

REPUBLIQUE DU NIGER
Fraternité – Travail - Progrès

**MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA LUTTE CONTRE LA
DESERTIFICATION**

DIRECTION GENERALE DES EAUX ET FORETS
.....

**STRATEGIE DE COMMUNICATION DE LA
DIRECTION GENERALE DES EAUX ET FORETS**

DOCUMENT PROVISoire

AVRIL 2021

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Niger pays sahélien (rivage du désert) est au 2/3 de sa superficie désertique, qui est de 1267 000 km².

L'essentiel de la population est confiné dans la bande sud du pays (zone Sahélo soudanienne) et qui représente le 1/3 de la superficie du pays.

Cette population qui est estimée en 2020 à environ 22 millions d'habitants est majoritairement analphabète et tire l'essentiel de sa substance à travers les activités agro-sylvo-pastorales et halieutiques.

Ainsi au vu du croît annuel qui est de 3,5%, l'un des plus forts taux au monde, il va sans dire que les maigres et fragiles écosystèmes forestiers, et la biodiversité, subissent au quotidien une pression sans cesse croissante.

En outre à cette pression d'ordre anthropique et aux aléas d'un climat capricieux sont venus se greffer les effets de changement et de variabilités climatiques sur les ressources naturelles du secteur. Ainsi il s'en suit une dégradation sans cesse croissante du manteau forestier ouvrant la voie à l'installation des érosions éolienne et hydrique. Le sol perd progressivement ses capacités productives agricole, pastorale et sylvicole ; le déficit agricole chronique s'installe et l'Homme en milieu rural se trouve obliger pour sa survie, de s'adonner aux activités dégradantes de l'environnement que sont entre autres : la coupe anarchique du bois vert, la carbonisation du bois vert, l'orpaillage, la surpêche, le braconnage,...

Comme on peut le constater, l'Homme se trouve au centre de cette dégradation. Ces pratiques sont classées comme infractions aux dispositions des textes législatifs et réglementaires régissant l'exploitation et la gestion durable des ressources naturelles du secteur. Vu le degré de paupérisation de ces populations et leur niveau d'analphabétisme, la répression seule ne suffit pas, pour arrêter le massacre et inverser les tendances, afin de satisfaire les besoins des générations présentes et préserver ceux des générations futures.

Il faut donc communiquer pour sensibiliser, informer et mobiliser les acteurs vers une action concertée pour la préservation et des investissements durables en faveur de l'environnement.

Actuellement la DGEF de par sa mission et de ses attributions (la mise en œuvre des politiques, stratégies et plans d'actions en matière de forêts, de faune, de la pêche, de l'aquaculture, de l'apiculture et de la préservation de l'environnement), et de son organisation avec quatre (4) Directions Techniques qui sont: la Direction de Gestion Durable des Terres, la Direction de la Faune, Chasse et des Parc et Réserves, la Direction de la Pêche et de l'Aquaculture et la Direction de la Protection de la Nature et de l'Équipement, a plus que besoin de communiquer :

- à l'interne, afin de fédérer les points de vue pour une unité d'action et la synergie entre les Directions Techniques pour le travail et le vivre ensemble;
- à l'externe aussi pour davantage, sensibiliser et informer les populations et convaincre les Partenaires Techniques, à contribuer d'une manière ou d'une autre à la protection , la conservation et la gestion durable des ressources naturelles du secteur et de la diversité biologique.

En outre plus que par le passé, la DGEF a besoin de faire sa lisibilité et sa visibilité, et partant de ses outputs pour non seulement se faire connaître mais aussi vendre ses compétences et gagner la confiance des Hautes Autorités du pays et des Partenaires Techniques et Financiers.

C'est pour toutes ces raisons, que la stratégie de la communication est élaborée par la Direction Générale des Eaux et Forêts pour sensibiliser et informer les acteurs à différents niveaux en vue d'une prise de conscience et l'obtention de l'adhésion aux initiatives de sauvegarde de l'environnement.

II. Rappel de mission et des attributions du Directeur Général de Eaux et Forêts.

Le Directeur Général des Eaux et Forêts, Chef de Corps (DGEF/CC) est chargé, en relation avec les autres responsables concernés, de la mise en œuvre des politiques, stratégies et plans d'actions en matière de forêts, de faune, de la pêche, de l'aquaculture, de l'apiculture et de la préservation de l'environnement.

Plus spécifiquement il a, entre autres, pour attributions en relation avec les autres institutions concernées de:

- participer à l'élaboration et mettre en œuvre les politiques et stratégies nationales en matière de forêt, faune, pêche, aquaculture, apiculture, zones humides et de préservation de l'environnement ;
- veiller à la prise en compte, dans les autres politiques et stratégies sectorielles nationales, les politiques et stratégies en matière de forêt, faune, pêche, aquaculture, apiculture, zones humides et de préservation de l'environnement ;
- coordonner l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie en matière de Communication pour un Changement de Comportement (CCC) en matière de préservation de l'environnement ;
- veiller à l'application des textes législatifs et réglementaires relevant de son domaine de compétence ;
- coordonner l'élaboration et la mise en œuvre du Plan Forestier National et la réalisation de l'Inventaire Forestier National ;
- promouvoir le développement des ressources sylvicoles, fauniques, halieutiques et apicoles ;
- traduire en programmes d'activités, les conventions et accords internationaux dans les domaines de la diversité biologique, de la lutte contre la désertification et tout autre accord ou convention relevant de son domaine de compétence.

III. Les Cibles, les canaux et les moyens de la Stratégie de Communication

La Stratégie de Communication de la Direction Générale des Eaux et Forêts se veut souple, et s'adresse à tous les groupes cibles utilisateurs directs ou indirects des ressources du secteur, à savoir :

- ✓ les acteurs ruraux et urbains ;
- ✓ les organisations socioprofessionnelles ;
- ✓ les sociétés civiles ;
- ✓ les autorités administratives et coutumières à divers niveaux ;
- ✓ les techniciens du Développement Rural ;
- ✓ les bailleurs de fonds ;
- ✓ le gouvernement.

Aussi tous les canaux disponibles seront utilisés à savoir :

- les courriers ;
- les NTIC ;
- la médias ;
- les Télévisions ;
- tout autre canal approprié.

Les moyens appropriés seront utilisés, notamment :

- les correspondances ;
- les spots ;
- les films documentaires ;
- les réunions, les séminaires et les ateliers ;
- les journées portes ouvertes ;
- les tournées de sensibilisation-information ;
- les débats ;
- les assemblées villageoises ;
- les émissions radio-télévisées ;
- les visites.

IV. Objectifs de la Communication de la DGEF.

4.1 Objectif global

L'objectif global de la Communication de la Direction Générale des Eaux et Forêts vise à renverser les tendances à la dégradation des ressources naturelles à travers une prise de conscience pour les actions de préservation et de restauration, un changement de pratique d'une part et d'autre part à obtenir des financements structurants du secteur, pour satisfaire les besoins des générations présentes et sans compromettre ceux des générations futures.

4.2 Objectifs spécifiques

OS1 : Informer et sensibiliser les populations rurales et urbaines pour un changement de comportement en faveur de l'environnement global ;

OS2 : Informer les cadres du secteur sur la discipline et sur les bonnes pratiques en matière de conservation de l'environnement conformément aux textes législatifs et réglementaires du secteur ;

OS3 : informer et sensibiliser les autorités pour plus d'attention en faveur de l'environnement et les opportunités offertes par les textes législatifs et réglementaires du secteur ;

OS4 : Faire connaître la Direction Générale des Eaux et Forêts à travers la structure et les réalisations ;

OS5 : Amener les Partenaires Techniques et Financiers à s'intéresser et à investir, davantage dans le secteur ;

OS6 : Tenir des réunions de coordination, d'orientation et d'échange sur le suivi de l'impact de la communication au sein de la DGEF.

V. Axes stratégiques

Aussi la Communication à la DGEF sera développée à travers quatre (4) axes que sont :

- Axe 1 : Communication pour un changement de comportement et une action concertée ;
- Axe 2 : Communication pour la Visibilité et la lisibilité de la structure et des out put ;
- Axe 3 : Communication pour le Plaidoyer, le lobbying et l'offensive en direction de l'Etat et des Partenaires Techniques et Financiers ;
- Axe 4 : Communication pour la coordination, l'orientation, le partage et le suivi.

VI. Mise en œuvre

Un point focal sera nommé au niveau de la DGEF par le Ministre en charge de l'Environnement et de la Lutte Contre la Désertification. Ce dernier sera le correspondant de la Direction des Archives, de la Documentation et des Relations Publiques du ME/LCD. Il est chargé de la mise en œuvre de cette stratégie et son plan une fois rédigée et adoptée. Ce point focal sera appuyé par les responsables à différents niveaux, voire le Directeur Général des Eaux et Forêts, les Directeurs Techniques, les divisionnaires, chacun selon ses compétences et ses capacités et selon les langues souhaitées.

Le financement des campagnes de communication se fera sur la base du plan de communication de la présente stratégie. Il est à rechercher soit sur fonds propre de l'Etat et ou faire plaidoyer auprès des partenaires Techniques et Financiers disponibles.

Les canaux et les moyens ci-dessus énumérés seront mis à profit.

Le suivi et l'évaluation seront l'œuvre de la **Direction des Archives, de l'Information, de la Documentation et des Relations Publiques en collaboration avec** la Direction Générale des Eaux et Forêts **et ses démembrements**.

VII. Résultats attendus

Les résultats attendus sont :

- les cadres communiquent avec les populations rurales et urbaines ;
- les populations contribuent à la préservation de l'Environnement ;
- un changement de comportement au niveau des cadres et des populations s'observe ;
- les ressources naturelles sont gérées durablement ;
- les autorités ont pris des mesures de conservation et de gestion durable des ressources naturelles ;
- les bailleurs de fonds s'intéressent et investissent davantage dans le secteur ;
- le secteur connaît un regain d'intérêt à travers des financements structurants ;
- les conditions de vie et de travail des agents de eaux et forêts sont améliorées ;
- les cadres de collaboration avec les autres institutions sont créés et appliqués ;
- l'espoir est permis.

VIII. Planification de communication de la DGEF

Axe1 : Communication pour un changement de comportement et une action concertée;

Cibles : populations rurales, urbaines, ONG, cadres et autorités.

Action : Information et sensibilisation sur :

- l'état de l'environnement ;
- les défis environnementaux de l'heure ;
- les textes législatifs et réglementaires du secteur et les opportunités ;
- les conséquences des mauvaises pratiques ;
- les solutions alternatives.

Canaux : il s'agit de :

- courrier ;
- **Les médias publics et privés** (radios, télévisions, **journaux, courriel, les réseaux sociaux etc..**) ;
- **Communication interpersonnelle** ;
- NTIC

Moyens : il s'agit de :

- correspondance ;
- débats/exposés ;
- opinions pluriels ;
- spots ;
- film documentaire ;
- affiches ;
- dépliants ;
- réunions, assemblées villageoises, séminaires et ateliers.

Délais et coût : à déterminer.

Indicateurs de progression : préparatif, thèmes, contacts,...

Indicateurs des résultats : nombre et type de messages véhiculés ; comportements positifs observés.

Axe 2 : Visibilité et lisibilité de la structure et des out put

Cibles : autorités, populations rurales, urbaines, décideurs, partenaires et certaines ONG.

Action : Information et publication sur :

- les attributions et mission de la structure ;
- les réalisations dans les divers domaines de compétence.

Canaux : il s'agit de :

- journal "le Forestier" et d'autres similaires ;
- radios et télévisions ;
- les réunions, les ateliers, les séminaires ;
- les journées portes ouvertes ;
- les NTIC.

Moyens : il s'agit de :

- correspondance ;
- débats/exposés ;
- opinions pluriels ;
- spots ;
- documentaire ;
- affiches ;
- dépliants ;
- missions de terrain.

Délais et coût : à déterminer.

Indicateurs de progression : conception et réalisation des outils ;

Indicateurs des résultats : nombre et type d'outils conçus et véhiculés ; les informations et le nombre de visiteurs.

Axe 3 : Plaidoyers et lobbying en direction des partenaires et de l'Etat.

Cibles : Etat et Partenaires Techniques et Financiers.

Action : Information sur :

- les attributions et mission de la structure ;
- les réalisations dans les divers domaines de compétence ;
- les dossiers et idées de projets ;
- les points forts et les points faibles ;
- les besoins.

Canaux : il s'agit de :

- le courrier ;
- les NTIC.

Moyens : il s'agit de :

- correspondances ;
- visites ;
- les réunions, les ateliers, les séminaires ;
- les rencontres.

Délais et coût : à déterminer.

Indicateurs de progression : listing des partenaires, correspondance, les premiers pas ;

Indicateurs des résultats : retour des correspondances, promesses obtenues et réalisations concrètes obtenues.

Axe 4 : Coordination et suivi du plan et des réalisations.

Cibles : **Point Focal Communication et** cadres de la DGEF.

Action : les échanges sur:

- les points d'ordre du jour ;
- les insuffisances, les progrès, les améliorations.

Canaux : il s'agit de :

- NTIC.

Moyens : il s'agit de :

- correspondance ;
- débats/exposés ;
- échanges ;
- coordination ;
- synthèse ;
- missions de terrain.

Délais et coût : à déterminer.

Indicateurs de progression : le respect du rythme de la tenue des réunions, niveaux de débats, leçons tirées.

Indicateurs des résultats : nombre de réunions tenues, points débattus, résultats obtenus.

Conclusion

La stratégie de communication de la Direction Générale des Eaux et Forêts, assorti d'une planification sera mise en œuvre en fonction de l'axe et du sous-secteur considéré.

En ce temps la planification sera plus détaillée pour aboutir à un budget, dont le financement, s'il n'est pas disponible, sera recherché, auprès des potentiels bailleurs.

Comme on peut le constater la planification est adaptable à toutes les catégories, même dans le cadre de l'éducation environnementale, des couches socioprofessionnelles diverses.

Enfin, en fonction de la programmation annuelle, la structure peut chaque année, budgétiser son plan de communication et le mettre en œuvre.