



## PROJET CLIMSA ACMAD

DRAFT1 PLAN DE COMMUNICATION ANNUEL DE CLIMSA ACMAD



## INTRODUCTION

L'intégration des informations météorologiques et climatiques n'a pas été prise en compte dans de nombreuses politiques de développement dans les pays Africains d'où l'échec de la plus part d'entre elles. Pour pallier cette insuffisance, le projet CLIMSA a été mis en place et a pour mission d'observer l'évolution du climat et produire des informations qui devraient être prises en compte par les décideurs politiques et les gestionnaires des risques de catastrophes pour une prise de décision pour la gestion des risques climatiques et la résilience face aux changements climatiques.

Le projet ACMAD-CLIMSA tel qu'articulé a besoin du soutien de décideurs à quelque niveau que ce soit pour atteindre ses objectifs et résultats.

Pour s'assurer ce soutien primordial, l'information qui doit leur être adresser doit être présentée de manière claire et précise de façon à influencer leurs décisions.

Notre plan de communication et de visibilité suivra les étapes d'un plan de communication classique:

Définir nos objectifs de communication générale,

Identifier et analyser nos publics,

Définir les objectifs spécifiques

Déterminer les activités et les responsabilités de mise en œuvre

Présenter les outils/canaux de communications choisies par activité

Déterminer les indicateurs de réalisation par activité,

Décider des messages clés à transmettre à nos publics,

Déterminer le personnel nécessaire pour la mise en œuvre des activités et de la gestion communication



L'objectif global du projet est de favoriser le développement durable par des décisions et des actions prises pour s'adapter au changement climatique.

L'objectif principal de l'action est de renforcer la chaîne de valeur des services climatologiques aux niveaux continental, régional et national en Afrique

### **1. Objectifs généraux de communication**

L'objectif global de la stratégie de communication est d'améliorer la visibilité, l'accès aux services climatologiques et leur utilisation pour la politique, la planification et les actions soutenant une meilleure adaptation au changement climatique pour le développement durable. Trois secteurs clés (agriculture et sécurité alimentaire, gestion des risques de catastrophe et santé) verront leurs parties prenantes renforcées pour échanger des informations et des retours sur le climat afin de répondre aux impacts du changement climatique

**2. Groupes cibles** o Dans le (s) pays où l'action est mise en œuvre L'action est mise en œuvre au niveau continental. Les services météorologiques et hydrologiques nationaux, le CILSS / AGRHYMET, l'IGAD / ICPAC, la CEEAC / CAPC, la SADC / CSC, le bureau régional de l'OMM pour l'Afrique interagiront avec l'ACMAD et échangeront des méthodes, outils et produits pour la prestation de services climatologiques. AUC (DREA, Peace and Security, Infrastructure ...), Africa Risk Capacity, African Climate Policy Centre of UNECA, PNUD, FAO, WFP, UNOCHA et d'autres agences des Nations Unies ou ONG actives dans les secteurs de l'agriculture, de la RRC et de la santé et des échanges du NEPAD services climatologiques pour l'élaboration des politiques et de la planification en mettant l'accent sur les secteurs de l'agriculture, de la RRC et de la santé. La Fédération des agriculteurs africains, le Climhealth Africa Network, le Groupe de travail africain sur la RRC et la plate-forme connexe, les comités techniques spécialisés de l'UA, le Parlement panafricain, le Groupe africain de négociateurs sur le changement climatique seront informés pour sensibiliser aux conclusions récentes sur le changement climatique et ses impacts en Afrique pertinentes pour les négociations, politiques, plans et actions mondiaux d'adaptation et d'atténuation. o Au sein de l'UE (le cas échéant) Secrétariat ACP programmes d'action pour le climat, Direction générale de l'UE pour la coopération au développement et Climat pour guider le développement de partenariats et de stratégies communes sur le changement climatique avec l'Afrique, partenaires européens de Copernicus et programmes connexes pour échanger / valider des méthodes, des outils et des produits et services avancés

**3. Objectifs spécifiques à chaque groupe cible, liés aux objectifs de l'action et aux phases du cycle de projet**



- Améliorer la sensibilisation des politiques, des décideurs, des planificateurs, des réseaux et des groupes dans les communautés de l'agriculture, de la santé et de la RRC sur l'état du climat africain et les perspectives, les avis, les montres et les avertissements - atteindre, former et diffuser les produits et services climatologiques au niveau continental à tous les groupes cibles - Partager les méthodes, outils et produits avec les sous-régions et les pays par le biais du SMHN, des CCR et d'autres institutions techniques -diffuser des informations climatologiques spécifiquement à Climhealth Africa, à l'AWGDRR et à la Fédération des familles africaines et collecter des commentaires pour soutenir les mises à jour.

#### 4. **Activités principales** o la nature des activités

Les activités sont organisées en composantes / modules de travail, y compris une stratégie de communication et un plan de mise en œuvre, des outils et canaux de communication, y compris des conférences, des ateliers et d'autres événements seront organisés ou feront participer le projet pour sensibiliser, organiser le plaidoyer et le lobbying impliquant les politiques, les décideurs et planificateurs, promouvoir les services climatologiques et leur utilisation, diffuser des messages clés, promouvoir des mécanismes de rétroaction durables et des outils connexes. La portée des activités comprend: - information et communication par le biais de rapports, communiqués de presse, interviews, SMS, campagnes d'information avant les événements de haut niveau; - animation / sensibilisation / formation par l'éducation et la formation de groupes, exposition, conférences, sommets, ateliers, forums et séminaires - Promotion, marketing et distribution à travers des calendriers, des dépliants, des brochures, des affiches, des gadgets, des bannières enroulables, des cartes ..., des événements avec attribution éventuelle de prix pour les bonnes pratiques de génération et d'utilisation des services climatologiques, - Relations publiques, lobbying et plaidoyer avec des événements parallèles, des journées de dialogue, la célébration de la journée météorologique mondiale, des événements de haut niveau et des réunions pour articuler les défis, de nouvelles visions et la manière de les faire connaître aux décideurs, débats, tables rondes et rapports sur les événements en écrit, sur les réseaux sociaux, via des e-mails sur le web o les responsabilités pour la réalisation des activités L'ACMAD à travers l'équipe de projet sera responsable de la planification et de la mise en œuvre de la stratégie de communication. Le centre établira des partenariats pour la sensibilisation, la promotion et le plaidoyer en liaison avec la CUA et le Secrétariat ACP. La CUA et le Secrétariat ACP seront responsables de la mobilisation de la communauté politique et de l'organisation d'événements de haut niveau.

o La nature de l'activité



Les activités sont organisées en composantes/package de travail comprenant une stratégie de communication et un plan de mise en œuvre, des outils et des canaux de communication, y compris des conférences, des ateliers et d'autres événements qui seront organisés ou auxquels le projet participera pour sensibiliser, organiser le plaidoyer et le lobbying impliquant les politiques, les décideurs et les planificateurs, promouvoir les services climatiques et leur utilisation, diffuser des messages clés, promouvoir des mécanismes de retour d'information durables et des outils connexes.

Le champ des activités comprend :

- **l'information et la communication** par le biais de rapports, de communiqués de presse, d'interviews, de SMS, de campagnes d'information préalables à des événements de haut niveau ;

- **l'animation, la sensibilisation et la formation** par l'éducation et la formation de groupes, des expositions, des conférences, des sommets, des ateliers, des forums et des séminaires.

- **Promotion, marketing et distribution** par le biais de calendriers, de dépliants, de brochures, d'affiches, de gadgets, de bannières enroulables, de cartes..., d'événements avec remise éventuelle de prix pour les bonnes pratiques en matière de production et d'utilisation des services climatiques,

- **Relations publiques, lobbying et plaidoyer** avec des événements parallèles, des journées de dialogue, la célébration de la Journée météorologique mondiale, des événements et des réunions de haut niveau pour articuler les défis, les nouvelles visions et la manière de les concrétiser pour les décideurs politiques, des débats, des tables rondes et des rapports sur les événements par écrit, sur les médias sociaux, par le biais d'e-mails sur le web.

- **les responsabilités pour la réalisation des activités**

ACMAD, à travers l'équipe du projet, sera responsable de la planification et de la mise en œuvre de la stratégie de communication. Le centre établira des partenariats pour la sensibilisation, la promotion et le plaidoyer en liaison avec la CUA et le secrétariat ACP. La CUA et le secrétariat ACP seront responsables de la mobilisation de la communauté politique et de l'organisation d'événements de haut niveau.

Le plan de communication et de visibilité comporte les activités suivantes:

- Activité 01: Assurer la visibilité des fonds alloués au projet par l'UE
- Activité 02: Assurer la diffusion des produits et bulletins issus des départements



techniques de ACMAD (DVP et DCE) et pendant les briefings hebdomadaires, à travers les réseaux sociaux et les mailing listes et le site WEB

- Activité 03: Développement de site web pour le projet
- Activité 04: production ou impression de matériel de visibilité et de marketing (Impression des Banderoles, de posters, T-shirts et casquettes.)
- Activité 05: production de documentaire (vidéo, photos).
- Activité 06: utiliser les meetings de AUC, le global climate and DRR events and climate outlook Fora comme occasion première de renforcement de la visibilité des actions du projet. ceux-ci ont lieu plusieurs fois par an, rassemblent un groupe diversifié d'acteurs régionaux et internationaux, de décideurs et d'hommes politiques et ont fait leurs preuves.

\*Voir le détail de la stratégie de communication et visibilité de chaque activité ci-dessous.

## **5. CANAUX ET OUTLS DE COMMUNICATION.**



Types de canaux	Exemple d'outils
Matériel audio-visuel et imprimé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notes d'information</li> <li>- Notes d'orientation</li> <li>- Brochures</li> <li>- Lettres aux décideurs politiques</li> <li>- Rapports</li> <li>- Vidéos</li> <li>- Sites web, blogs</li> </ul>
Mass Media ( TV, Radio...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interviews TV / radio, talk-shows</li> <li>- Documentaires</li> <li>- Programmes d'actualité</li> <li>- Spots TV / radio</li> <li>- Articles</li> <li>- Campagnes d'information</li> </ul>
Meetings	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interviews</li> <li>- discussions</li> <li>- dialogue</li> <li>- Lobbying</li> <li>- Conférences, ateliers, forums, séminaires</li> <li>- Voyages d'étude</li> <li>- Présentations</li> <li>- Briefings</li> <li>- Débats</li> </ul>
Réseaux sociaux et professionnels	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réseaux d'amis</li> <li>- Associations et réseaux professionnels</li> <li>- Anciens collègues</li> <li>- Événements sociaux sur Twitter et Facebook</li> </ul>

## 6. ACTIONS SPECIFIQUES DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE

<b>Activité 1 : La visibilité des Fonds de l'UE</b>	
Résumé	<p>S'assurer que le grand public reconnait que le projet est financé par l'UE à travers l'Union Africaine. Cela implique l'utilisation des Drapeau/logo de l'UE et ACPA et l' Union Africaine dans les actions entreprises pour la mise en œuvre du projet mais également l'affichage de la déclaration « projet financé par l'Union Européenne »</p>
Objectif G2N2EAL	<p>L'objectif général est d'atteindre les exigences en matière de visibilité établies dans le Manuel de Communication et de visibilité pour les actions extérieures de l'Union Européenne</p>
Objectif spécifique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre sur toutes les communications le logo/drapeau de l'UE conformément au manuel de communication et de visibilité</li> <li>• La description suivante: "Le Projet est financé par l'UE" sera aussi affiché sur les communications et sera position de l'autre côté du drapeau de l'UE pour ne compromettre la visibilité de l'UE.</li> <li>• Le Drapeau/logo de l'UE avec la mention Projet financé par l'UE sera affiché dans toutes les conférences/séminaires/Ateliers/Campagne de communication / devant les bureaux du projet / sur les voitures du projet / sur les tenus de travaux / sur les ouvrages, ...</li> </ul> <p>*Note: A disclaimer is a fixed text that will be used on everything the project produces, from a publication to a website and audio-visual material. This text makes it clear that the EU does not have any responsibility for what the project is producing. The wording is included below this table, and it will be adapted for each product</p> <p>*Note : Un avertissement de texte fixera affiché en dessous de chaque publication sur un site Web et du matériel audio-visuel à propos</p>

		<p>du projet. Ce texte indiquera clairement que l'UE n'a pas de responsabilité sur la production de cette publication pour le compte du projet. Le libellé est indiqué en dessous de cette table, et il sera adapté pour chaque type production.</p> <p>Visibilité : cette activité est pour répondre aux exigences de visibilité de l'UE en mettant en œuvre les objectifs spécifiques mentionnés ci-dessus</p>
<b>Activité 2 : Assurer la diffusion des produits et bulletins issus des départements techniques de ACMAD (DVP et DCE) et pendant les briefings hebdomadaires</b>		
	Résumé	
	Objectif general	<p>Augmenter la visibilité du projet à l'échelle régionale et internationale.</p> <p>S'assurer que les produits et bulletins issues de briefing et de différentes productions des départements sont mis en ligne a travers le site web et les différents réseaux sociaux Twitter et facebook et atteignent les publics cibles</p>
	Objectif spécifique	Atteindre les publics cibles
<b>Activité 03: Développement de site web pour le Projet</b>		
Résumé	Développement d'un site web du projet ClimSA ACMAD	
Objectif Général	Accroître la visibilité du projet à l'échelle régionale continental et internationale et promouvoir le projet	
Objectif spé	<p>: • Faire connaître le projet au grand public</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partager les acquis du projet</li> <li>• Monter les réalisations du projet</li> <li>• Publier des bulletins d'informations sur le projet et les calendriers des événements (y compris la publication des appels d'offre)</li> <li>• Afficher le drapeau/logo de l'UE sur le site avec la mention « Projet Financé par l'UE »</li> </ul> <p>Visibilité : Drapeau de l'UE sera affiché et mis en évidence selon l'activité 01</p> <p>* Note: une bannière avec le drapeau de l'UE et le titre du projet sera publiée sur la page du site web du projet. La bannière lien vers la page</p>	



	<p>principale. La bannière sera affichée conformément à l'activité 01</p> <p>À la fin de l'action, le site doit être copié sur des CD-ROM et/ou Clés USB et transmis à la délégation de l'UE pour une éventuelle utilisation ultérieure dans ses activités générales de communication et à des fins d'archives.</p>
Indicateurs quantitatifs :	Nombre : Nombre de visiteurs
Indicateur qualitatif	Types de visiteurs
Ressources humaines	L'Informaticien et le communicateur et l'Equipe de projet y compris les autres ressources
<p><b>• Activité 04: production ou impression de matériel de visibilité et de marketing (Banderoles, de posters, de facsheet, de plaquettes, T- shirts et casquettes, de gadgets...)</b></p> <p><b>projet</b></p>	
Résumé	<p>S'assurer que ces matériaux de visibilité sont produits à temps pour les activités et Cela implique l'utilisation du Drapeau/logo de l'UE avec la mention « projet financé par l'Union Européenne » sur les banderoles lors des cérémonies mais aussi le port de Tee-Shirt et Casquette avec le drapeau etc... Pour tous les événements organisés par le projet et ses partenaires, l'usage de banderoles/bannières, de posters, le port de T-Sheet... et de casquettes par le public peuvent être un bon outil pour une meilleure visibilité du projet et du bailleur.</p>
Objectif Général	Augmenter la visibilité du projet lors des événements organisés dans le cadre des activités de mise en œuvre
Objectif Spécifique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître le projet au grand public et assurer sa bonne visibilité</li> <li>• Affichage sur les véhicules du projet, dans les bureaux du projet et les sites d'implémentation du projet.</li> <li>• Renforcer la visibilité et la sensibilisation du projet</li> </ul> <p>Visibilité : Le drapeau de l'EU sera affiché sur toutes les productions et bien visible conformément à l'activité 01</p>



Ressources	communicateur
Indicateurs quantitatif	nombre
Indicateur qualitatif	: type d'utilisateurs
<b>Activité 05: production de Matériel audiovisuel (vidéo y compris des images photos)</b>	
Resumé	
Objectif Général	Les vidéos seront produite et publiées sur le site du projet, sur YouTube (création d'une page <a href="http://www.youtube.com/">www.youtube.com/</a> ) et autres médias et réseaux sociaux (Facebook, , tweeter, ...). Ces outils de communication seront utilisés pour améliorer la visibilité du projet et accroitre la cible.
Objectif spécifique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire comprendre de manière le projet aux différents publics</li> <li>• Faire la promotion des activités du projet</li> <li>• Renforcer la visibilité et la sensibilisation du projet</li> </ul>
Indicateur quantitatif	le nombre de visualisation
Indicateur qualitatif	Types d'utilisateurs.
Ressources humaines	<b>Communicateur</b> , Equipe de projet y compris les autres ressources
<b>Activité 6 : production d'une lettre trimestrielle</b>	
Résumé	Une lettre trimestrielle est produite chaque trimestre avec un contenu varié allant des articles aux photos
Objectif	Faire état des activités du projet en interne comme en externe
Objectif spécifique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produire des articles sur les activités du projet</li> <li>• Rendre compte des activités du projet</li> <li>• Publiés des images, des cartes de produits</li> <li>• Atteindre</li> </ul>
Indicateurs quantitatif	<b>Nombre de parutions</b>
Indicateurs qualitatif	<b>Qualité des personnes ayant recus la nexs letter</b>
Ressources humaines	Communicateur et l equipe du projet
<b>Activités 6 : participer aux rencontres et meetings régionaux et internationaux</b>	

<b>Résumé</b>	<p>utiliser les réunions de la Commission de l'UA, les événements mondiaux sur le climat et la RRC et les forums sur les perspectives climatiques comme principaux moyens d'accroître la visibilité de l'action. ceux-ci ont lieu plusieurs fois par an et rassemblent un groupe diversifié d'acteurs régionaux et internationaux, de décideurs et d'hommes politiques et ont fait leurs preuves.</p>
<b>Objectif Général</b>	Accroître la visibilité du projet, de ses actions et de ses produits
<b>Objectif Spécifique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etre des acteurs de premier plan dans l'organisation</li> </ul>
<b>Indicateur quantitatif</b>	
<b>Indicateurs qualitatifs</b>	
Ressources humaines	Toute l'équipe du projet
<b>ACTIVITES 7 : participer aux Conférences internationales (COP ; global DRR forum...)</b>	
<b>résumé</b>	

#### INDICATEURS DE REUSSITE

INDICATEURS DE REUSSITE
<p><b>6. Réalisation des objectifs de communication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Élaboration d'une stratégie de communication et d'un document de mise en œuvre</li> <li>- Des outils de communication développés et utilisés</li> <li>- Canaux d'information établis et informations diffusées</li> <li>- Événements organisés et participation à des événements organisés par des partenaires</li> <li>- Communication interne du projet opérationnelle avec des rapports</li> <li>- nombre/taille des retours d'information</li> </ul>
<p><b>7. Dispositions relatives au retour d'information (le cas échéant)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interviews des utilisateurs pendant les événements</li> <li>- Histoires de réussite des utilisateurs</li> <li>- Questionnaire d'enquête auprès des utilisateurs</li> <li>- Rapports synthétisant les résultats des entretiens, des histoires, des réponses au questionnaire, du dialogue, des discussions</li> </ul>

### 8. Ressources

L'expert en communication est responsable de la mise en œuvre des activités de communication sous la supervision directe du coordinateur et sous la supervision générale du chef de projet. Le coordinateur du projet et l'exécutif sont responsables de la planification, de la mise en œuvre et du rapport des activités de communication.

## 9. PLAN DE MISE EN ŒUVRE

### 9/ PLAN DE MISE EN ŒUVRE

#### CLIMSA COMMUNICATION PLAN de mise en oeuvre

Le tableau ci-dessous attribue des échéances trimestrielles aux réalisations et activités du Plan Opérationnel donnant ainsi un aperçu du Plan de Travail

LES ACTIVITES DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE ET LES RESULTATS	2021				2022				BUDGET	Responsable
	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>RESULTATS 0.8:</b>										
<b>communication et gestion des connaissances</b>										
Concevoir des matériaux de visibilité et de promotion									5000 eUROS	Communication expert
Établir et faciliter la communication interne pour la coordination et la gestion de projet, produire et diffuser le matériel de communication et de visibilité lors des rencontres et réunions pour tous les projets CLIMSA ( continental et régionaux)									PM	Communication expert
Organiser et mener des événements de visibilité et de communication adaptés et ciblés									2000 Euros	Communication expert+ personnes ressources
Préparer et diffuser les annonces, les vidéos, interviews et autres matériels de communication et de visibilité pour les ateliers régionaux et aux formations (e.g. RCOFs)									5000 Euros	Communication expert+team
Produire et diffuser le matériel de visibilité et de communication aux conférences, évènement et réunions internationales (ex. AMCOMET, COP, AGN et réunions des AWGDRR etc.)									10 000 Euros	Communication expert
<b>Resultat 5.1 develop communication strategy and implementation plan , set up knowledge management model</b>										
Preparer le plan de communication et le plan operationnel									PM	Communication expert
Préparer le matériel de communication et de visibilité									3000 euros	
Produire et diffuser le matériel de visibilité et de communication aux conférences, évènement et réunions internationales (ex. AMCOMET, COP, AGN et réunions des AWGDRR , foras des DRR,									10 000 Euros	Communication expert+ team

