

Rédiger un *policy brief* en 9 points

1. Qu'est-ce qu'un *policy brief*?
2. Vérifier la pertinence de la question
3. Préciser les publics cibles
4. Définir le message
5. Faire valider le *policy brief* par l'institution
6. Rédiger de manière claire et précise
7. Faciliter l'identification et la reconnaissance du *policy brief*
8. S'impliquer dans la diffusion
9. L'impact d'un *policy brief*

Quelques exemples de *policy briefs*

Liens utiles

1. Qu'est-ce qu'un *policy brief*?

Vous avez publié les **résultats d'une recherche** ou d'une expertise. Ces résultats peuvent être **utiles à des décideurs** pour nourrir les débats, faire évoluer les idées, aider à la décision ? Votre **institution** et votre **projet de recherche** sont ouverts à leur diffusion ? Rédigez un *policy brief* !

Un *policy brief* (note de politique, document d'orientation politique) est une **publication argumentée, facile à lire et courte** (2 à 6 pages ; moins de 2 500 mots). Il transmet un message à des **décideurs** locaux, nationaux ou internationaux — acteurs institutionnels, décideurs politiques, négociateurs, organisations non gouvernementales (Ong), associations.

Il est **accessible sur le web**, le plus souvent librement et gratuitement.

2. Vérifier la pertinence de la question

- La question est-elle d'actualité ? Suscite-elle des débats ? Des décideurs y sont-ils confrontés ?
- Dans quel contexte s'inscrit-elle ? Quelle est l'importance de ce contexte ?
- En quoi les idées ou les solutions en vigueur sont-elles peu opérantes ?
- Votre réflexion est-elle innovante ? Si d'autres travaux aboutissent à la même conclusion, mieux vaut vous abstenir.
- En quoi votre proposition intéresse les décideurs : apporte-t-elle des éléments pour élaborer une stratégie, un argumentaire de négociation, pour prévenir une crise ou y faire face ?

3. Préciser les publics cibles

Vos principaux publics cibles sont des **décideurs** :

- acteurs institutionnels, décideurs et négociateurs publics, locaux, nationaux, internationaux, appartenant à des collectivités locales, des ministères, des organismes nationaux et internationaux, des institutions de recherche et d'enseignement ;
- décideurs privés, entreprises, associations, Ong.

Visez également les **relais d'opinion** comme les journalistes et les associations, qui diffuseront vos analyses et vos propositions.

Identifiez avec précision vos publics cibles : tels fonctionnaires des ministères impliqués, tels négociateurs, tels dirigeants d'entreprises ou d'Ong, tels responsables de la communication. Vous cernerez ainsi mieux leurs caractéristiques et vous pourrez **adapter votre manière de rédiger** — références culturelles, connaissances, vocabulaire, argumentation.

Si vous visez un **public international** (négociateurs, organismes internationaux, universités étrangères), faites traduire votre *policy brief* en **anglais**, et en d'autres langues si nécessaire.

4. Définir le message

Votre *policy brief* ne contient qu'un seul message. C'est **l'information importante** que vous souhaitez transmettre à vos publics cibles : cela peut être un concept, une analyse, une méthode, une solution.

5. Faire valider le *policy brief* par l'institution

Si votre institution ou votre projet édite une série de *policy briefs*, respectez-en les modalités : nombre de mots, rubriques, diffusion, validation (relectures pour avis, accord du responsable de la publication ou de l'institution pour publier le *policy brief*).

Si ce n'est pas le cas, prenez contact avec un responsable ayant une vision politique de la recherche. Expliquez-lui ce qu'est un *policy brief* et proposez-lui votre idée ainsi qu'un mode de validation.

Le mode de **validation** va du plus fermé au plus ouvert. Voici une possibilité médiane :

- l'auteur choisit le thème, le message et les publics cibles ;
- il publie sous sa responsabilité sans engager celle de l'institution. Le *policy brief* portera une mention du type « *Les auteurs expriment leurs réflexions et pistes d'action sans engager la responsabilité de l'institution* » ;
- un ou deux scientifiques et un responsable de l'institution donnent leur avis sur l'idée puis sur le texte ; puis le responsable donne son accord sur le texte définitif.

6. Rédiger de manière claire et précise

Rédiger un *policy brief* est un exercice particulier, différent d'une publication scientifique.

Votre lecteur n'est **pas un scientifique**. Employez un **langage simple** sans jargon (pas de théorie ni de matériels et méthodes).

Votre lecteur a peu de temps pour lire. Faites des phrases courtes, utilisez seulement les éléments utiles à votre argumentaire. Pour **qu'il retienne l'essentiel**, rédigez avec soin :

- le titre et le surtitre éventuel, qui présentent le message ;
- le « chapeau », c'est-à-dire le paragraphe qui précède le texte et qui résume les informations importantes. Dès la première phrase, souvent la description du contexte, le lecteur doit se sentir concerné et intéressé ;
- les intertitres, qui structurent le texte, qui sont informatifs et contiennent toujours une idée importante (et non pas une simple description du texte qui suit).

Si besoin, complétez le texte par une **figure** (graphe, schéma, photo) d'où se dégage un message clair. Cette figure illustre ou remplace du texte, et son titre donne l'idée importante qui s'en dégage.

Vous pouvez **structurer** votre texte de la manière suivante :

- nommez et expliquez la question (le problème) ;
- décrivez le contexte qui justifie l'importance de la question posée (ou du problème) ;
- sur la base de vos travaux de recherche ou d'expertise, expliquez en quoi les idées ou les actions en vigueur ne permettent pas de répondre à la question (ou au problème) ;
- présentez votre proposition ;
- élargissez en formulant de nouvelles questions ou des pistes d'approfondissement.

Faites relire votre texte par des collègues, scientifiques et non scientifiques.

7. Faciliter l'identification et la reconnaissance du *policy brief*

Précisez la **recherche source** d'où sont tirés vos résultats et vos arguments, c'est-à-dire les références des publications et du projet de recherche. Privilégiez les documents accessibles sur le web.

Nommez les **auteurs** du *policy brief* : nom et prénom, affiliation, contact, brève biographie.

Indiquez les **mentions d'édition** : date de la publication (mois, année), directeur de l'institution responsable de la publication, institution (adresse postale et site internet).

Insérez le **logo de l'institution** et, le cas échéant, les logos des autres institutions impliquées.

Insérez la **licence de diffusion choisie**, par exemple une licence Creative Commons, qui vous permettra de définir les conditions d'utilisation en libre accès du *policy brief* (voir la fiche : CoopIST [Connaitre et utiliser les licences Creative Commons](#)).

8. S'impliquer dans la diffusion

Déposez votre *policy brief* **sur le site internet** de votre institution, du projet concerné, sur votre page web personnelle, sur votre blog, dans votre réseau social professionnel, et dans une ou plusieurs archives ouvertes (institutionnelle, nationale, thématique) (voir la fiche CoopIST : [Communiquer sur sa publication](#)).

Effectuez une **diffusion nominative directe**. Cela vous assure d'être lu par les personnes que vous ciblez. Sélectionnez les personnes dans vos réseaux et faites-vous aider par des collègues et par votre institution pour identifier d'autres personnes concernées dans des ministères, organismes nationaux ou internationaux, entreprises, organisations professionnelles, Ong, etc.

L'envoi par **courrier électronique** du fichier .pdf, accompagné d'un message signé par vous-même, est intéressant : outre son faible coût, il démultiplie rapidement la diffusion, vos contacts pouvant envoyer d'un simple clic la publication dans leurs **réseaux**. Dans certains cas, vous pouvez envoyer la version imprimée par **courrier postal**.

Distribuez également des exemplaires imprimés lors de colloques, réunions ou manifestations.

Votre institution ou votre projet de recherche auront aussi avantage à le diffuser à leurs **partenaires**.

9. L'impact d'un *policy brief*

L'impact d'un *policy brief* dépend de l'**objectif particulier visé par l'auteur**, tel qu'intéresser des bailleurs publics ou privés, proposer un autre cadre de réflexion ou de recherche, appuyer des décisions politiques, recommander des actions, fédérer une animation autour d'idées nouvelles...

Cet impact est **difficile à mesurer**, d'autant qu'il s'inscrit dans le temps. Des critères de succès peuvent être le nombre de téléchargements, les retours aux auteurs, la reprise par d'autres médias, le débat suscité par votre position dans des instances de recherche ou de décision, la prise en compte par les décideurs.

L'impact d'un *policy brief* est d'autant plus important qu'il s'insère **dans une stratégie de publication plus large** au sein de l'institution ou du projet de recherche et que **l'auteur intervient dans des instances** ou des réunions où il peut argumenter ses propositions.

Quelques exemples de *policy briefs*

Exemples de *policy briefs* d'institutions

Afd, 2016. *Question de développement*. <http://www.afd.fr/home/publications/travaux-de-recherche/publications-scientifiques/question-developpement>

Cirad, 2016. *Perspective*.

<http://www.cirad.fr/publications-ressources/edition/perspective-policy-brief>

Iddri, 2016. *Policy briefs*. <http://www.iddri.org/Publications/>

PEP (Partnership for Economic Policy), 2016. *PEP policy brief*. <http://www.pep-net.org/policy-briefs>

SciencesPo, Laboratoire interdisciplinaire des politiques publiques, 2016. *LIEPP policy brief*. <http://www.sciencespo.fr/liepp/fr/publications-du-liepp>

Exemples de *policy briefs* de projets

ACCESS Project (Arctic Climate Change, Economy and Society - European Commission FP7), 2015. *ACCESS Policy Briefs*. http://www.access-eu.org/en/publications/access_brief.html

Projet MAKALA (Gérer durablement la ressource bois énergie - Projet EuropeAid DCI-ENV/2008/151-384), 2016. *Notes de perspectives*. http://makala.cirad.fr/les_produits/notes_de_perspectives

Liens utiles

GDPPC (Global Debate and Public Policy Challenge), 2013. Writing guidelines: policy brief. <http://gdppc.idebate.org/content/writing-guidelines-policy-brief>

IDS (Institute of Development Studies) and 3ie (International Initiative for Impact Evaluation), 2012. Policy Brief Experiment: Can a policy brief be an effective tool for policy influence? <http://www.3ieimpact.org/en/evaluation/policy-influence/policy/>

On Think Tanks, 2016. <http://onthinktanks.org/>. Voir par exemple l'article de Mendizabal E. *A policy brief is a piece of paper. It doesn't DO anything on its own*. <https://onthinktanks.org/articles/a-policy-brief-is-a-piece-of-paper-it-doesnt-do-anything-on-its-own/>

Cécile Fovet-Rabot, Corinne Cohen

Délégation à l'information scientifique et technique, Cirad

09 juin 2016

Informations

Comment citer ce document :

Fovet-Rabot, C. ; Cohen, C. 2016. *Rédiger un policy brief en 9 points*. Montpellier (FRA) : CIRAD, 4 p. <http://url.cirad.fr/ist/policy-brief>

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons : Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International, disponible en ligne : <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.fr> ou par courrier postal à : Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

Cette licence vous permet de remixer, arranger, et adapter cette œuvre à des fins non commerciales tant que vous créditez l'auteur en citant son nom et que les nouvelles œuvres sont diffusées selon les mêmes conditions.