

# Guide d'utilisation – Outil de cartographie et de mobilisation des parties prenantes

## Pourquoi utiliser cet outil ?

La cartographie permet de **mieux comprendre votre écosystème** et de bâtir des relations solides avec les acteurs qui comptent le plus. Elle vous aide à :

- Identifier les acteurs clés et leur influence.
- Anticiper les risques et éviter les conflits.
- Adapter votre communication et votre mobilisation.
- Démontrer de la transparence et renforcer votre crédibilité.

## Disponible sur Canva : **Outils de cartographie et de mobilisation des parties prenantes**

### Étape 1 : Cartographie de vos parties prenantes

- Faites une liste complète des acteurs internes (employés, dirigeants, bénévoles, CA) et externes (clients, fournisseurs, communautés locales, ONG, investisseurs, médias, gouvernements) à l'aide des post-it.
- Plus une partie prenante est proche du centre, plus elle est proche de vos opérations.
- Conseil : ne négligez pas les petits acteurs – parfois, ils influencent fortement l'acceptabilité sociale.

### Étape 2 : Classification

- Positionnez chaque partie prenante sur une **matrice influence/intérêt**.
  - **Forte influence + fort intérêt** = partenaires stratégiques prioritaires - *Engager étroitement*
  - **Forte influence + faible intérêt** = à impliquer et sensibiliser - *Maintenir satisfait*
  - **Faible influence + fort intérêt** = alliés potentiels à mobiliser - *Maintenir informé*

- **Faible influence + faible intérêt** = à informer ponctuellement - *Prendre en compte*
- Exemple : un fournisseur stratégique = forte influence, fort intérêt → partenaire prioritaire.
- Exemple : un groupe communautaire = faible influence, fort intérêt → à mobiliser par le dialogue.

### Étape 3 : Stratégies de mobilisation

- Déterminez qui vous soutient dans vos projets et qui pourrait s'y opposer.
- Prenez le tableau de classification que vous avez rempli précédemment et analysez quelle stratégie de mobilisation vous devrez adopter en fonction d'où se trouve la partie prenante dans le tableau.
  - **Supporteurs** : maintenir l'engagement par la reconnaissance et la communication régulière.
  - **Neutres** : informer et sensibiliser pour susciter l'intérêt.
  - **Détracteurs** : instaurer le dialogue, écouter et intégrer leurs préoccupations.

### Étape 4 : Choisir les bons moyens de communication

- Déterminez quel moyen de communication est nécessaire en fonction de chaque partie prenantes et des résultats obtenus sur les stratégies de mobilisation.
  - **Entrevue individuelle** : échange en profondeur avec une personne clé pour mieux comprendre ses attentes.
  - **Atelier** : rencontre interactive pour explorer un enjeu, co-construire des idées ou des solutions.
  - **Groupe de discussion** : petit groupe ciblé (secteur d'activité, intérêt, territoire, etc.) pour recueillir des perceptions et tester des idées.
  - **Sondage/questionnaire** : outil rapide pour recueillir des avis à plus grande échelle.

## Étape 5 : Matrice de matérialité

- Identifiez les enjeux ESG les plus importants stratégiquement pour l'organisation et prioritaire pour les parties prenantes.
- Reprenez votre grille d'auto-évaluation de la maturité en développement durable, identifiez les enjeux prioritaires pour vous en vous reportant à la liste des 21 enjeux ESG clés (fiche synthèse - atelier 2) et communiquez directement avec vos parties prenantes les plus importantes pour clarifier leur position face aux enjeux ESG.
- Placez les enjeux ciblés dans votre matrice à l'aide des post-it, faisant ainsi ressortir les plus importants pour vous et vos parties prenantes.

Résultat : une cartographie des parties prenantes claire devient un **outil stratégique** pour orienter vos actions, bâtir la confiance et assurer la réussite de vos projets.

**Bonnes pratiques : mettre à jour la cartographie régulièrement (1 fois/an ou lors de grands projets).**