

La participation dans la gestion forestière

Un guide de foresterie communautaire pour les îles de la Caraïbe



Réalisé en partenariat avec

Remerciements

Ce guide a été compilé par l'Institut Caraïbe des Ressources Naturelles (CANARI) dans le cadre de l'Initiative régionale de partage des connaissances pour une meilleure gouvernance et l'influence politique en faveur de la foresterie communautaire et de la durabilité des modes de vie basés sur les forêts. Cette initiative fait partie d'un projet financé par la FAO (l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture) dans son Programme d'appui relatif à l'application des réglementations forestières, à la gouvernance et aux échanges commerciaux pour les pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (Programme d'appui ACP-FLEGT).

Ce guide a été préparé et rédigé par Neila Bobb-Prescott et Hema Kumar, avec l'appui éditorial de Céleste Chariandy. Il est destiné à être utilisé par les communautés rurales qui s'intéressent, ou qui participent activement à la foresterie communautaire dans les îles de la Caraïbe.

Le contenu de ce guide s'appuie sur deux outils publiés antérieurement par CANARI ; à savoir, *Facilitating participatory natural resource management: A toolkit for Caribbean managers* et *Communicating for Conservation: A communication toolkit for Caribbean civil society organisations working in biodiversity conservation*, tous deux disponibles en ligne, en anglais, sur le site Internet de CANARI.

CARIBBEAN NATURAL RESOURCES INSTITUTE

LES GUIDES PRATIQUES

La participation dans la gestion forestière

Un guide de foresterie communautaire pour les îles
de la Caraïbe

Neila Bobb-Prescott et Hema Kumar



Publié par
Caribbean Natural Resources Institute

Réalisé en partenariat avec
United Nations Food and Agriculture Organization

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite sans autorisation préalable du détenteur des droits d'auteur et sans que la source ne soit clairement citée.

Pour citer: *La participation dans la gestion forestière : Un guide de foresterie communautaire pour les îles de la Caraïbe. Laventille : CANARI.*

La version électronique de ce document peut être téléchargée en ligne du site Internet de CANARI.
http://www.canari.org/forests_regknow.asp

ISBN 1-890792-32-2

TABLE DES MATIÈRES

Sigles et abbréviations	iv
Introduction	1
Logique	1
But	2
Comment utiliser ce guide pratique	2
Renforcer la capacité de votre groupe	3
Que signifie le renforcement des capacités ?	3
Étapes à suivre pour renforcer la capacité au sein de votre groupe	4
Recommandations spécifiques	7
Etre soutenu par la communauté	9
Pourquoi est-il important d'être soutenu par la communauté ?	9
Les étapes à suivre pour le renforcement du soutien de la part de la communauté	9
Recommandations spécifiques	13
Développer des partenariats afin d'améliorer les modes de vie	13
Qu'est-ce qu'un partenariat ?	13
Pourquoi les partenariats sont-ils avantageux ?	14
Étapes à suivre dans la création de partenariats	14
Étude de cas : La foresterie communautaire : un partenariat ayant des avantages mutuels	15
Étude de cas : Partenariat pour la croissance et le succès	20
Communiquer pour influencer sur les politiques	21
Pouvez-vous avoir une influence sur les politiques?	21
Étapes à suivre pour élaborer un programme de sensibilisation	22
Outils généraux	26
Outils mixtes	26
Outils spécifiques de plaidoyer	26
Recommandations spécifiques	27
Étude de cas : Du poisson contre du carburant	27
Références bibliographiques	31

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Exemple d'un arbre à problèmes simple illustrant les problèmes de cause, les problèmes de base, et les problèmes d'effet. Crédit photo : CANARI	23
Figure 2 : Ecran de titre de la vidéo participative produite par les pêcheurs de la communauté de Blanchisseuse	28

LISTE DES TABLEAUX

Table 1 : Elaborer votre plan de renforcement des capacités	6
Table 2 : Exemples de publicités, de produits et de voies possibles	25
Table 3 : Outils de plaidoyer	26

LISTE DES ENCADRÉS

Encadré 1 : La définition du mot problème	22
--	----

SIGLES ET ABRÉVIATIONS

CANARI	<i>Caribbean Natural Resources Institute</i> Institut Caraïbe des Ressources Naturelles
CEPF	<i>Critical Ecosystem Partnership Fund</i> – Fonds de partenariat pour les écosystèmes critiques
FAO	Food and Agriculture Organisation- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
GEF	Global Environmental Facility
GRTDO	<i>Grande Riviere Tourism Development Organization</i> – L'Organisation de développement du tourisme de Grande Riviere
OCB	Organisation communautaire de base
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
VP	Vidéo participative

Avant-propos

Tandis que les forêts fournissent de nombreux bénéfices à des groupes différents, de nombreuses personnes ont des intérêts particuliers au regard de la façon dont ces forêts sont gérées.

Les forêts sont des systèmes naturels, qui, s'ils ne sont pas entretenus, maintiennent toutefois un certain équilibre écologique. La gestion des forêts est l'art de concilier ce que les usagers souhaitent obtenir de la forêt, avec ce que la forêt peut produire durablement. C'est un processus qui requiert la participation de nombreuses parties prenantes. Toutefois, la praxis a montré que toutes les parties prenantes ne disposent pas des mêmes opportunités de participer à ce processus. Qui plus est, le droit de participer à la gestion des forêts devrait être reconnu par les autorités. De nombreux usagers des forêts nécessitent de posséder la capacité de pouvoir participer de manière effective à la gestion des forêts autour de leurs communautés. Ce guide pratique leur est destiné : il leur permettra de guider leurs groupes communautaires afin que ceux-ci puissent communiquer, de manière effective, leurs besoins, et articuler leurs idées au regard de la façon dont les forêts dont ils dépendent doivent être gérées.

Ce guide pratique est le produit d'un partenariat de longue durée entre CANARI et FAO, financé par le fonds pour les programmes forestiers nationaux (*national forest programme Facility*), entre 2006 et 2012, et le programme UE-FAO pour l'Application des réglementations forestières, la gouvernance et les échanges commerciaux (Programme UE FAO FLEGT) (*ACP-Forest Law Enforcement Governance and Trade (FLEGT) Support Programme*) financé par l'Union Européenne entre 2010 et 2012. Les deux projets contribuent à la gestion participative des forêts, en renforçant la capacité pour une participation effective. Cette contribution est destinée à renforcer la capacité des organisations de la société civile ainsi que celle des agences de gestions des forêts pour faciliter les processus participatifs.

Ce guide pratique représente une étape fondamentale dans le cadre de la contribution au processus de gestion participative des forêts et de la foresterie communautaire. La FAO est fière d'être associée à ce processus et souhaiterait remercier les membres du personnel de CANARI ainsi que les parties prenantes, usagers et gestionnaires des forêts dans la Caraïbe, qui, par leurs questions et commentaires, ont contribué à la préparation de ce guide pratique.

La FAO maintient son engagement dans le cadre de la contribution au développement des modes de vies basés sur l'utilisation des ressources forestières, pour la protection des forêts et l'amélioration de la vie des personnes qui en dépendent.

Claus-Martin Eckelmann
Officier régional des forêts pour la Caraïbe
Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
Bureau régional de la Barbade

Introduction

Logique

Dans la Caraïbe, nombre de gouvernements, d'institutions et d'organisations non-gouvernementales (ONG) favorisent et travaillent sur la **foresterie communautaire** en tant que moyen de conserver à la fois nos forêts et les modes de vie de nos communautés rurales. **La foresterie communautaire implique la participation des communautés locales (qui utilisent et qui vivent à proximité des forêts) dans les décisions sur la façon dont les forêts sont gérées et utilisées.**¹

D'autres termes peuvent être employés à la place de foresterie communautaire, à savoir : la gestion participative des forêts ; la gestion communautaire des forêts, la foresterie basée sur les communautés ; et la gestion collaborative (ou la cogestion) des forêts.²

Dans la Caraïbe, les pratiques sont très variées ; en fonction des îles, la participation, les partenariats et les caractéristiques de l'engagement varient.³ Cependant, il est évident que la foresterie communautaire contribue effectivement à l'amélioration de la gestion et à la conservation des forêts et aux modes de vie locaux.

La foresterie communautaire permet également de

¹ La définition de la foresterie communauté a été tirée du Précis de politique de CANARI n° 11 : *Community Forestry in the Caribbean*.

² Extrait du précis de politique de CANARI n° 11

³ Extrait de CANARI 2012a. '*Community Forestry: A regional synthesis*.' Rapport de projet

favoriser la sensibilisation aux enjeux de la gestion forestière; d'identifier des opportunités pour améliorer les modes de vie ; de renforcer les capacités des organisations de la société civile ; de faciliter le consensus sur des sujets controversés ; et enfin de donner la parole aux organisations de la société civile.

Elle nécessite toutefois d'être appuyée par des politiques, des lois, des structures ainsi que des processus favorables. Le soutien et le renforcement des capacités sur le long terme des organisations locales et communautaires est nécessaire afin de permettre leur réelle participation. Les acteurs de la foresterie communautaire, souvent des parties prenantes du gouvernement, ont également besoin de renforcer leur capacité à promouvoir et à maintenir le processus.⁴

But

Ce guide est destiné à l'usage des groupes communautaires qui sont impliqués dans la foresterie communautaire ou qui envisagent de le faire, afin de renforcer leur capacité et afin qu'ils s'impliquent de manière efficace dans la foresterie communautaire. Il peut vous aider à développer des compétences clés pour :

- bâtir des partenariats pour améliorer les modes de vie ;
- renforcer les capacités au sein d'un groupe ;
- communiquer afin d'influencer les politiques ; et
- communiquer afin de renforcer le soutien au sein d'une communauté.

Comment utiliser ce guide

Ce guide est divisé en sections, permettant de guider le lecteur étape par étape et fournissant des explications des

⁴ Extrait du précis de politique de CANARI n° 11

concepts clés. Des recommandations spécifiques ainsi que deux études de cas sont des ressources complémentaires qui permettent de vous soutenir dans votre approche de la foresterie communautaire. CANARI vous encourage à envoyer vos commentaires, suggestions et réactions afin de nous assurer que ce guide réponde aux besoins des utilisateurs des communautés dans la Caraïbe. Veuillez adresser tout commentaire à info@canari.org.

Renforcer la capacité de votre groupe

Que signifie le renforcement des capacités ?

La capacité peut se définir comme « la capacité d'une personne ou d'une organisation à participer efficacement au processus dans lequel il / elle / est engagé/e ». ⁵ La capacité englobe un ensemble d'éléments qui doivent tous être considérés. Il s'agit notamment de : la vision / philosophie du monde, la culture, la structure, la culture et les stratégies d'adaptation, les liens, les compétences, les connaissances et les ressources matérielles et de capacité. Pour renforcer les capacités de votre groupe, qui se trouve engagé dans la foresterie communautaire, il ne s'agit pas simplement d'améliorer les compétences pour ensuite transférer la capacité de gestion des ressources matérielles. Il faut également accorder une attention particulière au renforcement de la vision de l'organisation et au développement d'une culture de réussite. Il faut veiller à ce que votre groupe soit structuré, transparent et responsable ; qu'il soit en mesure de réagir aux changements et qu'il soit capable de se rapprocher et de s'allier à d'autres afin d'être en mesure d'atteindre ses objectifs (adapté de Geoghegan, 2004).

⁵ Concepts repris de *PNRM Toolkit*, (CANARI, 2011).

La capacité est la faculté d'une personne ou d'une organisation à participer efficacement au processus dans lequel il ou elle est engagé(e)

Etapas à suivre pour renforcer la capacité au sein de votre groupe

Etape 1 : Evaluer la capacité actuelle de votre groupe⁶

En tant que groupe communautaire, quel est l'élément de votre capacité que vous voulez commencer par renforcer ? Une première étape consisterait à évaluer ce que vous possédez déjà en terme de capacités. Discutez en groupe de vos compétences, des ressources et des structures ainsi que des réseaux auxquels vous avez accès :

- **Compétences** : Quelles sont les connaissances, les aptitudes et les compétences que vous possédez ?
- **Ressources matérielles** : Quels sont la technologie, le financement et l'équipement auxquels vous avez accès ?
- **Structure** : Au sein de votre groupe, avez-vous une compréhension claire des rôles, des fonctions, des voies de communication ainsi que des mécanismes de responsabilité et de transparence?
- **Liens** : Qui sont les personnes et les organisations d'influence avec lesquelles vous avez des relations dans le but de réaliser vos objectifs ? Avec qui travaillez-vous ?

Ensuite posez quelques questions plus complexes :

- **Les stratégies d'adaptation** : Si la situation autour de vous venait à changer, avez-vous les compétences, les plans et les procédures au sein de votre groupe qui vous permettraient de vous adapter, de réagir et de survivre?
- **Culture** : Votre groupe a-t-il la conviction, la volonté et la motivation pour atteindre vos objectifs et faire une différence ?
- **Vision du monde** : Comment percevez-vous votre place au sein de la société ? Avez-vous le sentiment

⁶ Concept adapté de CANARI (2008a)

d'être privés de vos droits ou bien d'être en position d'agir ? Parmi les autres organisations impliquées dans la gestion des forêts, où vous situez-vous ?

(questions adaptées de : Geoghegan, 2004)

Etape 2 : Etablir une liste de vos besoins en termes de capacité

A partir de l'analyse précédente, vous aurez identifié les besoins organisationnels de votre groupe. Les gestionnaires des forêts et les groupes engagés dans la foresterie communautaire dans la Caraïbe ont identifié les compétences organisationnelles suivantes comme essentielles au maintien de l'organisation :

- La favorisation d'une vision communautaire et de la planification stratégique, de préférence avec l'aide d'un appui indépendant, externe au groupe
- La formation et l'encadrement dans la gestion organisationnelle de base (gestion des ressources humaines et financières, élaboration de dossiers de demande de financement, etc.)
- La formation et l'encadrement dans la gestion des conflits et la communication efficace ; la formation d'une nouvelle direction et la formulation d'un plan de succession
- La formation et l'encadrement dans la micro-entreprise et la gestion financière
- La capacité d'évaluer les risques et de planifier en cas d'imprévu

(adapté de : CANARI 2008b et CANARI 2007a)

Regroupez vos besoins en catégories. Par exemple, si vous avez besoin de construire un centre d'accueil et d'acheter un véhicule, vous pouvez classer ces derniers en tant que **besoins matériels**. Si vous avez besoin d'une formation en gestion des pépinières et en interprétation de la nature, classez ces compétences dans la catégorie **formation**.

“Recherchez les opportunités pour renforcer vos capacités par le biais de la création de partenariats”

Tableau 1 : Elaborer votre plan de renforcement des capacités

Identifier des objectifs de capacité clairs	Identifier les opportunités pour répondre aux besoins de capacité	Identifier des bailleurs et des partenaires potentiels	Développer un calendrier pour la réalisation des objectifs	Déterminer quelles sont les activités qui doivent être priorisées	Evaluer le renforcement effectif des capacités
<p>Se former dans l'interprétation de la nature et dans la création de micro-entreprises</p> <p>Augmenter le nombre de nos membres</p>	<p>Examiner les projets dans la région sur la gestion forestière, l'amélioration de modes de vie et de réduction de la pauvreté</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Services du gouvernement, par ex. Forêts, Développement local • ONG régionales, par ex. CANARI 	<p>Dans les six prochains mois</p>	<p>n° 2 Nous pouvons commencer à renforcer les capacités après avoir augmenté le nombre de nos membres</p>	<p>En mai 2012, dix personnes formées dans l'observation des oiseaux par le Service des forêts.</p>
	<p>Examiner les programmes mis en place par les services du gouvernement</p> <p>Examiner les appels à proposition par des bailleurs pour des projets dans notre région.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bailleurs possibles : <ul style="list-style-type: none"> o Petites subventions du PNUD FEM o Petites subventions du CEPF o Subventions de développement local 	<p>Ce mois-ci</p>		<p>Au premier trimestre de l'année prochaine, cinq personnes seront formées dans la création de petites entreprises.</p>
	<p>Avoir un stand à une fête de village afin de promouvoir nos activités et de susciter l'intérêt pour le travail de notre groupe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La commune • Les organisations religieuses locales • Les groupes communautaires locaux • Les comités de festivals 	<p>Tout au long de l'année</p>	<p>n° 1 Cette activité devrait se dérouler en premier lieu permettant ainsi d'augmenter la participation dans notre organisation, avant de renforcer notre capacité.</p>	<p>Participation à cinq fêtes de villages. Tenue d'un stand avec des activités pour les enfants.</p>
	<p>Participer gratuitement à des émissions matinales des radios locales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des entreprises dans la communauté 	<p>Dès que possible</p>		<p>Le prêtre local a mis à notre disposition l'église pour nos réunions.</p> <p>Le nombre de nos membres a doublé en l'espace de six mois, avec des membres qui sont des élèves et des enseignants.</p>

Étape 3: Développer un plan et une méthode pour évaluer le plan

Maintenant que vous avez regroupé vos besoins en catégories dans l'étape ci-dessus, vous pouvez être stratégique dans votre planification afin de tirer parti des opportunités qui se présentent. Gardez à l'esprit que le renforcement informel des capacités est tout aussi efficace et que le renforcement des capacités ne devrait pas se limiter aux possibilités de formations formelles (CANARI, 2011). Votre groupe doit se poser les questions suivantes et utiliser les cinq premières colonnes du tableau 1 (ci-dessous) comme guide pour l'élaboration de votre plan.

- Avons-nous déterminé des objectifs de capacité clairs?
- Avons-nous identifié les opportunités pour répondre aux besoins de capacité ?
- Qui sont les bailleurs et partenaires potentiels qui peuvent nous aider ?
- Avons-nous développé un calendrier pour la réalisation de nos objectifs ?
- Est-il nécessaire de prioriser nos actions ?

Après la mise en œuvre des activités qui contribuent au renforcement des capacités, assurez-vous d'évaluer vos progrès par rapport à votre liste principale des besoins. Reportez-vous de nouveau à votre plan de renforcement des capacités et notez les éléments de capacité que vous avez développés. Utilisez la dernière colonne du tableau 1 comme guide. De plus, incluez tout besoin nouveau en capacité à votre liste principale et utilisez les partenariats comme opportunités de renforcement de nouvelles capacités. Réviser votre plan de renforcement des capacités en fonction des besoins.

Recommandations spécifiques

- **Développez vos compétences en leadership** - L'une des raisons principales citées par certains acteurs pour expliquer l'échec des groupes et de leurs initia-

tives est leur manque de leadership. Un plan de succession est si important pour garantir la viabilité des groupes et des projets que même en l'absence d'un appui de l'extérieur, les groupes doivent impliquer au fur et à mesure les membres dans la prise de certaines responsabilités, quel que soit leur niveau actuel, renforçant ainsi progressivement leur confiance (CANARI, 2008a).

- **Optez pour les petites subventions** – Ces dernières servent de tremplin pour renforcer votre capacité et vous donner la confiance nécessaire pour mettre en œuvre d'autres projets et des projets de plus grande envergure dans l'avenir. Les petites subventions dont la mise en œuvre est réussie aident à attirer des partenaires potentiels. (CANARI, 2008a) et (CANARI, 2009a)
- **Demandez de l'aide** - Inclure l'utilisation d'un mentor lors de la planification de vos projets, surtout si vous êtes un nouveau groupe, si vous vous lancez dans un nouveau type de projet ou si vous commencez un projet de grande envergure (adapté de CANARI, 2010)
- **Expliquez vos besoins** - Faites remarquer aux partenaires que cela vaut la peine de vous former et de vous soutenir après la clôture du projet afin d'assurer le succès continu (CANARI, 2012a).
- **Soyez attentifs aux problèmes internes** - La désunion communautaire et les dissensions internes au sein du groupe en raison de rivalités politiques, d'inégalités économiques et de divisions ethniques peuvent détruire une organisation. Envisagez d'utiliser des partenaires externes indépendants pour jouer le rôle de médiateur en cas de conflits, afin que les membres concernés puissent se rencontrer, discuter ouvertement de leurs préoccupations et résoudre les problèmes jusqu'à ce que vous développiez ces compétences vous-mêmes au niveau interne. (adapté de CANARI, 2012a).

Rappelez-vous que le **renforcement des capacités prend du temps** - Si votre groupe est en phase de démarrage et votre capacité est faible, préparez-vous à avoir besoin d'un soutien sur le long terme. Le développement et le maintien des relations avec des partenaires reposent sur vous et vous permettent d'obtenir le soutien dont vous avez besoin. Au fur et à mesure que vos capacités augmentent, attendez-vous à ce que vos besoins changent à leur tour. Votre groupe devra alors renforcer ses capacités dans un plus large éventail de compétences. (CANARI, 2009a)

Etre soutenu par de la communauté

Pourquoi est-il important d'être soutenu par la communauté ?

Votre communauté est une partie prenante clé qui partage les mêmes droits, responsabilités et intérêts vis-à-vis des forêts avoisinantes. Les membres de la communauté peuvent avoir une incidence positive ou négative sur ce que vous voulez atteindre. Il est essentiel de les maintenir informés de ce qui se passe, qu'ils connaissent les facteurs qui ont motivé votre travail, qu'ils reconnaissent la légitimité des personnes et des organisations qui travaillent ensemble, et qu'ils soient encouragés à s'impliquer (adapté de Geoghegan et al. 2004).

Les étapes à suivre pour le renforcement du soutien de la part de la communauté

Etape 1 : Comprenez votre public

Pour comprendre votre public [dans ce cas, votre communauté], vous avez besoin de connaître et de comprendre

quels sont ses intérêts et ses perceptions. Vous avez également besoin de savoir si votre public a déjà des intentions ou un plan dans le domaine dans lequel vous travaillez. Découvrez ce que le public sait déjà au sujet de cet enjeu.

Etape 2 : Prenez une décision sur les informations que vous voulez transmettre à la communauté et la réaction que vous espérez de sa part

Elaborez l'objectif de votre communication avec votre communauté : par exemple, vous voudrez peut-être accroître le soutien communautaire pour les actions proposées par votre groupe. Votre objectif sera le changement que vous voulez atteindre. Assurez-vous que votre objectif est SMART (spécifique, mesurable, réalisable, réaliste et limité dans le temps) et qu'il permet de prendre en compte les résultats souhaités et les changements que vous souhaitez voir se réaliser.

Etape 3 : Déterminez ce que vous allez communiquer dans le but d'atteindre votre objectif

Après avoir développé votre objectif, déterminez votre message. Il s'agit de ce que vous voulez communiquer à votre public. Votre message permet de « vendre » votre objectif et il doit être clair, concis et sans ambiguïté. Observez les 5C de la communication dans l'élaboration de votre message qui doit être :

Clair	<ul style="list-style-type: none">• Le langage doit être simple, prenant en compte l'âge, le niveau d'alphabétisation et l'intérêt de votre public.• Envisagez les différentes options pour communiquer votre message, que ce soit visuellement, par écrit ou verbalement.
Concis	<ul style="list-style-type: none">• Si votre message contient trop de mots ou s'il est trop long et sans direction claire, votre public risque de ne plus être intéressé et de ne pas le comprendre.

Crédible et vrai	<ul style="list-style-type: none"> • Validez les informations et obtenez-les uniquement auprès de sources crédibles. • Les idées fausses doivent être traitées prioritairement. • Comprenez bien les enjeux avant de transmettre les informations aux autres.
Compréhensif	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisez un langage clair et éliminez les termes techniques qui peuvent ne pas être compris par tous • Si des termes techniques sont introduits, expliquez-les, utilisant des exemples qui sont familiers à votre public.
Cohérent	<ul style="list-style-type: none"> • La cohérence réduit les risques de mauvaise interprétation

Utilisez une variété de voies, d'activités et de matériels pour communiquer avec votre public. Lors de cette étape, tenez compte de votre niveau de ressources, y compris de votre budget, de votre personnel, de vos opportunités et de vos réseaux. Ce qui suit est une liste générale des voies, des activités et du matériel que vous pouvez considérer lorsque vous interagissez avec les membres de la communauté.

Voies	Activités	Matériels
<ul style="list-style-type: none"> • Les médias, y compris la radio, la télévision et les journaux • L'internet, y compris les réseaux sociaux • La communication lors d'événements organisés par vous-mêmes ou par d'autres • L'utilisation des intermédiaires et des partenaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Réunions, ateliers et présentations • Expositions • Promenades et processions • Opportunités médiatiques <ul style="list-style-type: none"> ◦ interviews par des journalistes, ◦ lettres à l'éditeur, ◦ apparitions sur des émissions télévisées et de radio 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochures • Notes d'information • Tracts et affiches • Expositions et présentations • Documentaires vidéo • Annonces publiques • Chansons, sketches et illustrations • Sites Web

Etape 4 : Evaluer l'efficacité de vos communications

Il est important d'évaluer le succès de vos projets afin que vous puissiez apprendre de l'expérience et appliquer les leçons apprises à vos futures activités de communication. Lors de la planification, vous devez décider comment vous allez mesurer votre succès par rapport au changement souhaité. Ci-dessous des exemples d'indicateurs et de mesures que vous pouvez utiliser :

- **Les indicateurs simples** : basés sur les étapes de votre processus.
- **Les indicateurs d'activité** :
 - o le nombre de personnes visées par une activité
 - o le nombre de sujets abordés
- **Les indicateurs de résultats à court terme** :
 - o le nombre de personnes qui ont entendu parler d'une question particulière
 - o le nombre de participants présents à une activité (par rapport au nombre de personnes invitées)
 - o le nombre d'articles ou de nouveaux articles publiés ou diffusés en un mois ou en une semaine
- **Les indicateurs de résultats de moyen à long terme** :
 - o le nombre de personnes qui ont adopté un changement, par exemple dans leur style de vie, grâce à votre campagne
 - o le nombre de personnes qui sont devenues des « champions » ou des agents de changement grâce à votre campagne
 - o les changements de politique publique : de nouvelles politiques ou des politiques révisées afin de soutenir les idées mises en avant par votre campagne

Recommandations spécifiques

- Les membres de la communauté (et leurs partisans aux niveaux local et national) doivent percevoir les avantages d'un projet, bien que ceux-ci ne sont pas nécessairement d'ordre financier. Ceci est essentiel pour renforcer la durabilité et l'intégration, et afin d'avoir une influence sur le cadre institutionnel formel, (CANARI, 2007b).
- La participation communautaire améliore la réussite de tout projet. Les chances de réussite sont plus grandes si les membres de la communauté comprennent les buts et objectifs du projet, son impact et ses avantages, et s'ils sont en mesure de s'appropriier le projet, (CANARI, 2010).
- L'identification des avantages pour la communauté et comment les impliquer [est important] afin de continuer à susciter leur l'intérêt (CANARI, 2008b).
- Les projets de modes de vie forestiers ont le potentiel de développer l'esprit communautaire, (CANARI, 2009b).

Développer des partenariats afin d'améliorer les modes de vie

Qu'est-ce qu'un partenariat ?

Un partenariat est une relation entre deux ou plusieurs entités. Les partenariats réussis sont souvent basés sur la confiance, sur l'égalité ainsi que sur la compréhension et des obligations mutuelles. Les partenariats peuvent être formels, lorsque les rôles de chacun et les obligations sont énoncés dans un accord écrit, ou encore informels, lorsque les rôles et les obligations sont assumés ou acceptés verbalement (Boase, 1997).

Pourquoi les partenariats sont-ils avantageux ?

Les partenariats permettent à des groupes engagés dans la foresterie communautaire d'obtenir des avantages à la fois concrets et intangibles, difficiles ou simplement trop long à atteindre par eux-mêmes. Grâce à des partenariats, votre groupe a accès à davantage de ressources, y compris du matériel et des financements destinés à la conservation des forêts et aux activités économiques liées aux modes de vie. A travers le partenariat, que ce soit directement ou indirectement, les groupes engagés dans la foresterie communautaire acquièrent des connaissances et renforcent leurs compétences ainsi que leur expérience dans des activités qui peuvent les aider à améliorer et à maintenir leur environnement naturel et protéger leur mode de vie. Les partenaires peuvent aider votre groupe pour la communication de vos activités. Ils peuvent également vous aider à collaborer avec d'autres parties prenantes, à être reconnus pour votre travail, et à améliorer votre réputation en tant que groupe.

Etapes à suivre dans la création de partenariats

Etape 1 : Identifiez vos besoins

En tant que groupe engagé dans la foresterie communautaire, vous devrez en premier lieu discuter des activités proposées avec les membres de votre groupe, des idées que vous voulez poursuivre ou encore des problèmes que vous devez résoudre. Identifiez les capacités que vous possédez déjà au sein de votre groupe pour ensuite dresser une liste détaillée identifiant les compétences et les ressources nécessaires pour que votre proposition soit retenue ou pour résoudre votre problème.

Etude de cas : La foresterie communautaire : un partenariat comportant des avantages mutuels⁷

Grande Rivière est un petit village tranquille qui se trouve le long de la côte nord-est de l'île de Trinidad. C'est une destination d'écotourisme populaire qui offre des attractions basées sur la nature et la possibilité de voir des tortues luth (*Dermochelys coriacea*), qui sont menacées de disparition ainsi que la Pénélope siffleuse (Pipile Pipile), un oiseau endémique, connu localement sous le nom de pawî. De ce fait, le taux d'emploi à Grande Rivière est élevé en comparaison avec les communautés environnantes ; de même, la dépendance de la communauté à l'égard des ressources forestières pour des fins de subsistance est moindre. Il existe plusieurs organisations communautaires de base (OCB) actives qui gèrent des projets de conservation et d'écotourisme et un programme de reboisement financé par le gouvernement.

Un certain nombre de facteurs ont façonné les accords de gestion forestière à Grande Rivière. La législation et les politiques en place assurent la protection des forêts nationales et du parc national. Cependant, du fait de la capacité réduite en surveillance et en patrouille de la forêt à Grande Rivière, le service national des forêts et les agents des Parcs ont eu l'habitude de compter sur la communauté pour obtenir des informations sur les activités forestières illégales. « Les membres de la communauté sont nos yeux », a déclaré un officier, mais la reconnaissance par les autorités de ce rôle de soutien important est limitée.

La communauté de Grande Rivière a bénéficié, depuis plus de 15 ans, d'activités de renforcement des capacités, commençant par une formation en conservation des tortues et, par la suite, de formations en techniques de conservation, de sensibilisation à l'environnement et d'autres aspects du développement communautaire. La communauté a développé des compétences techniques et de gestion des forêts. Il existe un certain nombre d'OCB efficaces telle que l'OCB GRTDO (Organisation de développement du tourisme de Grande Rivière), qui mènent un travail de plaidoyer aux échelles nationale et locale en faveur du développement local basé sur la conservation des ressources naturelles.

Grâce aux activités de gestion forestière, la communauté de Grande Rivière bénéficie de certaines améliorations de ses modes de vie, dont :

- l'augmentation des possibilités d'emploi et de formation pour les hommes et les femmes
- l'autonomisation de ceux qui participent au projet de reboisement, ce qui entraîne la confiance nécessaire pour poursuivre des études supérieures et des formations ;
- l'amélioration des infrastructures d'écotourisme (centre d'accueil) ;
- l'amélioration de l'environnement naturel pour les loisirs et la protection des services écosystémiques ;
- des organisations communautaires efficaces qui cherchent à stimuler le développement local d'une manière appropriée ; et
- l'influence et la plus grande reconnaissance des OCB de Grande Rivière par les agences gouvernementales et les parties prenantes du secteur forestier.

⁷ Cette étude de cas est tirée de « *Conserving the Grande Riviere watershed: The case of collaborative forest management in north-east Trinidad* ». Les recherches ont été menées en 2008 avec publication par CANARI en 2010.

Etape 2 : Identifiez vos parties prenantes

Votre succès pourrait dépendre des actions d'autres acteurs et susceptibles d'avoir une incidence positive ou négative sur ce que vous voulez atteindre. Ce sont vos **parties prenantes** et elles ont des droits, des responsabilités et des intérêts en ce qui concerne les forêts voisines. Certaines parties prenantes peuvent être faciles à identifier, mais afin de générer une liste plus complète, posez-vous les questions suivantes :

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Qui a la responsabilité de la gestion de la forêt ?• Quels sont les utilisateurs de la forêt ?• Quels sont les avantages (ou avantages potentiels) provenant de l'utilisation de la forêt ?• Quelles sont les personnes qui souhaitent bénéficier de la forêt, mais qui ne sont pas en mesure de le faire ?• Quelles sont les personnes ou les groupes qui ont une influence négative ou positive sur la forêt ? | <ul style="list-style-type: none">• Quelles sont les personnes ou les groupes qui seraient affectés si la forêt était gérée différemment ?• Quelles sont les personnes qui prennent des décisions ou qui ont une influence sur l'utilisation et sur l'état de la forêt ?• Quelles sont les personnes intéressées par la façon dont la forêt est gérée, même si elles ne l'utilisent ou ne la gèrent pas directement ? (CANARI, 2011)⁸ |
|--|--|

Etape 3 : Identifiez vos partenaires

Que ce soit positivement ou négativement, certaines parties prenantes risquent, plus que d'autres, d'être affectées par les résultats de vos actions, et ce sont vos **principales parties prenantes**. En vous servant de la liste des parties prenantes que vous avez dressée dans l'étape 2, posez-vous les questions suivantes afin de déterminer quelles sont celles qui sont vos principales parties prenantes.

⁸ Ces questions ont été adaptées de *Concept sheet 4: Identifying who is a stakeholder*, Page 13 de *Facilitating participatory natural resource management: A toolkit for Caribbean managers*, de CANARI.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ont-elles un but, une orientation, des intérêts et une mission qui sont très pertinents pour la gestion de la forêt ? • Ont-elles un réel intérêt dans les résultats de votre travail ? • Ont-elles un niveau important de pouvoir, d'autorité et d'influence ? • Ont-elles un faible niveau de pouvoir, d'autorité et d'influence, et risquent donc d'être marginalisées ? | <ul style="list-style-type: none"> • Ont-elles un niveau d'implication significatif (par exemple, l'enjeu sur lequel vous travaillez est ou devrait-il être un domaine clé de leur travail) ? • Ont-elles la capacité de répondre aux besoins identifiés par votre groupe ? : <ul style="list-style-type: none"> o Peuvent-elles apporter des compétences particulières ou uniques ou des connaissances ? o Peuvent-elles participer à des réunions avec d'autres parties prenantes et exprimer leurs idées de manière efficace ? o Ont-elles suffisamment de temps et de ressources pour s'engager dans le partenariat (CANARI, 2011) ?⁹ |
|--|--|

A partir de vos principales parties prenantes, identifiez vos partenaires potentiels. **Vos partenaires potentiels sont les principales parties prenantes qui seraient spécifiquement intéressées par votre succès.** En plus des questions ci-dessus, vous pouvez : parler à d'autres, effectuer des recherches en ligne, utiliser les médias sociaux, lire les journaux et écouter la radio pour obtenir plus d'informations sur ceux qui peuvent vous apporter le soutien dont vous avez besoin.

Etape 4 : Faire participer vos partenaires potentiels

Faites preuve de créativité dans la façon dont vous vous engagez avec chaque partenaire potentiel, et développez une stratégie pour vous aider. Avec chacun de vos partenaires :

- Déterminez quel type d'interaction vous donnerait la meilleure opportunité de vous présenter et de présenter vos idées.

⁹ Ces questions ont été adaptées de *Concept sheet 4: Identifying who is a stakeholder*, Page 14 de *PNRM Toolkit*.

- Déterminez comment établir le premier contact avec le partenaire potentiel afin d'avoir le type d'interaction souhaité.
- Déterminez – si vous êtes en position de prendre cette décision – le moment où vous allez interagir avec le partenaire.
- Déterminez le type de suivi que vous devez utiliser.

Gardez à l'esprit à la fois ce qui vous convient le mieux et ce qui convient à votre partenaire potentiel. Prenez donc en considération les points suivants :

- Pour initier une réunion (**quel type**) avec un service gouvernemental, vous devrez peut-être envoyer plusieurs communications par e-mail (**comment**). Rappelez-vous que les agents du gouvernement peuvent ne pas être en mesure de vous voir pendant le week-end (**quand**), ce qui en revanche peut vous convenir le mieux. Comme **action de suivi** on pourrait vous demander d'envoyer une lettre d'invitation officielle et vous pouvez avoir à appeler pour confirmer une présence.
- Ne vous impliquez pas dans des engagements qui demanderaient de dépenser plus que ce que vous pouvez vous permettre.
- Parmi les techniques utilisées par d'autres organisations de la société civile pour attirer l'attention des parties prenantes clés, on peut noter : les rencontres individuelles, la participation à des événements pertinents afin de faire du networking, l'envoi d'invitations pour visiter la communauté, la participation à des événements pour la publicité, l'utilisation de porte-paroles, la communication par lettres et par e-mails destinée aux parties prenantes ou aux médias, ainsi que le développement de vidéos participatives sur les problèmes auxquels sont confrontées les parties prenantes.

Une fois que vous commencez à faire participer les partenaires potentiels, prenez note des réponses que vous

recevez et évaluez ce qui a fonctionné. Si votre stratégie pour engager un partenaire potentiel particulier ne fonctionne pas, essayez de comprendre pourquoi, demandez de l'aide auprès des parties prenantes qui ont l'habitude de travailler avec ce partenaire potentiel, et modifiez votre stratégie en fonction des besoins. Il est important d'évaluer le succès et l'efficacité de vos efforts afin d'apprendre et de partager vos expériences avec d'autres.

Etape 5 : Travailler avec vos partenaires

Une fois que vous avez l'attention de vos partenaires potentiels, vous avez la possibilité de discuter de vos besoins et de préciser quel est l'objectif du partenariat. Quelques points à retenir :

- Vos partenaires doivent comprendre les avantages [pour eux] de travailler avec vous, il sera donc utile de réfléchir à cela avant de les rencontrer.
- En tenant compte de la façon de répondre aux besoins de votre partenaire, attendez-vous à devoir écrire et leur expliquer votre proposition. Dans vos projets de collaboration, vous pouvez inclure les propositions suivantes : des formations ponctuelles ou continues, du mentorat, des possibilités de stages, la promotion et la publicité des petites entreprises ainsi que des subventions pour l'achat de biens plus coûteux comme un terrain / des véhicules / la construction de bâtiments.
- Lors de la conception du processus, profitez de toutes les opportunités pour le renforcement des capacités. Le renforcement des capacités peut-être tout aussi efficace s'il est informel et ne devrait pas être limité aux possibilités de formations formelles (CANARI, 2011).
- Demandez de l'aide si vous pensez que vous n'êtes pas sur la bonne voie.
- Il est normal d'avancer pas à pas au début, surtout quand on travaille avec un nouveau partenaire. Cela permet à la fois de renforcer votre capacité à faire plus

Les partenariats réussis sont souvent fondés sur la confiance, l'égalité, une entente mutuelle et des obligations.

et permet au partenaire d'avoir davantage confiance en vous. Quant au partenaire, votre collaboration avec lui constitue moins un risque et il se peut qu'il voudra davantage travailler avec vous (CANARI, 2008a).

- Il est possible que le partenaire que vous avez sélectionné ne soit pas en mesure de vous apporter l'aide que vous recherchez. Si c'est le cas, demandez-lui de recommander d'autres partenaires au sein de ses réseaux qui pourraient vous aider.
- Préparer-vous à devoir formuler un plan de travail conjoint avec chaque partenaire afin de mieux assurer que chacune des deux parties sait ce qui est attendu et afin que chacun sache ce qui relève de sa responsabilité.¹⁰
- Rappelez-vous que la mise en place de partenariats prend du temps !

Etude de cas : Partenariat pour la croissance et le succès

La coopérative *Dominica Essential Oils and Spices* (Huiles essentielles et épices de la Dominique) est composée de 560 agriculteurs dans le sud-est de la Dominique qui récoltent les feuilles et l'écorce du bois d'Inde et font la distillation pour en extraire l'huile pour l'exportation. La plantation de bois d'Inde et l'extraction de l'huile sont des pratiques anciennes, datant de plus d'une centaine d'années et depuis plusieurs générations, dans une zone qui n'est pas adaptée à d'autres types d'agriculture. Ces agriculteurs sont en mesure de produire 65% de la demande mondiale en huile de bois d'Inde.

Le succès durable de l'industrie repose sur l'action collective et le soutien mutuel de l'ensemble du groupe. La coopérative a développé et soutenu des relations avec des parties prenantes qui ont facilité son succès, à savoir : la Division du développement coopératif en ce qui concerne l'assistance sur les questions administratives ; la Division de l'agriculture pour la prévention des maladies ; et le Bureau des normes pour l'évaluation de la qualité de l'huile pour l'exportation. Il s'agit d'une grande coopérative au sein de laquelle le degré de participation des membres varie entre une participation motivée simplement par des gains matériels à une entière et véritable mobilisation.

La coopérative a connu la croissance et est maintenant en mesure de soutenir les membres sur le plan financier à travers l'éducation de leurs enfants ainsi qu'à travers la distribution d'allocations de vieillesse et d'invalidité aux membres de la communauté.

¹⁰ Concept adapté de Mayers et Vermeulen, (2002).

Communiquer pour influencer sur les politiques

Pouvez-vous avoir une influence sur les politiques?

Bien qu'il existe dans nos îles des politiques publiques et des lois environnementales qui régissent la gestion des forêts, en réalité, ces lois et politiques ne sont pas toujours mises en application, et elles ne sont parfois plus adaptées au contexte actuel, en perpétuel changement. De plus, les lois et les politiques peuvent exister, mais la « façon de faire », la pratique, est toute autre. Lorsque ce genre de situation empêche votre groupe communautaire d'atteindre son objectif, une opportunité se présente pour votre groupe de devenir militant de cette cause.

Le rôle de plaidoyer est un rôle très puissant pour vous en tant que groupe et il consiste à profiter et à renforcer le soutien de décideurs politiques et de partie prenantes clés qui doivent prendre des mesures essentielles pour faire face aux menaces actuelles et émergentes. Vous favoriserez donc une action proactive plutôt que réactive, et vous pourrez renforcer vos positions au travers d'un certain nombre de méthodes, dont notamment : les preuves scientifiques ; la mise en avant d'exemples de réussites sur le terrain ; et le rappel des obligations de votre pays au niveau international, autant d'exemples des moyens pour renforcer votre position et défendre votre point de vue.

Bien que les décideurs soient vos cibles, rappelez-vous qu'il est important d'obtenir le soutien d'autres acteurs. Pour ce faire, vous devez vous assurer de démontrer très explicitement, à travers vos communications, comment votre point de vue est dans l'intérêt de tous (CANARI, 2012b).

Encadré 1 : La définition du mot problème

Les problèmes réels ne sont pas l'absence ou le manque de quelque chose, mais l'existence d'une situation négative. Par exemple, l'absence d'un plan d'un gestion n'est pas un problème; le problème est que la gestion se fait de manière hasardeuse et sans une direction et des priorités clairement établies.

(CANARI, 2011)

Étapes à suivre pour élaborer un programme de sensibilisation

Étape 1 : Faciliter l'analyse participative des problèmes

Réfléchissez et discutez en groupe des problèmes que vous cherchez à résoudre à travers le plaidoyer. Assurez-vous que vous êtes tous d'accord sur les vrais problèmes et que vous en comprenez bien les causes profondes. Pour ce faire, créez un arbre à problèmes qui identifie les problèmes en termes de cause, de base et d'effet, à l'aide des étapes suivantes :

- Inscrivez chaque problème sur une feuille de papier, une feuille par problème.
- Découvrez comment chaque problème est lié à l'autre, examinez chaque problème et posez-vous les questions suivantes :
 - o « Quel problème en est la cause ? »
 - o « Quel problème cela pose-t-il ? »
- Disposez les problèmes autour d'un problème choisi pour montrer les relations de cause à effet en mettant les problèmes qui sont à l'origine (la cause) en bas et les problèmes qui sont les conséquences (l'effet) au-dessus. Montrez les liens entre les problèmes en utilisant de la ficelle, un ruban ou de la laine.
- Répétez le même exercice avec les autres problèmes pour obtenir une toile ou un arbre des problèmes (« arbre à problèmes ») qui sont interconnectés par une corde, un ruban ou de la laine.

Le résultat que vous obtenez pourrait être en forme de réseau complexe de problèmes étroitement liés les uns aux autres. Vous pouvez interpréter les résultats de la manière suivante :

- Les problèmes qui sont à l'origine d'autres problèmes seront au bas de votre arbre (ce sont les racines ou les problèmes de cause).

- Les problèmes au milieu de l'arbre sont les problèmes sur lesquels vous avez besoin de vous concentrer (le tronc de l'arbre ou les problèmes de base).
- Les problèmes au sommet de votre arbre sont les symptômes causés par les problèmes de base (les feuilles de l'arbre, ou des problèmes d'effets).

Etape 2 : Hiérarchiser les résultats de votre arbre à problèmes

Après avoir développé l'arbre à problèmes, vous pouvez alors voter pour déterminer quelles sont les priorités. Pour chaque problème prioritaire identifié, une campagne de plaidoyer réussie tentera de résoudre les problèmes de base en même temps que le problème prioritaire identifié. N'oubliez pas de réfléchir également à votre propre capacité de plaidoyer. Certains problèmes peuvent être au-delà de votre capacité, et n'hésitez donc pas dans ces cas à avoir recours à vos partenaires pour leur soutien (CANARI, 2011).



Figure 1 : Exemple d'un arbre à problèmes simple illustrant les problèmes de cause, les problèmes de base, et les problèmes d'effet. Crédit photo : CANARI

Etape 3 : Avoir des informations à jour et appropriées

Pendant votre campagne de plaidoyer, assurez-vous d'avoir à portée de main toutes les informations dont vous avez besoin afin de renforcer et de maintenir votre réputation. Les informations que vous obtenez doivent provenir de sources fiables et doivent être à jour. Quelques exemples de documents et de sources qui peuvent vous aider sont:

- Les lois et les politiques liées à votre domaine d'intervention

- Les chercheurs, les scientifiques et les institutions travaillant dans le domaine dans lequel vous êtes intéressé
- Les sources d'informations non traditionnelles telles que le travail effectué par d'autres ONG et les communautés
- Internet est une source d'information utile pour vous aider à établir les faits et être au courant de l'actualité

(CANARI, 2012b)

Etape 4 : Elaborer un plan de communication

Un plan de communication sera la base de votre programme de plaidoyer et vous aidera à clarifier : le changement que vous voulez réaliser ; qui vous voulez influencer ; ce que vous voulez dire ; les moyens les plus efficaces pour cibler chaque public ; votre plan d'action ; les résultats que vous désirez ; et comment mesurer vos résultats (CANARI, 2012b).

De manière générale, les étapes à suivre sont les suivantes:

- **Identifier l'objectif de votre communication**
Vos objectifs sont liés au changement que vous aimeriez voir se produire. Elaborez des objectifs qui sont SMART - spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et limités dans le temps.
- **Identifier vos publics cibles**
Comprenez votre public ; pouvez-vous le diviser en groupes distincts ? Pour chaque groupe, quels sont ses intérêts et convictions, et quel est son but ? Cela vous permettra d'affiner les messages que vous transmettez.
- **Elaborer vos messages**
A partir de votre objectif, élaborer des messages afin de retenir l'attention de chaque public cible. Utilisez les 5Cs, et assurez-vous que vos messages soient clairs, concis, crédibles / vrais, complets et cohérents.

- **Formuler et livrer votre message**

Avant de vous décider sur le produit et le mode ou la voie pour délivrer des messages à chaque groupe, assurez-vous de bien comprendre les intérêts et les préférences de vos publics cibles. Votre choix dépend également de vos ressources disponibles, de la pratique, des opportunités qui se présentent, de vos réseaux et de votre budget.

Tableau 2 : Exemples de publics, de produits et de voies possibles

Type de public	Produits de communication	Voies de communication
Les décideurs politiques	Précis politiques et notes d'informations Vidéos participatives Etudes de cas/ Résultats de recherche	Réunions Présentations Présence dans les médias
Les médias	Etudes de cas en version populaire Articles de presse Documentaires vidéo Communiqués de presse	Réunions Couverture médiatique lors d'évènements Interviews Blogs Email

- **Déterminer le calendrier de votre action de plaidoyer**

Certaines activités doivent se produire avant d'autres, et certaines doivent se réaliser en même temps. Grâce à votre plan, vous saurez à tout moment ce que vous avez à faire.

- **Décider des moyens d'évaluation**

Identifiez des points de repère qui serviront de guide afin de suivre les progrès réalisés. Vous pourrez ainsi corriger ou améliorer certaines choses.

- **Mettre en œuvre et évaluer**

Exécutez votre plan et évaluez les progrès accomplis et

les résultats. Avec l'expérience, vous allez renforcer votre capacité à élaborer” un bon plan de travail, et il s'agit donc également d'un exercice d'apprentissage.

Votre plan de communication devrait prendre en compte non seulement votre public cible mais aussi un volet général d'information et de sensibilisation afin d'atteindre un public plus large.

Tableau 3 : Outils de plaidoyer (adapté de CANARI, 2012b)

Outils généraux	Outils mixtes	Outils spécifiques de plaidoyer
<p>Communiqués de Presse Les communiqués de presse sont des moyens utiles pour faire passer votre message à un public large et diversifié. Ce sont des moyens de donner des informations sur vos activités, vos succès et vos échecs à travers les médias.</p> <p>Veillez à ce que votre communiqué soit concis et qu'il réponde aux questions sur : qui, quoi, où, quand, pourquoi et comment.¹¹</p> <p>Emissions Radios, Séries et Magazines</p> <p>Utilisez la narration créative sous forme de théâtre uniquement en audio pour présenter les enjeux à un public général.</p> <p>Distribuez à travers la radio, une forme de media très populaire dans la Caraïbe.</p>	<p>Vidéos Participatives La vidéo participative est un processus plus accessible et permet aux parties prenantes de raconter leur histoire en utilisant la vidéo. Il s'agit d'un outil de plaidoyer puissant qui est utilisé pour communiquer aux décideurs clés et qui donne également des informations à un public plus large sur des questions clés ou sur des problèmes localisés, dans un lieu spécifique.</p> <p>La vidéo peut se partager facilement grâce aux outils Internet comme YouTube ou Vimeo.¹²</p>	<p>Précis de Politique Un précis de politique donne des informations sur l'état des questions qui concernent fortement la population. L'information se compose d'un ensemble de faits, d'arguments pour effectuer un changement, de solutions raisonnables ainsi que de recommandations stratégiques.¹³</p> <p>Vous pouvez vous servir de précis de politiques pour entamer les discussions avec les principaux décideurs.</p> <p>Études de Cas Dans une étude de cas, vous pouvez présenter un réel problème, le processus que vous avez suivi pour résoudre le problème et les leçons apprises. Le message que vous voulez faire passer est que le même processus peut être adapté à des scénarios similaires. Partagez vos études de cas avec vos pairs et avec des décideurs.</p>

¹¹ Lire plus sur l'élaboration de communiqués de presse dans *Communicating for Conservation: A communication toolkit for Caribbean civil society organisations working in biodiversity conservation*. (CANARI, 2012)

¹² Voir la Section 2 **Développer des partenariats afin d'améliorer les modes de vie** pour un exemple de vidéo participative et des liens pour d'autres informations.

¹³ Voir exemple d'un précis de politique de CANARI : <http://www.canari.org/pubcatf6.asp>

Vous trouverez davantage de recommandations et d'explications dans CANARI, 2012b.

Recommandations spécifiques

- Il n'existe pas de modèle simple à suivre quand on cherche à influencer les politiques. Vous devez comprendre comment se mobilise votre société face à l'adversité, l'état de la politique nationale et locale, et votre culture (Brown, 2000).
- Les processus de plaidoyer sont souvent uniques, de sorte que ce qui fonctionne dans une situation donnée peut ne pas fonctionner face à un autre problème dans un autre endroit. Pour cette raison, la documentation et l'évaluation de vos actions et des résultats de votre travail sont nécessaires pour faciliter l'apprentissage (Chapman, 2002).
- Quel que soit le résultat, le plaidoyer peut avoir des effets bénéfiques au-delà de la question du lobbying, notamment le renforcement des capacités des communautés locales (Brown, 2000).

Le plaidoyer est un processus sur le long terme et la réforme des politiques peut être lente (Chapman, 2002). Lorsque vous cherchez à influencer les politiques il peut y avoir des conséquences politiques et vos relations avec les autres peuvent être affectées (Chapman, 2002).

Etude de cas : Du poisson contre du carburant

En 2011, 11 pêcheurs de Blanchisseuse, un petit village de pêcheurs sur la côte nord de Trinidad, ont utilisé une vidéo participative (VP) afin de partager leurs difficultés avec des parties prenantes. Ils espéraient que ces dernières pourraient les aider à résoudre les problèmes auxquels étaient confrontés les pêcheurs.¹⁴

¹⁴ Ce projet a été mené et organisé par CANARI en partenariat avec l'équipe du département Pêche de l'Université des West Indies (UWI) et Raynaldo Phillips (du Services des Forêts qui est également photographe-vidéo et animateur) qui a apporté un soutien technique. Le projet a été financé par le Centre de recherches pour le développement International (CRDI) et les téléphones utilisés pour capturer de la vidéo ont été donnés par British Gas Trinité-et-Tobago (BGTT).



Figure 2 : Ecran de titre de la vidéo participative produite par les pêcheurs de la communauté de Blanchisseuse. Voir la vidéo en ligne : <http://www.youtube.com/watch?v=8SFnazhiu9Y>

Ce processus se composait des éléments suivants : l'identification et la hiérarchisation des problèmes rencontrés (y compris les difficultés d'approvisionnement local en carburant pour les bateaux, l'impossibilité de stocker le poisson sur glace, et la présence d'acheteurs en gros qui faisaient des échanges d'essence et de pétrole pour du poisson à des prix inférieurs à ceux du marché) ; l'élaboration d'une maquette pour la vidéo ; la prise de vues et le montage de la vidéo avec le soutien d'animateurs ; et l'identification du public cible parmi les parties prenantes clés qui pourraient aider les pêcheurs à résoudre les problèmes identifiés.

La vidéo « Poisson contre carburant : le défi de la pêche à Blanchisseuse » ainsi que tout le processus de production ont été valorisants pour les pêcheurs qui ont eu davantage confiance afin de pouvoir articuler leurs difficultés et discuter des solutions possibles avec les parties prenantes clés. Grâce à ce projet, les pêcheurs ont pu former des partenariats avec des organisations qui pourraient aider à développer l'industrie de la pêche, et la vidéo a suscité plusieurs offres d'assistance. Le Ministère de l'Énergie et des Affaires énergétiques a accepté de fournir une simple pompe à essence et la glace est maintenant disponible pour être utilisée par les pêcheurs de la communauté à un coût beaucoup moins élevé.

Une fois la vidéo terminée, CANARI a organisé une réunion avec les pêcheurs et les parties prenantes lors de laquelle une présentation de la vidéo a eu lieu, suivie d'une discussion avec la présence d'un animateur.

Les forêts de la Caraïbe sont des ressources essentielles pour le développement économique et de nombreuses collectivités rurales dépendent des biens et services forestiers pour soutenir leurs modes de vie. De nombreuses forêts dans la Caraïbe ont déjà été déboisées et continuent à disparaître ou à être sérieusement dégradées. La foresterie

communautaire est une stratégie clé pour relever les défis de la gestion forestière dans la Caraïbe et peut jouer un rôle important dans le développement de modes de vie durables. Les groupes communautaires engagés dans la foresterie communautaire ou ceux qui envisagent de le faire, doivent avoir la capacité de s'engager avec succès dans la gestion de la forêt dont dépend leur subsistance.

Références bibliographiques

Boase, B. 1997. *Working with your Lao Partner: What is a Partnership?* Projet PNUD Public Administration Reform Project in the Lao PDR. Disponible sur : <http://www.seasite.niu.edu/lao/undp/whatisPartnership.htm>

Brown, N. A. 2000. *Environmental Advocacy in the Caribbean: The Case of the Nariva Swamp, Trinidad*. Rapport technique n° 268 de CANARI. Port-d'Espagne : Trinité. Disponible sur : <http://www.canari.org/nariva.pdf>

CANARI. 2007a. Atelier National Forêts et Modes de Vie en Dominique. Atelier *Community Sustainable Forest Management and Livelihoods*, Roseau, Dominique en novembre 2007. Disponible sur : <http://www.canari.org/docs/NFPF%20Dominica%20forests%20and%20livelihoods%20workshop%20report%20final.pdf>

CANARI. 2007b. Groupe d'apprentissage par l'action Forêts et modes de vie. Rapport de la première réunion, juillet 2006. Disponible sur : <http://www.canari.org/docs/ALG%201%20Meeting%20report.pdf>

CANARI. 2008a. Groupe d'apprentissage par l'action Forêts et modes de vie. Rapport de la troisième réunion en partenariat avec le Programme *Integrated Forest Management and Development* (IFMDP), Saint-Vincent décembre 2008. Disponible sur : <http://www.canari.org/docs/ALG%203%20Meeting%20report.pdf>

CANARI. 2008b. Atelier National Forêts et modes de vie à Trinité “ Atelier *Community Sustainable Forest Management and Livelihoods*, Matura, Trinité, mars 2008”. Disponible sur : <http://www.canari.org/docs/NFPF%20Trinidad%20%20national%20forests%20and%20livelihoods%20workshop%20report.pdf>

CANARI. 2009a. Groupe d'apprentissage par l'action Forêts et modes de vie. Rapport de la quatrième réunion, Sainte-Lucie mai 2008. Disponible sur : www.canari.org/docs/ALG%201%20Meeting%20report.pdf

CANARI. 2009b. Atelier National Forêts et modes de vie à Tobago. Argyle, Tobago juillet 2009. Disponible sur : <http://www.canari.org/documents/TobagoWorkshopreportFINAL.pdf>

CANARI. 2010. Visite d'échange Forêts et modes de vie : *Financing for sustainable forest-based livelihoods* Port-d'Espagne, Trinité juin 2010. Disponible sur : www.canari.org/documents/finalreport.pdf

CANARI 2011a. CANARI Précis de politique n° 11: *Community Forestry in the Caribbean*. Disponible sur : <http://www.canari.org/documents/11CommunityforestryintheCaribbeanakeystrategyforsustainableforestmanagement.pdf>

CANARI 2011b. *Facilitating participatory natural resource management: A toolkit for Caribbean managers*. Laventille : CANARI. Disponible sur : http://www.canari.org/documents/CANARIPNRMToolkitFinalJan2012_003.pdf

CANARI 2012a. *Community forestry in the Caribbean. A regional synthesis*. Laventille : CANARI.

CANARI 2012b. *A communication toolkit for Caribbean civil society organisations working in biodiversity conservation*. Laventille : CANARI. Disponible sur : <http://www.canari.org/documents/CANARICommunicatingforConservation-toolkit2012.pdf>

Chapman, J. 2002. *Monitoring and evaluating advocacy*. Notes PLA, 43 : 48-52. Disponible sur : http://www.planotes.org/documents/plan_04316.pdf

Geoghegan, T. 2004. *The Challenge of Building Capacity for Participatory Natural Resource Management: the Case of Jamaica's National System of Protected Areas*. Rapport technique n° 333 de CANARI. Institut Caraïbe des Ressources Naturelles, Laventille, Trinidad. 33 pp. Disponible sur : www.canari.org/docs/333jamaica.pdf

Geoghegan, T., Y. Renard and N.A. Brown. 2004. *Guidelines for Participatory Planning: A Manual for Caribbean Natural Resource Managers and Planners*. Caribbean Natural Resources Institute Guidelines Series 4. Laventille : CANARI.

Mayers, J. and Vermeulen, S. 2002. *Company-community forestry partnerships: From raw deals to mutual gains? Instruments for sustainable private sector forestry series*. Institut international pour le développement et l'environnement, Londres.

Trewenack, G. 2012. *Conserving the Grande Riviere watershed: A case study of collaborative forest management in north-east Trinidad* Rapport technique n° 388 de CANARI. Institut Caraïbe des Ressources Naturelles, Laventille, Trinidad. 8-9 pp

Caribbean Natural Resources Institute

Les guides pratiques

- 1 Seamoss Cultivation in the West Indies**
Allan Smith
- 2 Rural Development through Heritage Tourism:
Guidelines for the Caribbean**
Tighe Geoghegan
- 3 Assessing Capacity for Participatory
Natural Resource Management**
Vijay Krishnarayan, Tighe Geoghegan and Yves Renard
- 4 Guidelines for Participatory Planning:
A Manual for Caribbean Natural Resource Managers**
Tighe Geoghegan, Yves Renard and Nicole A. Brown
- 5 Guidelines for Stakeholder Identification and Analysis:
A Manual for Caribbean Natural Resource Managers
and Planners**
Yves Renard
- 6 Guidelines for Understanding and Managing
Natural Resource Conflicts**
Vijay Krishnarayan
- 7 La participation dans la gestion forestière:
Un guide de foresterie communautaire pour
les îles de la Caraïbe**
Neila Bobb-Prescott et Hema Kumar

L'Institut Caraïbe des Ressources Naturelles (CANARI) est une organisation technique indépendante qui travaille au niveau régional dans la Caraïbe insulaire depuis plus d'une vingtaine d'années. Notre mission est de : « Promouvoir et faciliter la participation équitable et une véritable collaboration des populations dans la gestion des ressources naturelles, indispensables au développement des îles de la Caraïbe, afin de leur permettre d'avoir une qualité de vie meilleure et afin de conserver les ressources naturelles, grâce à la recherche et l'apprentissage par l'action, le renforcement des capacités, la communication et la favorisation de partenariats. »



Caribbean Natural Resources Institute

Building 7, Fernandes Business Centre

Eastern Main Road, Laventille

Republic of Trinidad and Tobago

Tél : +1 868 626-6062 • Fax : +1 868 626-1788

Email : info@canari.org • Site Web : <http://www.canari.org>

Facebook : 'Caribbean Natural Resources Institute' ou suivre le lien suivant :

<https://www.facebook.com/pages/Caribbean-Natural-Resources-Institute/159735514051858>

YouTube : '2011CANARI' ou suivre le lien suivant: <http://www.youtube.com/user/2011CANARI>

ISBN 1-890792-32-2