



Communiquer par la radio sur les changements climatiques dans le bassin du Congo

Guide d'élaboration et de suivi – évaluation du dialogue science politique radiodiffusé

Merline Touko Tchoko
Alba Saray Pérez-Terán
Anne-Marie Tiani

Communiquer par la radio sur les changements climatiques dans le bassin du Congo

Guide d'élaboration et de suivi – évaluation du dialogue science politique radiodiffusé

Merline Touko Tchoko

Alba Saray Pérez-Terán

Anne-Marie Tiani

Document de travail 186

© 2015 Centre de recherche forestière internationale (CIFOR)



Le contenu de cette publication est soumis à une licence des Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0), <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

ISBN 978-602-1504-94-9

DOI: 10.17528/cifor/005617

Touko Tchoko M, Saray Pérez-Terán A et Tiani AM. 2015. *Communiquer par la radio sur les changements climatiques dans le bassin du Congo: Guide d'élaboration et de suivi – évaluation du dialogue science politique radiodiffusé.*

Document de travail 186. Bogor, Indonésie : CIFOR.

Photo par Merline Touko Tchoko et Bonne Anne Matomona

CIFOR
Jl. CIFOR, Situ Gede
Bogor Barat 16115
Indonesia

T +62 (251) 8622-622
F +62 (251) 8622-100
E cifor@cgiar.org

cifor.org

Nous tenons à remercier tous les donateurs qui ont soutenu cette recherche avec leurs contributions au Fonds du CGIAR. Pour une liste des donateurs au Fonds, s'il vous plaît voir : <https://www.cgiarfund.org/FundDonors>

Tous les points de vue figurant dans cet ouvrage sont ceux des auteurs. Ils ne représentent pas forcément les points de vue du CIFOR, des responsables de la rédaction, des institutions respectives des auteurs, des soutiens financiers ou des relecteurs.

Table des matières

Présentation générale	v
Abréviations	vi
Avant-propos	vii
Les moyens hors-médias	vii
Les moyens médiatiques	vii
Remerciements	ix
Introduction	x
Justification du guide de communication sur les changements climatiques par la radio	x
Objectifs et cibles du guide de communication sur les changements climatiques par la radio	xi
Cibles du guide	xi
Aperçu du guide	xi
1 La planification ou préparation	1
1.1 L'idée et la cible	1
1.2 La ligne éditoriale	1
1.3 La structure et le conducteur du programme	1
1.4 Exemple type : planification du programme « <i>Au rythme des saisons</i> »	2
1.5 Résumé	3
1.6 Conseils et astuces	3
2 La production du programme	4
2.1 Le personnel	4
2.2 Déroulement de la production	4
2.3 Montage du panel	4
2.4 Exemple pratique d'une production diffusable : cas du programme « <i>Au rythme des saisons</i> »	6
2.5 Résumé	8
2.6 Conseils et astuces	8
3 La promo-diffusion	10
3.1 La publicité et la promotion	10
3.2 La promotion d'un programme radiophonique	10
3.3 La diffusion d'un programme radiophonique	11
3.4 Cas du programme « <i>Au rythme des saisons</i> »	11
3.5 Résumé	13
3.6 Conseils et astuces	14
4 Suivi-évaluation du programme radio	16
4.1 Les approches	16
4.2 Suivi-évaluation du programme « <i>Au rythme des saisons</i> »	16

5	Analyse de l'impact du programme radio sur l'amélioration des connaissances des populations	19
5.1	Méthodologie d'évaluation d'impact	19
5.2	Résumé	20
5.3	Conseils et astuces	20
6	Conclusions et recommandations	21
7	Bibliographie	22
Annexes		
1	Liste des thèmes des différentes émissions	23
2	Liste des participants des différents programmes	24

Liste of figures et tableaux

Figures

1	Station de montage audio de la radio nationale congolaise	5
2	Enregistrement d'une émission radiophonique	7
3	Séance de validation scientifique du contenu des programmes en langues	8
4	Couverture du DVD du programme « <i>Au rythme des saisons</i> »	13
5	Remise officielle des dvd à Son Excellence Henri Djombo, ministre de l'économie forestière et du développement durable	14
6	Suivi-évaluation du programme radiophonique à Brazzaville	16
7	Article électronique	17
8	Articles publiés dans les journaux à Brazzaville. Images de la publication sur le site de l'agence d'information d'Afrique centrale	18
9	Captures d'écran. A. Trafic sur le contenu du site web. B. Statistiques démographiques des visites sur le site web du COBAM, selon les origines	19
10	Répartition des populations par sexe, âge et niveau d'éducation	20

Tableaux

1	Récapitulatif des parties du programme radiophonique « <i>Au rythme des saisons</i> »	2
2	Plan de diffusion du programme en langue française	12
3	Récapitulatif du passage de la bande annonce pour la promotion du programme radiophonique « <i>Au rythme des saisons</i> »	12
4	Plan de diffusion des programmes radiophoniques en langues locales	14
5	Tableau d'analyse des activités du programme	17

Présentation générale

Ce document présente les étapes de conception, de production, de diffusion et d'évaluation d'un programme radiophonique sur les changements climatiques et les forêts du bassin du Congo.

Pour une bonne compréhension du processus et l'accessibilité des informations, le document est divisé en quatre parties : la planification, la production, la promo-diffusion et l'évaluation. L'expérience du programme radiophonique du COBAM, diffusé de janvier 2013 à mars 2014, en français, *lingala*, *kituba* et Pidgin English illustré ici, a pour but de donner la possibilité à tous ceux qui voudraient reproduire l'expérience de s'appuyer sur des acquis.

Le travail réalisé ne cherche pas à se substituer à celui d'une maison de radiodiffusion, mais il se veut un processus itératif qui suit une approche

participative de communication sur les changements climatiques, et qui comporte des succès et des échecs. Il est question de proposer une approche de collaboration et d'échanges plus étroits entre les scientifiques, les politiques, le public et la radio autour des préoccupations cruciales que sont les perturbations, les changements climatiques et d'autres fléaux qui minent les forêts et qui rendent les populations vulnérables.

Le projet COBAM est mis en œuvre par le Centre de recherche forestière internationale (CIFOR) dans le cadre du soutien de la Banque africaine de développement (BAD) à la Communauté économique des États de l'Afrique centrale (CEEAC) au Programme d'appui à la conservation des écosystèmes du bassin du Congo (PACEBCo).

Abréviations

CEEAC	Communauté économique des Etats de l'Afrique centrale
CIFOR	Centre de recherche forestière internationale
COBAM	Changement climatique et forêts dans le bassin du Congo : synergie entre adaptation et atténuation
COMIFAC	Commission des forêts d'Afrique centrale
CRTV	Cameroon Radio and Television / Radio-télévision du Cameroun
FAO	Food and Agriculture Organisation/ Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture
ONG	Organisation non gouvernementale
PACEBCo	Programme d'appui à la conservation des écosystèmes du bassin du Congo
PNUD	Programme des Nations unies pour le développement
RDC	République démocratique du Congo
REDD	Réduction des émissions liées à la déforestation et à la dégradation des forêts dans les pays en développement
REDD+	Réduction des émissions liées à la déforestation et à la dégradation des forêts, et le rôle de la conservation, de la gestion durable des forêts et du renforcement des stocks de carbone forestier
ReRaC	Réseau sous-régional des radios communautaires pour la bonne gouvernance et la gestion durable des ressources naturelles

Avant-propos

Le projet « Changement climatique et forêts dans le bassin du Congo : synergie entre adaptation et atténuation » (COBAM) est mis en œuvre par le CIFOR, depuis octobre 2010. Il est financé par la Banque africaine de développement, dans le cadre du soutien à la Communauté économique des états de l'Afrique centrale (CEEAC) pour la mise en œuvre du Programme d'appui à la conservation des écosystèmes du bassin du Congo (PACEBCo).

L'objectif général du projet COBAM est de développer une réponse appropriée à la vulnérabilité liée aux changements climatiques dans les paysages du bassin du Congo, en fournissant aux décideurs, aux praticiens et aux communautés locales les informations, analyses et outils nécessaires pour concevoir et mettre en œuvre des politiques et des projets d'adaptation aux changements climatiques et de réduction des émissions de carbone dans les forêts, avec des impacts équitables et des cobénéfices en vue de la réduction de la pauvreté, l'amélioration des services écosystémiques autres que le carbone et la protection des modes d'existence et des droits locaux. Les activités du COBAM sont organisées en sept composantes, dont la sixième est relative à la communication.

L'objectif de cette composante est de communiquer, de partager les connaissances et de renforcer les capacités relatives à l'adaptation et à l'atténuation dans les forêts du bassin du Congo aux échelles locales, sous-nationales, nationales, régionales et internationales, ce afin de soutenir le cycle d'élaboration de politiques et de pratiques scientifiquement informées.

Dans cette optique, l'équipe du projet COBAM a développé une stratégie diversifiée de partage des connaissances et de renforcement des capacités, regroupée en deux blocs, qui sont les suivants :

Les moyens hors-médias

Il s'agit de diverses activités :

- l'organisation d'ateliers de dialogue science politique,

- la présentation du projet COBAM et de ses résultats lors d'ateliers,
- la projection de films documentaires,
- l'organisation de forums de discussion,
- l'organisation de jeux-concours avec remise de prix aux gagnants,
- le développement des relations publiques entretenues en marge des rencontres formelles où les chercheurs et les décideurs échangent leurs points de vue,
- la réalisation d'expositions,
- l'utilisation de gadgets : autocollants, sacs, stylos, chemises, clés USB, etc.

Les moyens médiatiques

Ils sont mis en place sous diverses formes :

- des posters,
- des flyers,
- des articles scientifiques,
- des articles de presse,
- des "Policy & Info Briefs",
- des documentaires,
- des émissions télévisées,
- la création et l'alimentation d'un carnet d'adresses d'au moins 2 500 contacts,
- la création et l'alimentation continue du site web du projet : <http://www.cifor.cgiar.org/cobam>,
- le dialogue science politique audiodiffusé.

C'est ce dernier moyen de communication dont il est question dans ce document.

Le projet COBAM a enregistré 26 émissions radiophoniques entre 2012 et 2013. Ce sont en fait des panels d'échanges et de discussions où des chercheurs, des universitaires, des décideurs politiques gouvernementaux, des praticiens, des représentants des ONG et de la société civile, choisis en fonction de leur expérience et de leur parcours, viennent discuter et échanger autour de thèmes particuliers relatifs aux changements climatiques. Ces discussions, organisées en français et en plusieurs langues locales, sont enregistrées, traitées et diffusées sur les antennes des radios nationales publiques, privées et communautaires.

Cette stratégie de communication a pour cibles les décideurs politiques aux niveaux régional, national et local, la société civile, y compris les ONG environnementales, le secteur privé, les médias et les populations locales.

Ce document vise à partager cette expérience de dialogue science politique radiodiffusé et surtout d'en reconstruire les étapes, afin de donner à tous ceux qui voudraient renouveler l'expérience la possibilité de s'appuyer sur les acquis.

Remerciements

Nous remercions sincèrement tous ceux qui, de près ou de loin, ont participé à la rédaction de ce guide. Nous exprimons particulièrement notre reconnaissance à Alain Belibi, Joël Loumeto, Bérenger Tchatchou, Bonne Année Matoumona et Flore Ndong.

Introduction

Les effets du changement climatique menacent la sécurité alimentaire et le développement de la société humaine : le niveau de la mer monte, on assiste à une recrudescence de phénomènes climatiques extrêmes, comme les cyclones, les inondations, les grandes sécheresses, la prolifération des moustiques, l'apparition de maladies rares, la réduction des superficies cultivables, etc. Malgré sa faible contribution au réchauffement global, l'Afrique est la plus vulnérable à ses effets (GIEC 2014). Cette vulnérabilité est due, entre autres, à la grande dépendance des populations aux ressources naturelles comme moyens de subsistance ou à l'accès limité aux technologies et infrastructures permettant de prédire le climat.

L'adaptation et l'atténuation se présentent aujourd'hui comme une nécessité pour faire face au changement climatique. Mais elles exigent d'importants moyens matériels et humains pas forcément disponibles en Afrique subsaharienne. Or la communication participative peut aider de manière significative à améliorer les connaissances des populations et accroître leurs facultés d'adaptation au changement climatique (FAO 2010). Elle peut constituer une réponse au besoin de connaissances et d'informations actualisées de la part des décideurs du bassin du Congo. Elle peut aussi permettre aux médias et aux différents publics de mieux cerner les phénomènes climatiques qui mettent en péril la vie des populations et le développement du continent. Pour remédier à la situation actuelle, de nombreux canaux de communication ont été mis à contribution : sites web, publications, journaux, conférences, etc. Cependant, ces canaux, assez sélectifs, n'atteignent pas toujours les décideurs nationaux et locaux, les praticiens ou les communautés locales. Ce fossé est dû, entre autres, à la précarité des voies et moyens de communication et à un accès limité à internet.

En l'absence des commodités de base comme l'électricité ou internet, la radio reste le canal d'information le plus accessible pour les populations locales, parce que c'est celui qui est le plus répandu et le moins coûteux. Fort de ce constat, un programme

radiophonique intitulé « *Au rythme des saisons* »¹ a été conçu et diffusé au Cameroun par le CIFOR, avec pour ambition affichée de créer une plateforme de communication et d'échanges des connaissances entre les politiques, les scientifiques et le public. D'une durée d'un an, la première phase de ce programme, à vocation éducative, a été dédiée, grâce à son bouquet d'une dizaine d'émissions, à la formation de l'auditoire sur des concepts tels que le changement climatique, la variabilité climatique, la vulnérabilité, l'adaptation, l'atténuation, la REDD+ et la synergie entre adaptation et atténuation. Au bout de six mois, le CIFOR a reçu des lettres de félicitations des partenaires et du public, ainsi que des demandes de diffusion de la part de radios communautaires. Ces propositions et sollicitations ont été à l'origine d'une extension des productions à d'autres pays du bassin du Congo. Pour répondre aux demandes des populations, six émissions en lingala et quatre en kituba ont été produites au Congo, ainsi que quatre autres en Pidgin English diffusées en parallèle au Cameroun. Ces productions sont le fruit d'une collaboration étroite et fructueuse entre les institutions étatiques en charge des forêts et des politiques climatiques, les universitaires, les ONG internationales et nationales, les institutions de recherche, la société civile et les populations.

Justification du guide de communication sur les changements climatiques par la radio

Des informations actualisées sur les changements climatiques manquent dans le bassin du Congo. De plus, les données disséminées sont formulées dans un langage codé, qui entrave la circulation des résultats de recherches et la prise de décisions sur le changement climatique, contribuant aussi à renforcer l'écart entre les informations disponibles au niveau

1 « *Au rythme des saisons* » est une émission radiophonique sur les changements climatiques et les forêts du bassin du Congo, produite par le projet COBAM, mis en œuvre par le CIFOR et financé conjointement par la Banque africaine de développement et la Communauté économique des États de l'Afrique centrale.

mondial et celles circulant dans les pays du bassin du Congo. À ce propos, les résultats de recherches sur le *Gap Analysis* (Tchatchou *et al.* 2015), recommandent en particulier de mettre sur pied des mécanismes de dissémination des connaissances, d'adapter les informations venant du contexte global aux contextes locaux, d'utiliser les canaux d'information et les langages adaptés aux différents interlocuteurs selon leurs besoins et leurs capacités. En phase avec ces recommandations, l'une des solutions est de créer une plateforme radiophonique entre les scientifiques, les politiques et le public. En plus de l'accessibilité et des coûts assez faibles du déploiement de la radio, des recherches menées en 2014 par le CIFOR sur l'impact de la radio dans l'amélioration des connaissances des populations via l'écoute des programmes ont montré une augmentation des connaissances sur les changements climatiques chez 22,3 % des personnes ayant écouté une fois l'émission radiophonique « *Au rythme des saisons* », produite et diffusée par le CIFOR-COBAM, ainsi que des changements dans le comportement de plusieurs autres partenaires, y compris les médias, les organismes gouvernementaux et le grand public ayant collaborés dans le domaine de la production et de la diffusion de cette émission radiophonique (Pérez-Terán *et al.* 2015). Un guide élaboré à partir de l'expérience de notre production en langues française et locales (lingala, kituba et Pidgin English) pourrait donc aider ceux qui veulent s'inspirer de la démarche en minimisant les risques d'erreurs et les coûts. Nous n'avons pas cherché à nous substituer à une maison de radiodiffusion, mais notre travail s'entend comme un processus itératif s'appuyant sur une approche participative de communication sur les changements climatiques, comportant des succès et des échecs, et ouvrant la voie à une collaboration future plus étroite entre les scientifiques, les politiques, le public et la radio.

Objectifs et cibles du guide de communication sur les changements climatiques par la radio

L'objectif général de ce guide est de présenter les différentes étapes de mise en œuvre d'une émission radiophonique visant à vulgariser, dans tous les pays du bassin du Congo, les concepts, les politiques et les pratiques relatifs à la lutte contre les changements climatiques et à la protection des forêts de cette région.

Plus précisément, il s'agit de :

- présenter étape par étape le processus de mise en œuvre d'un programme radiophonique

conventionnel sur les changements climatiques et les forêts du bassin du Congo ;

- vulgariser les leçons tirées de notre expérience de production, de diffusion et d'évaluation de l'émission « *Au rythme des saisons* » ;
- Rendre accessible la reproduction de l'expérience à ceux ou celles qui voudraient créer des programmes radiophoniques sur l'environnement et la protection de la nature ;
- promouvoir la communication via la radio, afin d'expliquer au grand public les concepts et les terminologies sur les changements climatiques et les forêts du bassin du Congo ;
- contribuer à une plus grande visibilité des activités, des bailleurs de fonds et des partenaires du projet COBAM et des projets pilotes mettant en synergie l'adaptation et l'atténuation.

Cibles du guide

Le guide cible divers groupes :

- les décideurs politiques d'Afrique centrale, de l'échelle régionale à l'échelle locale,
- les partenaires internationaux et nationaux du développement et de la conservation,
- les ONG nationales et la société civile,
- les médias,
- les chercheurs et les étudiants,
- les populations locales,
- le public général.

Aperçu du guide

Le guide brosse les étapes de mise en œuvre d'un programme radiophonique sur les changements climatiques et les forêts du bassin du Congo, qui respecte les règles de création et de réalisation d'une production audiovisuelle. Pour une bonne compréhension du processus et pour contribuer à l'accessibilité des informations, il est divisé en quatre parties :

- la planification ou préparation,
- la production,
- la promo-diffusion,
- l'évaluation.

Chaque partie est illustrée par des extraits de la mise en œuvre du programme radiophonique « *Au rythme des saisons* », parachevée par un résumé et des conseils, ce dans l'optique de vulgariser les leçons tirées de notre expérience sur le sujet.

1 La planification ou préparation

La planification désigne l'ensemble des tâches successives à accomplir pour atteindre l'objectif final, en l'occurrence proposer un programme¹ radiophonique. Le cheminement est théorique. Il faut pouvoir non seulement définir de façon claire et concise toutes les étapes à suivre, mais aussi les visualiser dans le temps. Ce n'est qu'en intégrant bien ces différents aspects que l'on peut développer une vision d'ensemble efficace et opérationnelle. Une bonne planification permet de dégager dans ce cas précis le genre, le format, le contenu et la ligne éditoriale du programme radiophonique en fonction de paramètres comme le budget, le temps de mise en œuvre, les ressources humaines et matérielles. Tout commence ainsi par ... une idée.

1.1 L'idée et la cible

L'idée est le premier pas de la planification et la fondation du programme que l'on veut concevoir. Elle doit être originale, mais aussi répondre à un besoin. C'est ce besoin qui non seulement guidera la production et la réalisation, mais donnera aussi l'envie à la cible d'écouter le programme. La cible est l'élément primordial de la planification. C'est à elle qu'est destiné le programme. Tout doit donc être fait pour amener le programme vers elle. Pour cela, il faut une connaissance parfaite de la cible. Cette connaissance permet de dégager son profil :

- son niveau d'étude,
- son domaine d'activité,
- ses heures de loisir et de disponibilité,
- ses canaux d'information,
- son besoin d'information.

Généralement, les programmes traitant de sujets environnementaux en lien avec la sphère du développement durable sont moins appréciés par le public que les programmes traitant, entre autres, de l'actualité, de la vie des stars, de l'évolution musicale ou cinématographique. Ce fait est incontestable, comme le manifeste le nombre réduit de publications sur ces sujets diffusés par les médias du bassin du Congo. Dans ce sens, une étude menée par le CIFOR, de décembre 2005 à décembre 2009, a

démontré que seulement 14 articles traitant des questions relatives à la REDD+ ont été publiés dans trois des principaux journaux du Cameroun (Kengoum 2011). La nécessité s'impose de mettre sur pied des mécanismes non seulement pour intéresser et captiver les cibles ou les auditoires, mais aussi pour susciter de leur part une participation qui peut être active ou passive. Elle est active quand l'auditeur a la possibilité d'intervenir directement dans le programme par l'émission de messages, de courriers ou d'appels ; passive quand il écoute régulièrement le programme sans intervenir. Dans tous les cas, pour susciter l'intérêt et la participation des auditeurs, la consigne est de bien recadrer l'idée et de la décliner en questions telles que :

- Que voulons-nous faire ?
- à quelle fin ?
- Quelle est la valeur ajoutée de ce programme par rapport à ceux déjà existants ?
- Quel sera son impact sur la cible ?

Lorsque la lumière est faite sur ces éléments, on peut exposer la ligne éditoriale du programme.

1.2 La ligne éditoriale

Dans ce cas, la ligne éditoriale est un guide qui permet de déterminer sous quel angle le programme va être traité. Elle prend en compte le contenu, mais aussi la forme de ce programme. C'est elle qui permet de dégager certains éléments spécifiques de la préparation :

- le type de programme : thématique ou musical ;
- le genre : pédagogique, d'information, de divertissement, etc. ;
- le ton du programme ; sérieux, décontracté, etc. ;
- le format : magazine, reportage, débat ;
- les intervenants : journalistes et invités ;
- Le présentateur.

1.3 La structure et le conducteur du programme

La structure est l'ensemble des éléments de chaque émission, qui sont déclinés dans l'ordre chronologique. Cet ensemble est constitué du nombre de rubriques, de leurs durées, de l'ensemble

¹ Un programme peut contenir plusieurs émissions se rapportant au même thème.

des ponctuations musicales, du contenu de chaque intervention et de leur ordre de passage. La structure met aussi en lumière le mode de diffusion, c'est-à-dire le direct ou le *Prêt à diffuser*, couramment désigné par l'abréviation *PAD* dans le milieu de l'audiovisuel. Tous ces éléments sont consignés, selon leur ordre de passage, dans un document appelé le *conducteur*.

Le nom du programme est la vitrine condensée de l'initiative. C'est lui qui donne le ton. Un titre ou nom bien défini se rapporte autant que possible à la thématique du programme et constitue son premier agent de promotion. Pour plus d'impact, il doit être à la fois accrocheur, simple sans être vulgaire, et facile à retenir.

1.4 Exemple type : planification du programme « *Au rythme des saisons* »

Notre idée, ou objectif principal, a été de créer une plateforme d'échange et de dialogue entre les politiques, les scientifiques et le public sur les questions de changements climatiques et de protection des forêts. Pour une appropriation complète du programme par les différentes cibles, l'accent a été mis sur un certain nombre de paramètres, avec l'ambition affichée de conférer un cachet particulier à notre programme, dès la diffusion de la première émission. Cette particularité se traduit dans le choix de chaque élément du programme en fonction des résultats attendus.

Le tableau ci-dessous regroupe l'ensemble des éléments qui ont créé la particularité de notre programme radiophonique.

Nous avons conçu un programme articulé autour d'un débat qui s'appuie sur un reportage et une chronique. Nous avons choisi d'associer plusieurs formes de programme afin de bénéficier des possibilités qu'offre chacune d'entre elles, mais aussi pour créer des temps de répit permettant aux auditeurs de capter et d'assimiler le message transmis. Par exemple, le débat est un cadre idéal pour l'échange d'informations. Pour la réussite de celui-ci, il faut que les intervenants choisis en fonction de leur expertise dans la thématique discutée aient des opinions différentes. C'est cette différence qui peut aller jusqu'au conflit qui captive l'auditeur et déclenche en lui le besoin de participer. Cette participation a été encouragée en donnant la parole à nos auditeurs, à travers un *Vox pop*, une ligne téléphonique et une boîte postale.

La dernière étape avant la production du programme s'est déroulée au siège du CIFOR : elle consistait à identifier lors de réunions les thèmes de chaque émission du programme, les messages à transmettre, les profils des experts nécessaires et à émettre des hypothèses sur l'heure et la date de l'enregistrement. L'objectif était de rédiger les textes servant de base à la production. Au même moment, en aval, des séances de travail avec les journalistes ont permis de définir

Tableau 1. Récapitulatif des parties du programme radiophonique « *Au rythme des saisons* »

La particularité	Critères de choix	Résultats attendus
Le nom du programme « <i>Au rythme des saisons</i> »	simple, accrocheur	Facile à retenir
La structure du programme	1 débat 1 reportage 1 chronique	Plateforme d'expression libre
Le présentateur	<ul style="list-style-type: none"> • Icône sur la scène nationale et internationale • Expérience dans l'animation de débats 	Médiatisation du pro-gramme dès la première diffusion
Les thèmes débattus	Changement climatique Forêts du Bassin du Congo	Diffusion large des informations dans le bassin du Congo
Les profils des invités aux débats	Experts en climat, environnement, gestion des ressources naturelles ; décideurs politiques ; membres de la société civile et des communautés locales	Appropriation du pro-gramme par toutes les couches de la société

les angles d'attaque ainsi qu'une ligne éditoriale en phase avec le thème du mois et d'identifier les personnes à interviewer dans le cadre du reportage et de la chronique. La planification et la préparation achevées, la seconde étape a consisté à enclencher la production.

1.5 Résumé

Le changement climatique est un univers très vaste, dont on ne peut faire le tour au bout d'une centaine d'émissions sur le sujet. Pour mettre sur pied un programme radiophonique sur cette thématique, il faut au préalable définir de manière claire et concise les messages que l'on veut transmettre et les visualiser de manière chronologique dans le temps. L'une des méthodes pour atteindre cet objectif, et surtout d'accrocher le public ou la cible, est de présenter dès les premières émissions le sujet dans son aspect universel, ici les manifestations visibles du changement climatique, avant d'attaquer les aspects complexes, comme la mesure et la vérification des stocks de carbone, la REDD, etc. Cette présentation, qui exige une connaissance parfaite des attentes de la cible par rapport à son programme radiophonique, est conçue au stade de la planification. Celle-ci permet donc de définir théoriquement toutes les étapes à réaliser, en dégagant la cible, le genre, le format, le contenu et la ligne éditoriale du programme radiophonique en fonction de paramètres comme le budget, les ressources humaines et matérielles et le temps de mise

en œuvre du programme. Ce n'est qu'en intégrant bien ces différents aspects que l'on peut développer une vision d'ensemble efficace et opérationnelle.

1.6 Conseils et astuces

À faire : pour une bonne planification d'un programme radiophonique sur les changements climatiques et les forêts, toujours mener des recherches sur sa cible avant de développer son projet. Une méconnaissance de la cible donne naissance à un programme inadapté.

À ne pas faire : planifier un programme d'une à deux heures sans intermèdes. Les programmes sur les changements climatiques trop longs ou sans pause sont fatigants et poussent même les auditeurs les plus assidus à zapper, malgré l'importance des messages transmis. L'idéal est de privilégier des programmes de moins de 30 minutes. Dans le cas de programmes plus longs, il faut fractionner l'émission et insérer des pauses entre les différentes parties.

À faire : le choix du présentateur est primordial. C'est généralement lui qui porte le projet et insuffle à la cible l'envie d'écouter le programme ou non. Un présentateur ou un chroniqueur terne et antipathique a peu de chance de se faire comprendre, même si l'information transmise ou le sujet traité sont d'une importance capitale.

2 La production du programme

La production désigne l'ensemble des tâches et des personnes qui œuvrent à la matérialisation du programme élaboré de façon théorique lors de la préparation ou de la planification.

Il existe deux types de production :

- *la production de directs ou de programmes de flux.* Ces programmes sont diffusés une seule fois. Entrent en droite ligne dans ces productions de flux, ou ces directs, le journal, les jeux rétroactifs avec le public, etc.
- *la production de programmes diffusables ou de stock.* Ces programmes sont diffusés durant une période bien définie. On peut citer comme production de stock les séries, les documentaires, les télé-réalités, etc.

2.1 Le personnel

Qu'il s'agisse d'une production de flux ou de masse, une bonne production repose sur une équipe bien définie. Cette équipe varie selon que l'on est à la radio ou à la télévision. Dans notre cas précis, c'est-à-dire adapté aux conditions économiques des radios du bassin du Congo, l'équipe de production a compté un producteur, un réalisateur, des journalistes, un ou plusieurs preneurs de son et monteurs.

Le producteur, personne physique ou morale, supervise toutes les étapes de la production. Il forme l'équipe technique et veille à la disponibilité des locaux et du matériel nécessaires à la mise en œuvre du programme radiophonique.

Le réalisateur étudie la faisabilité du projet et effectue le découpage technique du programme, en conformité avec la charte graphique de l'entreprise ou de l'organisation. Le preneur de son accompagne les journalistes qui vont, selon les thèmes, collecter le son sur le terrain. Le monteur traite les données collectées sur le terrain, en ne conservant que les parties nécessaires à la réalisation du programme.

Le processus de traitement du son ou de l'image est appelé, dans le jargon de la production, le *dérushage*.

Le monteur veille aussi à l'*habillage* du programme, qui consiste à confectionner et à attribuer au programme une identité audiovisuelle. Cette dernière comprend, entre autres, un ou plusieurs génériques, des jingles ou des bandes d'annonces, des effets spéciaux, etc.

Dans les stations de radio faiblement nanties, le producteur est associé au réalisateur. Dans les plus grandes, les producteurs font souvent appel à des scénaristes spécialisés et à des comédiens pour rédiger et restituer le manuscrit du programme. Ces comédiens ont des profils de journalistes.

2.2 Déroulement de la production

La production repose sur une organisation rigoureuse du travail. Dans le cas d'une production directe, le réalisateur est présent en studio et veille au passage des éléments selon le conducteur du programme. Pour une émission ou un programme en différé ou diffusable, le conducteur est mis en œuvre au moment du montage.

Globalement, une bonne production regroupe les tâches suivantes : choix des journalistes, collecte des informations, location des studios d'enregistrement, enregistrement, montage et mixage.

2.3 Montage du panel

En règle générale, le débat repose sur des discussions, parfois vives, entre les participants. Le montage du panel est donc fonction de cette réalité, mais aussi de l'analyse de la problématique générale de l'émission et des exigences radiophoniques.

2.3.1 La constitution du panel en fonction du thème de l'émission

Avant de constituer le panel d'un débat, il faut au préalable s'assurer que le thème ou sujet choisi est suffisamment étoffé pour engendrer des débats et mettre en lumière des divergences d'opinions. Prenons les deux formulations suivantes :

- Formulation 1 : Le changement climatique existe-il ?
- Formulation 2 : Changement climatique : mythe ou réalité ?

Sur le fond les deux thèmes sont identiques. Mais la formulation 1 est assez vague et moins accrocheuse que la formulation 2, qui va provoquer un débat, engendrer des échanges, voire des polémiques entre les panélistes et au sein du public. En résumé, un thème défini vaguement ou une question mal formulée réduisent le champ des discussions, limitent donc l'intérêt du débat et le rendent peu captivant pour les auditeurs.

Par contre, un thème bien défini permet d'identifier les organisations concernées par le sujet. Dans ce sens, l'une des approches utilisées est de subdiviser une émission en différentes parties et d'évaluer les intérêts des uns et des autres par rapport aux thématiques successivement abordées afin de trouver les profils adaptés. Le thème « Changement climatique : mythe ou réalité ? » peut être traité en plusieurs parties, avec des questions telles que :

- Partie 1. Le changement climatique est-il un mythe ou une réalité ?
- Partie 2. Quelles sont les causes et les manifestations des changements climatiques ?
- Partie 3. Qu'est ce qui est fait et qu'est-ce qui reste encore à faire ?
- Partie 4. Que retenir ?

Lors de la préparation de ces différentes parties, il convient de dégager les profils adaptés à ce débat



Figure 1. Station de montage audio de la radio nationale congolaise

Photo : Merline Touko Tchoko

et aux questions posées : un climatologue pour présenter et expliquer les phénomènes climatiques, un climato-sceptique pour démontrer que ces phénomènes n'existent pas, un paysan pour présenter les manifestations des changements climatiques par rapport à son vécu, un membre du gouvernement pour évoquer les actions du gouvernement, un chercheur invité à présenter les résultats de ses recherches. Cette déclinaison des profils n'est proposée qu'à titre illustratif. Le plus important est de composer son panel en mettant en avant les diversités de points de vue des uns et des autres.

2.3.2 La constitution du panel en fonction des exigences radiophoniques

Contrairement à la télévision où les personnes invitées peuvent jouer sur leur physique, leur tenue vestimentaire ou leurs manières pour capter l'attention du public, en radiodiffusion, tout repose sur la voix et la manière de s'exprimer. Le choix du panéliste est donc fondé sur sa faculté à convaincre avec le seul usage de sa voix. Une voix radiophonique devrait être à la fois captivante, autoritaire sans être agressive, avec un petit soupçon de sensualité.

Pour apprécier la qualité radiophonique de la voix d'une personne, une astuce simple et efficace est d'écouter cette personne parler, tout en essayant de lire mentalement un texte ou un journal. Si vous parvenez à rester concentré(e) sans interruption sur votre lecture, en même temps que la personne parle, alors changez de panéliste.

2.3.3 Constitution du panel en fonction de la langue de production de l'émission

Une production en langue locale est orientée vers un public précis, correspondant à la zone de couverture de la langue. L'émission à produire doit être adaptée au contexte, aux coutumes et usages des habitants de cette région, mais surtout répondre aux préoccupations de sa cible. Pour cela il est nécessaire de prendre en compte le niveau intellectuel, les habitudes culturelles et la psychologie de son auditoire avant de choisir le thème de son émission et de constituer le panel de son débat. La formulation du thème et du titre de l'émission doivent permettre au public d'identifier directement ce qu'il gagnerait à écouter cette émission. Pour cela, il faut parfois faire appel à un patriarche de la région, qui maîtrise la langue et connaît les attentes des populations par rapport à la thématique. En tant que facilitateur, le rôle d'une telle personne serait de formuler le thème

de manière simple, facile à retenir et à prononcer, grâce aux expressions de la vie courante de la région. Le facilitateur peut aussi aider dans la constitution du panel et la traduction du contenu de l'émission. En plus des critères précités, les personnes identifiées pour le débat doivent avoir une parfaite maîtrise de la langue de production.

2.4 Exemple pratique d'une production diffusable : cas du programme « *Au rythme des saisons* »

2.4.1 Dialogue science politique

Consacrée à un thème bien précis, chaque émission a pour but de diffuser un certain nombre d'informations sur le changement climatique et les forêts du bassin du Congo. En créant cet espace d'échange itératif qui permet aux scientifiques et aux décideurs de se soutenir mutuellement, l'objectif principal est, grâce à ce dialogue science-politique, d'amener les panélistes à analyser les différents phénomènes et fléaux qui minent les forêts et rendent les populations vulnérables. Ceci dans l'optique de dégager et de préconiser des axes de recherches ou d'actions à mener.

2.4.2 Choix des thèmes et choix des intervenants

Le choix des thèmes a été effectué avec la préoccupation constante d'apporter de la lumière sur les interrogations relatives à des problèmes importants, comme les changements climatiques, l'adaptation et l'atténuation, la gestion forestière, le lien entre les forêts et les changements climatiques, la vulnérabilité, etc. Si, pour le programme en langue française, les intervenants au débat étaient relativement consentants dès le premier contact, nous avons dû essayer plusieurs refus pour les productions en langue locale. Les experts plébiscités émettaient chaque fois des réserves sur leurs facultés à traduire les termes techniques, comme gaz carbonique, couche d'ozone, en langue lingala, kituba ou Pidgin English. Mais nous avons réussi à apaiser les craintes de certains d'entre eux en les encourageant à utiliser des phrases complètes ou des illustrations pour traduire des termes techniques.

2.4.3 Le profil de l'animateur des débats

L'animateur du débat est la personne-clé de l'émission. C'est lui qui contribue principalement à

la réalisation pratique des objectifs du programme en veillant au strict respect de la thématique lors de la discussion, en recadrant le débat et en résumant les interventions des uns et des autres. Pour cela, il doit avoir un niveau intellectuel assez élevé, être fin psychologue, avoir une grande capacité de synthèse, ainsi qu'une maîtrise parfaite de la langue et une diction irréprochable. De plus, pour le programme « *Au rythme des saisons* », nous avons choisi une personnalité célèbre au niveau national, avec l'ambition de positionner ainsi le programme sur la scène médiatique du pays dès sa première diffusion.

2.4.4 L'équipe de production

Une équipe de production constituée de sept personnes (un réalisateur, un présentateur, trois journalistes, un responsable technico-artistique et un monteur), a travaillé sur le projet pour fournir les rubriques selon les thèmes et les directives du CIFOR. Après avoir déterminé les angles d'attaque ou la ligne éditoriale en phase avec le thème du mois ainsi que les personnes à interviewer dans le cadre du reportage et de la chronique, les journalistes et le preneur de son se sont rendus sur le terrain pour la collecte des informations. Celles-ci ont été traitées par le monteur sous forme d'un reportage, d'un vox pop et d'une chronique. Une ou deux semaines avant la date de diffusion de l'émission, les invités identifiés selon les thèmes se sont réunis dans les studios de la maison de la radio de la CRTV pour prendre part au débat.

2.4.5 Présentation du programme

Chaque émission comporte plusieurs phases :

- la mise en contexte : elle consiste à expliquer le choix du thème du jour, à présenter son importance au niveau national et international ;
- l'étude de la problématique ou le débat : le facilitateur amène les panélistes à analyser les causes et les conséquences de la situation et des problèmes évoqués, pour proposer d'éventuelles pistes pour trouver des solutions appropriées ;
- la présentation des activités de recherche ou des actions en cours au CIFOR ou sur la scène internationale ;
- le reportage, le vox pop et la chronique sont des rubriques permettant d'illustrer la réalité du phénomène décrit, en donnant la parole aux acteurs concernés. Ce sont aussi des tribunes d'expression de choix proposés aux populations, qui peuvent, par ces canaux, faire entendre leur voix ;

- la phase de restitution ou de résultat : elle s'opère en deux parties. Elle comporte d'abord la restitution des apports de chaque panéliste ou les interventions finales de chacun des participants, résumant ses interventions. Elle se poursuit par la restitution du journaliste éditorialiste, ses réflexions personnelles, pour proposer un résumé de clôture.

2.4.6 Avant l'enregistrement

Les répétitions sont importantes pour la réussite d'un programme. Mais, pour ne pas détruire la spontanéité des panelistes pendant le débat, nous avons préféré réunir, une heure avant le début de l'enregistrement, les participants pour une petite séance de mise à niveau. En plus des indications déjà fournies bien en avance aux invités, cette séance permet de détendre l'atmosphère, de prodiguer des conseils sur l'attitude devant les micros, la durée des interventions et leur contenu.

L'un des soucis avec les chercheurs et les acteurs du développement durable est que, pour mettre en lumière leurs théories, ils utilisent souvent un langage codé par des abréviations et des sigles non expliqués. De plus, ils étayent généralement leurs idées avec des statistiques et des chiffres complexes. Ces données, vitales dans les rapports et lors de conférences, compliquent parfois la fluidité et la compréhension de l'information. Durant ces séances, les participants sont donc invités à limiter l'usage de ce langage codé, et à utiliser des phrases simples et des exemples qui reflètent les réalités de la vie quotidienne.

Pendant l'enregistrement

Le présentateur énonce le thème du jour, présente les participants, puis lance un jeu des questions et réponses. Pour rendre le débat vivant et animé, il cherche à mettre en évidence des conflits ou divergences d'opinion. À la fin du débat, il fait une synthèse des propos énoncés et conclut en annonçant le thème de la prochaine émission.

Après l'enregistrement

À l'aide du *storyboard*, ou conducteur, on procède au montage final, qui consiste à mettre en forme l'émission. Les bandes sonores des différentes rubriques sont combinées et nettoyées, la musique et les effets sonores sont choisis et intégrés au montage. Pour s'assurer de la qualité du travail, chacune des étapes de la production jouit de la supervision de l'ensemble de l'équipe du CIFOR. Lorsque le programme 0 (zéro), généralement nommé « le pilote », est achevé, des séances d'écoute sont organisées pour valider l'émission en général.

Séance de validation du contenu des émissions en langues lingala, kituba et Pidgin English

Deux dispositions ont été prises pour authentifier la qualité des informations et des données diffusées dans les productions en langues.

La traduction résumée de chaque émission

Les présentateurs des programmes de chaque langue ont assuré cette tâche. Après avoir écouté les émissions, ils ont procédé à la traduction résumée du contenu



Figure 2. Enregistrement d'une émission radiophonique au Cameroun, en Français (gauche) et en République du Congo, en Lingala (droite)

Photo : Merline Touko Tchoko



Figure 3. Séance de validation scientifique du contenu des programmes en langues

Photo : Merline Touko Tchoko

de chaque émission en langue française. Des séances d'enregistrement ont été organisées et les traductions en fichiers audio envoyées au bureau régional du CIFOR, à Yaoundé, pour validation. Cependant, ce procédé ne permet qu'un suivi partiel de chaque émission. Pour avoir un avis neutre, mais scientifique, sur les programmes, de bout en bout, un comité de validation a été constitué et la date de validation arrêtée.

Séance de validation scientifique du contenu des émissions

Pour favoriser l'écoute et valider le contenu de chaque émission en langue locale, nous avons identifié, avec l'appui des ministères en charge de l'environnement et des questions climatiques de la RDC et de la République du Congo, des experts sur les questions climatiques, dotés d'une grande faculté d'expression et d'écoute de la langue lingala et/ou kituba et au Cameroun de la langue Pidgin-English.

La méthodologie adoptée durant la réunion a consisté à écouter et à réagir à la fin de chaque émission, pour noter des bévues mineures, mais pour attirer surtout l'attention sur les bévues graves et demander les rectifications nécessaires. Les parties censurées sont immédiatement coupées du fichier audio, puis une dernière lecture permet aux participants de valider le contenu scientifique final des données diffusées en langues. Mais en réalité, dans son ensemble, le comité n'a dénombré que quelques bévues mineures.

2.5 Résumé

Un programme sur les changements climatiques se différencie d'un programme sur le sport ou sur la santé par son thème et par les participants invités au programme. Les choix des thèmes, de la langue de production et des participants doivent obéir à des règles précises, comme nous l'avons vu dans cette partie. Un thème bien formulé permet de répondre aux interrogations relatives à des problèmes importants, tels que le réchauffement climatique, l'adaptation et l'atténuation, la gestion forestière, le lien entre les forêts et les changements climatiques, la vulnérabilité, etc. Un thème bien défini doit aussi être suffisamment étoffé pour engendrer des débats et mettre en lumière des divergences d'opinions entre les différents participants. La nécessité s'impose donc d'avoir pour chaque débat une représentativité des différents acteurs concernés par la thématique.

Encourager un dialogue entre les scientifiques, les politiques et le public permet d'ouvrir le débat direct entre les différentes parties, dans l'optique de dégager des axes de recherches ou de préconiser des actions à mener. Lors de la constitution du panel d'une émission, il faut garder en point de mire la liste des messages que l'on veut transmettre et l'apport individuel de chaque invité dans la transmission de ces informations. Cette transmission se fait au niveau de la production, qui, de façon générale, désigne l'ensemble des tâches et des personnes qui œuvrent à la matérialisation du programme élaboré de façon théorique lors de la préparation ou de la planification. Une production se fait par une équipe de production bien définie, variable selon qu'il s'agit de la radio ou de la télévision. De façon générale, une bonne production regroupe les tâches suivantes : choix des journalistes, collecte des informations, location des studios d'enregistrement, enregistrement, montage et mixage. Le produit final que vise la production est un programme ou une émission susceptible d'améliorer les connaissances des populations sur les changements climatiques après sa diffusion.

2.6 Conseils et astuces

À faire : dans un débat radiophonique sur les changements climatiques en langues locales, il faut privilégier des phrases simples, des exemples tirés du quotidien, des fables et même des contes, plutôt que des statistiques et des citations compliquées et parfois incompréhensibles.

À ne pas faire : oublier de placer la déclaration des droits d'auteur à la fin de chaque émission. Cette déclaration est une courte séquence qui comprend le titre du programme, la date et l'heure de diffusion, le nom de l'organisation commanditaire, les éventuels partenaires ou bailleurs de fonds, etc.

À faire : l'eau permet d'éclaircir la voix. Penser à distribuer des verres d'eau ainsi que des blocs-notes, stylos, crayons aux participants. Ces derniers leur permettent de noter leurs idées et planifier leurs interventions.

3 La promo-diffusion

Communiquer sur les forêts et les changements climatiques permet de mettre en lumière le rôle primordial joué par les forêts et d'amener les décideurs du bassin du Congo à prendre des décisions fondées sur des résultats de recherches fiables, dans l'intérêt de la planète et des populations. Cette communication peut se faire grâce aux médias (presse, radio-télévision, cinéma, internet, publications et affichage), mais aussi par des activités hors-médias (conférences, ateliers, listes de diffusion, sponsoring, etc.). Cependant, il existe une infinité d'informations politiques, économiques, culturelles, musicales qui transitent par ces canaux à l'intention d'un public déjà submergé. Cette situation pousse de plus en plus les communicateurs des organisations de développement durable pour attirer l'attention du public sur leurs informations, à développer des stratégies innovantes et à utiliser des techniques très répandues dans le milieu commercial : la publicité et la promotion.

3.1 La publicité et la promotion

La publicité et la promotion sont des techniques généralement utilisées à des fins commerciales. La promotion sert à produire un avantage temporaire sur un bien ou un service dans l'optique d'accroître son utilisation. L'exemple du slogan « deux produits au prix d'un seul » ou des essais gratuits sont de parfaites illustrations des techniques de promotion.

Comme la définit *Wikipédia*, la publicité est une forme de communication de masse, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.) afin de l'inciter à adopter un comportement souhaité.

Avec l'avènement des nouvelles techniques de l'information et de la communication et le développement des industries du divertissement, la publicité et la promotion ne sont plus seulement utilisées pour susciter la vente et la consommation, mais aussi pour attirer l'attention du public et provoquer progressivement en lui un changement d'attitude ou de comportement. Pour un renforcement de leur mode d'action, la

promotion et la publicité sont très souvent utilisées conjointement ou même assimilées l'une à l'autre. C'est le cas dans le milieu du développement durable, où le terme de promotion est préféré à celui de publicité. C'est ce que nous ferons tout au long de ce manuel : nous attribuerons à la promotion les spécificités de la publicité.

3.2 La promotion d'un programme radiophonique

Avant de procéder à la diffusion ou à la distribution d'un nouveau produit, de résultats de recherche ou d'une émission radiophonique, il faut élaborer une stratégie de promotion efficace. Développée en fonction de la cible et du budget disponible, celle-ci passe par l'utilisation d'ateliers, de conférences, de la presse, de la télévision, d'internet et de la radio pour faire connaître le nouveau produit. La radio est un moyen publicitaire très prisé parce qu'il touche un large public et reste peu coûteux. La promotion d'un programme radiophonique peut se faire via les médias ; dans ce cas, on utilise des bandes annonces, des spots ou des encarts publicitaires. Elle peut aussi se faire en dehors des médias, via des listes de diffusion, les relations publiques, etc. Le plus important est de définir sa stratégie et de la programmer dans le temps.

Une stratégie de promotion est fondée sur le principe de la répétition et sur un message unique et porteur des valeurs de l'organisation et de l'information que l'on veut transmettre. Après avoir vérifié le contenu des annonces publicitaires, leur programmation passe par l'établissement d'un contrat entre l'annonceur et le média utilisé. Les coûts varient en fonction de plusieurs paramètres :

- *le caractère de l'information*. Il peut être commercial, éducatif, politique, religieux... Les informations à caractère éducatif (santé, environnement, etc.) jouissent souvent d'une exonération ou, dans des cas extrêmement rares, sont programmées gratuitement ;
- *l'heure de diffusion de la publicité*. Les heures de grande écoute, par exemple avant ou après des bulletins d'information, ont un coût plus élevé ;
- *la durée de la publicité ou la longueur du message* ;

- *le nombre de passages de la publicité et la période de diffusion dans le temps.* Une programmation de six mois aura un coût unitaire plus bas qu'une programmation d'une semaine ou d'un mois.

Une bonne promotion doit se faire avant et pendant la diffusion du programme radiophonique.

3.3 La diffusion d'un programme radiophonique

Elle se fait par contrat entre l'annonceur et la station de radio. Il existe deux types de contrat à cet effet : l'achat d'une tranche d'antenne et le sponsoring.

Dans le cas de l'achat de tranche d'antenne, selon la durée du programme (cinq minutes à une heure) un contrat est établi entre l'annonceur et la chaîne de radiodiffusion. L'acquéreur a plein droit sur sa tranche d'antenne. Pour ne pas bouleverser la grille de programmation, les stations de radio octroient rarement aux annonceurs de tranches supérieures à une heure.

Le second contrat est celui du sponsoring d'un programme déjà existant dans la grille. Dans ce cas, on cède à l'annonceur une petite partie d'un programme inscrit dans cette grille. Contrairement à l'achat d'une tranche d'antenne où l'acquéreur a plein droit sur son espace, le sponsoring contraint le sponsor à produire en respectant la ligne éditoriale du programme dans lequel sa rubrique sera diffusée. Les règles de diffusion obéissent aux mêmes règles que la programmation d'une publicité. Le choix de l'heure de diffusion du programme radiophonique, en accord avec la disponibilité de sa cible, peut se faire de manière consensuelle entre l'annonceur et la station radio.

3.4 Cas du programme « *Au rythme des saisons* »

3.4.1 Promotion du programme

La promotion du programme « *Au rythme des saisons* » s'est appuyée sur les médias et des moyens hors-médias. Un mois avant la première diffusion, une bande annonce sur le programme a été élaborée et diffusée chaque jour sur les ondes du poste national de la CRTV et Radio Environnement. Pour rappeler le rendez-vous aux auditeurs, une autre bande a pris le relais trois jours avant chaque diffusion. En

parallèle, une invitation à écouter l'émission a été envoyée aux 3 000 contacts enregistrés dans la liste de diffusion du projet COBAM.

Saisissant l'occasion des conférences et ateliers nationaux et régionaux, un peu plus de 200 flyers d'invitation à écouter le programme ont été distribués, ainsi que 300 clés USB contenant, en plus d'autres produits du projet COBAM, des copies des émissions radio. Ces différents gadgets ont été distribués aux partenaires, aux bailleurs et au public.

3.4.2 Plan de promotion et diffusion du programme « *Au rythme des saisons* »

Le tableau ci-dessous regroupe l'ensemble des actions effectuées pour promouvoir le programme radio « *Au rythme des saisons* » au Cameroun et à l'extérieur.

3.4.3 Diffusion

Après le premier mois de promotion, le programme final était diffusé les premiers mercredis de chaque mois, à partir de 18 h 05, sur le poste national de la CRTV qui couvre les dix régions du Cameroun. L'émission était rediffusée sur Radio Environnement¹ les jeudis de 11 h à 12 h, sur la fréquence 107.7 MHz.

Radio-Environnement travaille en partenariat avec le réseau de radios communautaires environnementales² (ReRaC) qu'elle coordonne. Aussi, ces émissions sont diffusées tous les jeudis de 16 h à 17 h sur les ondes de la Radio NOLA basée en RCA, sur la fréquence 103.6 FM, et sur les ondes de la Radio BISSO NA BISO, basée au Congo Brazzaville dans la région de Pokola (zone forestière), tous les vendredis de 15 h à 16 h sur la fréquence 94.3 FM. Le plan de diffusion du programme en langue française est dévoilé dans le tableau 2 ci-dessus.

3.4.4 Extension de la production et de la diffusion du programme

Malgré le fait que l'espace du bassin du Congo soit essentiellement francophone, le rapport du PNUD de 2011 montre que les pays qui le composent

1 Radio-Environnement est une chaîne thématique de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) à Yaoundé.

2 ReRaC : Réseau sous-régional des radios communautaires pour la bonne gouvernance et la gestion durable des ressources naturelles.

Tableau 2. Plan de diffusion du programme en langue française

Radios	Heures/jours	Nombre de diffusions
Poste national de la CRTV	Le premier mercredi de chaque mois à 18 h 05	Une par mois
Radio Environnement	Jeudi 11 h à 12 h	Quatre diffusions et douze rediffusions effectives
Radio Nola (RCA)	Jeudi 16 h à 17 h	Quatre diffusions et quatre rediffusions effectives
Radio Bisso Na Bisso	Vendredi 15 h à 16 h	Quatre diffusions et quatre rediffusions effectives
Radio Magnificat	En après midi et en soirée	Quatre diffusions
Radio Divouba		
Radio Brazza		
Radio Congo		
Radio rurale		
Voix évangélique		
ORTV		
MNTV-Radio		

Source : Données collectées auprès de radio environnement.

Tableau 3. Récapitulatif du passage de la bande annonce pour la promotion du programme radiophonique « Au rythme des saisons »

Période	Médias	Nombre de diffusions par semaine	Jour de diffusion	Heure de diffusion	Autre action de promotion
1 mois avant la première diffusion	Le Poste national de la CRTV	7	Toute la semaine	16 h 55 (avant le journal de 17 h)	• Promotion via la liste de diffusion du CIFOR
	Radio Environnement	14	Deux diffusions par jour	11 h 55 7 h	• Promotion via les ateliers • Distribution des flyers
Pendant la période de diffusion du programme « Au rythme des saisons »	Le Poste national de la CRTV	3	Lundi, Mardi, Mercredi	16 h 55	• Promotion via la liste de diffusion du CIFOR
	Radio Environnement	14	Deux diffusions par jour	11 h 55 7 h	• Promotion via les ateliers • Distribution des flyers • Distribution de clés USB contenant le programme • Distribution des CD du programme

Source : Données collectées auprès de la CRTV et de Radio Environnement

présentent des taux d'alphabétisation variés, mais relativement faibles. Dans le souci d'élargir la couverture géographique des émissions à d'autres pays du bassin du Congo et surtout de répondre aux demandes des populations les plus défavorisées et les plus affectées par les changements climatiques,

qui parfois s'expriment uniquement dans leur langue maternelle, d'importants moyens matériels et humains ont été combinés pour réunir sur un plateau des experts, des représentants de la société civile, des ministères et des populations pour des débats en langues locales. Plusieurs langues ont été choisies et



Figure 4. Couverture du DVD du programme « Au rythme des saisons »

Graphisme: CIFOR ISG

ont conduit à la production de six émissions en lingala, quatre en kikongo simplifié ou kituba et quatre en Pidgin English.

Pour atteindre les populations des zones reculées de la RDC et de la République du Congo, nous avons décidé de passer par les stations nationales des deux Congo et les radios communautaires, ciblées en fonction des langues de production de nos programmes (le lingala et le kituba). Pour cela, nous avons distribué les DVD des programmes aux radios nationales et communautaires citées dans le tableau 4.

3.4.5 Distribution des DVD dans les ministères et les organisations

Au Congo et en RDC, les DVD des programmes radio ont été distribués aux ministères suivants :

- Ministère de l'environnement et la protection de la nature (Congo) ;
- Ministère de l'économie forestière et du développement durable (Congo) ;
- Ministère de la recherche scientifique et de l'innovation technologique (Congo) ;
- Ministère de l'environnement, de la conservation de la nature et du tourisme (RDC) ;
- Ministère de l'énergie renouvelable (RDC).

3.5 Résumé

Les sujets se rapportant aux changements climatiques ne bénéficient pas d'un public acquis d'avance comme les sujets traitant de la vie des stars, de l'actualité brûlante, etc. Avec l'avènement des nouvelles techniques de l'information et de la communication, le développement des industries du divertissement et autres, la nécessité s'impose pour les organisations dites « vertes » d'attirer l'attention du public et de provoquer progressivement en lui un changement d'attitude ou de comportement. Avant de procéder à la diffusion ou à la distribution d'une émission radiophonique sur les changements climatiques, comme nous l'avons vu tout au long de cette partie, il faut mettre sur pied une stratégie de promotion efficace qui, développée en fonction de la cible de l'émission et du budget disponible, peut être effectuée via les médias : presse écrite, radio, télévision, internet, affichage, etc. Dans ce cas, on utilise des bandes annonces, des spots ou des encarts publicitaires. La promotion peut être réalisée en dehors des médias, via les listes de diffusion, les conférences et les ateliers, les relations publiques, etc. Le plus important est de définir une stratégie et de la programmer dans le temps. La phase de promotion donne naissance à la diffusion. La diffusion doit pouvoir toucher un public large. Les chaînes de radio

Tableau 4. Plan de diffusion des programmes radiophoniques en langues locales

	Nom du média	Pays	Couverture	Estimation du taux d'audience
1	Radio Congo	République du Congo	Congo + extérieur	3 millions de per-sonnes
2	Radio Voix évangélique	République du Congo	Brazzaville et environs	3 millions de per-sonnes
3	Radio Divouba	République du Congo	Département Bouenza, du Pool et de Lékoumou	750 000 personnes
4	MN Radio	République du Congo	Brazzaville et environs	1 million de per-sonnes
5	DRTV	République du Congo	Brazzaville et environs	3,5 millions de personnes
6	Radio Magnificat	République du Congo	Brazzaville et environs	3 millions de per-sonnes
7	Radio rurale congolaise	République du Congo	80 à 100 km de la ville de Brazzaville	2 000 personnes
8	Radio communautaire Owando	République du Congo	80 à 100 km de la ville de Brazzaville	1 500 personnes
9	Radio Brazzaville	République du Congo	Brazzaville et Kinsha-sa	1 million de per-sonnes
10	Radio communautaire Etoumbi	République du Congo	100 km de la ville de Brazzaville	1 000 personnes
11	Radio communautaire Zoutété	République du Congo	120 km de la ville de Brazzaville	1 000 personnes
12	Radio TV nationale congolaise RTVC	RDC	75 % du territoire national	20 à 25 millions d'habitants
	11 stations provinciales de la RDC	RDC	Territoire national	20 à 25 millions d'habitants

Source : Données collectées auprès de chaque radio. Auteur : Merline TOUKO TCHOKO.



Figure 5. Remise officielle des dvd à Son Excellence Henri Djombo, ministre de l'économie forestière et du développement durable

Photo : Bonne Anne Matoumona.

nationales permettent d'atteindre cet objectif dans chaque pays. Une autre approche consiste à passer par les radios communautaires ou par des réseaux de radio pour atteindre les cibles les plus éloignées. Par la suite, il convient d'évaluer l'impact du programme radiophonique sur le niveau de connaissance, et plus tard, sur le changement d'attitudes chez les groupes cibles.

3.6 Conseils et astuces

À faire : les réseaux de radios communautaires sont primordiaux pour diffuser les programmes sur les changements climatiques aux cibles des zones éloignées. Penser à élaborer la liste des radios communautaires situées dans la zone de couverture

et se rapprocher d'elles pour retenir les modalités de diffusion.

À ne pas faire : les choix de l'heure et du média de diffusion d'un programme doivent être effectués après une étude de la cible. Dans le cas des débats sur

le changement climatique, il faut éviter de choisir une heure de diffusion tardive.

À faire : mettre sur pied un mécanisme pour récolter les feedbacks et les réactions sur le programme. Ces données permettront d'effectuer l'évaluation de l'activité.

4 Suivi-évaluation du programme radio



Figure 6. Suivi-évaluation du programme radiophonique à Brazzaville

Photo : Bonne Anne Matoumona.

En radiocommunication, une connaissance approfondie de l'auditoire permet de développer des mécanismes permettant d'effectuer le suivi d'un programme radio (Aspinall 1972). Le suivi-évaluation permet d'affiner la conceptualisation et de planifier la diffusion du programme radio selon ses objectifs. Il existe deux approches d'évaluation d'une telle intervention : l'approche quantitative et l'approche qualitative, qui ne sont pas opposées, mais plutôt complémentaires, étant donné qu'elles offrent des informations différentes. Elles peuvent être appliquées à différents moments selon les objectifs, y compris avant, pendant et après la diffusion du programme radiophonique (Pérez-Terán *et al.* 2015).

4.1 Les approches

4.1.1 L'approche quantitative

Elle permet de déterminer les aspects mesurables, c'est-à-dire d'obtenir des chiffres exacts et représentatifs sur différents aspects du programme radio, y compris, les taux d'audience, la typologie, la fréquence d'écoute, des pourcentages traduisant l'influence du programme sur les connaissances, entre autres. Il est souvent difficile et coûteux de recueillir

ce type d'informations, en raison des contraintes de planification que cela pose pour les responsables des radios. Il existe néanmoins des techniques adaptées, comme on le remarque dans les exemples fournis ci-après.

4.1.2 L'approche qualitative

Elle permet de donner des informations complémentaires de celles obtenues par l'approche quantitative, telles que les préférences de l'audience, la qualité du message transmis, etc. Pour cela, il est possible d'utiliser des méthodes plus actives où le chercheur se déplace pour interviewer la cible sur des questions spécifiques, soit individuellement, soit en groupe ; ou des méthodes plus passives, où l'on donne la possibilité au public de réagir selon ses besoins, à travers des canaux comme le courrier postal, électronique ou les appels téléphoniques.

4.2 Suivi-évaluation du programme « *Au rythme des saisons* »

Le programme « *Au rythme des saisons* » a été suivi et évalué de manière quantitative et qualitative, suivant un processus à trois niveaux : les activités, les incidences sur les partenaires et les incidences sur les bénéficiaires.

4.2.1 Suivi-évaluation du programme au niveau des activités

Cette évaluation a été réalisée par l'équipe du CIFOR. L'objectif de cette étape était d'évaluer la pertinence de l'utilisation de la radio pour la diffusion des informations sur les changements climatiques et les forêts dans le bassin du Congo. Pour ce faire, l'équipe a développé des activités en fonction d'indicateurs précis et résumés dans le tableau 5.

4.2.2 Suivi au niveau de l'impact et des résultats

Il s'agissait ici d'analyser les réactions du public et l'influence des émissions radiophoniques sur leurs attitudes et leurs comportements (Pérez-Terán *et*

Tableau 5. Tableau d'analyse des activités du programme

Activités	Indicateur
Examen / analyse du nombre de ménages ayant accès à la radio	% de personnes ayant un poste radio % de personnes ayant accès à internet
Examen / analyse géographique du nombre de personnes touchées par l'information en chaque langue	Nombre de personnes par pays et par province
Trafic sur le site web	Nombre de personnes ayant consulté le site internet
Examen / analyse du taux d'audience de chaque radio diffuseur	Taux d'audience
Examen / analyse de la couverture géographique des stations de radio	Données des radios
Choix des sujets par les chercheurs du CIFOR pour chaque programme en fonction de leur importance	Pertinence du sujet
Choix des intervenants à chaque débat	Profils des intervenants

Source : Pérez-Terán *et al.* 2015

The image shows a screenshot of the website 'AGENCE D'INFORMATION D'AFRIQUE CENTRALE'. The main article is titled 'Changements climatiques : un support radiophonique diffusé en langues locales', dated 'Mardi 18 Mars 2014 - 19:31'. The article text states: 'Après avoir réalisé des émissions radiophoniques sur l'amélioration des connaissances des populations sur le sujet des changements climatiques et des forêts du bassin du Congo, le Centre international de recherche forestière (CIFOR) évalue son impact tout en distribuant et diffusant des supports produits en lingala et kituba pour les deux Congo'. The page also features a sidebar with 'Lire le quotidien' and 'LES VIDÉOS'.

Figure 7. Article électronique

source: <http://www.adiac-congo.com/>

al. 2015). Pour cela, un système de suivi des différents médias utilisés pendant la phase de diffusion des différentes productions du programme radiophoniques et des données sur le taux d'audience collectées auprès des radios a été établi par l'équipe du CIFOR. Celle-ci a enregistré le nombre de demandes de la part des médias et des institutions d'éducation, les articles consacrés au programme radio et le comportement des visiteurs du site web contenant le programme.

Dans son ensemble, le programme a induit des changements au niveau de la presse électronique et écrite, des médias, des universités et des populations locales. Une base de données contenant les demandes de radiodiffusion a été établie. L'équipe a reçu un total de 41 demandes émanant des radios nationales et communautaires, ainsi qu'une demande de l'université de Buea souhaitant former les étudiants à l'utilisation de la radio en vue de la sensibilisation et du renforcement des capacités sur les sujets liés au changement climatique dans les zones rurales.



Figure 8. Articles publiés dans les journaux à Brazzaville. Images de la publication sur le site de l'agence d'information d'Afrique centrale

Source : journaux La Dépêche de Brazzaville, L'Observateur, La Semaine africaine.



deux articles sur l'émission radiophonique du CIFOR-COBAM, le 24 juin 2013 et le 16 août 2013. Ceux-ci sont disponibles sur :

- COBAM-CIFOR-PACEBCo : « Au rythme des saisons » : émission 1 – Changement climatique : mythe ou réalité? <http://pfb-cbfp.org/actualites/items/CIFOR-COBAM-FRFR.html>.
- PFCB, COBAM-CIFOR-PACEBCo : Au rythme des saisons” (“Following the Changing Seasons”): Show no. 1 – Climate Change: Myth or Reality? http://pfb-cbfp.org/news_en/items/CIFOR-PACEBCo-COBAM-FR.html.
- PFCB, 2013, « Site de la conférence d'ancrage du PFCB », <http://www.pfb-cbfp.org/accueil.html> <http://cc-rac.pfb-cbfp.org/accueil.html>

Sur Soundcloud, 150 personnes ont écouté l'émission et 29 ont téléchargé le programme.

4.2.4 Trafic sur le site web du COBAM

Le programme « *Au rythme des saisons* » a été posté sur le site web du projet COBAM. Le système d'analyse du trafic fournit des données à l'échelle mondiale et par sous-sections. Nous avons procédé à l'analyse du trafic sur le site après la création de la section radio : au total, le site a reçu 12 328 visites à travers le monde, dont un grand nombre ont été répertoriées en Indonésie, au Cameroun et aux États-Unis. L'accès difficile à internet entrave toutefois les visites provenant du bassin du Congo.

Par ailleurs, des articles ont été publiés dans les journaux et sur les sites internet des médias et des partenaires, comme en témoignent les deux liens ci-dessous :

- http://www.lesdepechesdebrazzaville.fr/flex/php/simple_document.php?doc=20140321_DBZ_DBZ_ALL.pdf
- <http://www.adiac-congo.com/content/changements-climatiques-un-support-radiophonique-diffuse-en-langues-locales-9481>

4.2.3 Partenaires et public

Une quarantaine de messages de félicitation et d'encouragement venant du public et des partenaires ont été enregistrés, parmi lesquels la COMIFAC (Commission des forêts d'Afrique centrale) et du ministère des forêts et de la faune au Cameroun. Le Partenariat pour les forêts du bassin du Congo (PFCB) a publié successivement sur son site web

5 Analyse de l'impact du programme radio sur l'amélioration des connaissances des populations

Cette analyse s'est faite à travers un sondage quasi-expérimental d'un échantillon représentatif de notre auditoire cible, c'est-à-dire les communautés rurales (Pérez-Terán *et al.* 2015). Il s'agissait d'évaluer la compréhension des messages transmis dans le programme, l'évolution des connaissances des populations ciblées et la valeur ajoutée du programme sur les compréhensions des auditeurs. Ne disposant pas des moyens matériels nécessaires pour effectuer une évaluation par programme et par langue, nous n'avons retenu que le programme en lingala pour effectuer cette recherche.

Le site a été choisi sur la base de la langue locale, la taille de la population et l'accessibilité de la région. Un échantillon d'au moins 60 habitants parlant le lingala était nécessaire. L'évaluation a eu lieu dans le village d'Ignié, dans la République du Congo, à 40 km de Brazzaville, avec une taille de population de 4 000 habitants, dont la répartition par âge, éducation et sexe est proposée dans la figure 10.

5.1 Méthodologie d'évaluation d'impact

L'approche retenue a été celle de l'évaluation d'impact à l'échelle micro-économétrique, initiée dans un premier temps par Rubin (1974). Nous avons utilisé la combinaison de deux groupes : un groupe « témoin » et un groupe « exposé » constitué chacun de 30 personnes. Les deux groupes ont été évalués avant et après l'intervention, suivant la méthodologie des doubles différences. L'évaluation en trois phases a consisté en un état des lieux des groupes, suivi d'une exposition délibérée au programme radio, d'une période d'attente, et d'une évaluation de l'évolution des connaissances dans chacun des deux groupes. Pour cela, l'équipe a utilisé un questionnaire individuel comprenant des questions simples sur des thématiques liées à la forêt et au changement climatique.

Les résultats de cette étude ont montré une amélioration notable de la qualité des réponses, qui sont exactes à 46,8 %, dont 22,3 % sont attribuables à la radio.



Figure 9. Captures d'écran. A. Trafic sur le contenu du site web. B. Statistiques démographiques des visites sur le site web du COBAM, selon les origines

Source : Google Analytics.

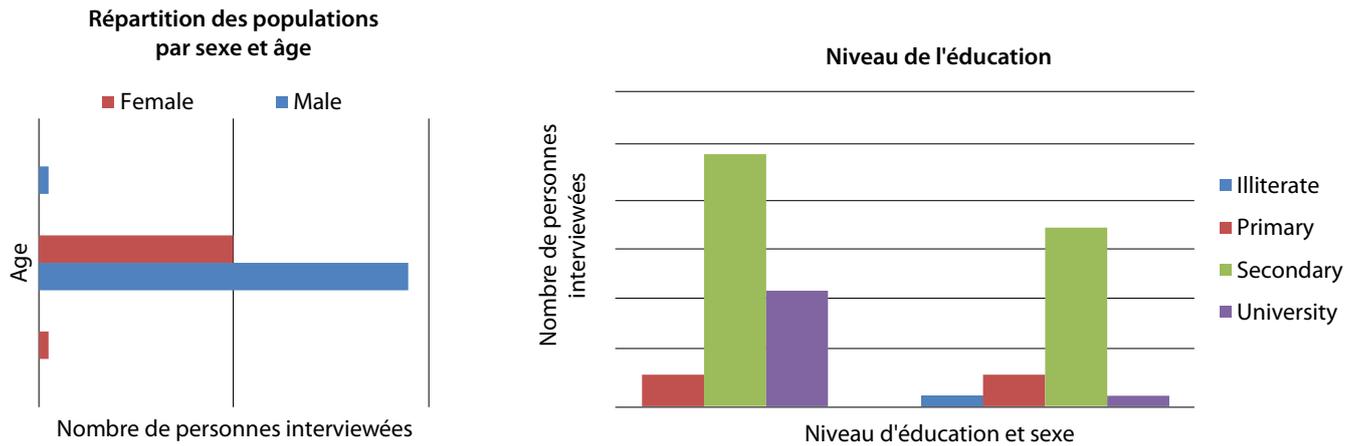


Figure 10. Répartition des populations par sexe, âge et niveau d'éducation

Source : Pérez-Terán *et al.* 2015

5.2 Résumé

Le suivi-évaluation d'un programme radio sur les changements climatiques peut se faire de manière quantitative (nombre de personnes qui écoutent et taux d'audience des stations qui diffusent le programme) et qualitative (la réaction de l'auditoire ou l'amélioration des connaissances de l'auditoire grâce aux messages transmis : courrier, appels téléphoniques, etc.). Pour ce faire, on peut effectuer l'étude au niveau des activités, des réalisations et des résultats. Un sondage avec un échantillon d'auditeurs témoins, exposés ou non au programme, permet de mesurer de façon scientifique l'impact du programme radiophonique sur l'amélioration des connaissances des populations. Le choix des questions et des groupes témoin et exposé pour cette évaluation est la clé de son succès ; il est donc important d'impliquer les experts dans le domaine du changement climatique au cours de l'élaboration et de la mise en œuvre du suivi.

5.3 Conseils et astuces

À faire : toujours mettre sur pied un système de suivi-évaluation avant la diffusion du programme. Si l'on ne dispose pas d'importants moyens matériels, il est toujours possible de se fonder sur les feedbacks des auditeurs, des bailleurs et des partenaires pour avoir une appréciation de l'impact du programme.

À ne pas faire : négliger de répondre au courrier reçu. Répondre aux messages des auditeurs permet de créer un lien direct avec eux et de les encourager à écouter l'émission.

À faire : procéder à un sondage pour s'assurer que le message transmis dans le programme est accessible à l'auditoire, avec la collaboration des experts du changement climatique et les autochtones maîtrisant parfaitement la langue concernée.

6 Conclusions et recommandations

Très souvent, les informations scientifiques sur les changements climatiques ne sont pas à la portée des populations locales dans le bassin du Congo. L'initiative de réaliser un programme radiophonique sur les changements climatiques dans le bassin du Congo a ainsi été prise pour améliorer la situation. Ce guide de communication a présenté, de façon théorique, les étapes de la réalisation et de l'évaluation de ce programme, qui a été enrichi par des cas pratiques répertoriés durant la production du programme radiophonique « *Au rythme des saisons* ». L'objectif principal de celui-ci était d'établir un dialogue science politique entre les acteurs du changement climatique de la région, avec une attention spéciale pour les populations locales.

La production du programme a permis de réunir 43 intervenants, choisis parmi les chercheurs, les universitaires, la société civile, les populations, et coordonnés par l'équipe du projet COBAM. Dans sa totalité, le processus a duré quinze mois et les enregistrements ont conduit à la production de dix programmes en français, six en lingala, quatre en kituba et quatre en Pidgin English, qui ont été diffusés par les stations radiophoniques nationales du Cameroun et de la République du Congo. Le suivi-évaluation a été réalisé tout au long de la production. Un certain nombre de bénéficiaires ont réagi aux diffusions : 40 demandes de diffusion ont été reçues,

les programmes ont été écoutés en ligne plus de 700 fois. Le dispositif expérimental a mis en évidence une amélioration des connaissances des populations locales de 22,3 % après l'écoute d'une émission du programme radio.

Il est à noter que la planification est la phase la plus importante d'un programme radiophonique sur les changements climatiques et les forêts. Elle permet de définir de façon claire et concise toutes les étapes à réaliser, mais aussi de les visualiser dans le temps. Les limites budgétaires, les réticences des experts et des scientifiques sollicités pour débattre lors des programmes ont été les plus grandes difficultés rencontrées. Initier le dialogue à temps, avec toutes les parties prenantes et concevoir le projet en tenant compte du budget disponible sont les secrets de la réussite d'un tel programme.

Cette expérience de dialogue science politique doublée d'un renforcement des capacités a touché beaucoup d'individus, mais pas un assez grand nombre ni pendant assez longtemps pour produire des impacts durables. Il est vivement recommandé qu'un tel programme soit diffusé plus longtemps et que cette diffusion couvre un espace géographique plus étendu. Par ailleurs, l'expérience pourrait s'étendre à d'autres langues couramment parlées en Afrique centrale, à l'instar du fufuldé ou du kiswahili.

7 Bibliographie

- Acunzo M., Protz M., 2010, *Changements collaboratifs : un cadre de communication pour l'adaptation au changement climatique et la sécurité alimentaire*, Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), Rome.
- Angelsen A., 2008, *Faire progresser la REDD. Enjeux, options et répercussions*, CIFOR, Bogor, Indonésie p. 93-120.
- Aspinall R., 1972, *Guide pratique de la production radiophonique*, Unesco, Paris, 161p.
- Carden F., Smutylo T., Earl S., 2001, *Outcome Mapping: Building Learning and Reflection into Development Programs*, Centre de recherche pour le développement international, Ottawa.
- Cifor, 2014, *Increasing Climate Change Knowledge through the Radio. Results from Three Countries in the Congo Basin*, document de travail, CIFOR, Bogor, Indonésie.
- Cinécourses, 2014, Scénario consulté le 10 mai 2014 sur le lien <http://www.cinecourses.com>.
- Fajet, 2012, Conception d'émission, consulté le 26 mai 2014 sur le lien : http://fajet.net/conception_emission.php. Dernière mise à jour le 01/03/2012.
- FAO, 2010, *Changements collaboratifs : un cadre de communication pour l'adaptation au changement climatique et la sécurité alimentaire*, Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), Rome.
- ICS (Unité d'ingénierie des contenus et savoirs), 2014, Expression de besoin, description du processus de réalisation d'une émission radio, publié sur le lien : <http://ics.utc.fr/c2m/DOCS/L4a/html/co/0201DescRealisation.html>, consulté le 18 août 2014
- GIEC, 2014, *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Technical Summary. Rapport du Groupe de travail II du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat* (GIEC), Genève, Suisse
- Kamana Kaj A., 2010, *La pratique de la promotion des ventes d'une entreprise commerciale (cas de Jambo Mart)*, http://www.memoireonline.com/05/12/5868/m_La-pratique-de-la-promotion-des-ventes-d-une-entreprise-commerciale-cas-de-Jambo-Mart5.html, consulté le 10 septembre 2014
- Olivier Z., 2012, Communication média et hors média. Consulté le 5 septembre 2014 sur le lien : http://fr.slideshare.net/Olivier_Z/la-communication-mdia-et-hors-mdia-14027894 et mise en ligne le 21 août 2012
- Pérez-Terán A.S., Tiani A.M., Touko-Tchoko M., Tchatchou B., 2015, *Testing the Influence of Radio Programs on Climate Change Knowledge: A Pilot Experience from the Congo Basin*. Working Paper 173. Centre de recherche forestière internationale (CIFOR), Bogor, Indonésie.
- PFBC, 2013, Site de la conférence d'ancrage du PFBC (Partenariat pour les forêts du bassin du Congo), Brazzaville, République du Congo. Consulté le 31 décembre 2014, <http://ccr-rac.pfbc-cbfp.org/>.
- Olivier Zeitouni Ressources, 2012, Communication média et hors média. Consulté le 5 septembre 2014 sur le lien : http://fr.slideshare.net/Olivier_Z/la-communication-mdia-et-hors-mdia-14027894 et mise en ligne le 21 août 2012.
- PFBC, 2013, "COBAM-CIFOR-PACEBCo : « Au rythme des saisons » ("Following the Changing Seasons") : Show no. 1- "Climate Change: Myth or Reality?", Brazzaville, République du Congo. Consulté le 31 décembre, 2014, http://pfbc-cbfp.org/news_en/items/CIFOR-PACEBCo-COBAM-FR.html.
- Rubin D.B., 1974, "Estimating Causal Effects of Treatments in Randomized and Non-Randomized Studies," *Journal of Educational Psychology*, 66, 5, p. 688-701.
- Wasseige C. de, Devers D., de Marcken P., Eba'a Atyi R., Nasi R., Mayaux P., 2009, *Les forêts du bassin du Congo – État des forêts 2008*, Office des publications de l'Union européenne, Luxembourg, 426 p. ISBN 978-92-79-132 11-7, doi: 10.2788 /32456.
- Wikipedia, 2014, « Publicité » <http://fr.wikipedia.org/wiki/Publicité%C3%A9><http://fr.wikipedia.org/wiki/Publicité%C3%A9>, consulté le 20 octobre 2014.

Annexes

Annexe 1

Liste des thèmes des différentes émissions

« Au rythme des saisons » (Programme en français)

Numéro	Thèmes
01	Changements climatiques : mythe ou réalité ? (1)
02	Changements climatiques : mythe ou réalité ? (2)
03	Relations entre les forêts et les changements climatiques (1)
04	Relations entre les forêts et les changements climatiques (2)
05	La pollution, les forêts et les changements climatiques
06	Les forêts et les changements climatiques
07	Gestion durable des forêts dans le Bassin du Congo
08	La vulnérabilité des populations aux changements climatiques
09	L'impact des changements climatiques sur la biodiversité
10	L'impact des changements climatiques sur l'agriculture

Mbongwana Ya Ntango (Programme en lingala)

Numéro	Thèmes
01	Changements climatiques : mythe ou réalité ?
02	Les causes et conséquences des changements climatiques
03	Les réactions contre les changements climatiques
04	Relations entre les forêts et les changements climatiques
05	La pollution, les forêts et les changements climatiques
06	L'adaptation et l'atténuation du changement climatique

Nsobolo Ya Ntangu (Programme en kituba)

Numéro	Thèmes
01	Changements climatiques : mythe ou réalité ?
02	Les causes et conséquences des changements climatiques
03	Relations entre les forêts et les changements climatiques
04	L'adaptation et l'atténuation du changement climatique

Tori for Climate Change (Programme en Pidgin English)

Numéro	Thèmes
01	Change for climate na true or na wayo? (1)
02	Change for climate na true or na wayo? (2)
03	Link between climate change and forest
04	For make change for climate no over hambok we

Annexe 2

Liste des participants des différents programmes

Programme « *Au rythme des saisons* » (français)

- M. Alain BÉLIBI : journaliste éditorialiste, Cameroun
- D^r Joseph AMOUGOU : climatologue et Point focal changement climatique, Cameroun
- D^r Anne Marie TIANI : coordonnatrice du projet COBAM, Cameroun
- D^r Denis SONWA : chercheur au CIFOR, Cameroun
- M. Wilfried POKAM : enseignant de physique à l'université de Yaoundé, Cameroun
- M. Pierre ABÉ : coordonnateur de COPAL, Cameroun
- P^r Paul TCHAWA : chef du département de géographie et vice-doyen de l'université de Yaoundé, Cameroun
- P^r Roger NGOUFO : directeur de *Cameroon Environmental Watch-CEW* et président du comité général des membres de l'UICN, Cameroun
- M. Michel NDJASTSANA : expert en environnement au PACEBCO et Point focal changement climatique COMIFAC, Cameroun
- D^r Richard EBA' A ATYI : forestier et coordonnateur régional du CIFOR, Cameroun
- M^{me} Clorine MOKOM FUMBINGULA : représentant du Point focal REDD du ministère de l'environnement, de la protection de la nature et du développement durable (MINEPDED)
- M^{me} Melie MONNERAT : coordonnatrice du Réseau africain de forêts modèles RAFM, République démocratique du Congo
- M. Séraphin MBALLA : Union pour l'émancipation de la femme autochtone UEFA / République démocratique du Congo, Bukavu
- M^{me} Dancilla MUKALLAMARI : coordonnatrice de l'Association rwandaise des écologistes ARECO-Rwanda NZIZA
- M. Juan Abeso ONDOE : Institut national de développement forestier et de gestion des aires protégées INDEFOR, Guinée équatoriale
- M. Gérard SINDEMO : président du Réseau des ONG locales du Sud-Est Cameroun -ROSE
- M^{me} Alba Saray PÉREZ TERÁN : chercheur au CIFOR, Cameroun
- M. Louis Bernard CHETEU : mentor des projets pilotes au CIFOR- COBAM, Cameroun
- M. Bernard NJONGA : ingénieur agronome, Cameroun
- M. Eugène CHIA : environnementaliste et chercheur CIFOR, Cameroun
- M. OKALA : paysan, Cameroun
- D^r Rachid HANNA : représentant résident de l'Institut international d'agriculture tropicale - IITA au Cameroun
- M. Norbet SONNE : représentant du World Wildlife Fund - WWF, Cameroun

Programme Nsobolo Ya Ntangu (kituba)

- M. Ghozal Nzoko : journaliste, République du Congo
- P^r Bouna Clobite Bouka : enseignant-chercheur à l'université Marien Ngouabi, conseiller à la recherche scientifique au ministère de la recherche scientifique, République du Congo
- D^r Joseph Badevokila : conseiller en environnement à la présidence en République du Congo, consultant associé au représentant en République du Congo
- M. Jean-Pierre Makita Ruffin : CONADEC (Convention nationale des associations et ONG de développement et d'environnement du Congo), représentant de la société civile, République du Congo
- M^{me} Mbemba née MANGOMBO : paysanne, République du Congo

Programme Mbongwana ya ntango (lingala)

- M. Laurent Botseke : journaliste éditorialiste et expert en lingala, République du Congo
- D^r Norbert Yamba Yamba : spécialiste en gestion des forêts tropicales, représentant de la société civile, République du Congo
- D^r Georges Claver Boundzanga : coordonnateur REDD du Congo
- D^r Adelaïde Itoua : Point focal changement climatique en République du Congo
- P^r Joël Loumeto : directeur général de l'environnement au ministère de l'environnement, République du Congo
- M. Laurent Botseke : journaliste éditorialiste, République du Congo
- P^r Jean Ndembo : géographe, enseignant à l'université de Kinshasa et représentant du ministère de l'environnement de la République démocratique du Congo

Programme Tori For Climate Change (Pidgin English)

- M. Mbah Peter Nforsi : journaliste, Cameroun
- P^r Paul Tchawa : chef du département de géographie et vice-doyen de l'université de Yaoundé, Cameroun
- M^{me} Dim Dim Rose : enseignante, Cameroun
- M. Echaw Gabriel Bachange : enseignant, Cameroun
- M. Gervais Didier Yontachang : météorologue, ministère des transports, Cameroun
- Dr Ojuku Tiafack : enseignant chargé des cours, université de Yaoundé, Cameroun
- M. Kaah Promise MENANG : météorologue, Cameroun

Les documents de travail du CIFOR contiennent des résultats préliminaires ou anticipés concernant d'importantes questions sur les forêts tropicales qui nécessitent d'être publiées à l'avance. Ces documents sont produits pour informer et inciter la discussion. Leur contenu a été révisé à l'interne, mais n'a pas subi la procédure d'examen par les pairs.

Les informations actualisées sur les changements climatiques manquent dans le bassin du Congo. De plus, les données disponibles sont formulées dans un langage codé qui entrave leur utilisation dans la prise de décisions, contribuant ainsi à renforcer l'écart entre les informations disponibles au niveau mondial et celles circulant dans la région. Il était urgent de revoir les mécanismes de dissémination des informations scientifiques et d'adopter des canaux d'information et des langages adaptés aux différents interlocuteurs, en fonction de leurs besoins et de leurs capacités. C'est dans cette optique que des plateformes radiophoniques regroupant les scientifiques, les politiques et le public ont vu le jour en 2013 et 2014 au Cameroun et au Congo.

Ce document présente les étapes qu'ont empruntées les 24 programmes radiodiffusés sur les forêts et les changements climatiques dans le bassin du Congo, de la conception à l'évaluation, en passant par la production et la diffusion. Les étapes ont été soigneusement documentées afin de permettre à tous ceux qui voudraient reproduire l'expérience de s'appuyer sur les acquis. Une systématisation de l'approche ouvrirait la voie à une collaboration plus étroite et à un meilleur partage d'information entre les scientifiques, les politiques et le public.



PROGRAMME DE
RECHERCHE SUR
les Forêts, les Arbres et
l'Agroforesterie

Cette recherche a été menée par le CIFOR dans le cadre du Programme de recherche du CGIAR sur les forêts, les arbres et l'agroforesterie (CRP-FTA). Ce programme collaboratif vise à améliorer la gestion et l'utilisation des forêts, de l'agroforesterie et des ressources génétiques des arbres à l'échelle du paysage, des forêts aux exploitations agricoles. Le CIFOR dirige le CRP-FTA en partenariat avec Bioversity International, le CATIE, le CIRAD, le Centre international d'agriculture tropicale et le Centre mondial de l'Agroforesterie.

cifor.org

blog.cifor.org



Fund



COBAM



Centre de recherche forestière internationale (CIFOR)

Le CIFOR oeuvre en faveur du bien-être humain, de la conservation de l'environnement et de l'équité par sa recherche scientifique qui contribue à l'élaboration des politiques et des pratiques affectant les forêts dans les pays en développement. Le CIFOR est membre du Consortium du CGIAR. Son siège est situé à Bogor en Indonésie et il est également implanté en Asie, en Afrique et en Amérique latine.

