

Workshop 3

Evaluation et médias : perceptions, vecteurs et retours d'expérience

Congrès SEVAL – 29 et 30 août 2024, Fribourg

Au menu

1. Médias: contexte et contraintes
2. Stratégie de communication : quels messages, quels publics
3. Communiquer : risqué, mais valorisant
4. Questions et discussion

1. Médias: contexte et contraintes

Thème d'évaluation
génial

Résultats, appréciations
et recommandations
formidables

Entité évaluée (ou
auditée) réceptive
(mise en œuvre
acceptée...)

Etc.



1. Médias: contexte et contraintes



Pas ou peu
d'articles
Quelques brèves
Message mal
perçu, pas compris
Entité évaluée (ou
auditée) émet des
doutes sur la
qualité du travail
Etc.

1. Médias: contexte et contraintes

A vous la parole !

- Des expériences de ce type?
- Comment gérer la situation, autre valorisation?
- Comment expliquer la différence entre attentes et réalité?



1. Médias: contexte et contraintes



Quelles contraintes pour les médias?

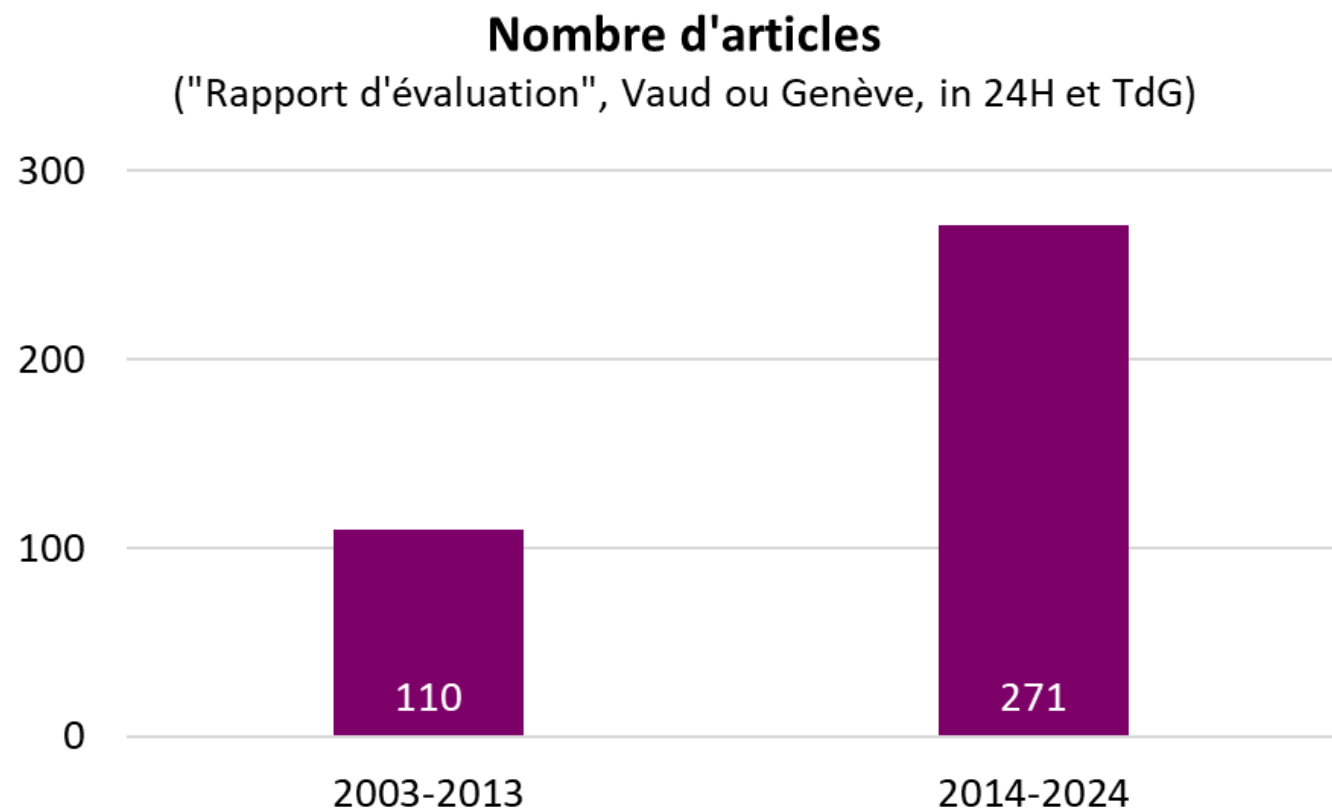
- Concurrence multiple
- Temps de production
- Concentration éco.
- Canaux et modes de diffusion
- Personnalisation
- Impact de l'IA
- Etc.

2. Stratégie: quels messages, quels publics

Plus d'occurrences dans les médias à propos des résultats d'évaluation.

Tendance identique avec les audits

Intérêt croissant des médias pour l'évaluation et/ou meilleure communication ?



Source : Swissex

2. Stratégie: quels messages, quels publics

Quelles sont les forces d'une évaluation pour les médias?

- Contenu critique
- Produit de l'info, de la data, de la nouveauté
- Toutes les parties sont entendues
- Rapport d'expert·e·s
- Etc.



2. Stratégie: quels messages, quels publics



Quelle stratégie de communication ?

- ISC: Normes et principes ISSAI
- Analyse chances et risques de la communication
- Analyse public-cibles et messages (opportunité)

2. Stratégie: quels messages, quels publics

La parole est à vous !

Quels principes fixés pour communiquer ?

- Communication active, complète et équitable
- Respect dû aux audités
- Pas de préférence partisane ou de médias
- Savoir ne pas communiquer



2. Stratégie: quels messages, quels publics



Outils et regard critique

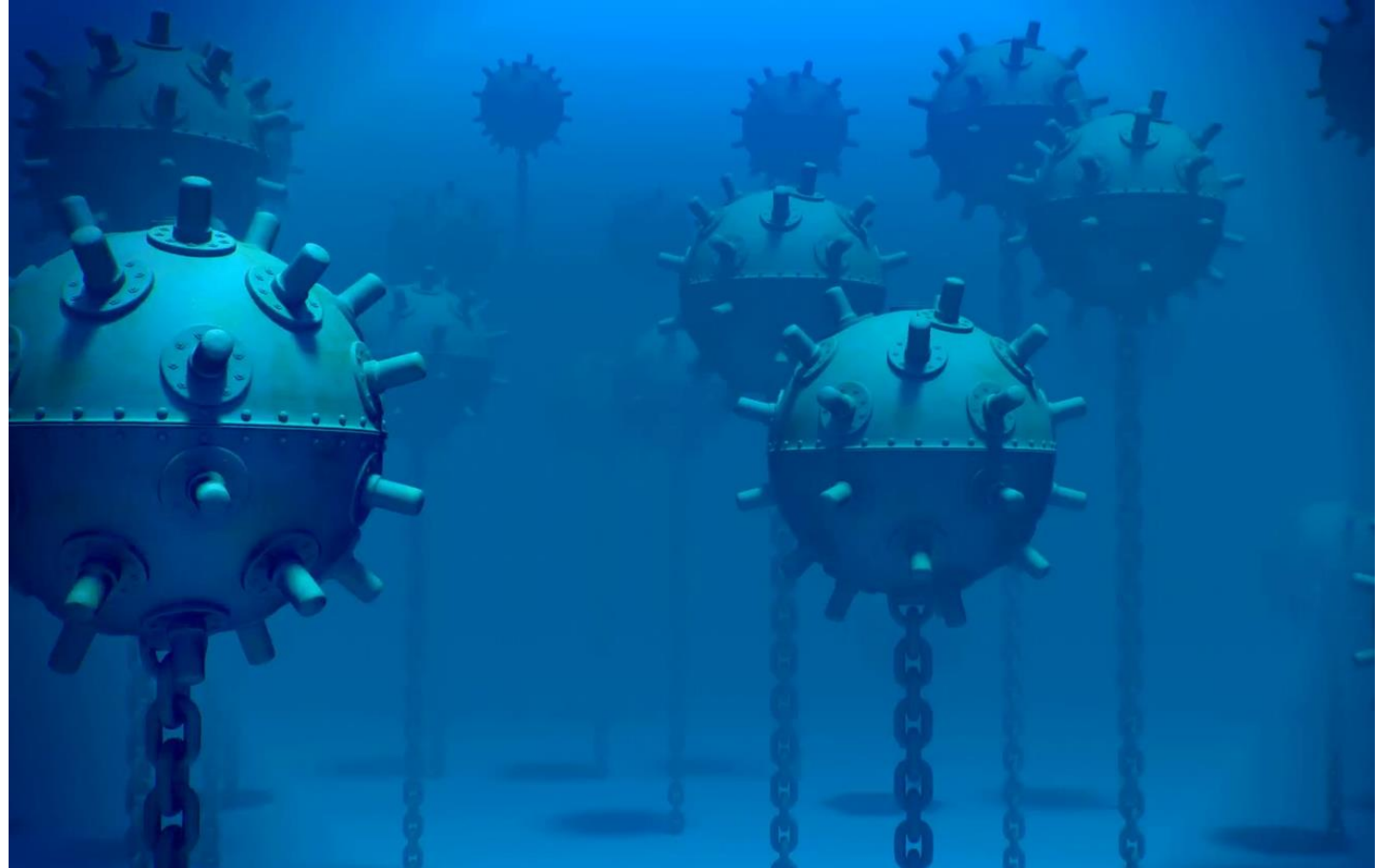
Monitorer sa présence médiatique (résonnance, *debriefing*, etc.)

Soumettre la stratégie de communication... à une évaluation (*peer review*, consultant externe, etc.)

3. Communiquer : risqué, mais valorisant

Quels pièges à éviter dans la communication des évaluations ?

- Tonalité de la ou des publications (s)
- Usage de l'allusion, de l'humour, le verbiage
- Timing de la publication
- Discrédence entre les différents produits
- Etc.



3. Communiquer : risqué, mais valorisant



Tâche valorisante pour l'équipe d'évaluation

- Ecrire pour être lu (aides à la lecture, encadrés, visualiser les résultats...)
- AQ avec la communication
- Apprendre à parler aux médias

4. Questions et discussion



Merci de votre participation !