

SECTION 9

# Établissement de rapports et communication des résultats





# Établissement de rapports et communication des résultats

- **Distribuer rapidement les résultats aux parties prenantes.**
- **Choisir le moyen de communication et les messages appropriés à chaque groupe cible.**
- **Dégager les messages clés et les maintenir aussi simples que possible.**

Une fois la collecte et l'analyse des données complétées, il est très important de communiquer rapidement les résultats aux parties prenantes pour leur permettre de les intégrer à leur travail – et, au bout du compte, favoriser l'amélioration de l'utilisation durable, de la mise en valeur et de la conservation des ressources zoogénétiques. Si la stratégie de communication n'est pas mise en œuvre efficacement et au bon moment, les bases de données deviennent des «trous noirs d'information».

Les moyens de communication et les messages doivent être adaptés à des groupes ciblés de parties prenantes. Il est important de dégager et de présenter les messages clés de façon aussi simple que possible. L'établissement de rapports et la communication sont des activités qui prennent du temps et doivent être planifiées de façon adéquate. Plusieurs cycles de discussions au sein de l'équipe de prospection seront peut-être nécessaires pour élaborer une stratégie de communication. Il faudrait confier à un membre de cette équipe – probablement le Directeur de la communication – la responsabilité de préparer les matériels pour ces réunions. Il sera peut-être utile d'inviter des experts en communication et en graphisme. Le Directeur de l'analyse devrait être étroitement engagé dans cette planification pour vérifier l'interprétation correcte des résultats de l'enquête au moment de l'élaboration des messages de communication.

L'enquête aura peut-être produit des résultats qu'il faudra encore analyser avant de pouvoir les utiliser comme base pour la préparation de messages spécifiques de communication. Des exemples pourraient comprendre les échantillons biologiques pour l'analyse moléculaire-génétique ou autres. Les procédures pour transmettre ces résultats aux parties prenantes intéressées (instituts de recherche, etc.) devraient avoir été identifiées au cours de la phase de planification. Il est important de les accompagner des informations contextuelles nécessaires pour faciliter une analyse sérieuse et la préparation de messages de communication (par exemple, les détails de l'emplacement géographique et de l'environnement de production).

L'équipe de prospection voudra peut-être encadrer les débats sur les possibilités d'utilisation des résultats de l'enquête pour la réalisation des objectifs déclarés. Cependant, le processus devrait permettre d'étudier et de diffuser des idées novatrices. Il est recommandé d'utiliser une approche progressive en sept étapes.



- Étape 1. Harmoniser les résultats de l'enquête et les intérêts des parties prenantes
- Étape 2. Élaborer des messages spécifiques pour chaque groupe de parties prenantes
- Étape 3. Envisager des moyens de communication
- Étape 4. Évaluer l'impact de la diffusion des résultats de l'enquête
- Étape 5. Élaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication
- Étape 6. Évaluer les enseignements tirés du processus d'enquête
- Étape 7. Rédiger le rapport final de l'enquête

### **ÉTAPE 1. HARMONISER LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE ET LES INTÉRÊTS DES PARTIES PRENANTES**

La préparation d'un tableau à double entrée des résultats de l'enquête par rapport aux parties prenantes contribuera peut-être au processus d'identification des messages appropriés. Le tableau 7 en est un exemple, mais il est important que l'équipe de prospection élabore sa propre version du tableau qui explique les résultats spécifiques de l'enquête et les besoins et les caractéristiques particulières des groupes de parties prenantes en question. Dans certains cas, il sera peut-être utile de décomposer les résultats de façon plus détaillée, ou opportun de subdiviser les groupes de parties prenantes (par exemple, décideurs nationaux par rapport aux décideurs locaux; enseignants des écoles par rapport aux enseignants des universités). Un résultat spécifique sera peut-être important pour un groupe de parties prenantes de plusieurs manières différentes.

Les partenaires (aux niveaux national et international) et les interviewés devraient en premier recevoir les résultats de l'enquête.

### **ÉTAPE 2. ÉLABORER DES MESSAGES SPÉCIFIQUES POUR CHAQUE GROUPE DE PARTIES PRENANTES**

Après avoir harmonisé les résultats de l'enquête et les parties prenantes, il faudrait élaborer des messages spécifiques pour chaque groupe de parties prenantes. De nouveau, cette élaboration pourrait être effectuée avec un tableau qui indique les groupes de parties prenantes et la liste de la gamme de messages pertinents pour chaque groupe. Il sera peut-être nécessaire d'analyser de nouveau certains aspects des ensembles de données au vu des besoins en informations des différents groupes de parties prenantes, mais si la planification de l'analyse des données originales est adéquate, ce besoin devrait être minimisé (voir section 8). Les messages devraient être discutés avec le Directeur de l'analyse pour s'assurer qu'ils reflètent correctement les résultats de l'enquête.

### **ÉTAPE 3. ENVISAGER DES MOYENS DE COMMUNICATION**

Une fois que les messages pour chaque groupe de parties prenantes ont été définis, il faut choisir les moyens de communication appropriés. Le tableau 8 présente certaines des forces et des faiblesses des différents moyens de communication.

L'utilisation conjointe des moyens de communication énumérés au tableau 8 contribuera à optimiser l'impact des messages. Par exemple: les documents imprimés peuvent être prêts et distribués aux participants de l'atelier, ou chargés en ligne; les membres des réseaux électroniques peuvent être informés de la disponibilité des documents imprimés ou recevoir



la version électronique. La télévision, la radio, le courrier électronique ou Internet peuvent être utilisés pour diffuser du matériel audio, des images ou des textes. Certains pays auront peut-être des systèmes nationaux d'information pour les ressources zoogénétiques où les données récapitulatives et les images peuvent être publiées.

Les documents imprimés et reproduits (CD-ROM, DVD) doivent être développés, conçus, produits et distribués en quantité suffisante. Les coûts impliqués et les compétences requises pour chaque étape du développement de ces produits doivent être identifiés et planifiés.

#### **ÉTAPE 4. ÉVALUER L'IMPACT DE LA DIFFUSION DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE**

Avant d'élaborer la stratégie de communication et de produire les matériels, il faudrait évaluer leur impact potentiel sur les différentes parties prenantes. Par exemple, attirer l'attention du public sur la découverte de «nouvelles» races par l'intermédiaire des moyens de communication de masse produira peut-être de l'attention et des bouleversements indésirables dans les communautés d'éleveurs concernées. Si ces impacts sont prévus, il faudrait consulter les populations qui seront probablement affectées pour savoir ce qu'elles jugent opportun et comment elles voudraient gérer le processus.

#### **ÉTAPE 5. ÉLABORER ET METTRE EN ŒUVRE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION**

Après une analyse minutieuse des options identifiées aux étapes précédentes, il faudrait élaborer et décrire une stratégie de communication, en y incluant le calendrier des opérations, les prévisions des besoins en ressources et l'attribution des responsabilités.

Après avoir assuré les ressources nécessaires, il faudrait mettre en œuvre la stratégie de communication. Les résultats devraient être résumés et présentés de façon simple et compréhensible, en tenant compte des objectifs de l'enquête. Des graphiques, des tableaux, des encadrés et des images agréables attireront l'attention du public et l'aideront à se souvenir des messages clés. Le besoin potentiel de figures et de tableaux pour communiquer les résultats de l'enquête aurait dû être analysé lors de la préparation du rapport de l'analyse des données (section 8).

Le plan de communication devrait inclure des dispositions pour signaler les données récapitulatives aux organismes internationaux, comme la FAO. Les Coordonnateurs nationaux pour la gestion des ressources zoogénétiques, ou les collaborateurs qu'ils ont désignés, devraient s'assurer que les données récapitulatives sont saisies dans DAD-IS (ou dans un système d'information associé à FABISnet) pour informer les autres pays et pour permettre de préparer des rapports à jour sur l'état et les tendances des ressources zoogénétiques, aux niveaux régional et international.

#### **ÉTAPE 6. ÉVALUER LES ENSEIGNEMENTS TIRÉS DU PROCESSUS D'ENQUÊTE**

L'équipe de prospection devrait envisager de consacrer une de ses réunions à l'évaluation des enseignements tirés du processus d'enquête (par exemple, forces et faiblesses d'approches ou de méthodes particulières, problèmes pratiques survenus sur le terrain). Il faudrait résumer ces enseignements et les inclure au rapport final pour référence.



**TABEAU 7**  
**Identification des messages de communication – quelques exemples de l'importance des résultats de l'enquête selon les groupes spécifiques de parties prenantes\***

Résultats	Communautés d'éleveurs	Décideurs	Services de vulgarisation	Services de santé animale	Chercheurs	Éducateurs	Grand public	Partenaires internationaux
Liste des noms des races pour chaque espèce d'animaux d'élevage	Amélioration des connaissances sur la diversité des animaux d'élevage en tant que ressources potentielles pour l'amélioration génétique	Amélioration des connaissances sur la diversité des animaux d'élevage en tant que ressources potentielles pour l'amélioration génétique	Amélioration des connaissances sur la diversité des animaux d'élevage en tant que ressources potentielles pour l'amélioration génétique	Services de santé animale	Information sur la recherche sur les races «non définies» ou nouvellement découvertes	Amélioration de l'éducation sur les ressources zoogénétiques	Sensibilisation et appréciation de la diversité des animaux d'élevage et des fonctions et valeurs des ressources zoogénétiques	Amélioration des connaissances sur l'état des races transfrontalières
Documentation sur la taille et sur la structure des populations de races et de leurs tendances	Amélioration des connaissances sur le potentiel pour l'échange de matériel génétique	Information pour les stratégies nationales de conservation	Amélioration des connaissances sur l'état et les tendances des ressources zoogénétiques		Information pour la recherche sur les tendances et sur l'identification des priorités de conservation			Promotion et information pour les programmes transfrontières d'amélioration génétique ou de conservation
Documentation sur la distribution géographique des races	Amélioration des connaissances sur le potentiel pour l'échange de matériel génétique	Information pour les stratégies nationales de conservation et pour les stratégies d'adaptation au changement climatique et d'atténuation de ses effets	Amélioration des connaissances sur le potentiel pour l'échange de matériel génétique entre sites différents	Promotion des liens entre les systèmes de surveillance des maladies des animaux et la gestion des ressources zoogénétiques	Information pour la recherche sur l'adaptation en tenant compte de la distribution géographique par rapport au milieu naturel			Information pour les programmes transfrontières d'amélioration génétique ou de conservation
Descriptions phénotypiques (y compris les photos)	Amélioration des connaissances sur les qualités spécifiques des races	Information pour les stratégies nationales de conservation et d'amélioration génétique	Amélioration des connaissances sur les qualités spécifiques des races		Information pour la recherche sur l'adaptation des races et sur la performance comparative			Amélioration des connaissances sur l'état des races transfrontalières

(suite)



TABLEAU 7 (suite)

Résultats	Communautés d'éleveurs	Décideurs	Services de vulgarisation	Services de santé animale	Chercheurs	Éducateurs	Grand public	Partenaires internationaux
Descriptions des environnements de production	Amélioration des connaissances sur l'adaptation et sur la performance comparative des races	Information pour les stratégies nationales d'amélioration génétique et pour les stratégies d'adaptation au changement climatique et d'atténuation de ses effets	Amélioration des connaissances sur l'adaptation et sur la performance comparative des races	Information pour la recherche sur l'adaptation et sur la performance comparative des races	Information pour la recherche sur les aspects culturels de la production animale et de l'utilisation des races, et sur les fonctions et valeurs des ressources zoogénétiques	Promotion de la reconnaissance et du respect des aspects culturels de la production animale, de l'utilisation des races et des fonctions et valeurs des ressources zoogénétiques	Promotion de la reconnaissance et du respect des aspects culturels de la production animale, de l'utilisation des races et des fonctions et valeurs des ressources zoogénétiques	Amélioration des connaissances sur l'adaptation et sur la performance comparative des races. Amélioration de l'évaluation d'importations potentielles
Documentation sur les aspects culturels de la production animale et de l'utilisation des races	Amélioration des connaissances sur les aspects culturels de la production animale et de l'utilisation des races, et sur les fonctions et valeurs des ressources zoogénétiques	Amélioration de la compréhension des connaissances indigènes associées à l'utilisation des ressources zoogénétiques	Amélioration de la compréhension des connaissances indigènes associées à l'utilisation des ressources zoogénétiques	Amélioration de la compréhension des connaissances indigènes associées à l'utilisation des ressources zoogénétiques	Information pour la recherche sur les connaissances indigènes associées à l'utilisation des ressources zoogénétiques	Promotion de la reconnaissance et du respect des connaissances indigènes associées à l'utilisation des ressources zoogénétiques	Promotion de la reconnaissance et du respect des connaissances indigènes associées à l'utilisation des ressources zoogénétiques	Amélioration des connaissances sur les menaces aux ressources zoogénétiques et sur le besoin d'approuver des mesures spécifiques pour les affronter national, régional et international
Documentation sur les connaissances indigènes associées à l'utilisation des ressources zoogénétiques	Sensibilisation sur les pertes potentielles et sur les facteurs qui en sont les éléments moteurs	Information pour l'élaboration de mesures visant à neutraliser ces menaces	Information pour la mise en œuvre de mesures visant à neutraliser les menaces	Promotion de la reconnaissance des menaces aux ressources zoogénétiques dans la planification de stratégies de lutte contre les maladies	Information pour la recherche sur les menaces aux ressources zoogénétiques et sur leur suivi	Amélioration des connaissances sur les menaces aux ressources zoogénétiques et sur le besoin d'approuver des mesures spécifiques pour les affronter national, régional et international	Amélioration des connaissances sur les menaces aux ressources zoogénétiques et sur le besoin d'approuver des mesures spécifiques pour les affronter national, régional et international	Amélioration des connaissances sur les menaces aux ressources zoogénétiques et sur le besoin d'approuver des mesures spécifiques pour les affronter national, régional et international

\*Les ONG représentent un autre groupe important de parties prenantes. Cependant, elles ne sont pas classées de façon distincte car leurs objectifs et leurs activités sont différents et chevauchent ceux des autres parties prenantes indiquées dans le tableau.

TABLEAU 8  
Forces et faiblesses des différents moyens de communication

Moyens de communication	Forces	Faiblesses
<i>Rencontres face à face</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• conférences</li> <li>• ateliers</li> <li>• journées sur le terrain</li> <li>• expositions, marchés</li> <li>• activités de vulgarisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• interactivité</li> <li>• encouragement de la collaboration</li> <li>• impact plus direct</li> <li>• possibilité de distribution de documents imprimés ou d'autres matériels de communication</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• coûts plus élevés</li> <li>• plus grande difficulté d'organisation</li> <li>• échéancier précis</li> <li>• diffusion plus limitée</li> <li>• événements uniques</li> </ul>
<i>Matériel imprimé</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• listes rouges<sup>1</sup></li> <li>• documents d'orientation</li> <li>• prospectus, brochures</li> <li>• rapports</li> <li>• livres de poche<sup>2</sup></li> <li>• livres</li> <li>• revues scientifiques (nationales, internationales<sup>3</sup>)</li> <li>• presse agricole</li> <li>• journaux locaux</li> <li>• journaux nationaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• coûts plus faibles</li> <li>• diffusion plus élargie</li> <li>• continuité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aucune interactivité</li> <li>• impact moins direct</li> </ul>
<i>Audio</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• radio</li> <li>• CD-ROM</li> <li>• lecture de flux audio sur Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• coûts plus faibles</li> <li>• diffusion plus élargie</li> <li>• continuité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aucune interactivité</li> <li>• besoins technologiques élevés</li> <li>• impact moins direct</li> </ul>
<i>Film</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• télévision</li> <li>• DVD</li> <li>• lecture de flux vidéo sur Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• diffusion plus élargie</li> <li>• continuité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• coûts initiaux élevés</li> <li>• aucune interactivité</li> <li>• besoins technologiques élevés</li> <li>• impact moins direct</li> </ul>

<sup>1</sup> Une liste rouge est un dossier publié sur l'état des ressources zoogénétiques d'un pays, utilisé pour informer les membres du grand public sur l'état des races d'animaux d'élevage et pour attirer l'attention sur les races qui sont le plus en danger. L'idée vient du domaine de la conservation de la faune sauvage où les listes rouges énumèrent les espèces en danger d'extinction.

<sup>2</sup> Un livre de poche est un petit livre ayant la taille d'une poche qui contient les titres de base et des diagrammes simples.

<sup>3</sup> La FAO supervise la publication du journal *Ressources génétiques animales* (pour de plus amples renseignements, envoyer un courrier électronique à l'adresse: AnGR-Journal@fao.org ou visiter le site <http://journals.cambridge.org/action/displayJournal?jid=AGR>).



## ÉTAPE 7. RÉDIGER LE RAPPORT FINAL DE L'ENQUÊTE

Le processus et les conclusions de l'enquête devraient être documentés dans un rapport final. Toute l'équipe de prospection devrait être engagée dans sa préparation. Si les étapes exposées dans ces directives ont été suivies, une grande partie du rapport sera déjà prête. Les raisons de l'importance du rapport sont les suivantes: i) il représente une référence pour ceux qui envisagent des interventions en réponse aux conclusions; ii) il représente une référence tant pour la planification d'autres enquêtes à l'avenir que pour l'interprétation de leurs résultats (par exemple, lorsque l'enquête courante fait partie d'un programme de suivi régulier); iii) il souligne le besoin d'effectuer des enquêtes additionnelles ou complémentaires, ou la nécessité du suivi; et iv) il attire l'attention sur la possibilité de renforcer la méthodologie. Le rapport devrait se composer des éléments ci-après:

- un résumé;
- une déclaration du problème, suivie du but et de la portée de l'enquête, avec la justification concernant le problème – ceci devrait se fonder sur les attributions obtenues du groupe de travail chargé d'élaborer la stratégie (section 3);
- la méthodologie, fondée sur le rapport de l'analyse (section 8), avec d'autres détails disponibles aux annexes;
- les résultats, sur la base du rapport de l'analyse (section 8);
- les implications des résultats;
- les recommandations pour le travail supplémentaire nécessaire pour affronter les questions non résolues;
- les enseignements tirés du processus de réalisation de l'enquête – qu'est-ce qu'on aurait pu mieux faire et comment?;
- les références; et
- les annexes, qui devraient comprendre:
  - le plan des opérations de terrain (voir section 4) avec l'indication des modifications;
  - le plan de communication (voir section 4) avec l'indication des modifications;
  - le plan de gestion des données (voir section 4) avec l'indication des modifications;
  - le plan d'analyse (voir section 4) avec l'indication des modifications;
  - la description de l'archive des données (voir section 7);
  - les annexes techniques émergeant du rapport de l'analyse des données (voir section 8);
  - dans la mesure du possible, le matériel utilisé pour transmettre les résultats (voir section 9); et
  - la liste des personnes et des institutions engagées.

Le rapport final devrait être mis à la disposition, entre autres, du groupe de travail chargé d'élaborer la stratégie, des autres membres du réseau national des ressources zoogénétiques (FAO, 2001a), des ministères pertinents et de la communauté de la recherche. Une bonne façon pour atteindre le public international est de transmettre le rapport à la FAO pour le faire charger dans la bibliothèque de DAD-IS et pour le distribuer à travers le réseau de discussion par courrier électronique de DAD-Net.

