



FORUM NATIONAL DE LA CEFDHAC

REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU
CONGO

AVRIL 2014

PLAN DE COMMUNICATION MULTI-
ACTEURS DU FORUM NATIONAL
CEFDHAC SUR LE PROCESSUS REDD+



SIGLES ET ACRONYMES

CL	Communauté Locale
CN-REDD	Coordination Nationale – REDD
DDD	Direction de Développement Durable
GTCR	Groupe de Travail Climat REDD
GTF	Groupe de Travail Forêts
IEC	Information, Education et Communication
MECNT	Ministère de l'Environnement, Conservation de la Nature et Tourisme
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PA	Peuple Autochtone
PIF	Programme d'investissement pour les forêts
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
RDC	République Démocratique du Congo
REDD	Réduction des Émissions (des gaz à effets de serre) liés à la Déforestation et à la Dégradation des forêts
RPP	Plan de Préparation à la REDD
UICN	Union Internationale pour la Conservation de la Nature
UN-REDD	Programme des Nations Unies pour la Réduction des Emissions (des gaz à effets de serre) liés à la Déforestation et à la Dégradation des forêts

1 .CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Lors de la table ronde sur l'engagement des parties prenantes au processus REDD+ et plan de communication multi-acteurs organisé par le Forum National CEFDHAC avec l'appui de l'UICN, deux produits étaient attendus, à savoir : une stratégie d'engagement et un plan de communication multi-acteurs de la CEFDHAC.

Fort de l'existence en RDC d'un plan de communication globale sur la REDD articulant cibles, messages, comportements et facteurs favorisant la déforestation et la dégradation des forêts, la table ronde, mieux les participants à cette dernière ont fait un diagnostic sur le processus de communication sur la REDD + et le fonctionnement de la composante structurelle relative à l'information, Éducation et Communication (IEC) au sein de la CN-REDD.

Le constat fait est que la montée en puissance de cette composante n'a pas encore atteint sa vitesse de croisière alors que celle-ci devrait être le fer de lance d'un processus à la fois connu et méconnu de par sa complexité et sa nouveauté.

En outre, le plan existant souffre de manque d'application et de mobilisation d'acteurs pour des raisons à la fois structurelles, techniques, logistiques et méthodologiques.

Ce plan de communication multi-acteurs sur la REDD + de la CEFDHAC prend en considération quelques aspects importants de communication qui s'arrime avec l'identité et les missions de la CEFDHAC pour plus de réveil et d'engagement en complémentarité avec le travail des autres acteurs pluriels.

Il se justifie par les attentes et besoins en information et communication des communautés locales et leaders sociaux sur le processus REDD dans notre pays et facilitera les campagnes d'information et de sensibilisation multi-acteurs dans ce domaine.

Il met l'accent sur la production et la diffusion des outils référentiels en rappelant à d'autres acteurs ayant le potentiel d'agir dans un agenda commun de différents niveaux d'intervention.

Ce plan de communication vise à lever le caractère du ventre mou du processus REDD sur le plan communicationnel, en mettant un accent particulier sur les thématiques suivantes dans tous les supports qui seront produits, réunions et échanges :

- la connaissance du concept REDD lui-même (son contenu, ses origines, ses promoteurs, ses composantes identitaires...);
- la connaissance des avantages que peuvent procurer le processus REDD dans le pays en faveur des CL et peuples autochtones;
- l'appréciation du prix à payer et des efforts à consentir à chaque échelon;
- la promotion des comportements individuels et collectifs visant à réduire la déforestation et la dégradation;
- les liens avec le changement climatique et les conséquences de ce dernier dans le vécu quotidien des CL et pour l'humanité;
- les approches de lutte contre les changements climatiques

2. VISION DE LA COMMUNICATION DU FORUM NATIONAL SUR LE PROCESSUS REDD+

Le Forum National de la CEFDHAC veut une communication en deux piliers qui interagissent :

- l'Appropriation du processus par les parties prenantes en s'appropriant du concept REDD+ et de ses composantes
- la communication de proximité, simplifiée qui vise le changement de comportement des cibles et plus d'engagement au processus REDD+ avec des outils qui fonctionnent et qui sont utilisés.

3. OBJECTIFS

3.1. Objectif de développement

Promouvoir à travers la mise en œuvre effective des activités de communication, l'engagement et l'appropriation des toutes les parties prenantes au processus REDD en RDC

3.2. Objectif général de communication

D'ici 2017, au moins 80% des parties prenantes au processus REDD sont informés et communiquent efficacement pour la compréhension et l'appropriation du processus REDD en RDC

3.3. Objectifs spécifiques de communication :

- d'ici 2017, rendre fluide et opératoire la communication et la circulation de l'information sur les enjeux et le concept REDD+ ;
- engager les parties prenantes à s'approprier le processus REDD+ par l'information ; l'éducation et la communication ;
- servir de cadre de production des supports référentiels de communication multi-acteurs réalisation des actions synergiques au sein du FN CEFDHAC.

4. AXES STRATEGIQUES DU PLAN DE COMMUNICATION MULTI ACTEURS DE LA CEFDHAC-RDC

Les principaux axes stratégiques de ce plan de communication sont :

- amélioration de la connaissance sur le concept REDD+ ;
- mobilisation et sensibilisation des acteurs ;
- production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation référentiels ;
- plaidoyer multi-acteurs d'un processus REDD réussie.

4.1 Amélioration des connaissances

Cette stratégie est basée sur la mise à disposition des fiches techniques et des formations courtes durée à but informatif. Les ateliers de mise à niveau et la promotion du concept et des enjeux de la REDD+

4.2. Mobilisation et sensibilisation des acteurs

Elle est basée sur des actions de conscientisation, de sensibilisation et d'information des diverses catégories d'acteurs, la diffusion et la transmission de messages éducatifs visant à changer les comportements, à s'approprier et à participer aux actions de promotion de la REDD+, en particulier celles qui limitent les moteurs de la déforestation.

4.3. Production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation référentiels

Elle consiste à servir de central de production des supports et outils de communication de référence susceptible à être utilisés par les animateurs de terrain. Ce sont des supports tels que la boîte à image, les divers gadgets des messages, les dépliants, les émissions audio et vidéos modèles exploitables dans les radios clubs et les vidéo forums, les documentaires, les affiches et messages conseils, les panneaux routiers dans les sites critiques, les calicots et autres supports de sensibilisation.

4.4 .Plaidoyer multi-acteurs sur la REDD +

Le plaidoyer consistera à construire des messages clés sous divers formats, écrits, audio, visuels à partir des débats techniques et politiques multi-acteurs, table ronde, échanges et concertations, consultations et ateliers.

Il va viser le développement des actions de communication qui visent les leaders d'opinion, les décideurs et des partenaires au développement afin d'obtenir leur engagement et leur appui aux différentes actions de mise en œuvre du processus REDD+.

L'objectif étant d'influencer véritablement le processus pour des décisions saluaires en matière de SESA, Fonds REDD+, FIP, tenure foncière, PSE, partage de bénéfices et REDD+.

5 .ACTIONS A METTRE EN ŒUVRE

La logique d'intervention prévoit quatre axes avec des actions correspondantes.

5.1. Axe amélioration des connaissances sur le processus REDD+

- formation des formateurs et animateurs sur le processus REDD+
- diffusion des fiches techniques scientifiques attestées
- campagnes d'information multi-acteurs sur les enjeux et le concept REDD+

5.2. Axe mobilisation et sensibilisation des acteurs

- organisation des tables rondes
- débats techniques et politiques sur la REDD+
- médiatisation des problématiques REDD+
- organiser les débats communautaires sur le paiement des services environnementaux et les avantages de la REDD
- sensibilisation multi-acteurs sur les composantes de la REDD+

5.3. Axe Production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation référentiels

- traduire les messages attestés de la REDD+ en langues nationales
- élaborer et produire les supports de communications adaptés sur la REDD+
- élaborer le plan de déploiement de la campagne
- élaboration et diffusion des outils ou supports de communication/information/sensibilisation adaptés sur la REDD+ ;
- élaboration et diffusion des outils de plaidoyer (déclarations, documents de position) ;
- production des notes d'informations à diffuser largement (sites web PFBC et autres partenaires) ;
- production des documentaires ou microprogrammes radio/télé sur la REDD+ ;
- capitalisation des expériences et leçons apprises du FN/réseaux sur le processus REDD+.
- production des fiches techniques
- diffusion et distribution des outils existant à l'arrière pays

5 .4.Axe plaidoyer et lobbying

- participation aux événements nationaux, régionaux et internationaux sur la REDD+ et COP
- réunion de haut niveau et des décideurs de la REDD+
- préparation et soumission des messages clés de plaidoyer par plusieurs canaux
- mise à niveau des Parlementaires sur le changement climatique et la REDD+

6 .CIBLES

- Secteur (FEC, FIB, Exploitants artisanaux)
- Secteur publique :
 - Gouvernement : Parlement, Ministères clés concernés,
- Acteurs non étatiques (Organisations de la Société Civile et les Médias)
 - Les ONGs
 - Les OACs
 - Les Médias
- Les partenaires au développement
- Communautés locales et Peuples autochtones via organisations membres du GTCR
- Décideurs provinciaux et autorités décentralisées

7. Principaux canaux et outils

Chaque axe stratégique de communication de ce plan de communication étant spécifique, les supports et outils de communication sont fonction des cibles, du contexte et du matériel didactique disponible, produits par d'autres acteurs ou par le Forum National CEFDHAC.

Tous les supports et outils cités dans les différents axes seront mis à profit. Le plus important est qu'il soit adapté au public ciblé à toucher, au contexte social, culturel, environnemental et aux paramètres linguistiques.

8 .Plan d'action.

Axe stratégique	Actions	Indicateurs de résultats	Echéance	Responsable
Axe Amélioration des connaissances sur le processus REDD	-Formation des formateurs et animateurs sur le processus REDD+ -Diffusion des fiches techniques scientifiques attestées -Campagnes d'information multi-acteurs sur les enjeux et le concept	-Un noyau des formateurs déployé -Fiches techniques REDD+ Diffusées aux membres du GTCR -Deux campagnes nationales organisées par an	Mai 2014 2014 -2015	Forum National CEFDHAC
Axe Mobilisation et sensibilisation des acteurs	-Organisation des tables rondes et débats techniques et politiques sur la REDD+ -Médiatisation des problématiques REDD+ -Organiser les débats communautaires sur le paiement des services environnementaux et les avantages de la REDD -Sensibilisation multi-acteurs sur les composantes de la REDD	-Déclarations et positions multi-acteurs produites -Émissions diffusées concept REDD+ -La société civile maîtrise le concept de PSE -La société civile discerne les avantages de la REDD+ et explique clairement au CL/PA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2014 ▪ 2015 ▪ 2014 ▪ 2015 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2014 ▪ 2015 	Forum National CEFDHAC -RDC
Axe Production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation référentiels	-Traduire les messages attestés de la REDD+ en langues nationales -Élaborer et produire les supports de communications adaptés sur la REDD+ -Élaborer le plan de déploiement de la campagne -Élaboration et diffusion des	-Les synthèses des messages clés REDD+ sont produites en langues nationales -Les documentaires pertinents sont reproduits et diffusés -Les gadgets REDD+ sont produits et distribués -Les matériels didactiques sont testés	2014 2015	Forum National RDC Centre Linguistique FN CEFDAHC Agence Médias

	<p>outils ou supports de communication/information/sensibilisation adaptés sur la REDD+ ;</p> <p>-Élaboration et diffusion des outils de plaidoyer (déclarations, documents de position) ;</p> <p>-production des documentaires ou microprogrammes radio/télé sur la REDD+ ;</p> <p>-capitalisation des acquis du processus REDD+.</p> <p>-production des fiches techniques</p> <p>-diffusion et distribution des outils existant pour les décideurs provinciaux à l'arrière pays</p>	<p>-L'arrière pays est approvisionné en information REDD+</p> <p>-Reproduction et diffusion des textes et matériel didactique éprouvé</p> <p>Un documentaire en langue nationale est produit</p> <p>Actes de la table ronde CEFDHAC imprimé et diffusé</p> <p>-Fiches techniques diffusées</p> <p>-Décideurs provinciaux sont approvisionnés en supports info REDD+</p>	<p>2014</p> <p>2015</p> <p>2014 /2015 2015</p> <p>2014/2015</p> <p>2015 2014 2014/2015 2015</p>	<p>FN CEFDHAC GTCR</p>
<p>4. <u>Axe plaidoyer et lobbying</u></p>	<p>-participation aux événements nationaux, régionaux et internationaux sur la REDD+ et COP</p> <p>-réunion de haut niveau et des décideurs de la REDD+</p> <p>-préparation et soumission des messages clés de plaidoyer par plusieurs canaux</p> <p>-mise à niveau des Parlementaires sur le changement climatique et la REDD+</p>	<p>-le Forum National participe et restitue COP20</p> <p>-une réunion de Haut niveau des décideurs REDD+ tenue et formule des recommandations à la CN REDD et parties prenantes</p> <p>Une session de mise à niveau des parlementaires tenu chaque année</p>	<p>Novembre 2014</p> <p>Août 2014</p> <p>Juillet 2014</p>	<p>Forum National CEFDHAC</p> <p>Forum National CEFDHAC CN –REDD</p> <p>Forum National CEFDHAC REPAR-RDC</p>

9 .BUDGET INDICATIF

N°	DESIGNATION	COUT EN \$ US
1	Amélioration des connaissances sur les enjeux, le concept et le processus REDD+	65 .000
2	Mobilisation et sensibilisation des acteurs	80 .000
3	Production et diffusion des supports et outils de communication et de sensibilisation référentiels	70 .000
4	Plaidoyer et lobbying	50 .000
5	Coordination, gestion du programme et staff time	35 .000
	TOTAL GENERAL	300.000