Access and Benefit Sharing

The ABS Capacity Development Initiative for Africa

Communication stratégique pour la mise en œuvre de l'APA

giz Programme implementing the Biodiversity Convention
On behalf of Federal Ministry for Economic Cooperation and Development
NORWEGIAN MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS
DANISH MINISTRY OF THE ENVIRONMENT
la francophonie
Institut de l'énergie et de l'environnement de la francophonie
The project is funded by the European Union

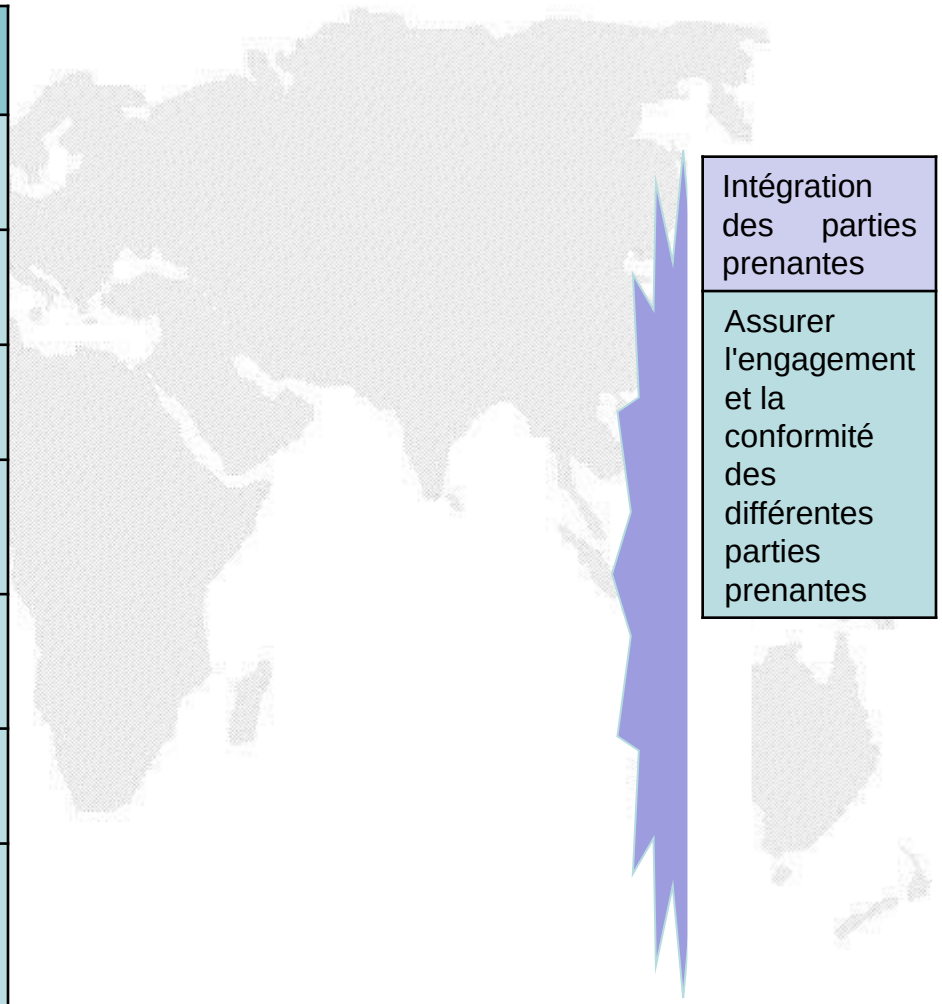
Il arrive très souvent que la réaction à nos exposés de nature scientifique soit celle représentée sur ce dessin : le désintérêt

La communication stratégique pour l'APA

- L'APA requiert des connaissances, de la motivation et la coopération d'une multitude d'individus, de groupes et d'organisations.
- Les connaissances, attitudes et perceptions de l'APA des différents acteurs peuvent varier fortement – ainsi que leurs rôles dans le processus. En plus, ils parlent différentes langues.
- La crédibilité et la confiance sont à la base d'une communication effective. Elles ne s'établissent que par l'interaction directe.
- De différents buts – p.ex. dans les 8 champs d'action – requièrent différentes approches de communication. Pour cela, il est important de définir bien « **avec qui** » communiquer **« quoi** » et « **de quelle façon** ».

La communication sert de ‹ lubrifiant › pour la mise en œuvre de l'APA.

La mise en œuvre de l'APA requête	Objectif politique de ce champs d'actions
Ratification	Décider sur la ratification ou non du protocole de Nagoya
Définir les stratégies APA	Clarifier l'approche nationale à l'APA
Mise en place de législation nationale APA	Créer de la certitude juridique
Etablir les arrangements institutionnels	Faciliter la mise en œuvre par des responsabilités institutionnelles claires
Les connaissances traditionnelles (CT)	Faciliter le partage de bénéfices avec les porteurs de connaissances traditionnelles
Questions transfrontalières	Eviter des conflits et créer des synergies
Stratégie de mise en valeur	Transformer la valeur économique potentielle des RG et des CT associées en vrais revenus et développement



La communication sert de ‹ lubrifiant › pour la mise en œuvre de l'APA.

La mise en œuvre de l'APA requête	Objectif politique de ce champs d'actions	Ce que la communication peur apporter
Ratification	Décider sur la ratification ou non du protocole de Nagoya	Appuyer le gouvernement à prendre des décisions
Définir les stratégies APA	Clarifier l'approche nationale à l'APA	Collecter et prendre en compte les perspectives et intérêts pertinents
Mise en place de législation nationale APA	Créer de la certitude juridique	Créer de la clarté sur l'APA pour les rédacteurs juridiques et les décideurs
Etablir les arrangements institutionnels	Faciliter la mise en œuvre par des responsabilités institutionnelles claires	Faciliter la coordination opérationnelle
Les connaissances traditionnelles (CT)	Faciliter le partage de bénéfices avec les porteurs de connaissances traditionnelles	Appuyer les porteurs de CT à comprendre et exercer leur droits et opportunités
Questions transfrontalières	Eviter des conflits et créer des synergies	Augmenter la clarté sur les droits et obligations à travers les frontières
Stratégie de mise en valeur	Transformer la valeur économique potentielle des RG et des CT associées en vrais revenus et développement	Mettre à disposition l'information nécessaire sur et pour les différents secteurs pour prendre des décisions d'investissement

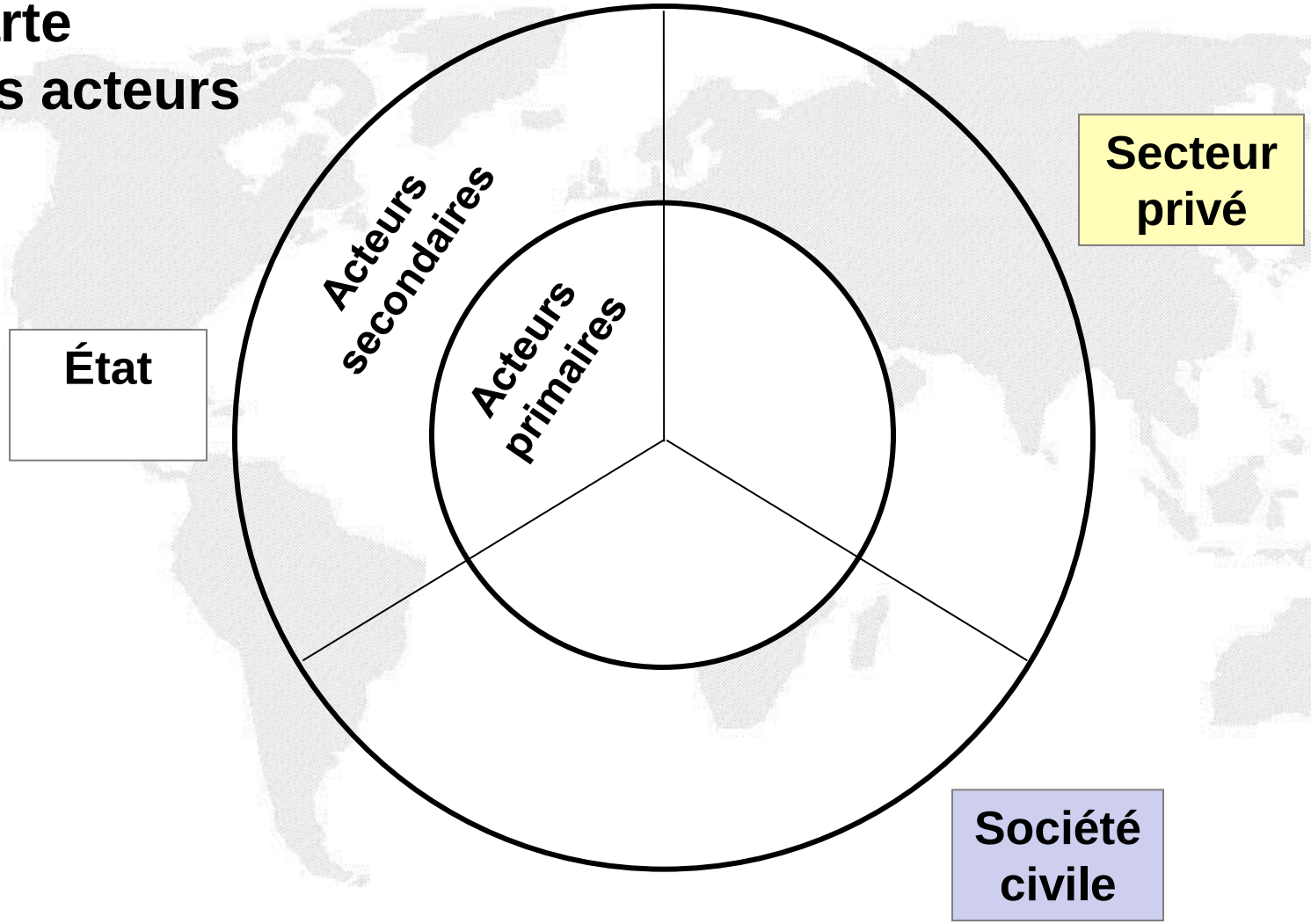
- Intégration des parties prenantes
- Assurer l'engagement et la conformité des différentes parties prenantes
- Sensibiliser les parties prenantes de leur droits, rôles et responsa-bilités

Qu’est ce que la communication permet?

- Connaître ses interlocuteurs.
- Définir ses objectifs.
- Adaptez sa communication aux besoins des autres.
- Impliquer les acteurs à différent niveau
- Entrainer un changement de comportement

Connaître ses interlocuteurs

Carte des acteurs



Pays: Tchad

Thème: (1) Ratification et (2) Stratégie de Mise en Œuvre

(1)

Etat

Ministère Commerce

Ministère de l'Agriculture

Ministère de l'Environnement

Ministère de l'industrie (CPI)

Ministère des Affaires Etrangères

Chef de l'Etat

Gouvernement

Parlement

Institutions de Recherche

Secteur Privé

Tradi-praticiens

Sociétés agricoles

Sociétés touristiques

firmes pharmaceutiques

Société Civile

Collectivités Locales

Populations Locales

ONG nationales

Tchad (2)

Partenaires au développement

Etat

Ministère du Commerce

Ministère de l'environnement

Ministère de l'Agriculture

Institutions de Recherche

Ministère des finances

COMIFAC

Ministère du Plan

Secteur Privé

firmes pharmaceutiques

Sociétés Agricoles

Sociétés touristiques

Tradi-praticiens

Société civile

Réseau d'ONG environnementales

Communautés Locales et autochtones

Association de Consommateurs

Les Medias

Analyser ses parties prenantes

Analysez les choses "telles quelles sont" – et ne pas "telles quelles devraient être" selon l'intérêt, les relations, l'organisation et la perception **!**

L'analyse à 4 volets

INTERETS

* Motivations essentielles
* Besoins, souhaits
* Inquiétudes
* ...

RELATIONS

* Nature des rel. ext.
* Quantité de relations
* Histoire des relations avec les autres pp.
* ...

ORGANISATION

* Mandat(s)
* Décideurs
* Structures
* Nature des processus internes
* ...

PERCEPTION

* Auto-perception
* Perception par les autres

Analyse à 4 volets

Acteur(s)

Point focal

Intérêts

- Accès équitable aux ressources
- Gain pour le pays
- Renforcement de capacités intellectuelles et culturelles
- Visibilité personnelle
- Défense des intérêts nationaux

Stabilité organisationnelle et financière

Relations

- Accès difficile aux décideurs
- relations conflictuelles avec les groupes cibles
- Collaboration étroite entre les points focaux
- Influence faible sur les autres ministères concernés
- Dépendance financière des PTFs

Organisation

- Responsable du suivi de la MEO de la convention au niveau national
- Lien entre le Sec. de la convention et le pays.
- Communication insuffisante au niveau national
- Instabilité du poste du Point focal

Perception

- fierté en raison des résultats atteints aux niveaux S/R et international
- Valorisation faible de sa contribution au niveau national
- Language compliqué

Définissez bien vos objectifs.

- Pour la partie prenante que vous avez analysé : Quels sont vos objectifs dans la communication avec ces acteurs ? Qu'est-ce que vous voulez atteindre avec eux ?

.

Adaptez votre communication aux besoins des parties prenantes .

- Pour la partie prenante que vous avez analysé, prenant en compte vos objectifs de la communication formulez
  - Les messages à transporter à / échanger avec eux.
  - Les moyens / formes de communication pour transporter / échanger ces messages.

Acteur / Partie prenante : …

Buts de la communication	Messages	Moyens / Formes de communication
1. xyz		
2. xyz		
3. xyz		

Modèle de la communication stratégique

MERCI DE VOTRE
ATTENTION