

REPUBLIQUE DU BENIN

PROGRAMME INTEGRE D'ADAPTATION POUR LA LUTTE CONTRE LES EFFETS NEFASTES DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES SUR LA PRODUCTION AGRICOLE ET LA SECURITE ALIMENTAIRE AU BENIN (PANA1)

# **STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LE RENFORCEMENT DES CAPACITES D'ADAPTATION DES ACTEURS AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES POUR LA PRODUCTION AGRICOLE ET LA SECURITE ALIMENTAIRE AU BENIN**

Adapter les décisions, les choix de consommation et la production agricole aux changements climatiques



Au service  
des peuples  
et des nations



**STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LE  
RENFORCEMENT DES CAPACITES D'ADAPTATION  
DES ACTEURS AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES  
POUR LA PRODUCTION AGRICOLE ET LA  
SECURITE ALIMENTAIRE AU BENIN**

**Adapter les décisions, les choix de consommation et la  
production agricole aux changements climatiques**

Dépôt légal n° 7646 du 15/12/2014 4ème trimestre  
Bibliothèque Nationale  
ISBN : 978-99919-0-256-2

Droit d'auteur :

Le Gouvernement du Bénin et le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) détiennent le droit d'auteur et de reproduction de toutes les publications et autres matériaux qu'ils commandent dans le cadre des projets, que le texte soit écrit par un membre du personnel ou un consultant rémunéré. La permission de reproduction peut être donnée aux médias, ONG, institutions académiques et autres, à conditions que le Gouvernement et le PNUD soient dûment cités.

Avis de non-responsabilité :

Les opinions exprimées dans cette publication sont celles de leur(s) auteur(s) et ne représentent pas nécessairement celles du Gouvernement, des Nations Unies, y compris le PNUD, ni des Etats Membres.

## PREFACE

**F**ace aux défis et enjeux en matière des changements climatiques actuels et futurs, l'information et la communication revêtent une importance capitale, surtout dans les initiatives impliquant les acteurs à la base.

L'adaptation qui est l'un des principaux moyens d'intervention préconisés par la Convention-Cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) face aux changements climatiques a été identifiée comme une priorité clé dans la prévention et la gestion des risques climatiques et des événements extrêmes aux niveaux national, régional et local, en particulier les Pays en développement, notamment les Pays les Moins Avancés.

Le Bénin est engagé dans la mise en œuvre du projet PANA1 « Programme intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin » depuis son lancement officiel en mai 2011. Ce projet qui relève du secteur agricole, accompagne les populations dans le développement et la mise en œuvre des mesures d'adaptation aux risques climatiques et aux changements climatiques dans les quatre (4) zones agro-écologiques vulnérables, à travers neuf (9) communes pilotes à savoir : Adjohoun, Aplahoué, Bopa, Malanville, Matéri, Ouaké, Savalou, Quinhi et Sô-Ava.

En vue de rendre visible sur le terrain les activités du projet et pour faciliter son appropriation par les différents acteurs et assurer une large diffusion des actions développées, le Document de formulation du Projet a prévu au titre de sa composante 3 (Capitalisation et diffusion des expériences et bonnes pratiques) la mise en place d'une stratégie de communication, assortie d'un plan de communication.

C'est pour satisfaire ce besoin impératif, qu'il a été élaboré le présent document sur la stratégie de communication pour renforcer les capacités d'adaptation des acteurs aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire dans la zone d'intervention du PANA1. Le principal objectif poursuivi à travers cette stratégie est d'assurer une visibilité des actions adaptatives aux changements climatiques dans les neuf (9) communes pilotes, l'appropriation et le partage des expériences en cours.

Pour y parvenir, il s'agira de planifier et de coordonner les actions relatives à la communication au niveau des dites communes, aux fins de renforcement des capacités d'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire, tout en gardant à l'esprit qu'en dehors de la diffusion ou d'échange d'information, de la transmission des connaissances, la communication doit viser des changements de comportements et l'adoption de nouvelles habitudes de production, au profit de la communauté cible. Les principaux groupes cibles visés sont les producteurs (agriculteurs, éleveurs, pêcheurs), les transformateurs et les revendeurs, les acteurs institutionnels (Ministères partenaires) et les acteurs communautaires (administration locale, ONG, média....)

Le document s'articule autour de trois axes stratégiques qui constituent en fait la réponse aux besoins spécifiques en matière de communication et définissant les initiatives stratégiques à mener : Ces axes d'intervention concernent respectivement :

- le changement d'attitudes vis-à-vis des changements climatiques pour l'amélioration du niveau des mesures d'adaptation

- l'abandon des pratiques peu favorables à l'adaptation aux changements climatiques
- la mise en place d'un système d'information et de communication pour la documentation et la diffusion des leçons apprises et des bonnes pratiques.

Le plan de communication envisagé, s'appuie sur un certain nombre d'activités à même d'accompagner le PANA1 durant sa période d'exécution. Ces activités devront concourir d'une part, à l'amélioration des capacités à minimiser les impacts des risques climatiques sur la production agricole au niveau des communautés et d'autre part, à la capitalisation et la diffusion des expériences et bonnes pratiques en matière d'adaptation aux changements climatiques.

Si de toute évidence, la mise en œuvre de cette stratégie requiert la mobilisation de ressources humaines, matérielles et financières, il n'en demeure pas moins que les services efficaces et efficients d'un chargé de communication restent la cheville ouvrière de cet instrument.

Une autre question clé réside dans le rôle primordial que jouent les canaux de diffusion rapide de l'information, privilégiant les radius communautaires de proximité. En fonction de l'objectif de la communication, le message à diffuser en direction des groupes cibles, notamment son contenu, doit être formulé dans un langage clair et compréhensible.

Somme toute, la stratégie de communication devra avoir pour finalité de combler les attentes des communautés en matière d'information et de concourir à l'atteinte du résultat d'activité escompté par le PANA1.

Nos vives et sincères gratitudes vont à l'endroit du Fonds pour l'Environnement Mondial (FEM) dont l'appui financier a rendu possible la réalisation de ce précieux instrument.

Nous restons d'ores et déjà persuadés, qu'avec le concours de toutes les parties prenantes, la mise en œuvre de la présente stratégie contribuera à l'amélioration du système d'information et de communication en faveur des différents acteurs impliqués dans la mise en œuvre du PANA1.



## TABLE DES MATIERES

PREFACE .....	5
SOMMAIRE .....	7
RESUME EXECUTIF .....	9
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	11
LISTE DES TABLEAUX .....	13
LISTE DES FIGURES .....	13
INTRODUCTION .....	15
I. CONTEXTE, PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE .....	16
<b>1.1 - Contexte .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 - Problématique .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 - Méthodologie .....</b>	<b>18</b>
II - BESOINS EN INFORMATIONS ET COMMUNICATION DES GROUPES CIBLES ET CATEGORISATION DES ACTEURS PAR RAPPORT AUX BESOINS .....	20
<b>2.1 - Identification des différents groupes cibles .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2 - Evaluation des besoins en informations et communication des principaux groupes cibles .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 - Catégorisation des acteurs en fonction des besoins en communication .....</b>	<b>21</b>
III - ANALYSE DIAGNOSTIQUE DES MECANISMES DE COMMUNICATION ET DES BESOINS EN INFORMATIONS ET COMMUNICATION DES ACTEURS .....	23
<b>3.1 - Brève présentation des zones agro-écologiques les plus vulnérables .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 - Les habitudes et pratiques agricoles .....</b>	<b>24</b>
<b>3.3 - Manifestations et effets de la variabilité et des changements climatiques .....</b>	<b>25</b>
<b>3.4 - Canaux de communication usuels dans les zones concernées et habitudes de consommation média .....</b>	<b>26</b>
<b>3.5 - L'analyse diagnostique .....</b>	<b>27</b>
IV - STRATEGIE DE COMMUNICATION .....	31
<b>4.1 - Défis et enjeux de la communication au titre de la mise en œuvre .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 - Les axes stratégiques .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3 - Objectifs de communication .....</b>	<b>34</b>
<b>4.4 - Hiérarchisation des groupes cibles en fonction des objectifs de communication .....</b>	<b>35</b>
<b>4.5 - Les messages à diffuser .....</b>	<b>37</b>
<b>4.6 - Les moyens de communication retenus et les activités à mettre en œuvre .....</b>	<b>38</b>
V - PLAN DE COMMUNICATION .....	42

<b>5.1 - Matrice des interventions .....</b>	<b>42</b>
<b>5.2 - Les mesures de mise en œuvre .....</b>	<b>45</b>
<i>5.2.1 - Les messages à diffuser et leurs formats .....</i>	<i>45</i>
5.2.1.1 - <u>Pour les actions de l'axe stratégique 1</u> .....	45
5.2.1.2 - <u>Pour les actions de l'axe stratégique 2</u> .....	45
5.2.1.3 - <u>Pour les actions de l'axe stratégique 3</u> .....	46
<i>5.2.2 - Eléments de cohérence à respecter .....</i>	<i>46</i>
VI - CADRE DE SUIVI EVALUATION .....	48
CONCLUSION .....	55
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....	56
ANNEXES .....	57
<b>Annexe1 : Termes de référence de l'étude .....</b>	<b>57</b>
<b>Annexe 2 : Lexique .....</b>	<b>60</b>
<b>Annexe 3 : Canaux identifiés dans les zones agro-écologiques .....</b>	<b>63</b>
<b>Annexe 4 : Guides d'entretien .....</b>	<b>65</b>
<b>Annexe 5 : liste des personnes interrogées .....</b>	<b>70</b>
<b>Annexe 6 : Etape d'une campagne .....</b>	<b>75</b>



## RESUME EXECUTIF

Le présent document expose la stratégie de communication et de mobilisation pour renforcer les capacités d'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire dans les quatre (4) zones agro-écologiques les plus vulnérables au Bénin. IL a été élaboré à la suite d'une mission de terrain ayant, entre autres, consisté à identifier les différents groupes cibles et à évaluer leurs besoins en information et communication. Les éléments collectés ont permis de faire une analyse diagnostique sur la compréhension de l'environnement socioculturel des zones d'intervention du PANA1, des habitudes agricoles qui y ont cours ainsi que des connaissances que les groupes cibles ont des changements climatiques.

Le diagnostic a notamment fait ressortir les canaux de communication usuels et les habitudes de consommation média dans les neuf(9) communes d'intervention du PANA1. Ces canaux répertoriés sont à la fois modernes (radios, télévisions, affichages, banderoles, etc.) et traditionnels (Crieurs Publics, culte «Zangbéto», etc.). Mais d'autres canaux spécifiques ont été identifiés : rencontres publiques formelles et informelles, manifestations populaires, etc.

L'analyse situationnelle et les données existantes sur le contexte des changements climatiques dans les quatre zones agro-écologiques les plus vulnérables du Bénin ont permis de présenter un tableau des forces, faiblesses, opportunités et menaces (SWOT) qui pourraient favoriser ou compromettre l'adoption de mesures d'adaptation aux changements climatiques.

Les forces identifiées font état, entre autres, d'une assez bonne connaissance des effets des changements climatiques par les cibles, d'un potentiel local de mobilisation et de tentatives endogènes d'adaptation aux CC. Il ressort de l'analyse des faiblesses, une attitude fataliste des cibles, leur faible connaissance des mesures d'adaptation aux CC et des pratiques peu favorables à l'adaptation. Il existe cependant des opportunités : un état d'esprit des cibles favorable à une dynamique d'adaptation aux effets des CC et l'existence de mécanismes et d'acteurs favorables à l'adaptation aux CC. Mais le retard dans la mise en œuvre de mesures structurelles devant impulser l'adaptation aux CC est une sérieuse menace.

L'analyse des différents facteurs relevés dans le diagnostic a permis d'identifier quelques axes stratégiques pour la communication de PANA1. Ces axes sont au nombre de trois :

Axe stratégique 1 : Amener les cibles à changer d'attitudes vis-à-vis des CC en améliorant leur niveau de connaissance des mesures d'adaptation et en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation

Axe stratégique 2 : Amener les cibles à abandonner les pratiques peu favorables à l'adaptation aux CC en s'appuyant sur leur connaissance de ses effets et sur les mécanismes et acteurs favorables disponibles

Axe stratégique 3 : Mettre en place un système d'information et de communication permettant de documenter et de diffuser les leçons apprises et les bonnes pratiques des activités pilotes d'adaptation aux effets des CC.

A chaque axe stratégique, correspond un objectif de communication et des résultats y afférents. Des activités de communication ont été identifiées pour atteindre ces résultats. Le premier axe

a pour objectif de « Faire connaître aux cibles les mesures d'adaptation idoines pour faire face aux effets néfastes des changements climatiques ». Le deuxième axe vise à « Amener les cibles à abandonner les pratiques non conformes aux mesures d'adaptation aux CC ». Enfin, le troisième axe a pour objectif de « Collecter, documenter et partager des informations sur l'adoption des mesures d'adaptation aux CC par les producteurs ».

Sur la base de la stratégie de communication et de mobilisation ainsi déclinée, un plan de communication a été élaboré selon un processus qui définit pour chaque axe stratégique un objectif de communication de même que les cibles, les messages et les moyens de communication et les responsables de mise en œuvre.

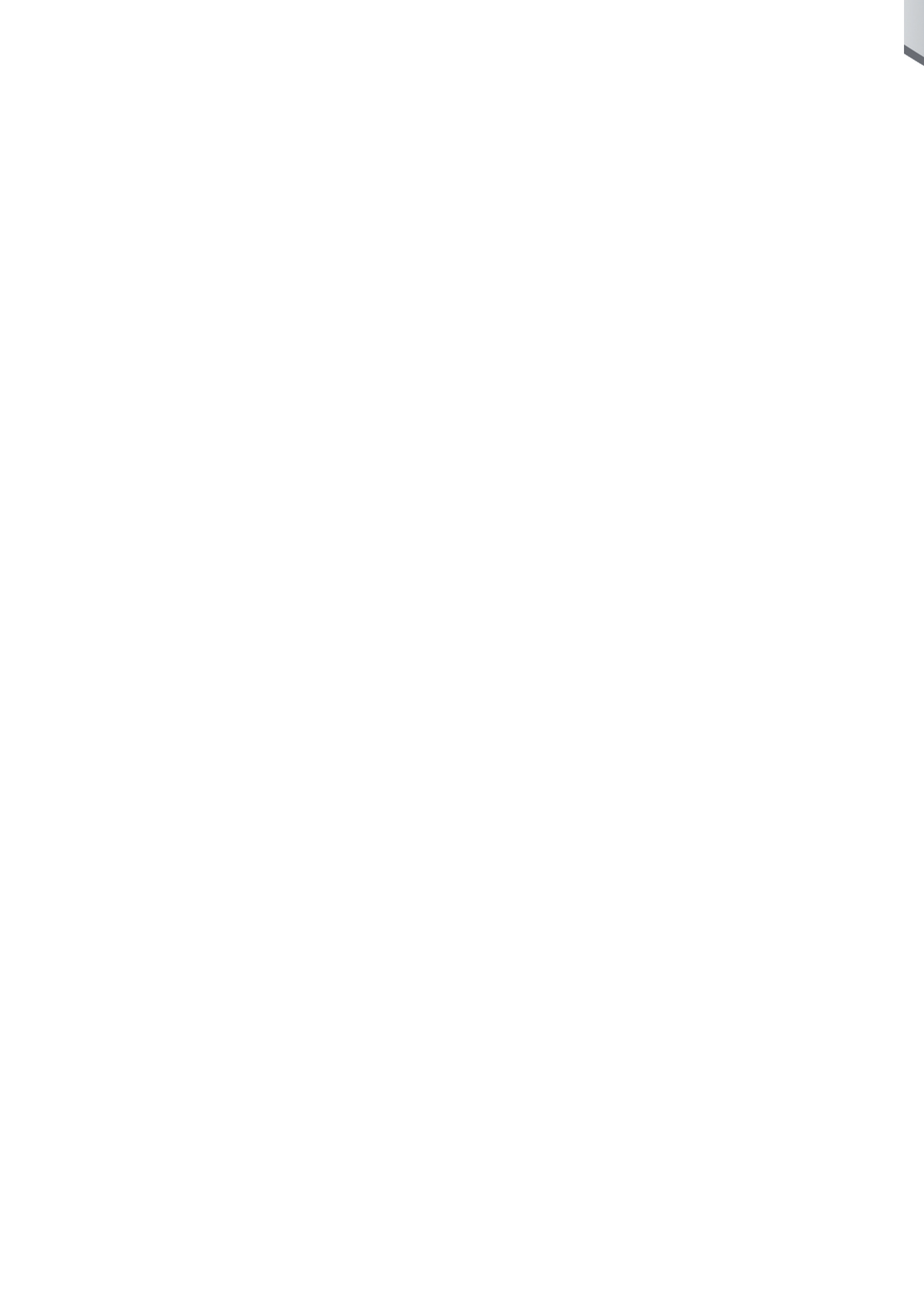
Les messages définissent le contenu à diffuser, les preuves à apporter et les formats à adopter. Les moyens de communication choisis sont les radiodiffusions (communautaires et nationale), la télévision nationale, les supports imprimés et multimédia, etc. Comme supports de communication, on distingue les émissions de télévision et de radiodiffusion, les tables rondes, les dépliants illustrés, les affiches, les boîtes à images, les CD et DVD, etc.

Toutes ces informations sur le plan de la communication et du changement de comportement sont répertoriées dans un tableau qui définit les activités de communication suivant chaque axe stratégique, l'objectif de communication y afférent et les résultats attendus, tous déclinés sur quatre ans.

Le document présente un cadre de mesure de rendement intégrant le suivi-évaluation des indicateurs d'impacts et ceux de processus. Pour chaque type d'indicateurs, le système de suivi-évaluation décrit les résultats, les indicateurs, les données/sources, les techniques de collecte, la fréquence ou la période ainsi que le responsable chargé de chaque activité de suivi.

## LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

<b>AD :</b>	Axe de développement
<b>CC :</b>	Changements Climatiques
<b>CCNUCC :</b>	Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques
<b>CeRPA :</b>	Centre Régional pour la Production Agricole
<b>MAEDP :</b>	Ministère de l'Analyse Economique, du Développement et de la Prospective
<b>MAEP :</b>	Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche
<b>MEHU :</b>	Ministère de l'Environnement de l'Habitat et de l'Urbanisme
<b>MEPN :</b>	Ministère de l'Environnement et de la Protection de la Nature
<b>MISPC :</b>	Ministère de l'Intérieur et de la Sécurité Publique et des Cultes
<b>MTPT :</b>	Ministère des Travaux Publics et des Transports
<b>ONG :</b>	Organisation Non Gouvernementale
<b>PANA :</b>	Programmes d'Actions Nationaux aux fins de l'Adaptation aux changements climatiques
<b>PANA1 :</b>	Programme intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin



## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau N°1 :</b>	Catégorisation des groupes cibles en fonction des besoins en information et communication	22
<b>Tableau N° 2 :</b>	Risques climatiques, modes et moyens d'existences dans les quatre zones agro-écologiques	24
<b>Tableau N°3 :</b>	Matrice SWOT	28
<b>Tableau N°4 :</b>	Axes stratégiques, objectifs stratégiques et résultats	33
<b>Tableau 5 :</b>	Mesures d'adaptation aux changements climatiques dans le secteur agricole	37
<b>Tableau N°6 :</b>	Moyens et supports de communication pour axe stratégique 1	39
<b>Tableau N°7 :</b>	Moyens et supports de communication pour axe stratégique 2	40
<b>Tableau N°8 :</b>	Moyens et supports de communication pour axe stratégique 3	40
<b>Tableau N°9 :</b>	Activités de communication relatives à chaque axe stratégique	41
<b>Tableau 10 :</b>	Plan de communication	42
<b>Tableau N°11 :</b>	Cadre de suivi évaluation	49

## LISTE DES FIGURES

<b>Figure 1 :</b>	Segmentation des cibles de l'axe stratégique 1	35
<b>Figure 2 :</b>	Segmentation des cibles de l'axe stratégique 2	36
<b>Figure 3 :</b>	Segmentation des cibles de l'axe stratégique 3	37



## INTRODUCTION

**D**ans le cadre du processus de mise en œuvre de la Convention-Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques (CCNUCC), adoptée par la communauté internationale le 09 mai 1992 et ratifiée par la République du BENIN le 30 juin 1994, il a été initié à l'intention des Pays les Moins Avancés (PMA) Parties à la Convention, des Programmes d'Actions Nationaux aux fins d'Adaptation aux changements climatiques (PANA)

La première mesure d'adaptation contenue dans le PANA-Bénin adoptée en 2008, concernant le secteur agricole, est mise en **œuvre à travers le projet intitulé : Programme** intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire (PANA1). Lancé officiellement le 12 Mai 2011, ce projet vise à renforcer les capacités des communautés agricoles pour s'adapter dans quatre (4) zones agro-**écologiques** vulnérables au Bénin.

En vue de rendre visible sur le terrain les activités du projet et pour faciliter son appropriation par les différents acteurs et assurer une large diffusion des actions développées, le document du projet a prévu la mise en place d'une stratégie de communication assortie d'un plan de communication. Il s'agit à travers cette stratégie de planifier et de coordonner les actions relatives à la communication au niveau des neuf (9) communes d'intervention du Projet, aux fins de renforcement des capacités d'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire.

Le présent rapport d'étude relative à l'élaboration de cette stratégie, s'articule autour des principaux points suivants :

- Contexte, problématique et méthodologie
- Besoins en information et communication des groupes cibles et catégorisation des acteurs par rapport aux besoins
- Analyse diagnostique des mécanismes de communication au niveau des neuf communes d'intervention du PANA1 et des besoins en informations et communication des acteurs
- Stratégie et plan de communication
- Cadre de suivi évaluation.

## I. CONTEXTE, PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE

### 1.1 - Contexte

Dans le cadre de la mise en œuvre de la décision 28/CP-7 de la Conférence des parties à la Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques lors de sa session tenue en Novembre 2001 (New -Dehli Inde), relative à l'élaboration des programmes d'Actions Nationaux aux fins d'Adaptation aux Changements Climatiques (PANA) au profit des Pays les Moins Avancés (PMA), la République du Bénin a identifié, grâce à l'appui du fonds des PMA, cinq (5) mesures prioritaires et urgentes à mettre en œuvre afin de réduire la vulnérabilité des populations face aux effets néfastes des changements climatiques et des phénomènes météorologiques extrêmes.

La raison d'être des PANA réside principalement dans la faible capacité d'adaptation de ces pays, prouvant de ce fait le besoin d'un appui immédiat et urgent pour leur permettre de mieux s'adapter aux effets néfastes des changements climatiques.

Au titre de ce programme, le BENIN a bénéficié d'un financement du Fonds des Pays les Moins Avancés, ayant permis l'identification de cinq(05) mesures prioritaires et urgentes d'adaptation à mettre en œuvre afin de réduire la vulnérabilité des populations face aux effets néfastes des phénomènes météorologiques extrêmes et des changements climatiques.

La première mesure, qui intéresse le secteur de l'agriculture, est mise en œuvre grâce à l'appui du Fonds pour l'Environnement Mondial (FEM), à travers le projet dénommé : Programme intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin(PANA1).

La capitalisation et la diffusion des expériences des meilleures pratiques en adaptation, constituent l'un des résultats clés escomptés du projet (Cf. composante 3). C'est dans ce contexte que se situe la présente étude consacrée à l'élaboration d'une stratégie de communication pour renforcer les capacités d'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire dans les neuf (9) communes d'intervention du PANA1.

### 1.2 - Problématique

Les changements climatiques constituent un problème mondial, complexe et de long terme dont les effets se font ressentir aux niveaux régional et local.

Ce phénomène qui représente une menace grave pour la survie des populations déjà vulnérables n'est pas suffisamment compris dans toutes ses dimensions.

L'adaptation est l'une des principales façons préconisées par la Convention-Cadre des Nations Unies sur les changements climatiques pour faire face aux changements climatiques. Dans le contexte des changements climatiques, l'adaptation désigne un changement de procédures, de pratiques et de structures visant à réduire la vulnérabilité ou augmenter la résilience des systèmes naturels et humains aux effets de la variabilité du climat et des changements climatiques, y compris les phénomènes extrêmes.



Les pays en développement et notamment les Pays les Moins Avancés (PMA), dont le BENIN, restent particulièrement vulnérables aux effets néfastes des changements climatiques, du fait de leur forte dépendance vis-à-vis des ressources naturelles et d'une faible capacité d'adaptation.

Bien que les options d'adaptation soient nombreuses à l'heure actuelle (adoption de variétés culturales à cycle court, conversion des pêcheurs en agriculteurs, etc.), force est de noter que pour réduire la vulnérabilité aux changements climatiques futurs, il est impératif d'élargir la fourchette.

Alors l'information et la communication revêtent une importance capitale dans les initiatives prises pour combattre les changements climatiques, notamment celles impliquant les acteurs à la base comme le cas du projet PANA1 qui vise le renforcement des capacités des communautés agricoles à s'adapter aux effets néfastes des changements climatiques dans quatre(4) zones agro-écologiques vulnérables au Bénin.

Au-delà de la diffusion ou d'échanges d'information, de la transmission des connaissances, la communication doit viser des changements de comportements et l'adoption de nouvelles habitudes de production, au profit de la communauté cible. Vu sous cet angle, la communication devient sociale et permet d'entraîner l'adhésion du plus grand nombre à l'accomplissement d'une tâche collective, bénéfique pour une société. Elle incite chaque individu à prendre sa part de responsabilité dans l'œuvre entreprise et constitue le moyen privilégié qui peut le mieux tendre au résultat social<sup>1</sup>.

En dépit de l'augmentation de plus en plus notée en matière d'information et de communication sur les changements climatiques ses dernières années, les informations disponibles sur les défis posés par les changements climatiques et les solutions possibles et susceptibles d'apporter des changements d'attitudes et les modes de vie nécessaires pour y faire face restent insuffisants surtout dans les communes rurales.

Au Bénin, au titre des activités menées dans le cadre de l'adaptation aux changements climatiques, en dehors de l'expérience conduite par l'ONG «Initiatives pour un Développement Intégré Durable(IDID) » dans le cadre du Projet de Renforcement des Capacités d'Adaptation des Acteurs Ruraux Béninois face aux changements climatiques(PARBCC) entre 2008 et 2010, PANA demeure le seul programme national en matière d'adaptation. Aussi, a-t-il été réalisé dans le cadre de l'élaboration du PANA une évaluation concertée de la vulnérabilité à l'échelle nationale (Aho et al, 2006). Cette étude a permis d'identifier les quatre (4) zones agro-écologiques les plus vulnérables, les risques climatiques majeurs (inondation, sécheresse, vents violents, etc.) et les effets auxquels elles sont exposées. Les impacts potentiels des changements ont été également évalués pour des secteurs clés dont l'agriculture, qui constitue le domaine d'intervention de la première mesure prioritaire et urgente à mettre en œuvre afin de réduire la vulnérabilité des populations face aux effets néfastes des changements climatiques et des phénomènes météorologiques extrêmes.

Il faut noter que le processus d'élaboration du PANA (2006-2009) n'a pas mis un accent particulier sur le volet « communication », qui s'est trouvé réduit à quelques actions ponctuelles d'information et de communication, à travers des rencontres avec différents groupes cibles, notamment.

Reconnaître l'urgence dans l'action et communiquer sur les changements climatiques devenant alors un impératif et tenant compte de la nécessité de diffusion et de partage des expériences du PANA1, il a été proposé lors de la formulation du projet, la mise en place d'une stratégie de communication et de conscientisation.

---

1 Michel Le Net, Communication Publique, pratique des campagnes d'information, La documentation Française, Paris, 1993, P. 15.

Ce besoin a amené le PANA1 à solliciter au titre de la composante 3 du Document du Projet, une étude relative à l'élaboration d'une stratégie de communication pour renforcer les capacités d'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire dans les neuf (9) communes pilotes.

L'objectif global poursuivi à travers cette stratégie de communication est d'assurer une visibilité des actions adaptatives aux changements climatiques dans les neuf (9) communes pilotes, l'appropriation et le partage des bonnes pratiques.

### **1.3 - Méthodologie**

La démarche méthodologique adoptée pour conduire cette étude comprend les étapes suivantes :

- **Revue documentaire**

Elle a permis de consulter quelques documents disponibles sur le projet PANA1 (Document du Projet, rapports de mission sur le terrain, etc.), la thématique de l'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques (Convention-Cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, rapports d'évaluation du GIEC, communications nationales sur les changements climatiques notamment) et sur les pratiques agricoles dans les zones agro-écologiques vulnérables au Bénin.

- **Entretiens et enquêtes sur le terrain**

Des entretiens et enquêtes ont été réalisés respectivement avec :

- Les responsables du projet, des personnes impliquées au niveau des structures partenaires et des personnes ressources averties des questions de l'adaptation aux changements climatiques et celles relatives à la communication environnementale.
- Les groupes cibles rencontrés dans les neuf communes.(La liste des personnes enquêtées se trouve en annexe 5)

Lors de l'identification des enquêtés, un entretien préalable a permis de savoir si la personne contactée fait partie d'un de ces groupes cibles. Certaines personnes éligibles ont été contactées avec l'appui des points focaux du PANA1 dans les communes. Deux guides d'entretiens ont été utilisés pour la collecte des données et informations (Voir modèle en annexe) :un guide d'entretien conçu pour l'entretien avec les responsables et partenaires du projet et un autre pour les entretiens avec les groupes cibles. Au total 10 interviewers ont été chargés de recueillir les données auprès des cibles. Les interviewers sont des personnes formées en sciences sociales et ayant de l'expérience dans la réalisation des études qualitatives. Ils ont reçu une formation pour les besoins de l'enquête.

- **Evaluation concertée des besoins en information et communication dans les neuf communes d'intervention du PANA1**

L'approche participative et concertée reste le principe de base qui guide toute évaluation dans le cadre de la mise en œuvre du PANA et permet la contribution des acteurs bénéficiaires à la résolution des problèmes. Aux fins de l'évaluation des besoins en information et communication, une série d'enquêtes ont été conduites dans les neuf communes d'intervention du projet, à savoir : Malanville, Matéri et Ouaké pour la zone Nord, Savalou pour le centre et Aplahoué, Quinhi, Bopa,

Sô-Ava et Adjohoun pour le Sud. Dans chaque commune, un arrondissement a été sélectionné et au sein de cet arrondissement, un village a été retenu. Au total, plusieurs entretiens ont été réalisés à travers les 9 communes. Deux catégories de personnes ont été interrogées à savoir les autorités et les groupes spécifiques (agriculteurs, éleveurs, pêcheurs etc.).

Il convient de noter, qu'en dehors des neuf(9) communes, des entretiens ont été, également, réalisés à Cotonou, avec des responsables et certains partenaires clés du projet. (La liste des personnes enquêtées se trouve en annexe 5.)

En matière d'échantillonnage, en raison du caractère qualitatif de la présente étude, il n'a pas été jugé nécessaire de procéder à une grande taille d'échantillonnage des participants. Toutefois, pour garantir la représentativité de cet échantillon, des personnes ont été interrogées à trois niveaux avec toutes les catégories d'acteurs du système.

- **Analyse diagnostique des mécanismes de communication et des besoins en information et communication**

Une analyse diagnostique de la situation actuelle en matière de communication et des besoins en information, en rapport avec l'adaptation aux changements climatiques, a été réalisée. Elle a permis de mettre en exergue des forces, faiblesses, opportunités et menaces prenant pour objet, la problématique de l'adaptation aux changements climatiques qui prend en compte les facteurs socioculturels et comportementaux. Les outils utilisés sont la matrice SWOT et le jugement d'experts.

- **Elaboration de la stratégie de communication**

La stratégie de communication a été élaborée essentiellement sur la base des objectifs visés, des éléments de l'analyse diagnostique et des données et informations recueillies à travers les enquêtes et entretiens. Elle a consisté à faire l'analyse et la combinaison des facteurs dégagés par la matrice SWOT pour formuler les axes stratégiques de communication. Chaque axe a permis de faire des choix de moyens de communication les plus pertinents pour atteindre les objectifs définis.

## II - BESOINS EN INFORMATIONS ET COMMUNICATION DES GROUPES CIBLES ET CATEGORISATION DES ACTEURS PAR RAPPORT AUX BESOINS

### 2.1 - Identification des différents groupes cibles

De l'analyse des données et informations collectées sur le terrain, il ressort que les changements climatiques ont des effets sur les activités des agriculteurs, des éleveurs et des pêcheurs et les acteurs spécialisés dans la transformation et la commercialisation des produits agro-alimentaires des neuf (9) communes. Les données sociodémographiques<sup>2</sup> disponibles montrent que les neuf communes ont une population variant entre 40.000 à 120.000 habitants avec une proportion de ruraux de 70 à 90%.

L'analyse de la situation et des intervenants a permis d'identifier les groupes cibles suivants :

- **Groupe 1** : Les producteurs : agriculteurs, éleveurs, pêcheurs
- **Groupe 2** : Les transformateurs et revendeurs des produits
- **Groupe 3** : Les acteurs communautaires : l'administration locale, les agents d'encadrement de CeRPA, les ONG, les médias, les leaders tradi-religieux
- **Groupe 4** : Les acteurs institutionnels : au niveau central (les ministères partenaires : MAEP, MAEDP, MISPC, MTPT et les instituts de recherche) et au niveau déconcentré (les services déconcentrés des ministères partenaires)

### 2.2 - Evaluation des besoins en informations et communication des principaux groupes cibles

Les besoins en information et communication ci-après ont été identifiés à travers une évaluation concertée avec les différents groupes cibles. Il s'agit de :

- Les variations que connaîtront les saisons chaque année (début des pluies, répartition spatio-temporelle des pluies, poches de sécheresse, chaleur excessive, etc.) ;
- Les causes réelles des changements climatiques ;
- Les pratiques expérimentées et qui produisent des résultats positifs pour contrer les effets des changements climatiques dans les trois sous-secteurs de l'agriculture ;
- Les résultats des bonnes pratiques à partager entre acteurs ;
- Les prévisions saisonnières (climatiques et hydrométéorologiques) ;
- Les pratiques empiriques adoptées par les producteurs et non conformes aux mesures d'adaptation aux changements climatiques ;
- Les supports de communication pour les médias et les ONG (affiches, brochures, dépliants, les microprogrammes, boîte à images, etc.) sur les causes réelles des changements climatiques ;
- Les actions entreprises dans les zones agro-écologiques pour une adaptation aux effets néfastes des changements climatiques.

<sup>2</sup> RGPH III, 2002

### 2.3 - Catégorisation des acteurs en fonction des besoins en communication

Leurs perceptions du phénomène et leurs pratiques, pouvant parfois porter atteinte à l'intégrité de la nature, les agriculteurs, les éleveurs, les pêcheurs et les acteurs spécialisés dans la transformation agro-alimentaire constituent la cible principale pour promouvoir des comportements d'adaptation sains. Conformément à l'objectif du PANA1 visant le renforcement des capacités des communautés agricoles pour s'adapter aux changements climatiques. Les agriculteurs, les éleveurs, les pêcheurs sont les premiers acteurs de l'adoption des mesures d'adaptation.

En dehors de ces groupes cibles, d'autres acteurs institutionnels et communautaires sont concernés par les actions d'adaptation aux effets des changements climatiques : au plan national : certains ministères comme le MAEP, le MAEDP, le MISPC, le MTPT, le MEHU; au niveau départemental : les services déconcentrés des différents ministères concernés ; et au niveau local : les autorités communales, les leaders tradi-religieux, les ONG, les médias.

En effet, l'analyse de situation a montré que les producteurs sont les premiers affectés par les effets des changements climatiques. Il est évident que les perturbations engendrées sur les productions sont ressenties par les transformateurs et revendeurs. Les acteurs communautaires, du fait que les productions se font au niveau communautaire, sont affectés d'une manière ou d'une autre : l'administration locale peut ressentir des effets sur son programme de développement (l'analyse a indiqué que 70 à 90% des populations des communes concernées sont des ruraux), les leaders communautaires préoccupés par le bien-être de leur communauté, ainsi que les ONG, et , les agents d'encadrement des CERPA, ayant l'obligation de performance pour le développement agricole, peuvent améliorer leur rendement avec l'adoption progressive des mesures d'adaptation.

En effet, les acteurs institutionnels n'ont pas un besoin pratique et opérationnel de la connaissance des mesures d'adaptation. En outre, étant les acteurs qui de près ou de loin ont participé à l'élaboration de ces mesures, ils en ont déjà la connaissance de leur existence qui est suffisante pour le rôle qui est le leur.

Le tableau N°1 présente une catégorisation des divers groupes cibles en fonction des besoins en informations et communication.

**Tableau N°1** : Catégorisation des groupes cibles en fonction des besoins en information et communication

Groupes cibles	Besoins en informations et communication
Groupe 1 : Les producteurs : agriculteurs, éleveurs, pêcheurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les variations que connaîtront les saisons chaque année (début des pluies, répartition spatio-temporelle des pluies, poches de sécheresse, chaleur excessive, etc.)</li> </ul>
Groupe 2 : Les transformateurs et revendeurs des produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les causes réelles des changements climatiques</li> <li>• Les pratiques expérimentées et qui produisent des résultats positifs pour contrer les effets des changements climatiques dans les trois sous-secteurs de l'agriculture</li> <li>• Les bonnes pratiques d'adaptation dans les domaines de la production végétale, de l'élevage et de la pêche</li> <li>• Les résultats des bonnes pratiques à partager entre acteurs</li> </ul>
Groupe 3 : Les acteurs communautaires : l'administration locale, les agents d'encadrement de CeRPA, les ONG, les médias, les leaders tradi-religieux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les prévisions saisonnières (climatiques et hydrométéorologiques)</li> <li>• Les pratiques empiriques adoptées par les producteurs et non conformes aux mesures d'adaptation aux changements climatiques</li> <li>• Les supports de communication pour les médias et les ONG (affiches, brochures, dépliants, les microprogrammes, boîte à images, etc.) sur les causes réelles des changements climatiques</li> <li>• Les bonnes pratiques d'adaptation dans les domaines de la production végétale, de l'élevage et des pêches</li> <li>• Les résultats des bonnes pratiques à partager entre acteurs</li> </ul>
Groupe 4 : Les acteurs institutionnels : au niveau central (les ministères partenaires : MAEP, MAEDP, MISPC, MTPT et les instituts de recherche) et au niveau déconcentré (les services déconcentrés des ministères partenaires)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les actions entreprises dans les zones agro-écologiques pour une adaptation aux effets néfastes des changements climatiques</li> <li>• Les résultats/impacts des bonnes pratiques à partager entre acteurs</li> </ul>

### III – ANALYSE DIAGNOSTIQUE DES MECANISMES DE COMMUNICATION ET DES BESOINS EN INFORMATIONS ET COMMUNICATION DES ACTEURS

Les besoins en informations et communication ayant été identifiés plus haut, il a paru nécessaire avant d'aborder l'analyse diagnostique, de donner une brève présentation des quatre zones agro-écologiques concernées par le PANA1 et de fournir quelques informations à propos des habitudes et pratiques agricoles dans ces zones, de manifestations et effets des changements climatiques vécus par les acteurs, des canaux usuels de communication et des habitudes de consommation média.

#### 3.1 - Brève présentation des zones agro-écologiques les plus vulnérables

Les zones d'intervention du PANA1 ont été choisies à partir des huit zones agro-écologiques identifiées au Bénin que sont :

- Zone 1 : l'extrême Nord (Nord-Bénin)
- Zone 2 : la zone cotonnière du Nord-Bénin
- Zone 3 : la zone de production vivrière du Sud-Borgou
- Zone 4 : la zone Ouest Atacora-Nord Donga
- Zone 5 : la zone cotonnière du Centre
- Zone 6 : la zone des terres de barre
- Zone 7 : la zone Ouest de la dépression
- Zone 8 : la zone des pêcheries.

Parmi ces huit zones, quatre(4) sont particulièrement vulnérables aux changements climatiques selon une étude qui date de 2006<sup>3</sup> : ce sont les zones 1, 4, 5 et 8. L'identification de ces quatre zones a été réalisée à travers une évaluation conduite en 2008 dans le cadre du processus PANA quia donc retenu lesdites zones agro-écologiques pour bénéficier d'une « action d'adaptation urgente ». Sur la base de cette identification et à l'issue d'une évaluation des risques climatiques majeurs de quatre zones<sup>4</sup>, neuf communes pilotes ont été choisies comme particulièrement exposées aux risques liés aux changements climatiques : ce sont les communes de Malanville (Zone 1 : Extrême Nord), Ouaké et Matéri (Zone 4 : Ouest Atacora et Nord Donga), Savalou et Aplahoué (Zone 5 : zone cotonnière du Centre), Bopa, Ouinhi, Adjohoun et So-Ava (Zone 8 : zone des pêcheries).

3 Aho, P.N., 2006. Evaluation concertée de la vulnérabilité aux variations actuelles du climat et aux phénomènes météorologiques extrêmes, République du Bénin, Programme d'Action National aux fins de l'Adaptation aux Changements Climatiques (PANA), Cotonou, Bénin.

4 MEPN-PPG 4, 2009, Evaluation statistique et cartographique des risques climatiques dans les zones agro-écologiques couvertes par le projet PANA1. MEPN, Programme intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin, Cotonou, Bénin.



### 3.2 - Les habitudes et pratiques agricoles

Dans l'ensemble, ces zones sont caractérisées par des modes d'existence et des pratiques et activités productives liés à l'agriculture, la pêche et la pisciculture, le petit élevage, le petit commerce, etc. Les habitants de ces zones sont donc généralement de petits exploitants agricoles, de maraîchers, des éleveurs, des pêcheurs, des commerçants spécialisés dans la transformation des produits agricoles, etc.

Le tableau N°2 présente les risques climatiques majeurs ainsi que les modes et moyens d'existence caractérisant chacune des quatre zones agro-écologiques (ZAE<sub>1</sub>, ZAE<sub>4</sub>, ZAE<sub>5</sub>, ZAE<sub>8</sub>)

**Tableau N° 2 : Risques climatiques, modes et moyens d'existences dans les quatre zones agro-écologiques**

Zones agroécologiques	Risques climatiques majeurs	Modes d'existence	Activités productives
ZAE <sub>1</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inondation</li> <li>• Sécheresse</li> <li>• Pluies tardives et violentes</li> <li>• Vents violents</li> <li>• Chaleur excessive</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petits exploitants agricoles</li> <li>• Exploitants émergents</li> <li>• Maraîchers</li> <li>• Pêcheurs</li> <li>• Eleveurs</li> <li>• Commerçants</li> <li>• Transporteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agriculture vivrière</li> <li>• Agriculture maraîchère</li> <li>• Agriculture de rente</li> <li>• Petit élevage</li> <li>• Elevage transhumant</li> <li>• Pêche</li> <li>• Commerce</li> <li>• Transport</li> </ul>
ZAE <sub>4</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sécheresse</li> <li>• Pluies tardives et violentes</li> <li>• Vents violents</li> <li>• Chaleur excessive</li> <li>• Inondation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petits exploitants agricoles</li> <li>• Exploitants émergents</li> <li>• Eleveurs</li> <li>• Chasseurs</li> <li>• Commerçants</li> <li>• Transporteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agriculture vivrière</li> <li>• Agriculture de rente</li> <li>• Petit élevage</li> <li>• Elevage transhumant</li> <li>• Chasse</li> <li>• Commerce</li> <li>• Transport</li> </ul>
ZAE <sub>5</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sécheresse</li> <li>• Pluies tardives et violentes</li> <li>• Vents violents</li> <li>• Chaleurs excessives</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petits exploitants agricoles</li> <li>• Exploitants émergents</li> <li>• Maraîchers</li> <li>• Eleveurs</li> <li>• Transformateurs agroalimentaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agriculture vivrière</li> <li>• Agriculture de rente</li> <li>• Petit élevage</li> <li>• Petit commerce</li> <li>• Transformations agroalimentaires</li> </ul>



Zones agroécologiques	Risques climatiques majeurs	Modes d'existence	Activités productives
ZAE8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inondation</li> <li>• Sècheresse</li> <li>• Pluies tardives et violentes</li> <li>• Vents violents</li> <li>• Elévation du niveau marin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pêcheurs</li> <li>• Petits exploitants agricoles</li> <li>• Maraîchers</li> <li>• Petits éleveurs</li> <li>• Commerçants</li> <li>• Transformateurs</li> <li>• agroalimentaires</li> <li>• Transporteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pêche</li> <li>• Agriculture vivrière</li> <li>• Agriculture de rente</li> <li>• Petit élevage</li> <li>• Petit commerce</li> <li>• Transformations agroalimentaires</li> <li>• Transport</li> </ul>

*Source : informations extraites du PANA-BENIN, janvier 2008*

### 3.3 - Manifestations et effets de la variabilité et des changements climatiques

Les données recueillies sur le terrain font apparaître que la plupart des acteurs interviewés ont une très bonne connaissance des effets des changements climatiques. En effet, à la question « Que savez-vous des changements climatiques ? », les réponses apportées par ces derniers toutes catégories confondues révèlent que le changement climatique se traduit par des effets au nombre desquels :

- l'irrégularité et la mauvaise répartition des pluies ;
- les vents de plus en plus violents ;
- la sécheresse ou les longues séquences sèches ;
- les mauvaises récoltes ;
- le bouleversement des dates des semis ;
- la disparition d'une nette démarcation entre les différentes saisons ;
- l'assèchement des puits ;
- le changement dans le cycle des saisons ;
- la perturbation des cycles de la crue ;
- la précocité et la courte durée des saisons de pluies qui perturbent le temps des premiers semis ;
- la baisse de la productivité des terres ;
- la disparition de certaines espèces animales, végétales et halieutiques ;
- les inondations récurrentes ;
- la précocité et la longue durée de la période d'harmattan ;
- chaleur excessive ;
- la durée anormale des saisons de pluie et des saisons sèches ;
- le retard dans l'arrivée de la crue, etc.

Voici quelques déclarations recueillies:

« Le changement climatique se constate par l'irrégularité des pluies. La forte chaleur en pleine saison pluvieuse, la saison sèche dure plus que la saison pluvieuse » (Agriculteur, 55 ans, Matéri)

*«Le constat chez nous c'est surtout un décalage au niveau des saisons, des modifications au niveau des hauteurs pluviométriques. Tout cela affecte le climat, apporte des changements et des conséquences sur la production.».* (Femme, Ingénieur Agronome, Chargée de suivi évaluation des projets/Programme CeRPA, 29 ans).

### **3.4 - Canaux de communication usuels dans les zones concernées et habitudes de consommation média**

Dans leur ensemble, la grande majorité des enquêtés sont exposés aux médias de toutes sortes. La plupart possèdent un poste radio et écoutent diverses émissions radiophoniques. Les moments de grande écoute sont les matins et les soirs ; les émissions préférées sont des émissions interactives surtout celles des dédicaces. La radiodiffusion locale (rurale, communautaire, confessionnelle ou commerciale) souffre du manque d'informations fiables sur des sujets précis. Elle est disponible mais peu offensive et attend souvent d'être sollicitée par les acteurs, d'où l'urgence de confectionner les microprogrammes thématiques pour animer le sujet ou pousser les journalistes vers une quête des voix de la population en les intégrant aux groupes cibles. Pour certaines, les conditions de rémunération exigées sont parfois hors de portée des populations qui n'y développent pas d'intérêt. De même, son audience, prise dans des urgences quotidiennes de survie, n'a pas acquis une culture de participation au développement au point de se déplacer vers l'organe de presse et contribuer à la construction des informations, se contentant d'une interactivité irrégulière par téléphone.

Certains possèdent un poste téléviseur et suivent, notamment les soirs, des plages de programmes (ORTB, certaines télévisions privées et câbles internationaux) au moyen d'antennes sommaires. En l'absence d'organes de presse écrite locaux, les populations n'ont pas développé une habitude à lire des articles de presse. Les affichages, banderoles, tee-shirts, panneaux routiers sont connus par les enquêtés comme des moyens de communication habituels.

Toutes les communes ciblées sont couvertes par des chaînes de radio et de télévision au plan national et local. Chaque commune dispose, en moyenne, au moins d'une station émettant aussi bien en français que dans les langues locales (adja, fonbgé, mina, wémègbé, goun, nago, dendi, djerma, etc.). Les émissions préférées des auditeurs ou téléspectateurs sont le journal, le sport, les disques demandés, la nécrologie, les prêches, les conseils pratiques sur les métiers de la pêche, de l'agriculture et de l'élevage, la revue de presse, les divertissements, etc.

Des moyens de communication traditionnels sont également répertoriés dans les zones étudiées : les crieurs publics, le culte «Zangbéto», la méthode de « Bouche à oreille », etc. Des rassemblements de grand public commémorant des événements spéciaux dans les maisons des jeunes, les buvettes, les écoles, etc. sont également des occasions de communication qui drainent plus ou moins du monde. Selon plusieurs témoignages, les lieux de culte ou de prière constituent des creusets d'information de grande importance grâce au respect qu'inspirent les responsables et leaders de ces lieux qui ont une influence déterminante sur l'opinion publique locale.

Les canaux habituels de communication répertoriés dans les communes<sup>5</sup> pilotes sont :

- Canaux modernes (radios, télévisions, affichages, banderoles, etc.)
- Canaux traditionnels (Crieurs Publics, culte «Zangbéto», sketches, théâtres, etc.)
- Autres canaux (Rencontres publiques formelles et informelles, manifestations populaires, etc.)

Voir le tableau présentant les canaux de communication identifiés par communes en annexe 3.

### **3.5 - L'analyse diagnostique**

L'analyse diagnostique a été effectuée au moyen de la matrice SWOT, en s'appuyant sur des éléments de la situation ci-dessus décrite et d'autres informations issues du diagnostic participatif et de la revue de littérature.

Elle a permis de dégager les forces, faiblesses qui caractérisent les mécanismes de communication et les besoins en informations et communication des acteurs au niveau des 9 communes pilotes, les opportunités offertes et les menaces.

---

<sup>5</sup> Voir tableau des canaux de communication identifiés par commune en annexe 4

**Tableau N°3 : Matrice SWOT<sup>6</sup>**

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les cibles ont une assez bonne connaissance des effets des changements climatiques</li> <li>○ Les cibles pensent que les changements climatiques sont dus aux actions des hommes</li> <li>○ Les cibles pensent que les mesures d'adaptation sont (pourraient être) efficaces</li> <li>○ Potentiel local de mobilisation (organisation, volonté) élevé pour s'adapter aux CC</li> <li>○ Crédit accordé par les cibles aux orientations données par les agents d'encadrement (CERPA, ONG)</li> <li>○ Bonne collaboration entre les acteurs de PANA1 et les autorités locales et traditionnelles</li> <li>○ Crédit accordé par les cibles aux orientations données par les autorités locales et tradi-religieuses</li> <li>○ Forte attente des mesures d'adaptation préconisées par le PANA1</li> <li>○ Les essais/tentatives d'adaptations faites par les cibles améliorent leurs rendements</li> <li>○ Certains groupes cibles développent des initiatives endogènes d'adaptation aux CC</li> <li>○ Existence des initiatives de partages d'expériences au sein des groupes cibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les cibles pensent que les effets des changements climatiques (CC) sont dus à la violation des interdits et tabous ;</li> <li>○ Certains groupes cibles sont pessimistes par rapport à l'amélioration de la situation</li> <li>○ Certaines cibles attendent des solutions aux CC des pouvoirs publics</li> <li>○ Abandon de certains producteurs des activités de production (cas de taxi-moto)</li> <li>○ Exode rural des producteurs</li> <li>○ Faible connaissance des producteurs des mesures d'adaptation aux CC</li> <li>○ Adoption de pratiques d'adaptation nuisible à l'environnement (utilisation de l'engrais chimique)</li> <li>○ L'adaptation aux changements climatiques n'est pas encore systématiquement prise en compte dans les programmes de travail des associations de producteurs au niveau local</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Il existe certaines initiatives d'adaptation menées et expérimentées par les cibles</li> <li>○ Les cibles pensent que l'adaptation est normale parce que les CC sont naturels</li> <li>○ Existence de mécanismes et d'acteurs favorables à l'adaptation aux CC</li> <li>○ Existence d'un cadre structurel d'actions (documents de politiques, stratégiques et programmatiques) pour lutter contre les effets néfastes des CC</li> <li>○ Disponibilité de partenaires techniques et financiers pour aider le Bénin à mettre en œuvre son cadre structurel d'actions pour lutter contre les effets néfastes des CC</li> <li>○ Dimension multisectorielle donnée aux interventions de lutte contre les effets néfastes des CC par l'implication de plusieurs ministères et instituts de recherche, etc.</li> <li>○ Implication des structures déconcentrées et des collectivités locales dans la mise en œuvre du cadre structurel d'actions pour lutter contre les effets néfastes des CC</li> <li>○ Existence des mesures stratégiques d'adaptation aux CC (définies et connues)</li> <li>○ Existence d'organisations de producteurs bien structurées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Retard dans l'exécution des actions planifiées par le PANA1</li> <li>○ Risque de perte des financements mis en place pour lutter contre les effets néfastes des CC</li> <li>○ Les neuf communes d'intervention du PANA1 ne disposent pas de station d'observation agro météorologique</li> <li>○ Le Bénin ne dispose pas d'un système d'alerte précoce sur les risques climatiques</li> </ul>

<sup>6</sup> L'objet de l'analyse SWOT, c'est le contexte national d'adaptation aux CC. Ce n'est donc ni le projet PANA, ni la communication sur les CC qui ont été diagnostiqués.

L'analyse de ces différents facteurs identifiés dans le SWOT dans une perspective de développement d'orientations stratégiques a permis de faire des regroupements et combinaisons des facteurs au niveau de chaque composante du SWOT. Les résultats de cette analyse se présentent comme suit :

- **Au niveau des Forces :**

- **F1 : Les cibles ont une très bonne connaissance des effets des changements climatiques.** Elle intègre les facteurs suivants : (i) *Les cibles ont une assez bonne connaissance des effets des changements climatiques, (ii) Les cibles pensent que les changements climatiques sont dus aux actions des hommes, (iii) Les cibles pensent que les mesures d'adaptation sont (pourraient être) efficaces*
- **F2 : Potentiel local de mobilisation.** Elle intègre les facteurs suivants : (i) *Potentiel local de mobilisation (organisation, volonté) élevé pour s'adapter aux CC , (ii) Crédit accordé par les cibles aux orientations données par les agents d'encadrement (CERPA, ONG), (iii) Bonne collaboration entre les acteurs de PANA1 et les autorités locales et traditionnelles, (iv) Crédit accordé par les cibles aux orientations données par les autorités locales et traditionnelles*
- **F3 : Il existe des essais/tentatives faits par les cibles pour s'adapter aux CC.** Elle intègre les facteurs suivants : (i) *Forte attente des mesures d'adaptation préconisées par le PANA1, (ii) Les essais/tentatives d'adaptations faites par les cibles améliorent leurs rendements, (iii) Certains groupes cibles développent des initiatives endogènes d'adaptation aux CC, (iv) Existence des initiatives de partages d'expériences au sein des groupes cibles.*

- **Au niveau des Faiblesses :**

- **f1 : Attitude fataliste des cibles.** Elle intègre les facteurs suivants : (i) *Les cibles pensent que les effets des changements climatiques (CC) sont dus à la violation des interdits et tabous ; (ii) Certains groupes cibles sont pessimistes par rapport à l'amélioration de la situation ; (iii) Certaines cibles attendent des solutions aux CC des pouvoirs publics ; (iv) Abandon de certains producteurs des activités de production (cas de taxi-moto) ; (v) Exode rural des producteurs*
- **f2 : Faible connaissance des cibles des mesures d'adaptation aux CC** (Pratiques peu favorables à l'adaptation)
- **f3 : Pratiques peu favorables à l'adaptation.** Elle intègre les facteurs suivants : (i) *Adoption de pratiques d'adaptation nuisibles à l'environnement (utilisation de l'engrais chimique) (ii) L'adaptation aux changements climatiques n'est pas encore systématiquement prise en compte dans les programmes de travail des associations de producteurs au niveau local*

- **Au niveau des Opportunités :**

- **O1 : Les cibles sont favorables à une dynamique d'adaptation aux CC.** Elle intègre les facteurs suivants : (i) *Il existe certaines initiatives d'adaptation menées et expérimentées par les cibles ; (ii) Les cibles pensent que l'adaptation est normale parce que les CC sont naturels ; (iv) Existence d'un cadre structurel d'actions (documents de politiques, stratégiques et programmatiques) pour lutter contre les effets néfastes des CC*
- **O2 : Existence de mécanismes et d'acteurs favorables à l'adaptation aux CC.** Elle intègre les facteurs suivants : (i) *Disponibilité de partenaires techniques et financiers pour aider le Bénin à mettre en œuvre son cadre structurel d'actions pour lutter contre les effets néfastes des CC ;*

*(ii) Dimension multisectorielle donnée aux interventions de lutte contre les effets néfastes des CC par l'implication de plusieurs ministères et instituts de recherche, etc. (iv) Implication des structures déconcentrées et des collectivités locales dans la mise en œuvre du cadre structurel d'actions pour lutter contre les effets néfastes des CC ; (v) Existence des mesures stratégiques d'adaptation aux CC (définies et connues) ; (vi) Existence d'organisations de producteurs bien structurées*

- **Au niveau des Menaces :**

- **M1 : Retard dans la mise en œuvre de mesures structurelles devant impulser l'adaptation aux CC.** Elle intègre les facteurs suivants : *(i) Retard dans l'exécution des actions planifiées par le PANA1 ; (ii) Risque de perte des financements mis en place pour lutter contre les effets néfastes des CC ; (iii) Les neuf communes d'intervention du PANA1 ne disposent pas de station d'observation agro météorologique (iv) Le Bénin ne dispose pas d'un système d'alerte précoce sur les risques climatiques*

## IV – STRATEGIE DE COMMUNICATION

### 4.1 - Défis et enjeux de la communication au titre de la mise en œuvre

Le Bénin qui s'est engagé, conformément à la décision de la Conférence des parties à la Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques (CCNUCC), dans le processus d'élaboration des Programmes d'Actions Nationaux aux fins d'Adaptation aux changements climatiques (PANA), ne dispose ni d'approche ni de dispositif de communication pour relever les défis qui sont les siens dans le domaine. C'est pourquoi, le document de formulation du Programme intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin (PANA1), constatant qu'« aucun mécanisme spécifique de diffusion et de partage d'informations et des expériences d'adaptation n'existe au Bénin »<sup>7</sup>, a proposé la mise en place et le développement d'« une communication consacrée et une stratégie de sensibilisation... »<sup>8</sup>.

Il faut cependant rappeler que le processus d'élaboration du Programme d'Action National aux changements climatiques du Bénin (PANA-Bénin) en 2008 a comporté une phase essentielle d'évaluation de la vulnérabilité qui fut participative et concertée. En effet, les populations ont elles mêmes effectué cette évaluation avec l'assistance des membres du Comité National sur le Changement Climatique (CNCC) : cela a permis à ces populations d'avoir l'information sur la vulnérabilité pour pouvoir identifier les mesures d'adaptation. De même, l'élaboration du Document du PANA1 en 2009 a intégré des consultations avec les communautés. Ce processus qui s'est déroulé entre juin et juillet 2009 a permis, entre autres, d'informer ces communautés sur la vision et les objectifs du Projet.

Depuis le démarrage du PANA1, on a noté une prise en compte de l'enjeu de la communication et de l'information. Les modalités d'échanges et de diffusion d'informations tiennent pour une grande part aux réunions et aux visites sur le terrain. La base d'intervention du PANA1 est située dans chaque commune, veillée par le comité technique et directement supervisée par les directions techniques déconcentrées. Les comités villageois ont à leur disposition un personnel et des médias locaux. Des arrangements non contractualisés au niveau central ont cours avec la radio nationale et des personnes ressources. Des plaquettes d'information ont été élaborées par le programme. Deux reportages ont eu lieu avec la presse nationale et locale écrite, radiodiffusée, télévisée. La synoptique du programme découlant de la politique nationale existe de même que des notes d'informations internes. Le potentiel que représente la presse n'est pas suffisamment exploité. En dehors de ces quelques actions destinées à communiquer ou informer de façon ponctuelle, aucune action de communication structurée n'a été développée sur l'adaptation aux changements climatiques ni dans le pays ni dans le cadre spécifique du PANA1.

<sup>7</sup> Document de projet, PNUD, Cotonou 2009, p. 32

<sup>8</sup> Document de projet, PNUD, Cotonou 2009, p. 32



## 4.2 - Les axes stratégiques

A partir des regroupements et la catégorisation des facteurs faite plus haut, une analyse a été faite dans le sens de l'utilisation des forces et opportunités identifiées dans la matrice SWOT pour éliminer et atténuer les faiblesses et menaces en adéquation avec les orientations politiques du Bénin en matière d'adaptation aux effets des changements climatiques, principalement avec les objectifs de PANA1. Cet exercice a permis d'identifier les stratégies suivantes :

Stratégie 1: Changer l'attitude fataliste des cibles face aux CC en s'appuyant sur leur attitude favorable à l'adaptation

Stratégie 2 : Améliorer le niveau de connaissance des cibles sur les mesures d'adaptation aux effets des CC en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation

Stratégie 3 : Amener les cibles à abandonner les pratiques peu favorables à l'adaptation aux CC en s'appuyant sur leur connaissance de ses effets et sur les mécanismes et acteurs favorables disponibles

Stratégie 4 : accélérer la mise en œuvre des mesures structurelles devant impulser l'adaptation aux CC en s'appuyant sur les mécanismes et acteurs qui y sont favorables.

La lecture croisée de ces stratégies et des résultats attendus du PANA1<sup>9</sup> montre une convergence globale des orientations et des ambitions. Toutefois, l'analyse impose trois réajustements :

- Les axes de développement identifiés permettent d'atteindre les deux premiers résultats. Le troisième résultat (qui concerne un besoin de documentation et de diffusion des acquis des actions entreprises pour les deux premiers résultats) n'a pas de stratégie identifiée au regard des éléments de contexte analysés. Par conséquent, il est impérieux de formuler une stratégie pouvant permettre de combler les besoins de diffusion des leçons apprises et des bonnes pratiques issues des activités pilotes.
- La stratégie 4 appelle des actions pour la mise en œuvre de toutes les mesures identifiées suite à l'analyse de vulnérabilité du Bénin, donc les cinq (05) projets d'adaptation<sup>10</sup>. Par conséquent cette stratégie dépasse le cadre des ambitions du PANA1 ; elle ne saurait être retenue.
- Les stratégies 1 et 2 concourent à un même résultat qui est « la capacité pour prévoir et pour répondre aux changements climatiques dans le secteur agricole est améliorée ». Par conséquent, elles peuvent être reformulées en une seule stratégie de communication. L'analyse des stratégies montre que l'une vise le changement d'attitude et l'autre la connaissance. Dans le processus de changement de comportement, l'attitude se situe entre la connaissance et le comportement. Au regard de cet élément fondamental dans les théories de communication, la nouvelle formulation de la stratégie peut viser le changement d'attitude en intégrant l'amélioration du niveau de connaissance comme un processus. Nous proposons donc la formulation suivante : « Amener les cibles à changer d'attitudes vis-à-vis des CC en améliorant leur niveau de connaissance des mesures d'adaptation et en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation ».

<sup>9</sup> Les résultats qui sont attendus du PANA 1 sont les suivants :

Résultat 1 : La capacité pour prévoir et pour répondre aux changements climatiques dans le secteur agricole est améliorée.

Résultat 2 : Les impacts des risques climatiques sur la production agricole au niveau des communautés sont minimisés.

Résultat 3 : Les expériences et les meilleures pratiques sont capitalisées et diffusées.

<sup>10</sup> PANA-Bénin, 2008, P. 58



La stratégie de communication présente la combinaison stratégique suivante. Elle découle des stratégies identifiées, des réajustements opérés ainsi que des reformulations faites.

**Axe stratégique 1** : Amener les cibles à changer d'attitudes vis-à-vis des CC en améliorant leur niveau de connaissance des mesures d'adaptation et en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation

**Axe stratégique 2** : Amener les cibles à abandonner les pratiques peu favorables à l'adaptation aux CC en s'appuyant sur leur connaissance de ses effets et sur les mécanismes et acteurs favorables disponibles

**Axe stratégique 3** : Mettre en place un système d'information et de communication permettant de documenter et de diffuser les leçons apprises et les bonnes pratiques des activités pilotes d'adaptation aux effets des CC.

A partir des axes stratégiques retenus, des objectifs stratégiques et des résultats ont été formulés.

Il est présenté au tableau N°4 les axes stratégiques, les objectifs stratégiques et les résultats. Le tableau N°9 indique pour chaque résultat, les activités de communication correspondantes.

**Tableau N°4** : Axes stratégiques, objectifs stratégiques et résultats

Axes stratégiques	Objectifs stratégiques	Résultats
Amener les cibles à changer d'attitudes vis-à-vis des CC en améliorant leur niveau de connaissance des mesures d'adaptation et en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation	Faire connaître aux cibles les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC	Les producteurs connaissent les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC Les producteurs suivent l'exemple de leurs pairs qui obtiennent des résultats grâce aux bonnes pratiques en matière d'adaptation
Amener les cibles à abandonner les pratiques peu favorables à l'adaptation aux CC en s'appuyant sur leur connaissance de ses effets et sur les mécanismes et acteurs favorables disponibles	Amener les cibles concernées à abandonner les pratiques non conformes aux mesures d'adaptation aux Changements Climatiques	Les pratiques d'adaptation non recommandées sont identifiées et abandonnées
Mettre en place un système d'information permettant de documenter et de diffuser les leçons apprises et les bonnes pratiques des activités pilotes d'adaptation aux effets des CC.	Favoriser la collecte, la documentation et le partage d'informations sur l'adoption des mesures d'adaptation aux CC et les bonnes pratiques par les producteurs	Des documents de capitalisation sur l'adoption des mesures recommandées d'adaptation et les bonnes pratiques sont systématiquement produits et diffusés

Source : cabinet SICADO

### 4.3 - Objectifs de communication

La démarche utilisée et les éléments ayant permis de formuler les objectifs stratégiques permettent de retenir ceux-ci comme étant les objectifs de communication. En effet, l'analyse SWOT a été faite dans la perspective de la problématique de communication pour l'adaptation aux changements climatiques et en s'appuyant sur les besoins en information et communication exprimés par les groupes cibles.

Les trois objectifs de communication sont donc les suivants :

- Faire connaître aux cibles les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC ;
- Amener les cibles concernées à abandonner les pratiques non conformes aux mesures d'adaptation aux Changements Climatiques ;
- Collecter, documenter et partager des informations sur l'adoption des mesures d'adaptation aux CC et les bonnes pratiques par les producteurs.

Les théories de communication regroupent les objectifs de communication en trois grands types :

- La notoriété et l'information : renseigner sur l'existence d'un nouveau produit (Ndr : qui peut être une cause sociale), des résultats de l'entreprise, etc.
- L'image : modifier favorablement les attitudes et les opinions vis-à-vis d'un produit, d'une marque, d'une entreprise, d'un dirigeant, d'une cause politique ou sociale ;
- Le comportement : inciter le consommateur à utiliser le produit d'une manière différente, etc.<sup>11</sup>

Pour l'axe stratégique 1 qui est « Amener les cibles à changer d'attitudes vis-à-vis des CC en améliorant leur niveau de connaissance des mesures d'adaptation et en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation », l'objectif de communication défini répond au deuxième type d'objectifs : l'image. Cet objectif doit donc aller dans le sens de la modification de l'attitude des cibles à l'égard des effets des changements climatiques par la connaissance des mesures appropriées d'adaptation. L'attitude incrustée, sollicitant le mental, le réflexe et l'habitude, diffère d'un geste ponctuel.

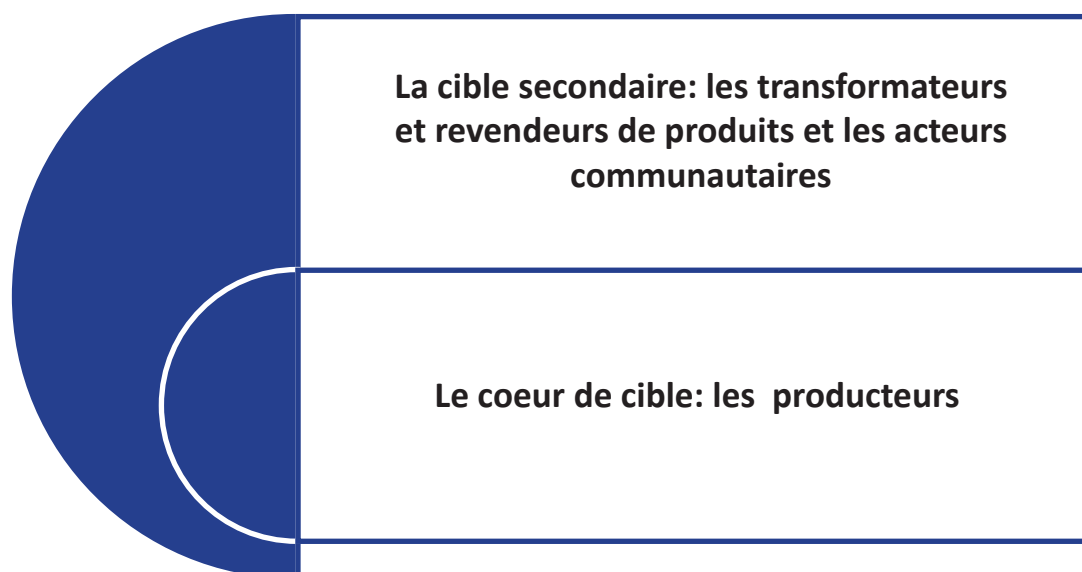
Pour l'axe stratégique 2 « Amener les cibles à abandonner les pratiques peu favorables à l'adaptation aux CC en s'appuyant sur leur connaissance de ses effets et sur les mécanismes et acteurs favorables disponibles », le problème de communication posé est lié au changement de comportement : l'abandon par les cibles de comportements non indiqués pour l'adaptation aux CC. C'est donc un objectif de comportement qui lui est indiqué.

L'analyse du troisième axe stratégique « Mettre en place un système d'information permettant de documenter et de diffuser les leçons apprises et les bonnes pratiques des activités pilotes d'adaptation aux effets des CC » montre que le problème de communication qu'il pose est lié au trois types d'objectifs de communication : (i) La notoriété et l'information, (ii) L'image (attitude), (iii) Le comportement. Il y a un besoin de diffusion d'information à deux niveaux, vers la cible concernée par cet axe stratégique et vers les autres acteurs impliqués dans l'adaptation aux changements climatiques. Il y a aussi un besoin de faire comprendre la nécessité de capitaliser ; et enfin, un besoin de documenter et de valoriser. Cet axe stratégique de communication nécessite donc un objectif de communication transversal touchant la diffusion d'information, le changement d'attitude et le changement de comportement.

<sup>11</sup> L. DUMONT and all, P. 15 et 16

#### 4.4 - Hiérarchisation des groupes cibles en fonction des objectifs de communication

Pour l'objectif de communication du premier axe stratégique de communication qui est de «Faire connaître aux cibles les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC», on peut retenir trois des quatre groupes cibles (Groupe 1, Groupe 2 et Groupe 3) comme étant les cibles de communication appropriées. Leur hiérarchisation en fonction des impacts à produire est schématisée ci-dessous.



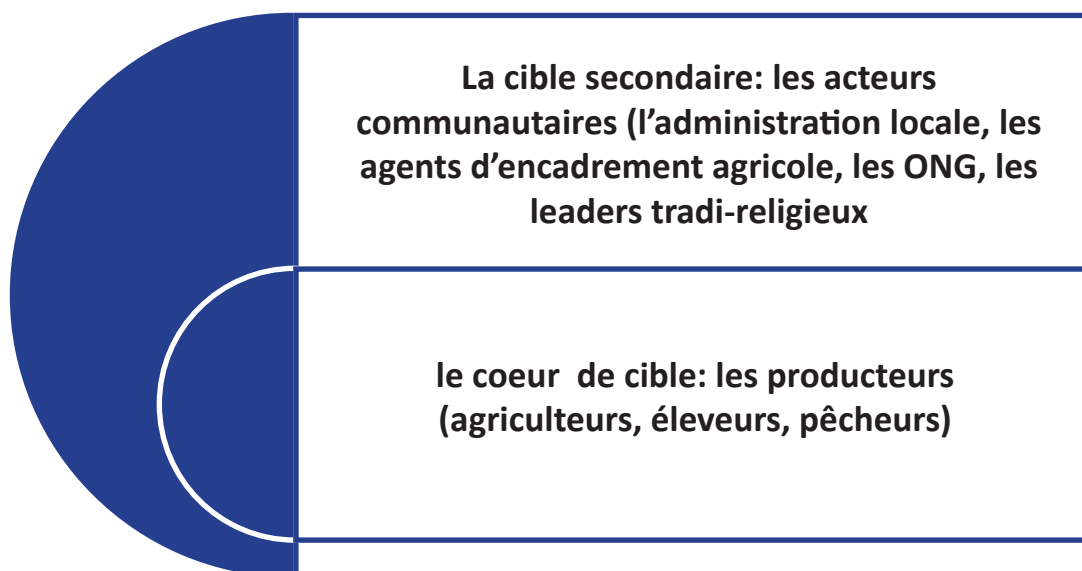
**Figure 1 : Segmentation des cibles de l'axe stratégique 1**

Par rapport à l'objectif de communication du deuxième axe stratégique de communication qui est de « Amener les cibles à abandonner les pratiques non conformes aux mesures d'adaptation aux CC », deux des quatre groupes cibles (Groupe 1, et Groupe 3) peuvent être considérés comme des cibles de communication appropriées. En effet, l'analyse de situation a montré que les producteurs sont les groupes cibles qui recherchent des solutions aux effets des CC en (i) développant des initiatives empiriques d'adaptation aux CC et (ii) partageant les expériences.

Il est évident que les perturbations engendrées sur les productions sont ressenties par les transformateurs et revendeurs. Mais par rapport à l'objectif de communication qui est d'amener les producteurs à abandonner les pratiques non conformes aux mesures d'adaptation, il nous semble que les transformateurs et revendeurs ne pourraient pas avoir une grande influence sur eux pour leur faire changer de pratiques et de techniques de production. Ils ne détiennent pas d'expertise en la matière pour que les producteurs puissent suivre leurs avis qui vont bouleverser leurs habitudes et pratiques.

Par contre, les acteurs communautaires, peuvent constituer un puissant facteur d'influence sur les producteurs parce qu'ils suivent dans leur quotidien les orientations, les messages, les ordres, etc. de ces différents acteurs qui à leurs yeux détiennent un certain pouvoir (public, divin, mystique, savoir...). La matrice SWOT l'indique : (i) Crédit accordé par les cibles aux orientations données par

les agents d'encadrement (CERPA, ONG), (ii) Bonne collaboration entre les acteurs de PANA1 et les autorités locales et traditionnelles, (iii) Crédit accordé par les cibles aux orientations données par les structures publiques et les autorités locales et tradi-religieuses.

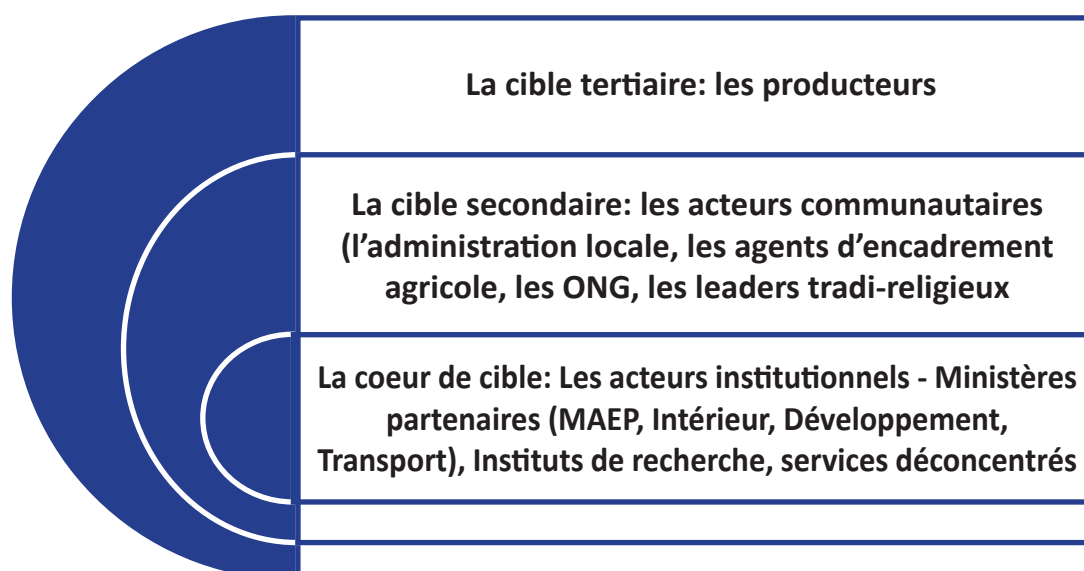


**Figure 2 : Segmentation des cibles de l'axe stratégique 2**

Enfin, tous les groupes cibles du projet sont concernés par l'objectif de communication de l'axe stratégique 3, compte tenu du fait qu'il implique un réinvestissement des produits des premiers objectifs dans sa démarche. Toutefois, les groupes cibles seront affectés et impliqués différemment par les actions de communication. Cela entraîne une hiérarchisation.

Les acteurs institutionnels sont les premiers visés par cette communication. Les produits des deux premiers objectifs peuvent affecter le cadre d'intervention des autres ministères partenaires et leurs services déconcentrés et intéresser les instituts de recherche impliqués. Les acteurs communautaires sont concernés en second lieu. Les informations collectées et documentées doivent devenir un argumentaire pour nourrir leurs messages aux niveaux des deux premiers axes stratégiques de communication. Les producteurs sont concernés en dernier ressort parce qu'ils ne peuvent pas utiliser directement les informations documentées si ce n'est pas réinvesti dans la stratégie avec les moyens appropriés pour eux.

Cette analyse permet de faire l'hiérarchisation suivante.



**Figure 3 : Segmentation des cibles de l'axe stratégique 3**

#### 4.5 - Les messages à diffuser

Pour le premier objectif de communication, le contenu de la communication à diffuser en direction des groupes cibles retenus concerne principalement les mesures identifiées et retenues après les études de vulnérabilité comme étant les solutions pour contrer les effets des changements climatiques.

**Tableau 5 : Mesures d'adaptation aux changements climatiques dans le secteur agricole<sup>12</sup>**

AGRICULTURE	ELEVAGE	PECHE
1. Techniques culturales adaptées	5. Espèces animales existantes et prolifiques	9. Développement de la pisciculture intégrée
2. Calendrier agricole adapté	6. Développement des cultures fourragères	10. Introduction des espèces adaptées et prolifiques
3. Semences de cycle court et adaptées	7. Contrôle sanitaire	11. Utilisation des engins légaux
4. Techniques de conservation et de stockage adaptées	8. Développement de couloirs de passage des éleveurs transhumants	12. Exploitation rationnelle des cours d'eau

*Source* : Plaquette de présentation PANA1

<sup>12</sup> Le contenu du tableau peut évoluer en fonction de l'identification de nouvelles mesures au niveau du pays. Dans ce cas la campagne de communication doit en tenir compte.

Le deuxième objectif de communication retenu étant d' « Amener les cibles à abandonner les pratiques non conformes aux mesures d'adaptation aux CC », il est évident que le message de la communication doit porter sur ces « pratiques non conformes » en indiquant clairement qu'elles sont à bannir. Mais ce contenu de la communication n'est pas formaté ni disponible et prêt à utiliser. La matrice SWOT l'a montré, ces pratiques découlent d'initiatives empiriques et d'échanges d'expériences entre producteurs. Elles ne sont pas formellement identifiées, classifiées et documentées.

La nécessité s'impose donc de faire ce travail préalable au niveau de chaque commune des quatre zones agro-écologiques. Les résultats fourniront la matière pour la formulation des messages.

Au niveau du troisième objectif de communication retenu qui est de « Collecter, documenter et partager des informations sur l'adoption des mesures d'adaptation aux CC par les producteurs », il est évident que le message de la communication va être les informations collectées et documentées au niveau de chaque commune des zones d'intervention du projet sur l'adoption des mesures d'adaptation promues et l'abandon des pratiques non conformes et nuisibles à l'environnement. Ce sont donc les résultats des autres objectifs de communication de cette stratégie qui fournissent la matière pour le message à diffuser ici.

#### **4.6 - Les moyens de communication retenus et les activités à mettre en œuvre**

Le choix des moyens et des supports de communication dépend habituellement de quatre paramètres dans le cadre d'une stratégie de communication : (i) les objectifs de la stratégie, (ii) les caractéristiques de la cible, (iii) les caractéristiques du message à diffuser et (iv) le budget disponible pour la campagne. Dans le cadre de cette mission d'élaboration de la stratégie de PANA 1, les données liées au quatrième paramètre n'étant pas disponibles, nous nous appuyerons sur les trois premiers pour faire les options.

L'analyse des informations et choix opérés au niveau des objectifs, des cibles et des messages, mais aussi des données mises en exergue dans l'analyse de situation, a permis de prendre les options des moyens de communication suivants par rapport à chaque axe stratégique. Ensuite, sur la base de ces moyens de communication retenus, les activités de communication à mettre en œuvre pour atteindre chaque objectif de communication ont été identifiées.

**Tableau N°6 : Moyens et supports de communication pour axe stratégique 1**

Moyens de communication	Supports de communication	Présentation/justification
Radios (communautaires et nationale)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reportages</li> <li>• émissions interactives ou tables rondes</li> <li>• microprogrammes de témoignages</li> <li>• séances publiques (enregistrement de programme sur site et diffusion)</li> </ul>	La diffusion de ces supports implique la participation des cibles. Elles sont les acteurs de la communication. Cela répond à la nécessité évoquée supra de bâtir la communication sur les initiatives réussies d'adaptation pour faire changer d'attitude aux fatalistes. Tous ces supports doivent être développés dans chaque commune et dans chaque secteur. Les radios sont utilisées aussi pour faire connaître les mesures d'adaptation recommandées.
La télévision nationale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emissions (tables rondes)</li> <li>• Reportages dans les différentes communes concernées et dans chaque secteur</li> </ul>	A diffuser dans les programmes d'informations en langues nationales. Ils portent sur les initiatives réussies d'adaptation et les mesures recommandées d'adaptation
Supports imprimés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un dépliant illustré</li> <li>• Affiche A2 illustrée</li> <li>• Les tee-shirts adaptés à chaque secteur</li> </ul>	Réalisés à base de dessins très explicatifs d'initiatives d'adaptation qui améliorent la production des acteurs. A distribuer au cours des rencontres sociales, culturelles et cultuelles et à afficher dans les lieux accueillant ces rencontres.  Les tee-shirts créent la solidarité de corps, l'esprit d'appartenance et d'engagement et récompensent la mobilisation
Supports multimédia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CD</li> <li>• DVD</li> </ul>	Compilation des microprogrammes, reportages et autres productions surtout audiovisuelles à rendre disponibles gratuitement dans les lieux à grandes fréquentations évoquées par les cibles pour projection publique.
Supports de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une boîte à image en formats A3 et A4 par secteur</li> </ul>	Pour usage par les ONG (mise à disposition gratuite) et les encadreurs agricoles
Interpersonnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace de formation/information</li> <li>• La paire-éducation</li> <li>• Les visites des encadreurs agricoles</li> </ul>	Pour les encadreurs agricoles, les ONG et des acteurs sélectionnés pour la paire-éducation  Les encadreurs agricoles portent le message aux producteurs
Événementiel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cérémonie nationale de récompense des meilleurs producteurs (médiatisée)</li> </ul>	Distinction des producteurs chaque année pour créer l'émulation dans la capacité d'adaptation. Cela suppose la définition de critères, le suivi et la documentation des pratiques avec des preuves audiovisuelles.  Des événements existants comme la journée du paysan peuvent être utilisés



**Tableau N°7 : Moyens et supports de communication pour axe stratégique 2**

Moyens de communication	Supports de communication	Présentation/justification
Supports de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une boîte à image en formats A3 et A4 par secteur</li> </ul>	Pour usage par les ONG (mise à disposition gratuite) et les encadreurs agricoles. Elle sera développée sur la base des informations collectées par commune sur les mauvaises pratiques d'adaptation adoptées par les cibles elles-mêmes. Elle doit prendre en compte les caractéristiques du message telles que définies supra
Interpersonnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace de formation/information</li> <li>• La paire-éducation</li> <li>• Les visites des encadreurs agricoles</li> </ul>	<p>Organiser des sessions d'information des producteurs sur les mauvaises pratiques relevées. Cela doit se faire par commune et par secteur par les encadreurs agricoles. Des ONG peuvent être impliquées pour servir de relais.</p> <p>Identifier des producteurs pour des sessions de formation de formateurs qui pourront partager l'information avec leurs pairs dans les échanges de partage d'expériences remarquables</p>
Événementiel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sketchs</li> </ul>	<p>Concevoir des sketchs qui tournent en dérision des mauvaises pratiques et organiser des représentations au cours des rencontres publiques et dans les lieux signalés par les cibles.</p> <p>Au cours de leur représentation, les sketchs doivent être filmés et adaptés en version audio et mis sur CD/DVD pour distribution (au niveau des radios) et projection publique</p>

**Tableau N°8 : Moyens et supports de communication pour axe stratégique 3**

Moyens de communication	Supports de communication	Présentation/justification
Supports imprimés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bulletin d'information</li> <li>• Rapports d'activités</li> <li>• Rapports de capitalisation</li> </ul>	Le bulletin, édité par PANA1, fait le point des résultats des interventions pour l'adaptation avec beaucoup d'illustrations. Il est important, au-delà des rapports d'activités qui rendent plus compte des processus, de réaliser des rapports de capitalisation périodiquement pour documenter les démarches d'intervention et leurs résultats
Supports Multimédia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un site Internet national</li> <li>• Liste numérique de diffusion d'informations et documents</li> </ul>	La liste de diffusion, mise en place par PANA 1, intègre les cadres des différents ministères concernés, des services déconcentrés, des instituts de recherche, des centres de documentation et de tous les groupes cibles qui sont des acteurs communautaires tels qu'identifiés dans ce document
Interpersonnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atelier d'échanges et de partage de résultats</li> <li>• Foras</li> <li>• Rencontres de recadrage avec les acteurs communautaires</li> </ul>	<p>Il est pertinent qu'il y ait périodiquement des moments d'interactivité entre les différents acteurs institutionnels auxquels doivent être ajoutés certains acteurs communautaires.</p> <p>Les rencontres de recadrage doivent permettre de préciser/redéfinir avec les acteurs communautaires les messages à donner aux producteurs, sur la base des résultats des interventions.</p>



**Tableau N°9** : Activités de communication relatives à chaque axe stratégique

Axes stratégiques	Résultats	Les activités de communication
Axe stratégique 1	R1. Les producteurs connaissent les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC	1.1. Organiser des émissions radiophoniques
		1.2. Organiser des séances publiques d'information
		1.3. Diffuser les séances publiques d'information
		1.4. Organiser des émissions télévisuelles
		1.5. Concevoir, éditer et diffuser des supports imprimés
		1.6. Concevoir et éditer une boîte à images
		1.7. Organiser des formations des encadreurs, ONG et de producteurs
		1.8. Organiser des visites d'encadreurs chez les producteurs
		1.9. Organiser et appuyer la paire-éducation au niveau des producteurs
	R2. Les producteurs suivent l'exemple de leurs pairs qui obtiennent des résultats grâce aux bonnes pratiques en matière d'adaptation	2.1. Faire des reportages radiophoniques
		2.2. Enregistrer et diffuser des microprogrammes de témoignages
		2.3. Faire des reportages télévisuels
		2.4. Editer des supports multimédia, CD, DVD des reportages et témoignages
		2.5. Organiser et médiatiser une cérémonie de récompense des meilleurs producteurs
Axe stratégique 2	R3. Les pratiques d'adaptation non recommandées sont identifiées et abandonnées	3.1 Identifier les pratiques non conformes
		3.2. Concevoir et produire une boîte à images
		3.3. Organiser des formations des encadreurs, des ONG et de producteurs
		3.4. Organiser des visites d'encadreurs chez les producteurs
		3.5. Organiser et appuyer la paire-éducation au niveau des producteurs
		3.6. Concevoir et produire des sketches
		3.7. Enregistrer les sketches sur CD/DVD et distribuer
Axe stratégique 3	R4. Des documents de capitalisation sur l'adoption des mesures recommandées d'adaptation et les bonnes pratiques sont systématiquement produits et diffusés	4.1. Editer et diffuser un bulletin d'information
		4.2. Commanditer des études sur la capitalisation et diffuser les résultats
		4.3. Diffuser périodiquement les rapports d'activités
		4.4. Créer un site Internet
		4.5. Créer et utiliser régulièrement une liste de diffusion numérique
		4.6. Organiser périodiquement des ateliers d'échanges et de partage des résultats
		4.7. Organiser des foras (acteurs et structures détenteurs d'enjeux de développement, notamment agricole)
		4.8. Organiser des rencontres de recadrage avec les acteurs communautaires

# V – PLAN DE COMMUNICATION

## 5.1 - Matrice des interventions

**Tableau 10** : Plan de communication

Cibles	Types d'information	Moyens de communication	Activités de communication	Planning (en trimestre)												Responsables	
				Année 1			Année 2			Année 3			Année 4				
				T1	T2	T3	T1	T2	T3	T1	T2	T3	T1	T2	T3		
<p>Axe stratégique 1: Amener les cibles à changer d'attitudes vis-à-vis des CC en améliorant leur niveau de connaissance des mesures d'adaptation et en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation</p> <p>Objectif stratégique 1: Faire connaître aux cibles les mesures d'adaptation recommandées répondant au mieux aux impacts négatifs des changements climatiques et qui permettent de ne pas en subir fatalement les effets</p>				<p>Résultat 1: Les producteurs connaissent les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC</p>													
<p>Groupe 1 : Les producteurs : agriculteurs, éleveurs, pêcheurs</p>	<p>Le contenu de la communication à diffuser en direction des groupes cibles retenus concerne principalement les mesures identifiées et retenues après les études de vulnérabilité comme étant les solutions pour s'adapter aux effets des changements climatiques.</p>	<p>Radios (communautaires et nationale)</p>	<p>1.1. Organiser des émissions radio-phoniques</p>														<p>Coordination PANAA1 &amp; Comités communaux de coordination</p>
			<p>1.2. Organiser des séances publiques d'information</p>														
<p>Groupe 2 : Les transformateurs et revendeurs des produits</p>	<p>La télévision nationale</p>	<p>Supports imprimés</p>	<p>1.3. Diffuser les séances publiques d'information</p>														<p>Radios communautaires</p>
			<p>1.4. Organiser des émissions télévisuelles</p>														
<p>Groupe 3 : Les acteurs communautaires : l'administration locale, les agents d'encadrement de CERPA, les ONG, les médias, les leaders traditionnels religieux</p>	<p>Interpersonnel</p>	<p>Supports imprimés</p>	<p>1.5. Concevoir, éditer et diffuser des supports imprimés</p>														<p>Coordination PANAA1</p>
			<p>1.6. Concevoir et éditer une boîte à images</p>														
			<p>1.7. Organiser des formations des encadreurs, ONG et de producteurs</p>														
			<p>1.8. Organiser des visites d'encadreurs chez les producteurs</p>														<p>Comités communaux de coordination</p>
			<p>1.9. Organiser et appuyer la paire-éducation au niveau des producteurs</p>														
<p>Résultat 2: Les producteurs suivent l'exemple de leurs pairs qui obtiennent des résultats grâce aux bonnes pratiques en matière d'adaptation</p>																	
	<p>Radios (communautaires et nationale)</p>	<p>2.1. Faire des reportages radio-phoniques</p>															<p>Radios communautaires &amp; Comités communaux de coordination</p>





## 5.2 - Les mesures de mise en œuvre

### 5.2.1 - Les messages à diffuser et leurs formats

Tout message comporte une promesse qui doit être crédible pour produire le résultat escompté. La formulation du message doit donc intégrer des éléments qui démontrent à la cible, d'une part, les bénéfices du comportement à adopter, et d'autre part, les preuves que les bénéfices sont réels.

Pour que le message puisse faire effet sur les groupes cibles, il doit prendre des formes qui conviennent, être adaptées ou être aimées par les cibles. Les neuf communes des quatre zones agro-écologiques sont réparties sur l'ensemble du territoire, ce qui implique des spécificités culturelles et linguistiques. Même si les canaux sont similaires d'une zone à l'autre, plusieurs langues sont parlées dans cet espace délimité et structuré par la vulnérabilité aux changements climatiques. La communication interpersonnelle nécessaire dans cette proximité interpelle l'utilisation de la langue du milieu, dans l'information, les formations, les échanges, sur les supports et dans la motivation. En outre, pour les supports visuels (scriptovisuels ou audiovisuels), la priorité doit être donnée au langage des images le plus possible.

L'étude a révélé un intérêt pour les sketches. En effet, une communication qui se construit autour de l'humour suscite l'adhésion et fait aborder les choses sérieuses de manière positive. Il s'agit d'allier rire et rigueur, de recourir aux caricatures, à l'art d'inspiration culturelle, aux sketches, pour animer et passer les messages adéquats. Enregistrés et gravés sur CD, ce sont des productions qui peuvent être réutilisées lors d'émission et diffusées à d'autres séances.

#### 5.2.1.1 - Pour les actions de l'axe stratégique 1

Pour faire changer l'attitude fataliste des groupes cibles qui pensent que les CC sont des punitions de Dieu pour la transgression d'interdits, il faudrait leur apporter la preuve que les mesures d'adaptation proposées et conseillées sont une solution qui marche, c'est-à-dire qui permet d'atténuer les désagréments et perturbations que subissent leurs habitudes de production. L'analyse diagnostique a montré qu'il y a des initiatives empiriques d'adaptation qui ont cours dans les communes ; elles sont conseillées par les ONG, les encadreurs des CeRPA ou sont du fait d'échanges d'informations entre les producteurs eux-mêmes. Il est aussi des initiatives qui sont contraires aux mesures d'adaptation et ou nuisibles à l'environnement. Ce sont donc les initiatives conformes aux mesures « officielles » d'adaptation qui doivent être identifiées et promues. Les acteurs de ces réussites doivent être associés à la diffusion du message.

#### 5.2.1.2 - Pour les actions de l'axe stratégique 2

Pour l'objectif de cet axe, il faudra communiquer aux cibles que des pratiques empiriques qu'elles ont adoptées ont des effets néfastes sur leurs productions, donc sur leur revenu, et sur l'environnement. En outre, il faudra aussi leur montrer comment ces pratiques impactent négativement leur quotidien. Cette exigence implique un travail d'analyse, de collecte et de réinvestissement de l'information dans les communautés. C'est là que l'utilisation des mécanismes et acteurs disponibles (comme la matrice SWOT l'a montré) prend toute son importance.

### 5.2.1.3 - Pour les actions de l'axe stratégique 3

Pour cet objectif de communication qui porte sur la capitalisation, il n'y a pas de preuves à apporter pour soutenir une promesse. Les informations qui seront collectées sur l'adoption des mesures porteront en eux-mêmes leur importance puisqu'il revient à chaque acteur institutionnel qui les reçoit d'établir les relations avec son propre cadre d'intervention et de relever les corrélations.

La cible principale ici, ce sont les acteurs institutionnels. La forme que peut prendre le message pour être crédible aux yeux de cette cible, c'est de revêtir un caractère officiel de contenus administratifs validés et autorisés pour diffusion. Sans ce caractère officiel, les informations sur l'adoption des mesures d'adaptation ne pourront pas être prises en compte pour influencer les cadres d'intervention (politiques, stratégie et programmes d'intervention) des autres structures partenaires ou impliquées dans la problématique de développement, notamment agricole.

### 5.2.2 - *Éléments de cohérence à respecter*

L'analyse de tous les moyens et outils de communication identifiés a permis de proposer les activités de communication à mener selon un calendrier. Il est judicieux de relever quelques éléments de cohérence de la planification des activités de communication.

- Compte tenu de la variété des supports de communication à produire, aussi bien imprimés qu'audiovisuels, il est opportun de définir une identité visuelle et sonore qui établira un lien et une cohérence entre toutes les activités de la stratégie. Cette identité peut s'inspirer de la charte graphique et sonore du MEHU, s'il en dispose.
- Il y a une logique dans le plan d'actions qu'il faut respecter pour une synergie dans les actions et surtout pour produire les impacts attendus :
  - L'utilisation des supports de masse, radios, télévisions, imprimés, est prévue pour la première année. Elle doit inaugurer la campagne. Elle a un rôle de débroussaillage pour aiguïser l'attention des cibles et les préparer à recevoir les messages de changement de comportements. C'est l'équivalent de l'escadrille qui précède l'infanterie dans la stratégie militaire.
  - Les actions de paire-éducation et de conseils des encadreurs agricoles (dès qu'elles commencent) doivent se maintenir pendant toute la durée d'exécution de la stratégie.
  - Les actions d'entraînement (promotion des pratiques réussies) démarrent après les médias de masse et durent une année. Il n'est pas indispensable qu'elles durent plus. Elles sont des catalyseurs pour l'action. Les actions de paire-éducation et de conseils des encadreurs agricoles assureront la continuité.
  - Les activités proposées pour décourager les pratiques non conformes aux mesures d'adaptation sont aussi ponctuelles et interviennent après les médias de masse. Elles sont en synergie avec les actions de promotion des pratiques de réussite. C'est une logique d'effet de substitution : remplacer les mauvaises pratiques par celles recommandées. Il est impérieux que la phase de collecte des données sur les pratiques non conformes respecte la programmation du plan d'actions, puisqu'il y a un processus qui conduit au réinvestissement des informations collectées au niveau des cibles. Pour assurer la synergie, le timing doit être respecté.

***NB : Pour plus d'impacts des actions de communication, il peut être judicieux d'exécuter le plan de communication pour chaque domaine de la production : la production végétale, la production animale et la pêche. Cela s'explique par le fait que les mesures d'adaptation ne sont pas les mêmes et donc que les messages à diffuser aux producteurs diffèrent selon le domaine de production. La communication gagnerait à adresser des messages spécifiques à chaque type de producteurs, même si certaines réalités leur sont communes comme l'a montré l'analyse de situation, ce qui a permis d'identifier les producteurs comme une catégorie d'acteurs homogènes.***

## VI – CADRE DE SUIVI EVALUATION

L'importance d'un cadre de suivi-évaluation d'un processus réside dans le fait qu'il permet de s'assurer au fur et à mesure de la mise en œuvre des activités, de l'atteinte ou de la progression vers l'atteinte des résultats. Il permet également d'identifier les insuffisances et d'envisager le cas échéant, des mesures supplémentaires ou correctives à prendre.

Dans le cadre de cette stratégie de communication, le cadre de suivi évaluation a été élaboré sur la base des résultats correspondants à chaque objectif stratégique pour lesquels il a été identifié des indicateurs, les types de données ou informations nécessaires pour renseigner les indicateurs, les techniques et les fréquences de collecte ainsi que les responsables.

Le tableau n° présente les éléments du suivi évaluation pour les quatre (04) résultats.



Tableau N°11 : Cadre de suivi évaluation

SUIVI DES INDICATEURS D'IMPACTS					
Résultats	Indicateurs	Données/sources	Techniques de collecte	Fréquence/Période <sup>13</sup>	Responsable
Les producteurs connaissent les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC	Au moins 80% des producteurs indiquent clairement les mesures d'adaptation recommandées dans leur secteur d'activité	Rapports d'activités des structures d'encadrement	Visites et entretiens avec les producteurs	Après la première année d'exécution de la stratégie de communication	Projet
Les producteurs suivent l'exemple de leurs pairs qui obtiennent des résultats grâce aux mesures d'adaptation	Au moins 50% des producteurs ont adopté les mesures d'adaptation recommandées en voyant les résultats obtenus par leurs pairs	Rapports de capitalisation Rapports d'activités des structures d'encadrement	Etudes Visites et entretiens avec les producteurs	Fréquence des rapports de capitalisation et des rapports d'activités des structures d'encadrement à compter de la fin de la deuxième année de mise en œuvre de la stratégie de communication	Projet
Les pratiques non recommandées sont identifiées et découragées	Moins de 20% des pratiques non recommandées identifiées persistent	Rapports de capitalisation Rapports d'activités des structures d'encadrement	Enquêtes sommaires auprès des producteurs Etudes Visites et entretiens avec les producteurs	Au premier trimestre de la troisième année Fréquence des rapports de capitalisation et des rapports d'activités des structures d'encadrement	Projet
Des documents de capitalisation sur l'adoption des mesures recommandées d'adaptation sont systématiquement produits et diffusés	Existence de mécanismes de collecte et de partage d'informations sur l'adoption des mesures d'adaptation aux effets des CC	Les supports et occasions de diffusion des informations	Vérification sur pièces et sur places	A la fin de chaque année	Projet

<sup>13</sup> Le repère de départ est la date de démarrage de la mise en œuvre du plan d'actions de la stratégie de communication.

## SUIVI DES INDICATEURS DE PROCESSUS

Activités de communication	Indicateurs	Données/sources	Techniques de collecte	Fréquence/ Période	Responsable
<b>Résultat 1: Les producteurs connaissent les mesures d'adaptation recommandées et répondant au mieux aux impacts négatifs des CC</b>					
Organiser des émissions radiophoniques	Nombre d'émissions diffusées dans chaque secteur, dans les principales langues nationales de chaque commune concernée  Nombre de dossiers de presse produit	CD des productions  Planning de diffusion	Vérification sur pièces	Chaque trimestre pendant la première année	Projet et chargé de communication
Organiser des séances publiques d'information	Nombre de séances organisées dans chaque secteur, dans les principales langues nationales de chaque commune concernée	Rapports d'activités des encadreurs	Vérification sur pièces	Chaque trimestre pendant la première année	Projet et chargé de communication
Diffuser les séances publiques d'information	Nombre de diffusions radiophoniques réalisées	CD des productions  Planning de diffusion	Vérification sur pièces	Chaque trimestre pendant la première année	Chargé de communication
Organiser des émissions télévisuelles	Nombre d'émissions diffusées dans chaque secteur, dans les principales langues nationales de chaque commune concernée  Nombre de dossiers de presse produit	DVD des productions  Planning de diffusion	Vérification sur pièces	Chaque trimestre pendant la première année	Chargé de communication
Concevoir, éditer et diffuser des supports imprimés	Quantité de dépliants illustrés éditée et distribuée pour chaque secteur  Quantité d'affiches A2 illustrées éditée et distribuée pour chaque secteur  Quantité de Tee-shirt produite et distribuée pour chaque secteur	Bons de commande et bordereaux de livraison  Fiche de distribution par commune	Vérification sur pièces	Chaque trimestre pendant la première année	Chargé de communication

Concevoir et éditer une boîte à images	Nombre de boîtes à images produites par secteur	Bordereau de livraison	Vérification sur pièces	A la fin du premier semestre de la première année	Projet et chargé de communication
Organiser des formations des encadreurs, ONG, journalistes et de producteurs	Nombre d'acteurs formés	Liste de présence Fiches d'évaluation	Vérification sur pièces	Au début de la deuxième année	Projet et chargé de communication
Organiser des visites d'encadreurs chez les producteurs	Nombre de visites par producteurs	Planning de travail des encadreurs Témoignages des producteurs Rapports des structures d'encadrement	Vérification sur pièces Enquête sommaire auprès des producteurs	A la fin de chaque année à partir de la deuxième année	Projet et chargé de communication
Organiser et appuyer la paire-éducation au niveau des producteurs	Nombre de producteurs mandatés pour conseiller d'autres Nombre de visites/échanges organisés	Témoignages des producteurs Rapports des structures d'encadrement	Vérification sur places Enquête sommaire auprès des producteurs	Tous les trimestres à partir de la deuxième année	Projet
<b>Résultat 2: Les producteurs suivent l'exemple de leurs pairs qui obtiennent des résultats grâce aux bonnes pratiques en matière d'adaptation</b>					
Faire des reportages radio-phoniques	Nombre de reportages diffusés dans chaque secteur, dans les principales langues nationales de chaque commune concernée Nombre de dossiers de presse produit	CD des productions Planning de diffusion Témoignages des producteurs	Vérification sur pièces Enquête sommaire	Au cours du deuxième semestre de la deuxième année	Chargé de communication
Enregistrer et diffuser des microprogrammes de témoignages	Nombre de microprogrammes diffusés dans chaque secteur, dans les principales langues nationales de chaque commune concernée Nombre de dossiers de presse produit	CD des productions Planning de diffusion Témoignages des producteurs	Vérification sur pièces Enquête sommaire	Au cours du deuxième semestre de la deuxième année	Chargé de communication

Faire des reportages télévisuels	Nombre de reportages diffusés dans chaque secteur, dans les principales langues nationales de chaque commune concernée Nombre de dossiers de presse produit	DVD des productions Planning de diffusion	Vérification sur pièces	Au cours du deuxième semestre de la deuxième année	Chargé de communication
Editer des supports multimédia, CD, DVD des reportages et témoignages	Quantité des CD et DVD éditée	Bons de commande Bordereaux de livraison	Vérification sur pièces	A la fin de la deuxième année	Chargé de communication
Organiser et médiatiser une cérémonie de récompense des meilleurs producteurs	Echos dans la presse nationale de la cérémonie Nombre de producteurs récompensés	Coupures de presses TDR et agenda de la cérémonie	Vérification sur pièces et sur place	A la fin de chaque campagne agricole à partir de la deuxième	Chargé de communication
<b>Résultat 3: Les pratiques non recommandées sont identifiées et abandonnées</b>					
Identifier les pratiques non conformes	Nombre de pratiques répertoriées par secteur et par commune	Répertoires des pratiques	Vérification sur pièces	Au deuxième semestre de la première année	Projet et chargé de communication
Concevoir et produire une boîte à images	Nombre de boîtes à images produites par secteur	Bordereau de livraison	Vérification sur pièces	A la fin de la première année	Projet et chargé de communication
Organiser des formations des encadreurs, des ONG, de journalistes et de producteurs	Nombre d'acteurs formés	Liste de présence Fiches d'évaluation	Vérification sur pièces	Au second semestre de la deuxième année	Chargé de communication
Organiser des visites d'encadreurs chez les producteurs	Nombre de visites par producteurs	Planning de travail des encadreurs Témoignages des producteurs Rapports des structures d'encadrement	Vérification sur pièces et sur place Enquête sommaire auprès des producteurs	Au début de la troisième année	Chargé de communication

Organiser et appuyer la paire-éducation au niveau des producteurs	Nombre de producteurs mandatés pour conseiller d'autres Nombre de visites/échanges organisés (VEEE)	Témoignages des producteurs Rapports des structures d'encadrement	Vérification sur places et sur pièces Enquête sommaire auprès des producteurs	Au début de la troisième année	Chargé de communication
Concevoir et produire des sketches	Nombre de sketches produits par secteur et par langues dans chaque commune concernée	Témoignages des producteurs Rapports des structures d'encadrement	Vérification sur places et sur pièces Enquête sommaire auprès des producteurs	A la fin de chaque année et sur les deux premières	Projet et chargé de communication
Enregistrer les sketches sur CD/DVD et distribuer	Quantité des CD et DVD distribués	Bons de commande Bordereaux de livraison Liste de distribution	Vérification sur pièces	A la fin de la deuxième année	Chargé de communication
<b>Résultat 4: Des documents de capitalisation sur l'adoption des mesures recommandées d'adaptation sont systématiquement produits et diffusés</b>					
Editer et diffuser un bulletin d'information	Les différents numéros du bulletin sur l'adaptation aux effets des CC	Bons de commande Bordereaux de livraison Liste de distribution	Vérification sur pièces	A la fin de chaque année	Chargé de communication
Commanditer des études sur la capitalisation et diffuser les résultats	Nombre d'études commanditées Disponibilité des résultats des études au niveau des partenaires de PANAI	Rapport d'étude Bordereaux de réception des rapports par les partenaires	Vérification sur pièces	A la fin de chaque année sur les trois dernières années	Projet et chargé de communication
Diffuser périodiquement les rapports d'activités	Disponibilité des résultats des études au niveau des partenaires de PANAI	Accusé de réception numérique Bordereaux de réception des rapports par les partenaires	Vérification sur pièces	Chaque semestre	Projet et chargé de communication

Créer un site Internet	Existence d'un site Internet parlant de l'adaptation aux effets des CC	L'adresse du site	Vérification en ligne	Chaque trimestre	Chargé de communication
Créer et utiliser régulièrement une liste de diffusion numérique	Actualisation régulière du site	Nom et qualité des personnes physiques et ou morales de la liste	Vérification en ligne et sur pièce	Après le premier trimestre du projet	Projet et chargé de communication
Organiser périodiquement des ateliers d'échanges et de partage des résultats	Nombre des adresses mails de la liste	Listes de présence	Vérification sur pièces et sur place	Chaque semestre à partir de la deuxième année	Projet et chargé de communication
Organiser des foras	Nombre d'ateliers	Rapport d'ateliers	Vérification sur pièces et sur place	Au début de la troisième et quatrième année	Projet et chargé de communication
Organiser des rencontres de recadrage avec les acteurs communautaires	Profil des participants	Listes de présence	Vérification sur pièces et sur place	chaque semestre à partir de la deuxième année	Projet et chargé de communication
	Nombre de foras	Rapport de séance			
	Profil des participants	Listes de présence			
	Nombre de rencontres	Rapport de séance			
	Profil des participants				

## CONCLUSION

Cette étude relative à l'élaboration d'une stratégie de communication pour renforcer les capacités d'adaptation aux changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin, a permis d'identifier trois axes stratégiques, à savoir :

Axe stratégique 1 : Amener les cibles à changer d'attitudes vis-à-vis des CC en améliorant leur niveau de connaissance des mesures d'adaptation et en s'appuyant sur le potentiel local de mobilisation.

Axe stratégique 2 : Amener les cibles à abandonner les pratiques peu favorables à l'adaptation aux CC en s'appuyant sur leur connaissance de ses effets et sur les mécanismes et acteurs favorables disponibles.

Axe stratégique 3 : Mettre en place un système d'information et de communication permettant de documenter et de diffuser les leçons apprises et les bonnes pratiques des activités pilotes d'adaptation aux effets des CC.

Le plan de communication qui en découle a retenu des activités pour accompagner, sur quatre années, le PANA1 afin non seulement d'améliorer la capacité pour minimiser les impacts des risques climatiques sur la production agricole au niveau des communautés mais aussi de capitaliser et de diffuser les expériences et les bonnes pratiques d'adaptation aux changements climatiques. Ce document stratégique, comme tout instrument de développement, a besoin, pour combler les attentes et d'atteindre les objectifs visés et d'obtenir les résultats assignés, porter des fruits et tenir la promesse des fleurs, que soient mobilisées des ressources humaines, matérielles et financières conséquentes. Il a surtout besoin, pour son exécution, d'un Chargé de communication. Le système de suivi-évaluation permettra d'avoir un œil sur le tableau de bord et de corriger ce qui peut l'être en temps opportun.

Mais quelle que soient la pertinence de l'appareillage stratégique et sa profonde immersion dans la réalité socioculturelle de son temps et de son contexte, il ne peut non plus prospérer sans la prise en compte et le primat des valeurs. Celles-ci doivent piloter toute initiative portant à changer ou à promouvoir des attitudes. L'ouverture des acteurs au partage et à la solidarité est primordiale pour permettre l'atteinte synergique des résultats. De même, le respect d'une gouvernance de qualité est prioritaire dans l'atteinte d'une communication participative pour inventer les nouveaux modes d'actions collectives combinant actions publiques et privées, associatives ou citoyennes. La communication doit revêtir une forme d'ensemble mais aussi et surtout se situer dans la proximité. Elle doit donner la parole pour être crédible et s'inscrire dans la cohérence stratégique pour faire la différence, et gagner du temps. Il importe de retenir qu'au sein de l'équipe, l'information et les relations sont essentielles dans l'atteinte d'une communication qui a une finalité humaine de combler les attentes et d'atteindre les résultats assignés.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

**CCNUCC (1992)** : convention cadre des Nations Unies sur les changements climatiques.

**GIEC (2007), résumé technique** : Bilan des changements climatiques-conséquences, Adaptation et vulnérabilité.

**MEHU (2011)** : Deuxième communication Nationale du Bénin sur les changements climatiques (DCN).

**MEPN (2006)** : Evaluation concertée de la vulnérabilité aux variations actuelles du climat et aux phénomènes météorologiques extrêmes. Rapport de synthèse.

**MEPN (2008)** : Programme d'action national aux fins de l'adaptation aux changements climatiques (PANA). Cotonou, 81p.

**PNUD**, document de projet, Bénin, Août 2010

Plaquette de présentation du projet PANA 1

**RGPH III**, 2002

**L.DUMONT and all**, communication des entreprises, stratégies et pratiques, Nathan, 1999.

**Michel Le Net**, Communication Publique, pratique des campagnes d'information, La documentation Française, Paris, 1993.

**STRATEGOR**, politique générale de l'entreprise, 4è Edition, septembre 2007.

**MERCATOR**, Théorie et pratique du marketing, 8è Edition, septembre 2006.



# ANNEXES

## Annexe1 : Termes de référence de l'étude

### 1. Contexte et justification

Dans le cadre de la mise en œuvre de la Décision 28/CP.7 de la Conférence des Parties à la Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques (CCNUCC) lors de la 7<sup>ème</sup> session en novembre 2001 relative à l'élaboration des Programmes d'Actions Nationaux aux fins de l'Adaptation aux changements climatiques (PANA), le Bénin a bénéficié d'un financement du Fonds des Pays les Moins Avancés. Ce financement a permis d'identifier cinq (05) mesures prioritaires et urgentes à mettre en œuvre afin de réduire la vulnérabilité des populations face aux effets néfastes des phénomènes météorologiques extrêmes et des changements climatiques. Pour la mise en œuvre de la première mesure prioritaire qui concerne le secteur agricole, il est élaboré le projet intitulé "Programme intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des Changements Climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin (PANA1) "

Le PANA1 vise à renforcer les capacités des communautés agricoles pour s'adapter aux changements climatiques dans quatre zones agro-écologiques vulnérables au Bénin. Ainsi, le projet contribuera i) au développement des capacités de planification et de réponse des secteurs liés aux changements climatiques en s'assurant que les plans de développement nationaux et communaux ainsi que les politiques sectorielles et les budgets associés incorporent les besoins d'adaptation ; ii) à l'expertise et au soutien environnemental que les communautés doivent disposer pour s'adapter efficacement aux conditions climatiques défavorables ; iii) au partage d'expériences en adaptation sur le plan local, national et international.

Lancé officiellement le 12 mai 2011, le projet PANA1 se trouve actuellement dans sa phase de mise en œuvre. Pour faciliter son appropriation par les différents acteurs et assurer une large diffusion des actions développées, il s'avère indispensable de mettre en place une stratégie de communication et de conscientisation conformément au document du projet.

A ce titre, les présents termes de référence sont proposés pour l'élaboration d'une stratégie de communication et de conscientisation dans le domaine de la lutte pour renforcer les capacités d'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin.

### 2. Objectifs de la mission

#### 2.1 Objectif général

La mission vise à élaborer une stratégie de communication et de conscientisation pour renforcer les capacités d'adaptation aux effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin.

## 2.2 Objectifs spécifiques

Il s'agit pour cette mission de :

- identifier les différents groupes cibles ;
- évaluer leurs besoins en information et communication ;
- catégoriser les acteurs en fonction des besoins en communication identifiés ;
- élaborer une stratégie de communication et conscientisation ;
- élaborer un plan de communication et de conscientisation ;
- proposer un dispositif (mécanisme et indicateurs) de suivi-évaluation de la mise en œuvre de la stratégie ;

## 3. Résultats attendus

A l'issue de cette mission, les principaux résultats ci-après sont attendus :

- les différents groupes cibles sont identifiés ;
- les besoins en information et communication des principaux groupes cibles sont évalués ;
- les acteurs sont catégorisés en fonction des besoins en communications identifiés ;
- la stratégie de communication et conscientisation est élaboré ;
- un plan de communication et de conscientisation est élaboré ;
- un dispositif de suivi-évaluation des impacts des connaissances et comportements des acteurs est proposé.

## 4. Tâches du consultant

Le consultant travaillera en étroite collaboration avec les acteurs institutionnels indiqués. Les travaux du consultant porteront sur les tâches majeures ci-après :

- proposer une méthodologie détaillée de l'élaboration de la stratégie ;
- soumettre la méthodologie à un groupe d'experts pour validation ;
- élaborer la stratégie assortie d'un plan de communication et de conscientisation ;
- proposer un dispositif (mécanisme et indicateurs) de suivi-évaluation de la mise en œuvre de la stratégie.

## 6. Produits attendus

Il s'agit de :

Rapport final de la mission comportant deux parties à savoir :

- une stratégie de communication et conscientisation ;
- un plan de communication et de conscientisation ;

## 7. Durée de la mission

La présente mission durera 30 jours. Le rapport global sur toute l'activité sera déposé deux semaines au plus tard à compter de la date de validation du rapport provisoire.

### Profil du Consultant

Le travail devra être réalisé par une équipe de consultants composée comme suit :

- un cadre de niveau BAC + 5 ayant une bonne connaissance de la thématique des changements climatique ;
- un communicateur ayant le niveau BAC+4 avec des expériences avérées en élaboration d'outils de stratégies de communication (sociale, éducative et environnementale)

## Annexe 2 : Lexique

- **Adaptation** : Initiatives et mesures prises pour réduire la vulnérabilité ou augmenter la résilience des systèmes naturels et humains aux effets des changements climatiques. On distingue plusieurs sortes d'adaptation : anticipative ou réactive, de caractère privé ou public, autonome ou planifiée.
- **Ambitions collectives** : Ce sont les éléments de base d'une organisation, lesquels éléments constituent les principes de base auxquels, tout membre appartenant à l'organisation adhère ; ces éléments sont : (i) la vision ; (ii) la mission ; (iii) l'objectif (ou le but) ; (iv) les stratégies d'intervention.
- **Axe stratégique** : Rubrique d'une stratégie de communication dans laquelle sont énoncées un certain nombre d'actions (ou sous-objectifs) prioritaires.
- **Capacité d'adaptation** (par rapport aux conséquences des changements climatiques)  
Capacité d'un système, d'une communauté, d'un individu à s'adapter aux effets et aux impacts des changements climatiques (y compris la variabilité climatique). Elle dépend essentiellement des ressources économiques, sociales et humaines d'une société.
- **Cible** : individus ou entreprises que l'on cherche à toucher par un programme de communication.
- **Changement climatique** : Tout changement du climat dû à sa variabilité naturelle ou résultant de l'activité humaine. La Convention-Cadre des Nations-Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) définit les changements climatiques comme des « changements qui sont attribués directement ou indirectement à une activité humaine altérant la composition de l'atmosphère mondiale et qui viennent s'ajouter à la variabilité naturelle du climat observée au cours de périodes comparables »
- **Cœur de cible** : sous-ensemble d'une cible réunissant les prospects et les clients les plus importants.
- **Convention-Cadre des Nations Unies sur les changements climatiques** : Convention adoptée le 09 mai 1992 à New York et signée en juin 1992 lors du sommet Planète Terre tenu à Rio de Janeiro (Brésil) par plus de 150 pays et la Commission Européenne. Son objectif ultime est de stabiliser les concentrations de gaz à effet de serre dans l'atmosphère à un niveau qui empêche toute perturbation anthropique dangereuse du système climatique.
- **Communication** : ensemble des actions visant à transmettre des messages à différents publics (cibles) dans le but de modifier leurs niveaux de connaissance, leurs attitudes ou leurs comportements.
- **Communication pour un changement de comportement** : Ensemble des interactions participatives entre individus et au sein des groupes ou communautés ainsi que des actions de communication dirigées vers eux, en vue d'opérer un changement volontaire du comportement individuel et des normes sociales, s'il y a lieu, dans le but d'améliorer le bien-être de l'individu, de la communauté, de la société.
- **Développement organisationnel** : L'ensemble des mesures visant à améliorer les performances d'une organisation. Il peut être aussi question de mesures pour améliorer la

capacité de l'organisation à exécuter des activités choisies tout en cherchant à réaliser les objectifs de cette intervention.

- **Effets néfastes** : On entend par « effets néfastes des changements climatiques », les modifications de l'environnement physique ou des biotes, dues à des changements climatiques et qui exercent des effets nocifs significatifs sur la composition, la résistance ou la productivité des écosystèmes naturels ou aménagés, sur le fonctionnement des systèmes socio-économiques ou sur la santé et le bien être de l'homme(CCNUCC ,1992).
- **Média** : ensemble des supports de même nature et utilisant des techniques de diffusion de masse. Les cinq grands médias sont la presse, l'affichage, la radio, la télévision, le cinéma.
- **Mesures d'adaptation** : Dans le contexte de la Convention-Cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, les « mesures » sont les technologies, des procédés et des pratiques utilisés pour mettre en œuvre les politiques.
- **MIO** : (Modèle Intégré d'Organisation) Il se fonde sur le SWOT qui fournit les éléments nécessaires pour élaborer les orientations stratégiques. Le MIO est un modèle qui sert à décrire, analyser et diagnostiquer les organisations. Il permet de mettre en évidence, les relations entre les différents éléments d'une organisation. Le MIO comporte cinq composantes externes (qui sont la mission, l'input, l'output, le contexte général et le contexte spécifique) et six composantes internes (la stratégie, la structure, le système, le style de management, le personnel et la culture)
- **Positionnement** : Action qui consiste à déterminer l'image que l'on souhaite donner dans l'esprit des consommateurs. Ensemble des attributs saillants et distinctifs qu'une entreprise cherche à associer à un objet (produit, marque, entreprise etc.) pour la distinguer de la concurrence et toucher une cible particulière.
- **Production agricole** : Processus visant à obtenir un rendement agricole à partir des facteurs de production et pour lequel l'homme applique les savoir-faire traditionnels et les technologies modernes. Ce processus englobe l'agriculture, l'élevage, l'aquaculture et la pêche.
- **Renforcement des capacités** : Dans le contexte des changements climatiques, processus de développement de l'expertise technique et de la capacité institutionnelle dans les pays en développement pour leur permettre de participer à tous les aspects de l'adaptation, de l'atténuation, des recherches sur les changements climatiques, etc.
- **Sécurité alimentaire** : Situation dans laquelle les personnes ont un accès à une nourriture saine et nutritive en quantité suffisante pour leur garantir une croissance normale et une vie saine et active. (GIEC, Bilan 2007).
- **Stratégie** : Ensemble d'opérations coordonnées et mesurées pour atteindre un but.
- **Stratégie/stratégie de communication** : ensemble des décisions interdépendantes portant sur les objectifs et les cibles à atteindre, les messages à transmettre et les moyens à diffuser.
- **Support** : un support est un véhicule de message
- **SWOT** : synthèse d'une analyse de communication identifiant les forces (Strength), les faiblesses (Weaknesses), les opportunités (Opportunity) et les menaces (Threats).

- **Variabilité Climatique** : Variations de l'état moyen et d'autres variables statistiques (Ecart types, phénomènes extrêmes, etc.) du climat à toutes les échelles temporelles et spatiales, au-delà des phénomènes climatiques individuels.
- **Vulnérabilité** : La vulnérabilité au changement climatique est le degré auquel des systèmes géophysiques, biologiques et socio- économiques sont susceptibles ou incapables de faire face à des impacts dommageables du changement climatique.

### Annexe 3 : Canaux identifiés dans les zones agro-écologiques

Communes	MEDIA DE MASSE : PRESSE		Langues	Emissions préférées	Moyens traditionnels	Evènements spéciaux
	Radios captées	Télévisions				
<b>Adjohoun</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la voix de la vallée</li> <li>- l'ORTB;</li> <li>- golfe FM CAPP FM</li> <li>- radio Adja Ouèrè</li> <li>- Alléluiah FM</li> <li>- radio Sédohoun</li> <li>- immaculée</li> <li>- Olokiki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> <li>- Golfe TV</li> <li>- Canal 3 Bénin</li> <li>- LC2</li> <li>- les chaînes étrangères</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wémègbé</li> <li>- Goun</li> <li>- FON</li> <li>- Tori</li> <li>- Nagot</li> <li>- Français</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- émissions sportives;</li> <li>- journal en français et en langue;</li> <li>- émissions inter actives;</li> <li>- les disques demandés;</li> <li>- les annonces nécrologiques;</li> <li>- les émissions sur l'évangélisation;</li> <li>- les communiqués.</li> <li>- émissions sur la pêche, l'agriculture et l'élevage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les crieurs publics</li> <li>- le culte «Zangbéto»</li> <li>- Méthode de «Bouche à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rassemblements grand public (maison des jeunes, messe, réunions; buvettes; écoles</li> </ul>
<b>Aplahoué</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Couffo FM,</li> <li>- Lalo FM,</li> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adja</li> <li>- Fon</li> <li>- Mina</li> <li>- Français</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Journal radio</li> <li>- Emission sportive (football)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> <li>- Chef village</li> <li>- Méthode de «Bouche à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les rencontres mensuelles de tontine</li> </ul>
<b>Bopa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FM Ahémé</li> <li>- ORTB,</li> <li>- Mono FM,</li> <li>- Radio Kpassè</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pédah,</li> <li>- Sahouè,</li> <li>- Ayizo</li> <li>- Mina</li> <li>- Fon,</li> <li>- Adja</li> <li>- Watchi</li> <li>- Kotafon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sensibilisation,</li> <li>- faits sociaux,</li> <li>- Informations</li> <li>- Divertissements</li> <li>- «D o u m a d o s s o h o m è »</li> <li>- émission spéciale sur FM Ahémé très écoutée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> <li>- Chef village</li> <li>- Méthode de «Bouche à oreille»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fête «Gogo»</li> <li>- Fête «Awouélé»</li> </ul>
<b>Cotonou</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> <li>- CAPP FM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fon,</li> <li>- Aizo,</li> <li>- Toffin,</li> <li>- Torigbé,</li> <li>- Xia,</li> <li>- Adja,</li> <li>- Goun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divertissement</li> <li>- Débats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics avec mégaphone</li> <li>- Méthode de «Bouche à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Films (feuilletons)</li> </ul>

Communes	MEDIA DE MASSE : PRESSE		Langues	Emissions préférées	Moyens traditionnels	Evènements spéciaux
	Radios captées	Télévisions				
<b>Malanville</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radio Fara'a</li> <li>- Canal 3 du Niger</li> <li>- Radio Parakou au Bénin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Télé Sahel</li> <li>- Canal du Niger</li> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Djerma</li> <li>- Dendi</li> <li>- Fon</li> <li>- Français</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divertissement</li> <li>- Nécrologie</li> <li>- Journal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prière du Vendredi</li> </ul>
<b>Matéri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB (Cotonou et Parakou)</li> <li>- Tanguiéta</li> <li>- Nanto (Natitingou)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biali</li> <li>- Français</li> <li>- Dendi</li> <li>- Batonnu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divertissement</li> <li>- Nécrologie</li> <li>- Journal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sketches</li> </ul>
<b>Ouaké</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radio locale d'Ouaké</li> <li>- Radio solidarité de Djougou</li> <li>- Radio Parakou</li> <li>- Radio Kara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokpa</li> <li>- foodó</li> <li>- fufulidé</li> <li>- Peulh</li> <li>- Français</li> <li>- Dendi</li> <li>- Lokpa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avis et communiqués</li> <li>- Divertissement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> <li>- «Bouche à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Néant</li> </ul>
<b>Ouinhi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> <li>- TONASSE</li> <li>- CARREFOUR</li> <li>- OUERE.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> <li>- Canal 3</li> <li>- Carrefour,</li> <li>- France 24</li> <li>- TV 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fon</li> <li>- Français</li> <li>- Nagot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divertissement</li> <li>- Dédicaces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> <li>- «Bouche à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Néant</li> </ul>
<b>Savalou</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cité,</li> <li>- Lema,</li> <li>- Tchetto,</li> <li>- ORTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB</li> <li>- Canal3</li> <li>- TV 5</li> <li>- Canal+</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fon</li> <li>- Mahi</li> <li>- Idaasha</li> <li>- Kotokoli</li> <li>- Français</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informations</li> <li>- Divertissement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> <li>- Méthode de «Bouche à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Néant</li> </ul>
<b>So-Ava</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tokpa</li> <li>- CAPP-FM</li> <li>- Voix de la Vallée</li> <li>- Alléluia FM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORTB,</li> <li>- Canal 3</li> <li>- Golf Tv</li> <li>- LC2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fon</li> <li>- Toffin</li> <li>- Sèto</li> <li>- Français</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Journal</li> <li>- Revue de presse</li> <li>- Emission sur l'agriculture</li> <li>- Emissions interactives,</li> <li>- Communiqués/divers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crieurs publics</li> <li>- Méthode de «Bouche à oreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Néant</li> </ul>



## Annexe 4 : Guides d'entretien

### GUIDE D'ENTRETIEN / GROUPES SPECIFIQUES

**Bonjour, soyez les bienvenus à cette discussion. Mon nom est -----**

Je travaille ponctuellement pour le compte du programme d'adaptation de la production agricole au changement climatique pour la sécurité alimentaire PANA 1. Je vous remercie d'avoir accepté de participer à cette discussion malgré vos occupations.

Je vous prie de vous mettre à l'aise au cours de cette discussion qui va durer environ 1H. Vous avez été sélectionné parce que vous êtes une personne ressource (acteur dans la production). Lors de la discussion, je vais vous poser quelques questions relatives à l'adaptation de la production agricole<sup>14</sup> au changement climatique. *Le principal objectif visé à travers cette discussion est d'identifier avec vous les moyens de communication et de vulgarisation pour une adaptation de la production agricole au changement climatique.*

Vous avez été choisi au hasard pour nous aider à contribuer à l'amélioration de la production agricole et de l'environnement. Il n'y a pas de réponses fausses, toutes les réponses sont les bienvenues. Je vous prie de répondre honnêtement et franchement. Vous pourrez en parler autour de vous ce n'est pas un secret (c'est même souhaitable).

Pouvons-nous commencer ? Merci d'avance.

Code du questionnaire \_\_\_\_/\_\_\_\_// **(A ne pas remplir)**

Date de l'interview : \_\_\_\_/\_\_\_\_//\_\_\_\_

<b>0- Identification</b>
0-1 Département : _____  __
0-2 Commune : _____  __
0-3 Arrondissement : _____  __
0-4 Quartier / Village : _____  __
0-5 Nom et prénom : _____
0-6 Sexe :      Masculin  __       Féminin  __
0-7 Profession _____  __
0- 8 Fonction _____  __
0-9 Age .....  __  __ :.....

<sup>14</sup> La production agricole inclut l'aviculture, l'élevage, la pêche, les transformations de déchets en intrants etc...

QUESTIONS	REPONSES
<b>I- : CONNAISSANCE ET PERCEPTION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE</b>	
<p>I-1 Que savez-vous du changement climatique?</p> <p><i>Avez-vous observé ces derniers temps des changements dans l'arrivée des premières pluies ? (retard ou précocité)</i></p> <p><i>La violence des pluies ?</i></p> <p><i>Les quantités des pluies ?</i></p> <p><i>Les vents ?</i></p> <p><i>La sécheresse ?</i></p>	
<p>I-1-a Phénomène naturel</p> <p><i>Ces changements sont ils naturels ?</i></p>	
<p>I-1-b Fait des Hommes</p>	
<p>I-1-c Autres</p>	
<p>I-2 Quel est l'effet du changement climatique sur vos activités (Bénéficiaire)</p>	
<p>I-3 Selon vous est-il possible de trouver des solutions aux effets des changements climatiques?</p> <p><i>Que faire ?</i></p>	
<p>I-4 Quels sont selon vous les acteurs qui peuvent trouver des solutions aux problèmes que posent les changements climatiques?</p>	
<p>I-5 Décrivez-nous les habitudes et les pratiques que vous connaissez en matière d'adaptation de la production agricole aux changements climatiques dans votre domaine/localité?</p> <p><i>Avez-vous changé de pratiques culturales ?</i></p> <p><i>Quelles sont-elles ?</i></p>	
<p>I-6 Quels moyens avez-vous trouvé pour adapter vos activités aux effets du changement climatique?</p> <p><i>Avez-vous changé d'activités à cause des changements climatiques ?</i></p>	
<p>I-7 Comment avez-vous trouvé les solutions que vous avez adoptées? (D'où ou de qui avez-vous reçu ces connaissances?)</p>	
<p>I-8 Etes-vous satisfait de ces solutions ?</p>	

II- IDENTIFICATION D'APPROCHES DE SOLUTIONS ET PROFIL DES INTERVENANTS	
<p>II-1 Que peut-on faire pour amener les producteurs et productrices (éleveurs, pêcheurs, agriculteurs, transformateurs) à adapter leurs productions au changement climatique?</p> <p>Comment?</p>	
<p>II-2- Habitudes de consommation média (les radios écoutées, les chaînes de télévision regardées, autres sources d'information ou lieux publics de fréquentation et leur audience auprès des populations et les moments de grande écoute)</p> <p>II-3 Décrivez-nous très brièvement votre journée habituelle du réveil au coucher</p> <p>II-4 EVENEMENTS SPECIAUX</p>	
III- IDENTIFICATION DES CANAUX DE COMMUNICATION	
<p>III-1 Quels sont les moyens de communication (traditionnels et modernes) existant dans votre localité? (couverture, pénétration, exploitation etc.)</p> <p><i>Quelles langues parle-t-on ?</i></p> <p><i>Avez-vous un poste radio ?</i></p> <p><i>L'utilisez vous tous les jours, matin, midi et soir ?</i></p> <p><i>Quelles sont vos émissions préférées ?</i></p> <p><i>Quels sont les autres canaux par lesquels les informations vous parviennent elles, outre que par la radio ?</i></p> <p><i>Ces canaux sont ils crédibles ? Fiables ?</i></p>	

**JE VOUS REMERCIE POUR VOTRE PARTICIPATION**

## GUIDE D'ENTRETIEN / RESPONSABLES/AUTORITES

**Bonjour, soyez les bienvenus à cette discussion. Mon nom est -----**

Je travaille ponctuellement pour le compte du programme d'adaptation de la production agricole au changement climatique pour la sécurité alimentaire PANA 1. Je vous remercie d'avoir accepté de participer à cette discussion malgré vos occupations.

Je vous prie de vous mettre à l'aise au cours de cette discussion qui va durer environ 1H. Vous avez été sélectionné parce que vous êtes une personne ressource (acteur dans la production agricole<sup>15</sup>). Lors de la discussion, je vais vous poser quelques questions relatives à l'adaptation de la production agricole aux changements climatiques. *Le principal objectif visé à travers cette discussion est d'identifier avec vous les moyens de communication et de vulgarisation pour une adaptation de la production agricole aux changements climatiques.*

Vous avez été choisi au hasard pour nous aider à contribuer à l'amélioration des conditions de vie des populations rurales dans le contexte des changements climatiques. Il n'y a pas de réponses fausses ou justes, toutes les réponses sont les bienvenues et vont contribuer à l'atteinte des objectifs. Je vous prie de répondre honnêtement et franchement. Vous pourrez en parler autour de vous ce n'est pas confidentiel (c'est même souhaitable).

Pouvons-nous commencer ? Merci d'avance.

Code du questionnaire \_\_\_\_/\_\_\_\_// **(A ne pas remplir)**

Date de l'interview : \_\_\_\_/\_\_\_\_//\_\_\_\_

<b>0- Identification</b>
0-1 Département : _____  __
0-2 Commune : _____  __
0-3 Arrondissement : _____  __
0-4 Quartier / Village : _____  __
0-5 Nom et prénom : _____
0-6 Sexe :      Masculin  __       Féminin  __
0-7 Profession _____  __
0- 8 Fonction _____  __
0-9 Age .....  __   __ :.....

<sup>15</sup> La production agricole inclut l'agriculture, l'élevage , la pêche, les transformations de déchets en intrants etc....

QUESTIONS		REPONSES
<b>I- CONNAISSANCE ET PERCEPTION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE</b>		
I-1 Que savez-vous du changement climatique?		
I-1-a Phénomène naturel		
I-1-b Fait des Hommes		
I-1-c Autres		
I-2 Décrivez-nous les habitudes et les pratiques que vous connaissez en matière d'adaptation de la production agricole aux changements climatiques dans votre domaine/localité?		
<b>II- IDENTIFICATION D'APPROCHES DE SOLUTIONS ET PROFIL DES INTERVENANTS</b>		
II-1- Habitudes de consommation média (les radios écoutées, les chaînes de télévision regardées, autres sources d'information ou lieux publics de fréquentation et leur audience auprès des populations et les moments de grande écoute)		
II-2 Décrivez-nous très brièvement votre journée habituelle du réveil au coucher		
<b>III- IDENTIFICATION DES CANAUX DE COMMUNICATION</b>		
III-1 Quels sont les moyens de communication (traditionnels et modernes) existant dans ces localités? (couverture, pénétration, exploitation etc.). Quelles langues y parle-t-on ?		
<b>IV- QUELS SONT VOS SUGGESTIONS POUR L'ADAPTATION AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES ?</b>		

**JE VOUS REMERCIE POUR VOTRE PARTICIPATION**

## Annexe 5 : liste des personnes interrogées

### ✓ **APLAHOUE**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	HESSOU Coffi Roger	Chef d'inspection forestière	95 11 94 70
2	DOKUI Come	Cunniculteur	93 02 42 69
3	ZONDOGA Corneil	Eleveur de cabris et moutons	s/c délégué lagbavé
4	SOGBE Codjo	Eleveur de porcins	s/c délégué lagbavé
5	TOSSOU Lokossou	Producteur de sodabi	s/c délégué lagbavé
6	ZOMAGBO Sédégnan	délégué chef quartier	
7	MISSISSO Guillaume	chargé de projet de l'ONG GRAIB	96695225
8	TOIHIN TCHIDI Jean-Pierre	Agriculteur et commerçant agricole	94921641
9	ADO Houénoumadji	Agriculteur et président de l'Union communale des producteurs Aplahoué	96167198
10	EGUN Apollinaire	Opérateur économique	95158820
11	TOHOUEGNON Aubin	Journaliste / Enseignant	95813012
12	SEWA Joachin	Gestionnaire des Projets / Point focal changement climatique	
13	DAHOUETO Innocent	Aviculteur	97069681

### ✓ **ADJOHOUN**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	AFFODJI Victor	Pêcheur	-
2	SOUNOUVOU Enagnon Moïse	Président des pêcheurs de la commune d'Adjohoun	
3	KOUTCHICO Patrice	Eleveur	96 33 85 72 95 25 04 04
4	AZONHOUMON Pascal	Eleveur	97 87 56 96 95 41 67 40
5	DEMAGNON Patrice	Agriculteur	-
6	HOUNSOU Rémi	Agriculteur	
7	HOUNTON Marie	Opérateur économique	-
8	AMOUSSOU Jean-Baptiste	Chef programme radio voix de la vallée	97 57 44 38 95 28 01 016
9	BOTON Anselme	Point focal PANA1	96 61 86 11

10	HOUSSOU K. Lucien	Chef du village Houédo-Wo	97 92 10 18
11	ADANGO Etienne	RCPA Adjohoun	97 57 88 76

✓ **COTONOU**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	DJIBRIL Ibila	MEHU	97989438
2	AHLONSOU Epiphane	ASECNA	97920591
3	MICHELI Patrick	PNUD	
4	MADAFIME Hubert	ORTB/Radio	97068411
5	PADONOU Médard	Ministère du Développement	97728673
6	LOCONON Daniel	PANA 1	97027422
7	DJOSSINOU Diane	CerPA	66990211
8	QUENUM Vincentia	PANA 1	96828526
9	AKINDELE Sylvain	DGFRN	97602031
10	AWOUNOU Justin	DAGRI	95568785
11	TONI Emmanuel	Directeur Départemental de l'Environnement et de la Protection de la Nature Ouémé/Plateau	95 28 23 04
12	RAÏMI A. Machoudi	Directeur de l'Information et de la Communication Agricole et Rurale	

✓ **BOPA**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	Aimé KINDEDOHOUN	Point focal	97 31 41 93
2	Anicet KPANO	RCPA	95 28 47 89 96 49 94 46
3	Jacques DOGBLOUE	ONG A2D	95 20 55 05
4	Ambroise MOUSSOU-COKO	Directeur FM AHEME	95 05 58 18
5	Adrien KPOHONSITO	Chef Village SEHOMI	93 34 56 28
6	Gisèle GBEDEMEY	Opératrice économique	
7	Lucien KADJA	Eleveur	
8	André GBEDEMEY	Eleveur	
9	Léon KADJA	Pêcheur	
10	Faustin L. HOUNKPEKPIN	Pêcheur	
11	Kuassi ALIKPONHOUNDE	Agriculteur	
12	Benoît KPOHONSITO	Agriculteur	

✓ **OUAKE**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	MOUSSA TRAORE Alassane	RCPA	96646960
2	AHOUDA Louis	Chef programme radio Ouaké	95038555
3	COUBEOU Comi	C-SAD mairie Ouaké	96168071
4	SOULEMANE Mohamed	Chargé de programme ONG GOERT	97094196
5	ISSA Ali	Entrepreneur	97489594
6	ABALO Augustin	Chef du village	
7	SAMBAO Benoît	Cultivateur	
8	KONSAKA Saliou	Producteur du riz	
9	VOLLOU Matakina	Maraicher	
10	TOMTOKOUM Pascale	Cultivateur	96481994
11	SANGA Mathieu	Eleveur	
12	BONI Idrissou	Eleveur	

✓ **MALANVILLE**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	ODJODOHOUE Raoul	TSAGRN	97212268
2	ZIBO Ahmadou	Producteur	Néant
3	ADAMOUE Safiri	Producteur	64389811
4	KOKOUE Karim	ONG CBBE	97110392
5	KPADE Bernard	Pêcheur	Néant
6	Moise	Pêcheur	Néant
7	HANON Bagnan	Chef village	Néant
8	BATAMOUESSI Hermane	DDEPN	97261252
9	GARSO Adamou	Eleveur	Néant
10	NOMA Yacoubou	Point focal	97132953

✓ **OUIHI**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	HOUESOU Victorin	Chef Village cultivateur	Adamè
2	NINIKPO Mesmin	Pêcheur	Tévèdji
3	EZIN Jules	Eleveur	Adamè
4	AÏKOUNGBANANNON Léopold	Pêcheur	Woko
5	DJEDJI Noel	Cultivateur	Woko
6	HOUNNOU Parfait	Eleveur	Adamè
7	KOSSOUHO Cyrille	Responsable radio Tonassé	95 15 28 60
8	NINKPO Mesmin	Pêcheur	97 33 35 72



9	LOGBO Armand	Inspecteur environnementaliste	DDEHU
10	EDESSOU David	TSIEC	CeRPAOuinhi
11	KOSSOUHO Videkon	Responsable Radio TONASSE	Covè
12	GOUDAHI Albert	CSAD/ point focal PANA1	Mairie Ouinhi

✓ **SAVALOU**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	Séraphin	Cultivateur	-
2	Déris	Cultivateur	95 35 98 24
3	Noudéouda	Ingénieur agronome (CERPA)	-
4	Sai	Pêcheur	-
5	Faustin	Cultivateur	-
6	Casimir	Eleveur	-
7	Moussa	Pêcheur	-
8	Odilon	Eleveur	-
9	Claude	Point focal Pana1 (Géographe)	97 30 20 00
10	Bruno	Animateur Radio cite Savalou (Pépinieriste)	97 36 59 65
11	Prudent	Opérateur économique (entrepreneur Génie Civil)	-
12	Atadé	Président Adas ONG Ingénieur agronome	97 19 55 11

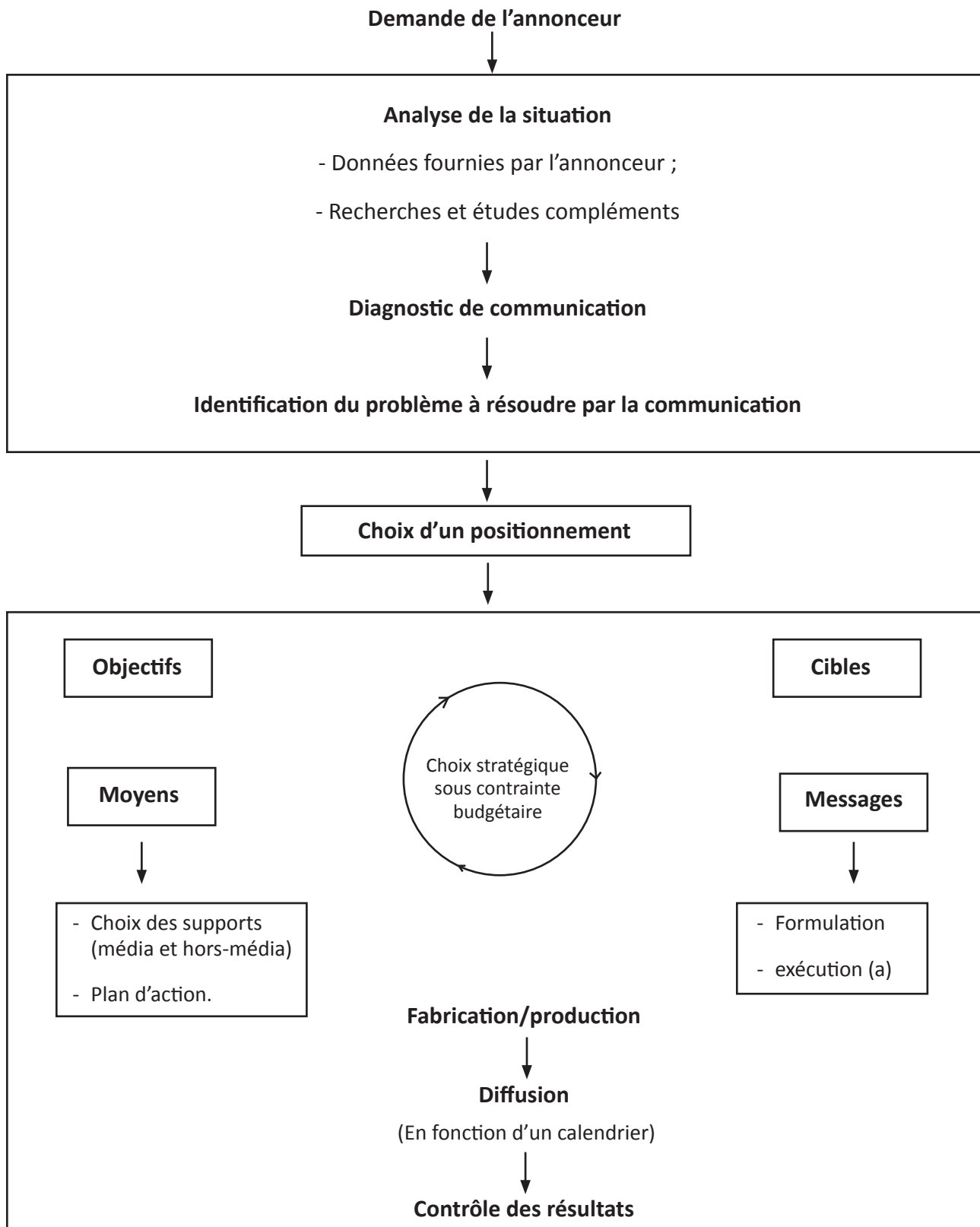
✓ **SÔ-AVA**

N°	Nom Prénoms	Profession/ Fonction	Contacts
1	Hermene DAGBA	Point focal Changement climatique	97167185 Sô-Ava
2	Norbert KPLIN	Chef Village Ahomey-Ounmey	97931668 Sô-Ava
3	Hyppolyte DANSOU	Responsable BC ONG	97690225 Sô-Tchanhoué
4	Anicet Sèmèvo SANGNIDJO	Technicien spécialisé en production végétale/ CeRPASô-Ava	CeRPA Sô-Ava
5	Marcel ZANNOU	Exploitant/commerçant	Dékanmey (Kpaffè)
6	Eric SOGNON	Pêcheur	Ahomey-Ounmey
7	Sabin GANDONOU	Eleveur	Ahomey-Ounmey
8	Noël KPLIN	Eleveur	Ahomey-Lokpo
9	Margueritte D. OUSSA	Pisciculteur	Ahomey-Ounmey
10	Cosme AKPO	Agriculteur	64112616 Sô-Ava
11	Albert BATA	Agriculteur	96601479 Sô-Ava

✓ **MATERI**

<b>N°</b>	<b>Nom Prénoms</b>	<b>Profession/ Fonction</b>	<b>Contacts</b>
1	N'DA Alphonse	Contrôleur du développement rural	97 24 91 28
2	Mme KASSA Angèle	C/SADE et point focal Matéri	97 35 11 86
3	NEKOUA Pitchansi	Éleveuse	
4	TOUBOUDIENI Sambiéni	Éleveur	
5	COUDIRO Sambo	Éleveur	
6	GNAMI Barthélémy	Agriculteur	
7	SDAMBIENI Barthélémy	Agriculteur	
8	GNARIGO Jean	Agriculteur	
9	GNARIGO Catherine	Commerçante	96 88 43 03
10	AMOUSSA G. Saliou	Inspecteur du développement rural	
11	GANRIGO Samson	Chef village Kankini	96 26 93 78
12	NATTA Justin	Directeur départemental de l'Environnement de l'Atacora-Donga	97 69 78 58

## Annexe 6 : Etape d'une campagne



## Certification et processus d'assurance et contrôle qualité

Les termes de référence pour la réalisation de l'étude sont élaborés par l'équipe de projet PANA1 conformément aux orientations du document de projet et validés par le Comité Technique du projet sous la supervision des personnes ressources.

Le présent document est validé par un groupe d'experts et les structures partenaires publiques membres du Comité Technique du Projet.

La certification et le contrôle qualité ont été assurés par M. AHLONSOU D. Epiphane, Ingénieur Expert Climatologue, Point Focal du Groupe Intergouvernemental d'Etudes sur le Climat (GIEC), Prix Nobel de la Paix (2010) par contrat N°2013/009/Projet N° 00074252 du 03 septembre 2013.

## Liste des experts et personnes clés

### Equipe de Coordination et de suivi

Nom et Prénoms	Titres ou fonction	Institutions ou département
M. Raphaël EDOU	Ministre de l'Environnement Chargé de la Gestion des Changements Climatiques, du Reboisement et de la Protection des Ressources Naturelles et Forestières	Ministère de l'Environnement Chargé de la Gestion des Changements Climatiques, du Reboisement et de la Protection des Ressources Naturelles et Forestières
M. Azizou EL-HADJ ISSA	Ministre de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche	Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche
Mme Rosine SORI COULIBALY	Représentant Résident du Programme des nations Unies pour le développement	Programme des nations Unies pour le développement
M. Gilbert POUMANGUE	Représentant Résident Adjoint du Programme des nations Unies pour le développement	Programme des nations Unies pour le développement
M. Isidore AGBOKOU	Team Leader Unité Environnement et Energie du Programme des nations Unies pour le développement	Programme des nations Unies pour le développement
M. Constant HOUNDENOU	Climat Change Policy Advisor	Programme des nations Unies pour le développement
M. Ibila DJIBRIL	Directeur Général des Changements Climatiques, Point Focal National Changements Climatiques	Direction Générale des Changements Climatiques, (MECGCCRPRNF)
Mme Armande ZANOOU AÏVOHOZIN	Directrice Suppléante du Projet PANA1	Direction Générale de l'Environnement, (MECGCCRPRNF)
M. Daniel Zinsou LOCONON	Coordonnateur National du Projet PANA1	Programme intégré d'adaptation pour la lutte contre les effets néfastes des changements climatiques sur la production agricole et la sécurité alimentaire au Bénin (PANA1)

## Equipe de rédaction

Nom et Prénoms	Titres ou fonction	Institutions ou département
M. Isidore AGBOKOU	Team Leader Unité Environnement et Energie du Programme des nations Unies pour le développement	Programme des nations Unies pour le développement
M. Daniel Zinsou LOCONON	Coordonnateur National du Projet PANA1	PANA1
M. Mathieu HOUINATO	Chargé de Programme, Coordonnateur Small Grounds Programm	Programme des nations Unies pour le développement
M. Charles A. OUATTARA	Expert Cabinet SICADO	SICADO SARL
Mme Honorine DAH-MEBEGNANTO AHOANSOU	Responsable Suivi Evaluation	PANA1
M. Djèlilou FASSASSI	Gestionnaire Administratif et Financier	PANA1

## Personnes ressources

Nom et Prénoms	Titres ou fonction	Institutions ou département
Professeur Nestor AHO	Professeur à la Faculté des sciences Agronomiques (FSA)	Université d'Abomey Calavi
M. Epiphane AHLONSOU	Point Focal GIEC, Chef Division Météorologie à l'ASECNA	Ministère des Travaux Publics et du Transport
M. Ramanou FASSASSI	Ex- Directeur des Innovations du Conseil Agricole et de la Formation Opérationnelle (DICAF)	Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche



## TABLE DES MATIERES

PREFACE .....	5
SOMMAIRE .....	7
RESUME EXECUTIF .....	9
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	11
LISTE DES TABLEAUX .....	13
LISTE DES FIGURES .....	13
INTRODUCTION .....	15
I. CONTEXTE, PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE .....	16
<b>1.1 - Contexte .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 - Problématique .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 - Méthodologie .....</b>	<b>18</b>
II - BESOINS EN INFORMATIONS ET COMMUNICATION DES GROUPES CIBLES ET CATEGORISATION DES ACTEURS PAR RAPPORT AUX BESOINS .....	20
<b>2.1 - Identification des différents groupes cibles .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2 - Evaluation des besoins en informations et communication des principaux groupes cibles .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 - Catégorisation des acteurs en fonction des besoins en communication .....</b>	<b>21</b>
III - ANALYSE DIAGNOSTIQUE DES MECANISMES DE COMMUNICATION ET DES BESOINS EN INFORMATIONS ET COMMUNICATION DES ACTEURS .....	23
<b>3.1 - Brève présentation des zones agro-écologiques les plus vulnérables .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 - Les habitudes et pratiques agricoles .....</b>	<b>24</b>
<b>3.3 - Manifestations et effets de la variabilité et des changements climatiques .....</b>	<b>25</b>
<b>3.4 - Canaux de communication usuels dans les zones concernées et habitudes de consommation média .....</b>	<b>26</b>
<b>3.5 - L'analyse diagnostique .....</b>	<b>27</b>
IV - STRATEGIE DE COMMUNICATION .....	31
<b>4.1 - Défis et enjeux de la communication au titre de la mise en œuvre .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 - Les axes stratégiques .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3 - Objectifs de communication .....</b>	<b>34</b>
<b>4.4 - Hiérarchisation des groupes cibles en fonction des objectifs de communication .....</b>	<b>35</b>
<b>4.5 - Les messages à diffuser .....</b>	<b>37</b>
<b>4.6 - Les moyens de communication retenus et les activités à mettre en œuvre .....</b>	<b>38</b>
V - PLAN DE COMMUNICATION .....	42

<b>5.1 - Matrice des interventions .....</b>	<b>42</b>
<b>5.2 - Les mesures de mise en œuvre .....</b>	<b>45</b>
<i>5.2.1 - Les messages à diffuser et leurs formats .....</i>	<i>45</i>
5.2.1.1 - <u>Pour les actions de l'axe stratégique 1</u> .....	45
5.2.1.2 - <u>Pour les actions de l'axe stratégique 2</u> .....	45
5.2.1.3 - <u>Pour les actions de l'axe stratégique 3</u> .....	46
<i>5.2.2 - Eléments de cohérence à respecter .....</i>	<i>46</i>
VI - CADRE DE SUIVI EVALUATION .....	48
CONCLUSION .....	55
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....	56
ANNEXES .....	57
<b>Annexe1 : Termes de référence de l'étude .....</b>	<b>57</b>
<b>Annexe 2 : Lexique .....</b>	<b>60</b>
<b>Annexe 3 : Canaux identifiés dans les zones agro-écologiques .....</b>	<b>63</b>
<b>Annexe 4 : Guides d'entretien .....</b>	<b>65</b>
<b>Annexe 5 : liste des personnes interrogées .....</b>	<b>70</b>
<b>Annexe 6 : Etape d'une campagne .....</b>	<b>75</b>









