

# Communiquer et négocier pour la conservation de la nature

## Outils de gestion et de planification



**OFB**  
OFFICE FRANÇAIS  
DE LA BIODIVERSITÉ

## 1.5 - Pourquoi les organisations communiquent-elles ?

*mise à jour: 01/01/2002*

[Communication externe](#)

[Communication interne](#)

[Communication et conservation de la nature](#)

[Comment les organisations communiquent-elles ?](#)

[Planifier la communication ?](#)

Dans les paragraphes d'introduction, nous avons dit que tous les groupes ont besoin de communiquer pour survivre et atteindre leurs buts. Toutes les organisations sont, de fait, des groupes : depuis les services gouvernementaux de cinq personnes jusqu'aux ONG comptant des dizaines de milliers de membres ou aux sociétés multinationales.

En général, les organisations communiquent à deux niveaux: vers l'extérieur avec d'autres groupes ou personnes, et à l'intérieur avec leurs propres membres.



### 1.5.1. Communication externe

Que le but de l'organisation soit de vendre de la lessive ou de gérer des espaces naturels, elle ne pourra pas atteindre ce but à elle seule. Elle aura besoin de la coopération et de l'assistance d'une grande variété d'autres organisations, groupes et individus pour mener à bien sa tâche. Ces personnes ou groupes :

- Conditionnent le fonctionnement de l'organisation - comme les bailleurs de fonds, les élus ou autres pouvoirs publics qui influent sur les bases financières ou juridiques de l'organisation ;
- Utilisent les produits de l'organisation - comme les clients ;
- Possèdent les mêmes objectifs que l'organisation ou travaillent dans le même secteur - comme des collègues ou des concurrents ;
- Sont en position d'émettre un jugement sur la performance de l'organisation et influent sur son image ou sa réputation - comme les médias ou les groupes de pression.

En général, une organisation communique avec ces groupes parce qu'elle veut qu'ils réalisent quelque chose, ou sachent quelque chose, ou parce qu'elle veut influencer sur l'attitude de ces groupes à l'égard d'une question spécifique.

### 1.5.2 Communication interne

**Voir aussi**  
**3.4**

La communication interne est tout aussi déterminante. Il est nécessaire d'organiser le travail, de conduire le "processus de production", de transmettre l'information dont le personnel ou les membres ont besoin, et de former le personnel pour maintenir à jour leurs connaissances. Mais un bon courant de communication, ouvert, reliant le personnel à la direction (de bas en haut), la direction au personnel (de haut en bas) et les membres du personnel eux-mêmes (horizontal) est également vital pour soutenir leur motivation et maintenir la souplesse et la capacité de réponse de l'organisation.

### 1.5.3 Communication et conservation de la nature

Pour atteindre leurs résultats, les organisations de conservation de la nature dépendent, comme n'importe quelle organisation, des autres. Cette dépendance est encore plus forte pour les organisations qui se consacrent à la conservation de la nature. Ni les pouvoirs publics, ni les ONG ne peuvent protéger véritablement la nature en ne comptant que sur eux-mêmes. Ils dépendent du bon vouloir et de la coopération apportés par un grand nombre de personnes et d'organisations dont les activités, directement ou indirectement, affectent la nature : propriétaires fonciers, visiteurs de zones protégées, chasseurs, cueilleurs de champignons, agriculteurs, agences gouvernementales, pouvoirs publics locaux et régionaux, forestiers, tour opérateurs, élus, etc. A l'analyse, il y a très peu de choses qu'une organisation puisse faire seule pour protéger la nature: la plupart des terres ne sont pas la propriété des organisations de protection ; dans la plupart des cas, d'autres groupes sont concernés lorsque nous voulons maintenir et améliorer la qualité de la nature et la biodiversité. Une bonne communication est donc d'une importance vitale.

### 1.5.4 Comment les organisations communiquent-elles ?

La plupart des activités de communication des organisations relèvent des quatre catégories suivantes :

- Informations diffusées "en sens unique": publicité, promotion, propagande; en général, à travers des affiches, des brochures et dans les médias.
- Informations faisant partie d'un dialogue: généralement, en réponse à des questions du public.
- Education: processus à long terme de transfert de connaissances mais aussi de comportements et de valeurs, tant aux enfants qu'aux adultes.

- Dialogue avec des groupes spécifiques, parfois dans le cadre d'un processus de consultation formel, parfois dans l'espoir de trouver des solutions acceptables à des problèmes complexes impliquant différents groupes de personnes.

Normalement, une combinaison d'activités appartenant à plusieurs des catégories ci-dessus sont développées ensemble afin d'atteindre le but le plus efficacement possible.

#### 1.5.5 Planifier la communication ?

De nos jours, nombre d'organisations planifient leur communication. Elles possèdent des départements de communication ou de relations publiques et développent des stratégies et plans de communication. Cependant, la planification ne garantit pas seule les résultats. Comme nous l'avons expliqué plus haut, la communication est un processus complexe influencé par un grand nombre de facteurs externes à une organisation. En outre, les organisations - et les groupes avec lesquels elles désirent communiquer - opèrent dans des environnements dynamiques où d'autres processus ont lieu - la planification est donc difficile, mais ne nous méprenons pas: une bonne planification est importante et le chapitre III donne des conseils à cet égard.

Néanmoins, plus encore qu'une bonne planification, la compréhension élémentaire du fonctionnement de la communication et une attitude souple et ouverte à l'égard du monde extérieur sont fondamentales.

[Haut de page](#)

Tous droits réservés © - Propriété de l'OFB