



FORUM NATIONAL CEFDHAC RCA
PLAN DE COMMUNICATION SUR LA REDD+
2015-2017



Sommaire

- 1. **Contexte et justification**
- 2. **Quelles stratégies** : analyse des forces, faiblesses, opportunités et contraintes du Forum National CEFDHAC RCA en matière de communication sur la REDD++
- 3. **Objectif global de la Communication sur la REDD+ du Forum CEFDHAC RCA**
- 4. **Objectifs de communication**
- 5. **Publics cible**
- 6. **Les canaux de communication**
- 7. **Les messages**

- 8. **plan d'action**
- 9 Budget

1. Contexte et justification

Bangui a abrité les 09 et 10 décembre 2014, les travaux de l'atelier de formulation de la stratégie d'engagement et de définition des éléments d'un plan de communication du Forum National CEFDHAC RCA sur la REDD+. Ont pris part à ces assises, les membres du Forum National CEFDHAC RCA avec les points focaux des réseaux de la CEFDHAC, les représentants de l'administration, les représentants du Conseil National de Transition (CNT), le WWF/RCA et l'UICN (Agence de facilitation de la CEFDHAC). Cette rencontre avait pour objectif entre autres de renforcer les capacités du Forum national en le dotant d'une stratégie d'engagement, d'un plan de communication sur la REDD et d'une note de position.

Le présent plan de communication du Forum National CEFDHAC/RCA sur la REDD+ est l'aboutissement d'un travail en synergie et la concertation.

Ce plan de communication est développé pour accompagner le Forum National CEFDHAC RCA à construire son plaidoyer sur la REDD+ et rendre plus visible ses actions en matière de changements climatiques.

2. forces, faiblesses, opportunités et contraintes du FORUM NATIONAL CEFDHAC RCA en matière de communication sur la REDD+

L'état des lieux de la communication du Forum National RCA sur la REDD+ fait ressortir des forces, des faiblesses et des contraintes dont il faut tenir compte pour envisager une conduite harmonieuse des actions de communication, de lobbying et de plaidoyer.

	FORCES 1	FORCES 2	FAIBLESSES
Forces	<ul style="list-style-type: none">▪ Existence d'une agence de facilitation de la CEFDHAC qui appuie le Forum sur la REDD+ et les changements climatiques et en matière de communication▪ Le plan de convergence révisé a pris en compte les thématiques émergentes (changements climatiques, REDD, Genre)▪ La CEFDHAC s'est dotée d'une stratégie de communication sur la REDD+ et changements climatiques▪ L'Association des	<ul style="list-style-type: none">▪ Diversité de canaux de communication pouvant être utilisés/ exploités par les organisations de la société civile et les autres acteurs pour s'exprimer▪ Existence d'une Plate Forme de Gestion Durable des Ressources Naturelles et de l'Environnement (GDRNE)▪ Spécialisation de	<ul style="list-style-type: none">▪ Insuffisance de concertation entre la société civile et les Administration en charge des questions de climat.▪ Absence de SSTS.▪ Insuffisance de moyen financier alloué aux questions de Changements Climatiques et REDD+.

	<p>journalistes pour l'environnement assure la vulgarisation des messages sur la REDD+ et les changements climatiques</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les thématiques émergentes à l'instar du développement durable et les changements climatiques sont inscrites parmi les priorités du Gouvernement centrafricain et figurent en bonne place dans le DSRP II (Document Stratégique de Réduction de la Pauvreté) ▪ ▪ Les partenaires au développement portent un intérêt à accompagner les Etats et les organisations de la société civile en matière de changements climatique et REDD+ ▪ Le Forum adhère à la politique gouvernementale en matière de changement climatique 	<p>l'ONG Maison de l'Enfant et de la Femme Pygmée (MEFP) dans la sensibilisation des populations autochtones sur les questions de REDD et Changements Climatiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réseau des Populations Autochtones et Locales de Centrafrique (REPALCA) 	
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> ▪ le Forum National RCA en dehors d'un certain dynamisme demeure une organisation fragile qui se déploie dans un contexte marqué par certaines faiblesses de la société civile. Dans cet environnement, il doit néanmoins se positionner comme un interlocuteur crédible de la société civile vis-à-vis du Gouvernement et des partenaires au développement en matière de changement climatique et REDD+ ▪ 		
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les problèmes environnementaux de la RCA suscitent l'intérêt de la Communauté Internationale ▪ La RCA s'est dotée d'un cadre législatif et réglementaire propice à la prise en compte des questions environnementales. ▪ Existence d'un guichet REDD au sein du FNE 		

3. Objectif global

Objectif Global de la communication

L'objectif principal est de doter le Forum National CEFDHAC RCA d'un plan de communication sur la REDD+

4. Objectifs spécifiques de la communication

- appuyer le Forum national RCA dans la construction de son plaidoyer sur la REDD+
- assurer la disponibilité des messages sur la REDD+ ;
- doter le Forum National des outils de communication sur la REDD+ ;

5. - Publics cibles

- **LE FORUM NATIONAL CEFDHAC RCA**
 - Secrétariat du Forum
 - Membres du Forum
- **Les partenaires**
 - Réseaux et Foras Nationaux de la CEFDHAC
 - Organisations de la société civile
 - Partenaires de conservation
 - Partenaires au développement
 - Parlementaires
 - Secteur privé
 - Secteur public
- **autres cibles :**
 - Les ONG et associations locales (plates formes REDD+)
 - Coordination REDD+
 - médias
 - Communautés locales
 - Peuples autochtones
 - Femmes
 - jeunes
 - Collectivités territoriales
 - Les établissements d'enseignement et de recherche
 - Le grand public
- cibles institutionnelles

6. Les canaux de communication

Les canaux de communication sont choisis en fonction du public identifié et des messages à transmettre. A cet effet, ils le seront également en fonction des niveaux (international, régional, national et local). Le choix sera effectué parmi les canaux regroupés comme suit :

Les médias modernes :

- **Médias audiovisuels** : Radio, télévision, film, vidéo participative et dérivés (boîte à image et diaporama), visualisation comme outil novateur.
- **Médias écrits** : Journaux et périodiques (bulletins, magazines), livres, bande dessinée, brochure, rapports, tableau (journal mural).
- **Médias mixtes** : site web, banderoles et affiches, autocollants, dépliants.
- **Canaux de groupe** : exercices intellectuels (conférences, Vidéoconférence, visites de terrain, point de presse, débats, ateliers, tables rondes, écoles, réunions et causeries, etc.).
- **Canaux individuels interactifs** : Médias électroniques (Téléphone, télécopie, messagerie électronique/liste de diffusion), lettres et correspondances,
- **Gadgets** : Agendas, calendriers, blocs-notes, porte-clés, chemises...

Les médias traditionnels :

- Le griot (contes et chants), rassemblements populaires (fêtes diverses, palabres...).

Canaux personnalisés :

- Vedette (ambassadeurs de certaines causes), leaders d'opinion...

7. Les messages clés

Les messages à l'intention des cibles non informées viseront à les sensibiliser sur les la REDD+ et à susciter leur adhésion. Les messages adressés à ceux qui sont déjà informés et instruits doivent se focaliser sur l'information de façon à les aider à évaluer les avantages et les bénéfices à s'engager en faveur du processus REDD+.

Les messages destinés aux cibles doivent tenir compte des caractéristiques de ces derniers. Les messages pour chaque groupe cible seront développés de façon conjointe avec les leaders des groupes cibles, afin de définir des messages spécifiques qui s'adressent aux intérêts de chaque groupe particulier.

Les messages à destination des politiques porteront sur l'élaboration des notes de position, des rencontres de plaidoyer visant à infléchir leur position en vue de l'adhésion du pays à la

REDD+ et à les rassurer de l'adhésion totale de la CEFDHAC aux options prises par le RCA en matière de la protection de l'environnement.

7 Les messages sur le plan national

Les principales thématiques à traiter (à travers diverses interrogations) se résument de la manière suivante :

- Qu'est-ce que les changements climatiques ?
- Quel est l'impact du changement climatique sur la vie ?
- Quel est le lien entre la forêt et le climat (rôle que les forêts naturelles et les forêts plantées jouent dans l'atténuation du climat global) ?
- Quels sont les moteurs de la déforestation et de la dégradation et comment chaque moteur contribue-t-il aux changements climatiques (la déforestation, la dégradation des forêts, les feux de brousse,)
- Qu'est-ce que le processus REDD+ (enjeux, objectifs, résultats attendus, intérêt pour une organisation comme le Forum National CEFDHAC RCA
- Quel est le lien entre REDD+ et le Développement Durable (liens avec les autres secteurs de développement pour consolider les synergies) ?
- Quel est le lien entre REDD+ et l'économie verte (liens avec les secteurs d'intense pollution pour consolider leur implication à une économie moins carbonée) ?
- Quels sont, à court, moyen et long terme, les avantages attendus de REDD + pour le Congo ?
- Comment le Forum National CEFDHAC RCA doit-elle s'organiser pour tirer mieux parti de cette initiative?
- Quels sont les bénéficiaires et quelles seront les modalités de répartition de ces avantages auprès des parties prenantes (y compris les communautés qui vont être touchées par la REDD) ?
- Quel sera l'impact des marchés de carbone dans le processus REDD+ ?
- Quels sont les bailleurs de fonds qui financent les projets et initiatives en matière de changement climatiques+ en RCA ?

8. Les supports

Dans la mise en œuvre de la stratégie de communication, les supports les plus appropriés seront utilisés pour atteindre le public cible par les messages. La notion de temps (délai) doit être prise en compte pour chaque action à mener.

Les messages sont diffusés en fonction de plusieurs critères :

- le type d'information à véhiculer ;
- le public concerné ;
- la disponibilité du public cible ;
- les canaux disponibles et accessibles par le public cible concerné ;
- les circonstances ;

- le temps (délai).

9. Les Axes de communication

Axe1 : sensibilisation et renforcement des capacités du Forum et autres des parties prenantes en matière de communication et production des outils simplifiés sur les changements climatiques et la REDD+
Axe 2: Production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation sur le processus REDD+ et les Changements Climatiques en RCA.
Axe 3 : plaidoyer et lobbying

1. Mise en œuvre/planification

Axe stratégique	Actions	Indicateurs de résultats	Echéance	Responsable
Axe1 : Sensibilisation et renforcement des capacités du Forum National RCA et autres parties prenantes sur la REDD+	<ul style="list-style-type: none"> organisation des sessions de formation et de sensibilisation sur la REDD+ à l'intention des membres du Forum National Diffusion des fiches techniques 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de personnes formées et disponibles Nombre de fiches techniques sur les changements climatiques et la REDD+ Diffusées 	<ul style="list-style-type: none"> 31 décembre 2015 2015 	Forum National CEFDHAC
	<ul style="list-style-type: none"> Campagnes d'information multi-acteurs sur les enjeux et le concept REDD+ ombre de campagnes multi-acteurs organisées Organisation des tables rondes et débats techniques et politiques sur la REDD+ Organisation 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de tables rondes et débats organisés 	2015	

	<p>des débats communautaires sur le paiement des services environnementaux et les avantages de la REDD</p> <p>Sensibilisation multi-acteurs sur les composantes de la stratégie REDD</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombre d'émissions diffusées sur le concept REDD+ 		
<p>Axe 2</p> <p>Production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • vulgarisation par la traduction des messages sur la REDD en langues nationales et autochtone • production et diffusion des supports de communications adaptés sur la REDD et les changements climatiques 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nombre de rapport de vulgarisation des messages clés sur la REDD+ et les Changements Climatiques ▪ Nombre de Supports et outils de communication distribués ▪ Un documentaire en langue nationale est ou microprogrammes radio/télé sur la REDD+ est produit ▪ Actes de la table ronde CEFDHAC imprimés et diffusés ▪ Nombre de Fiches techniques diffusées 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2015 ▪ 2015 ▪ 2015 ▪ 2015 ▪ 2015 	<p>Forum National Traducteurs</p> <p>FN CEFDAHC Agence Médias</p> <p>FN CEFDHAC</p>

<p>Axe 3 plaidoyer et lobbying</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participation aux événements nationaux, régionaux et internationaux sur la REDD+ et Changements Climatiques négociation avec les décideurs sur les questions de REDD+ et Changements Climatiques • Elaboration et diffusion des outils de plaidoyer (déclarations, documents de position) ; • Capitalisation des acquis du processus REDD+. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombre des événements nationaux, régionaux et internationaux sur la REDD+. <p>Une réunion avec les décideurs REDD+ est tenue</p> <p>Nombre d'outils de plaidoyer distribués aux parlementaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2015 ▪ 2015 ▪ 2015 	<p>Forum National CEFDHAC</p> <p>Forum National CEFDHAC CN –REDD</p> <p>Forum National CEFDHAC</p>

Axes stratégiques	Coût estimatif CFA	Moyens nécessaires	Calendrier	Responsable
Axe1 : Sensibilisation et renforcement des capacités du Forum National RCA et autres parties prenantes sur la REDD+	40 000 000	- Consultants -Formateurs -Moyens logistique -Outils de formation -personnel	2015	- CEFDHAC -COMIFAC CN REDD -Partenaires (PFBC, UICN, GIZ, FAO, ACIDI, USAID, PNUD, ONU-
Axe 2: Production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation sur le processus REDD+ et les Changements Climatiques en RCA.	35 000 000	- Consultants -Moyens logistique -communication, personnel	2015 - 2016	CEFDHAC -COMIFAC -Médias -Partenaires (PFBC, UICN, GIZ, FAO,
Axe 3 : plaidoyer et lobbying	30 000 000	-Personnel -Equipements matériel et intrants -Moyens logistiques -Consultants	2015 2016	CEFDHAC CNREDD UICN COMIFAC PFBC FFBC GIZ FAO
TOTAL	105 000 000			