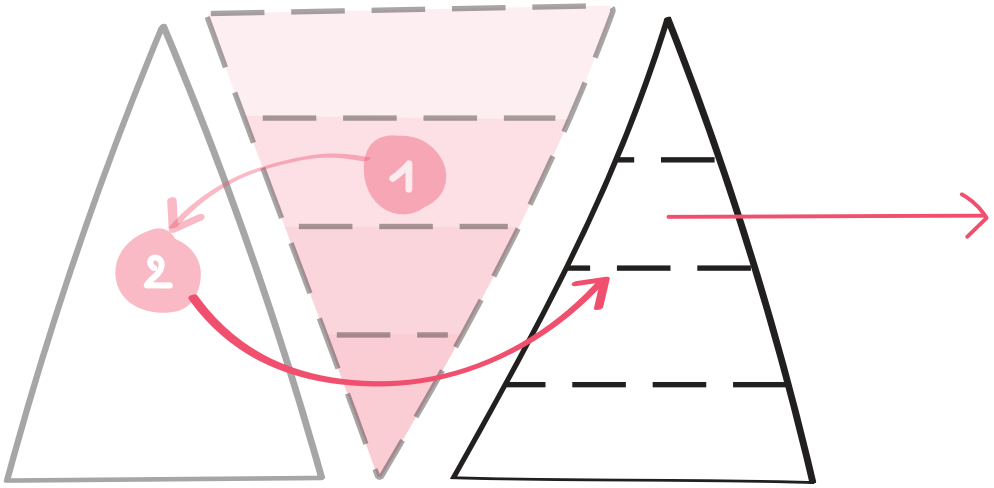


Étape 4 Définissez maintenant vos moyens de communication



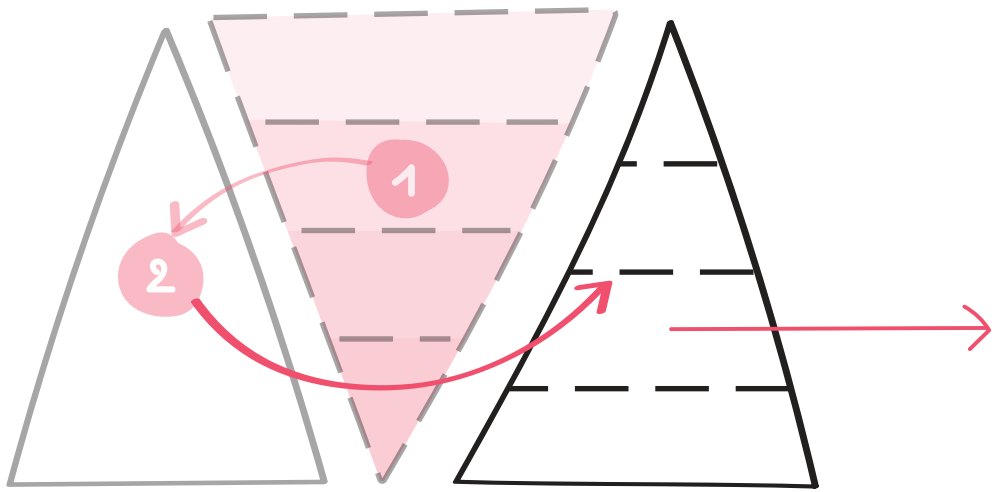
MOYENS

Étape 4 Définissez maintenant vos moyens de communication



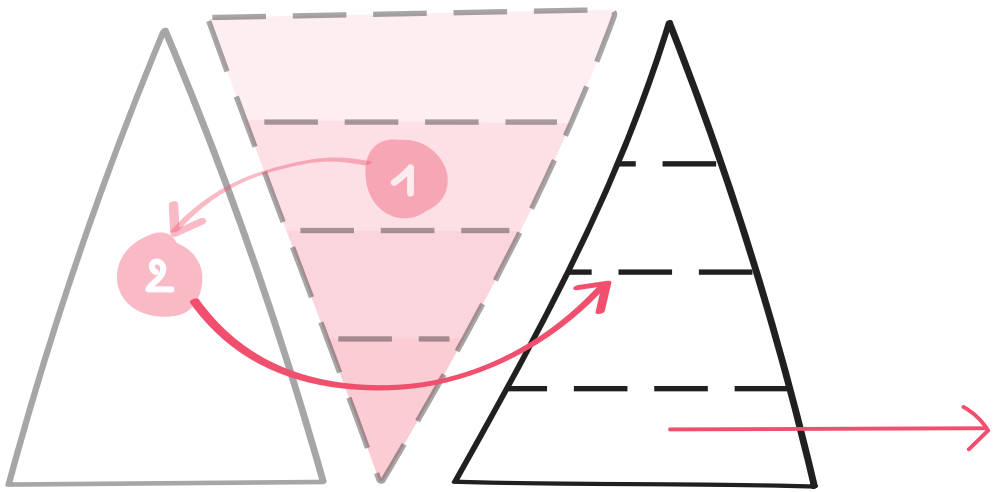
MOYENS

Étape 4 Définissez maintenant vos moyens de communication



MOYENS

Étape 4 Définissez maintenant vos moyens de communication



MOYENS