



Organisation des Nations Unies
pour l'alimentation
et l'agriculture



Commission de Lutte
contre le Criquet Pèlerin
dans la Région Occidentale

Atelier de Formation sur la Communication dans la Gestion des Périodes de Rémission et de Crises Acridiennes

Tunis (Tunisie)

20-25 novembre 2023

Rapport de l'Atelier





**Atelier de Formation sur la Communication dans la Gestion
des Périodes de Rémission et de Crises Acridiennes**

Tunis (Tunisie), 20-25 novembre 2023

Citer comme suit:

Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale (CLCPRO), 2023. *Rapport de l'Atelier de Formation sur la Communication dans la Gestion des Périodes de Rémission et de Crises Acridiennes*.

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Le fait qu'une société ou qu'un produit manufacturé, breveté ou non, soit mentionné ne signifie pas que la FAO approuve ou recommande ladite société ou ledit produit de préférence à d'autres sociétés ou produits analogues qui ne sont pas cités.

Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement les vues ou les politiques de la FAO.

© FAO, [2023]



Certains droits réservés. Cette œuvre est mise à la disposition du public selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution-Pas d'Utilisation Commerciale-Partage dans les Mêmes Conditions 3.0 Organisations Intergouvernementales (CC BY-NC-SA 3.0 IGO ; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/legalcode.fr>).

Selon les termes de cette licence, cette œuvre peut être copiée, diffusée et adaptée à des fins non commerciales, sous réserve que la source soit mentionnée. Lorsque l'œuvre est utilisée, rien ne doit laisser entendre que la FAO cautionne tels ou tels organisation, produit ou service. L'utilisation du logo de la FAO n'est pas autorisée. Si l'œuvre est adaptée, le produit de cette adaptation doit être diffusé sous la même licence Creative Commons ou sous une licence équivalente. Si l'œuvre est traduite, la traduction doit obligatoirement être accompagnée de la mention de la source ainsi que de la clause de non-responsabilité suivante: «La traduction n'a pas été réalisée par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). La FAO n'est pas responsable du contenu ni de l'exactitude de la traduction. L'édition originale [langue] est celle qui fait foi.»

Tout litige relatif à la présente licence ne pouvant être résolu à l'amiable sera réglé par voie de médiation et d'arbitrage tel que décrit à l'Article 8 de la licence, sauf indication contraire contenue dans le présent document. Les règles de médiation applicables seront celles de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (<http://www.wipo.int/amc/fr/mediation/rules>) et tout arbitrage sera mené conformément au Règlement d'arbitrage de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI).

Matériel attribué à des tiers. Il incombe aux utilisateurs souhaitant réutiliser des informations ou autres éléments contenus dans cette œuvre qui y sont attribués à un tiers, tels que des tableaux, des figures ou des images, de déterminer si une autorisation est requise pour leur réutilisation et d'obtenir le cas échéant la permission de l'ayant-droit. Toute action qui serait engagée à la suite d'une utilisation non autorisée d'un élément de l'œuvre sur lequel une tierce partie détient des droits ne pourrait l'être qu'à l'encontre de l'utilisateur.

Ventes, droits et licences. Les produits d'information de la FAO sont disponibles sur le site web de la FAO (www.fao.org/publications) et peuvent être achetés sur demande adressée par courriel à: publications-sales@fao.org. Les demandes visant un usage commercial doivent être soumises à: www.fao.org/contact-us/licence-request. Les questions relatives aux droits et aux licences doivent être adressées à: copyright@fao.org.

Table des matières

Résumé des Recommandations de l'Atelier	5
1. Introduction.....	6
2. Cérémonie d'ouverture de l'atelier	6
3. Travaux de l'atelier	8
3.1. Désignation du comité de rédaction	8
3.2. Introduction à la Communication Institutionnelle.....	8
3.3. Stratégie et Plan de Communication:	9
3.4. Planification de la communication	9
3.5. Techniques de Rédaction et de Présentation	9
3.6. Outils et Technologies de Communication	10
3.7. Communication de Plaidoyer dans la Lutte Antiacridienne	11
3.8. Communication en Période de Crise Acridienne	11
3.9. Elaboration du Modèle de Plan Régional de Communication	12
4. Conclusion	13
5. Clôture de l'atelier.....	13
Annexes	15
Annexe 1. Liste des participants	16
Annexe 2. Questionnaire d'évaluation des profils des participants	17
Annexe 3. Composantes du Plan de Communication (Affiche)	17
Annexe 4. Liste des outils technologiques utilisés.....	18
Annexe 5. Travaux présentés (Newsletter, Affiche, Campagne Facebook)	19
Annexe 6. Plans de Communication Régionaux Présentés.....	22
Annexe 7. Questionnaire d'Evaluation des Acquis à Chaud	22
Annexe 8. Photos.....	22

Sigles des abréviations et acronymes

CLCPRO	Commission de lutte contre le Criquet pèlerin dans la Région Occidentale
DGSVCIA	Direction Générale de la Santé Végétale et du Contrôle des Intrants Agricoles (Tunis, Tunisie)
FAO	<i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i> / Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (Rome, Italie)
PESTEL	Outil d'analyse stratégique: Politique, Economique, Social, Technologique, Environnemental, Légal
PRGRA	Plan Régional de Gestion du Risque Acridien
PNUA	Plan National d'Urgence Acridienne
RSE	Responsabilité Sociétale des Entreprises
SNE	Bureau Sous-Régional de la FAO pour l'Afrique du Nord
SWOT	Outil d'analyse stratégique: Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats / Atouts, Faiblesses, Opportunités & Risques
UNLA	Unité Nationale de Lutte Antiacridienne

Résumé des Recommandations de l'Atelier

A l'issue de l'atelier, neuf (09) recommandations ont été formulées:

Stratégie et Plan de Communication

- R1. Prendre en compte les activités de communication dans les plans d'action annuels des UNLA
- R2. Plaider auprès des autorités pour appuyer financièrement les activités de communication dans les pays

Elaboration d'un plan de communication

Aux pays de

- R3. Elaborer et mettre à jour les plans de communication des pays membres
- R4. Affecter un personnel dédié à la fonction de communication au sein de l'UNLA

A la CLCPRO de

- R5. Appuyer financièrement et techniquement les pays membres à élaborer ou mettre à jour et mettre en œuvre leurs plans de communication.

Outils et Technologies de la Communication

Aux pays de

- R6. Suivre une démarche de mise à jour des identités visuelles et des présences web des UNLA

Elaboration des plans de communication de crise

Aux pays et à la CLCPRO de

- R7. Impliquer les points focaux de communication dans les exercices de simulation des plans nationaux d'urgence acridienne

Elaboration du Modèle de Plan Régional de Communication

Aux pays et à la CLCPRO de

- R8. Renforcer la coordination régionale entre les points focaux de communication des pays

A la CLCPRO de

- R9. Organiser des formations annuelles en communication pour renforcer les capacités techniques des pays membres en faisant participer les responsables des structures avec leurs points focaux respectifs

1. Introduction

1. Dans le cadre de la mise en œuvre de la recommandation n° R14 émise durant la réunion conjointe de la 10^{ème} session et la 15^{ème} réunion du comité exécutif de CLCPRO, tenue du 27 novembre au 1er Décembre 2022 « A la CLCPRO d'organiser un atelier sur la communication approfondie pour renforcer les capacités des chargés de la communication des pays membres », la Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale (CLCPRO) a organisé un atelier sur la communication dans la gestion des périodes de rémission et de crises acridiennes dans le but de renforcer la communication institutionnelle et les capacités en communication de ses pays membres.
2. Cette formation en communication s'est déroulée dans le contexte de la gestion des périodes de rémission et d'urgences liées au Criquet pèlerin, pour permettre aux participants de mieux comprendre l'importance de la communication dans la gestion des situations liées à la Criquet pèlerin.
3. La formation a été conçue pour les points focaux en communication de tous les pays membres de CLCPRO et offre une opportunité unique d'acquérir des connaissances, des compétences et du savoir-faire dans le domaine de la communication institutionnelle.
4. Cette formation avait pour objectif de fournir aux participants une compréhension globale de la communication institutionnelle, des stratégies et des plans de communication, des outils et des technologies de communication et des techniques d'élaboration des plans de communication efficaces.
5. Elle visait également à soutenir les participants dans l'élaboration de plans et des activités de communication efficaces pour leurs pays respectifs, en mettant l'accent sur la sensibilisation à la situation acridienne et au travail de leurs organismes en collaboration avec la CLCPRO.

2. Cérémonie d'ouverture de l'atelier

6. La cérémonie officielle d'ouverture de l'atelier a été présidée par M. Mohamed Rabah Hajlaoui, Directeur Général de la Santé Végétale et du Contrôle des Intrants Agricoles (DGSVCIA) et M. Kamel Khalifa, Directeur de Protection des Végétaux du ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche Maritime et de M. Mohamed El Hady Sidatt, Officier Chargé de la Protection des Végétaux au Bureau Sous-Régional de la FAO pour l'Afrique du Nord, ainsi que M. Mohamed Lemine HAMOUNY, Secrétaire Exécutif de la CLCPRO
7. Ont aussi pris part de cette cérémonie les points focaux des pays membres de la CLCPRO (Algérie, Burkina Faso, Mali, Maroc, Mauritanie, Niger, Sénégal, Tchad et Tunisie), les spécialistes en communication des Commissions de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Centrale (CRC) et Occidentale (CLCPRO), la chargée de communication du Bureau de la FAO pour l'Algérie, ainsi qu'une experte formatrice en Communication (*Liste des participants en Annexe 1*).
8. Dans son discours d'ouverture, le Secrétaire Exécutif a remercié le Gouvernement Tunisien d'avoir bien voulu abriter cet atelier et pour les efforts déployés afin d'assurer son plein succès.
9. Il a relevé l'importance de cet atelier qui s'inscrit dans le cadre du plan d'action de la CLCPRO (2023-2024) et le Cinquième Plan de Formation Régional (PFR V: 2023-2026) visant le développement des compétences de ses pays membres dans de divers domaines annexes à la lutte préventive contre le Criquet pèlerin, notamment en matière de communication.
10. Monsieur le Secrétaire Exécutif a mis en exergue l'importance de la communication autour de toutes les actions menées par la CLCPRO et les UNLA aussi bien en période d'accalmie qu'en période de crise.

11. Il a indiqué que la réussite de la stratégie de lutte préventive et la maîtrise des populations acridiennes mérite d'être bien communiquée afin de garder une bonne sensibilisation des décideurs au plus haut niveau.
12. Enfin, le Secrétaire Exécutif a salué la participation de la Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Centrale (CRC) et la Représentation de la FAO en Algérie à cet atelier, chose qui permet de promouvoir et de renforcer la coordination régionale et interrégionale, avant d'exhorter tous les participants à bien saisir cette occasion pour échanger leurs expériences et développer leurs compétences en matière de communication.
13. Prenant la parole, Monsieur Mohamed Elhady Sidatt a remercié au nom du Coordonnateur du Bureau Sous-Régional de la FAO pour l'Afrique du Nord, le Gouvernement de la Tunisie pour les efforts consentis pour le bon déroulement de cet atelier ainsi que toutes les activités de la CLCPRO abrités par la République Tunisienne.
14. Ainsi, il a salué la CLCPRO d'avoir organisé cet atelier de grande importance pour la pérennisation de la stratégie durable de lutte préventive antiacridienne que mène la Commission au niveau de sa région.
15. Il a aussi souhaité la bienvenue à tous les participants tout en confirmant l'importance de l'implication de tous pour l'atteinte des objectifs prévus de cet atelier.
16. De son côté, M. Mohamed Rabah Hajlaoui a chaleureusement accueilli les participants distingués dans son discours, notamment les représentants des pays membres, le Secrétaire Exécutif et les membres de Secrétariats de la CLCPRO et la CRC, ainsi que le représentant du Bureau Sous-régional de la FAO de l'Afrique du Nord à Tunis.
17. Au début de son allocution, le Directeur Général a souligné l'importance économique du secteur agricole en Tunisie. Il a mis en avant le rôle essentiel du secteur privé, représentant 95 pour cent de l'exploitation des terres avec 516 000 exploitations agricoles, ainsi que les cultures pluviales et irriguées qui contribuent significativement au PIB, aux exportations, et à l'emploi.
18. Par la suite, il a abordé le sujet du Criquet Pèlerin, soulignant son statut de ravageur transfrontalier menaçant la région. Il a salué le rôle crucial de la Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale (CLCPRO) pour renforcer la capacité de la région à contrôler le Criquet Pèlerin. Cette stratégie préventive a permis aux pays membres, surtout ceux en première ligne, de mieux gérer les résurgences et de contrôler les invasions du Criquet Pèlerin.
19. En conclusion, le Directeur Général a officiellement déclaré l'ouverture de l'Atelier de Formation sur la Communication pour la Gestion des Périodes de Rémission et des Crises Acridiennes, tout en exprimant l'espoir que de nouvelles recommandations renforceront les stratégies actuelles et futures de lutte contre le Criquet Pèlerin dans la région.

3. Travaux de l'atelier

3.1. Désignation du comité de rédaction

20. Les participants ont par la suite procédé à la désignation du comité de rédaction, constitué de:

- | | |
|-----------------------------------|--------------------|
| 1. Ouissal Hadj Zouggar | Algérie |
| 2. Youssouf Diallo | Mali |
| 3. Ahmed Salem Benahi | Mauritanie |
| 4. Yasmina Bachir Bouiadjra | FAO Algérie |
| 5. Yasser Takie Eddine Abdesselam | CLCPRO |

3.2. Introduction à la Communication Institutionnelle

21. Après tour de table introductif des participants, la formatrice a énuméré et expliqué les attentes des participants qui extraits du questionnaire préalable envoyé aux participants. Elle a ensuite introduit les objectifs principaux ainsi que la répartition du programme sur les jours de formation. (*Questionnaire préalable en **Annexe 2***)
22. Les participants ont ensuite été immergés dans la notion fondamentale de communication. La formatrice a souligné que la communication, en tant que processus dynamique, joue un rôle central dans le bon fonctionnement d'une organisation. Cette exploration initiale a permis aux participants de réfléchir sur la manière dont la communication influence chaque aspect de leurs responsabilités au sein de leurs Unités Nationales de Lutte Antiacridienne.
23. Un examen des modèles de communication bien établis a ensuite eu lieu, revisitant des modèles tels que le modèle linéaire, interactif et transactionnel, les participants ont acquis une compréhension approfondie de la complexité des échanges d'informations au sein des organisations. Ces discussions ont mis en lumière la nécessité de choisir des approches adaptées aux contextes spécifiques de la lutte antiacridienne.
24. La formatrice a expliqué la diversité des types de communication de manière interactive. Les participants ont été encouragés à partager leurs expériences, enrichissant ainsi la discussion sur des formes de communication telles que la communication verbale, non verbale, écrite, formelle et informelle. Des exemples pratiques ont été intégrés pour illustrer comment chaque type peut être appliqué de manière efficace dans des situations professionnelles.
25. Ensuite, les participants ont examiné la manière par laquelle la communication institutionnelle façonne l'image publique et la réputation des UNLA. Des études de cas ont été utilisées pour démontrer comment une communication institutionnelle cohérente peut renforcer la confiance des parties prenantes et du public.
26. La formatrice a ensuite abordé les objectifs de la communication institutionnelle en mettant en avant la nécessité de créer une image positive, de gérer efficacement la réputation et de fournir des informations pertinentes et opportunes aux parties prenantes.
27. Par la suite, une exploration approfondie des canaux de communication disponibles, des défis de la communication actuelle tels que l'engagement sociétal, la transparence et la digitalisation ainsi que les tendances émergentes telles que responsabilité sociétale des entreprises (RSE), le storytelling, l'intelligence artificielle et la cocréation de contenu. Après avoir discuté de l'impact croissant des médias sociaux et des technologies émergentes sur la diffusion des messages institutionnels, les participants ont pu contextualiser ces concepts dans le domaine spécifique de la lutte antiacridienne en effectuant un exercice de création de contenu sur de différents canaux de communication pour des publics divers.

28. Enfin, en se concentrant sur les acteurs clés, les participants ont analysé les différentes parties prenantes impliquées dans la communication institutionnelle. Après avoir examiné en profondeur des enjeux spécifiques tels que la transparence et l'engagement, une vue d'ensemble complète du paysage actuel des communications institutionnelles a été présentée.

3.3. Stratégie et Plan de Communication:

29. La session de formation avait pour objectif de fournir aux participants une compréhension approfondie des stratégies de communication, les dotant des compétences nécessaires pour élaborer des plans de communication efficaces.
30. Les objectifs spécifiques comprenaient la maîtrise des techniques de planification, de rédaction et de présentation, ainsi que la capacité à élaborer un plan de communication cohérent, en accord avec les enjeux de la communication institutionnelle dans la promotion du travail collaboratif de la CLCPRO avec ses pays membres.
31. Les dimensions cruciales intégrées dans cette approche incluent la reconnaissance de l'importance de la stratégie de communication dans la lutte antiacridienne, l'identification précise des objectifs de communication, l'analyse approfondie des parties prenantes et des publics cibles, ainsi que la définition soignée des messages clés et des thèmes de communication.
32. Cette approche a permis aux participants de comprendre le fonctionnement stratégique et opérationnel des plans de communication, ainsi que leur alignement sur les besoins spécifiques de la lutte antiacridienne et en harmonie avec les objectifs plus larges de la CLCPRO.
33. Suite aux discussions entre la formatrice, les participants et le secrétariat de la Commission, les recommandations suivantes ont été formulées:

Aux pays de

R1. Prendre en compte les activités de communication dans les plans d'action annuels des UNLA

R2. Plaider auprès des autorités pour appuyer financièrement les activités de communication dans les pays

3.4. Planification de la communication

34. L'objectif principal de cette partie de la formation s'est focalisé sur l'approfondissement des principes fondamentaux de la planification des plans de communication, englobant diverses dimensions cruciales.
35. Les participants ont été guidés à travers les différentes étapes de la planification, de l'identification minutieuse des objectifs de communication à la définition précise des publics cibles.
36. Des études de cas ont été présentées, illustrant des exemples concrets et suivies d'exercices pratiques pour renforcer la compréhension conceptuelle.
37. Cette approche a permis une compréhension complète des processus de planification, intégrant toutes les dimensions essentielles pour une communication réussie.
38. Le programme a également inclus une section sur le processus de rédaction du plan de communication, couvrant l'analyse, les objectifs, les cibles, les messages, les canaux, la planification, les moyens, l'évaluation et la révision (*Composition du plan de Communication en Annexe 3*).

3.5. Techniques de Rédaction et de Présentation

39. Durant cette phase, les participants ont eu l'opportunité d'explorer diverses techniques de rédaction adaptées à la communication professionnelle, avec une attention particulière accordée à la conception et la rédaction des messages clés.

40. Des conseils pratiques ont été partagés concernant la structuration efficace des messages, mettant en évidence l'importance de la clarté et de la concision. De plus, des conseils ont été prodigués sur l'utilisation stratégique des visuels pour renforcer la communication, soulignant l'impact des supports visuels percutants.
41. La session a également permis aux participants de se familiariser avec des outils de montage, de conception, de vidéo et d'automatisation de tâche.
42. Ces exercices ont permis aux participants d'appliquer immédiatement les concepts appris, renforçant ainsi leur maîtrise des compétences rédactionnelles et de présentation.
43. Suite aux discussions entre la formatrice, les participants et le secrétariat de la Commission, les recommandations suivantes ont été formulées:

Aux pays de

R3. Elaborer et mettre à jour les plans de communication des pays membres

R4. Affecter un personnel dédié à la fonction de communication au sein de l'UNLA

A la CLCPRO de

R5. Appuyer financièrement et techniquement les pays membres à élaborer ou mettre à jour et mettre en œuvre leurs plans de communication.

3.6. Outils et Technologies de Communication

44. Avant de commencer cette partie, un quiz général réalisé sur la plateforme **Kahoot** consacré sur les réseaux sociaux a permis aux participants de tester leurs connaissances sur les possibilités qu'offre les outils technologiques.
45. Cette partie du programme s'est concentrée sur le développement de compétences relatives à l'utilisation des outils et des technologies de communication. Les objectifs majeurs ont inclus l'atteinte d'une compréhension approfondie des diverses catégories d'outils de communication, la familiarisation avec leurs interfaces et fonctionnement, ainsi que la capacité à choisir de manière judicieuse les outils en fonction des besoins spécifiques de communication, tels que les site web de création de contenu, les outils de création graphiques et de montage vidéo.
46. Les participants se sont familiarisés avec les différents métiers de la communication, en mettant l'accent sur les besoins spécifique à prendre en considération lors de la réalisation des supports numériques, imprimés, visuels et audiovisuels.
47. La section consacrée au contenu numérique a été traitée dans cette partie de la formation, mettant particulièrement l'accent sur les outils digitaux tels que les médias sociaux, les sites web et les blogs, ainsi que les newsletters.
48. De plus, ont été abordés d'autres outils numériques tels que les banques d'images, les bibliothèques de ressources, les outils d'automatisation et les outils de création visuelle. Des exemples concrets ont été soigneusement présentés pour mettre en évidence l'efficacité de chaque outil dans des contextes spécifiques. (*Liste des outils avec définitions en **Annexe 4***)
49. Une session de travail en groupe a ensuite été entamée pour réaliser des simulations basées sur des études de cas concrets. Trois équipes ont été formées pour créer des supports de communication.
50. Le premier groupe s'est consacré à la conception d'une newsletter d'information destinée au grand public, informant sur les activités de la CLCPRO. Le deuxième groupe a mis en place une campagne de sensibilisation sur Facebook, visant à informer le public sur la distinction entre le Criquet pèlerin et le criquet migrateur. Le troisième groupe a créé une affiche de sensibilisation aux travaux des UNLA, comprenant des photos et des descriptions. (*Travaux présentés en **Annexe 5***)

51. Ces exercices, tels que la création de newsletters, d'affiches de sensibilisation et de campagnes d'information sur les réseaux sociaux, ont permis aux participants de développer leurs compétences dans la création de contenu informatif, renforçant ainsi leur capacité à utiliser efficacement ces outils dans leurs contextes professionnels.
52. A l'issue des discussions entre la formatrice, les participants et le secrétariat de la Commission, la recommandation suivante a été formulée:

Aux pays de

R6. Suivre une démarche de mise à jour des identités visuelles et des présences web des UNLA

3.7. Communication de Plaidoyer dans la Lutte Antiacridienne

53. La communication de plaidoyer dans la lutte antiacridienne a été abordée mettant particulièrement l'accent sur la définition des parties prenantes sujets des efforts de plaidoyer. Les participants ont examiné les enjeux clés liés à cette lutte, se concentrant sur l'identification précise des parties prenantes pertinentes.
54. Une démarche spécifique a été abordée, consistant à définir toutes les parties prenantes au sein de leurs organisations. Les participants ont appris à créer une cartographie des parties prenantes et à élaborer une grille ainsi qu'une matrice des parties prenantes pour une compréhension complète.
55. Deux groupes se sont formés, le premier constitué des pays de la ligne front, et le deuxième des pays d'invasion. L'exercice a permis aux participants d'appliquer ces concepts à des scénarios pratiques en définissant la hiérarchie des messages clés à communiqué aux parties prenantes dans le cadre du plaidoyer de leurs organisations respectives.
56. La formatrice a ensuite entamé des discussions en groupe guidant les participants à travers les étapes de planification d'une stratégie de communication de plaidoyer. Ils ont défini les objectifs de plaidoyer, choisi les canaux de communication, et développé des stratégies cohérentes.

3.8. Communication en Période de Crise Acridienne

57. Les objectifs principaux de cette partie du programme incluait la compréhension approfondie des enjeux de communication en période de crise acridienne, la capacité à élaborer des plans de communication de crise par pays, et la mise en œuvre de stratégies de communication efficaces pour atténuer les impacts de la crise.
58. L'importance cruciale de la communication en situation de crise a été soulignée, avec une exploration détaillée des objectifs spécifiques de la communication de crise, des éléments clés à prendre en compte, et des erreurs à éviter.
59. Des sessions pratiques ont également abordé la gestion de crise sur les réseaux sociaux, la gestion des médias et des relations publiques en période de crise, ainsi que les meilleures pratiques pour les porte-paroles des unités nationales, détaillant qui devait communiquer quoi et quand. La présence de l'Officier de Communication du Bureau Sous-Régional de la FAO pour l'Afrique du Nord (SNE) a enrichi davantage les discussions et les échanges sur ce sujet.
60. Ensuite, un exercice d'élaboration d'un plan de communication de crise par pays a été effectué. Les participants ont examiné les spécificités de chaque contexte national et ont identifié les défis potentiels en matière de communication acridienne.
61. Des études de cas antérieures ont été présentées pour illustrer des approches réussies, suivies d'exercices pratiques permettant aux participants de concevoir des plans adaptés à des situations de crise spécifiques à chaque pays.
62. Les participants ont eu l'occasion de partager leurs progrès, de recevoir des retours de la part des formateurs et des pairs, et d'ajuster leurs stratégies en conséquence.
63. A la fin de cette partie, un exercice de simulation d'une situation de crise acridienne au niveau des pays d'invasion a permis aux participants de mettre en pratique leurs

- compétences nouvellement acquises et d'ajuster leurs plans en temps réel, renforçant ainsi leur préparation face à des situations réelles.
64. La journée de formation s'est achevée par une synthèse des éléments clés abordés, mettant en avant l'importance de la communication proactive en période de crise acridienne.
 65. Des ressources supplémentaires (ouvrages, outils, études de cas) ont été fournies pour soutenir une mise en œuvre efficace des plans de communication de crise dans le contexte acridien.
 66. A l'issue des discussions avec les participants, la recommandation suivante a été formulée:

Aux pays et à la CLCPRO de

R7. Impliquer les points focaux de communication dans les exercices de simulation des plans nationaux d'urgence acridienne (PNUA)

3.9. Elaboration du Modèle de Plan Régional de Communication

67. La phase finale de la formation était centrée sur la création d'un modèle de plan de communication régional. L'objectif principal était d'armer les participants avec les compétences nécessaires pour concevoir et mettre en œuvre un plan de communication adapté aux réalités régionales, favorisant ainsi une cohérence et une efficacité communicationnelle dans la région.
68. Les participants, répartis en deux groupes regroupant les pays de la ligne de front d'une part et les pays d'invasion d'une autre, ont été impliqués dans l'élaboration d'un plan de communication adaptable aux scénarios envisageables dans le contexte de la lutte antiacridienne dans la région occidentale.
69. L'attention initiale s'est portée sur l'adaptation du plan aux besoins spécifiques de chaque Unité Nationale, guidée par une analyse approfondie des techniques de planification et de rédaction, dotant les participants des compétences essentielles pour structurer un plan de communication clair. Les composantes, telles que les objectifs mesurables, les cibles définies, les messages cohérents, les canaux appropriés, planifiant les actions nécessaires ont été élaborées.
70. L'intégration des technologies de communication dans les plans régionaux, explorant les dernières tendances technologiques et discutant de leur exploitation pour optimiser la diffusion des messages a été une partie cruciale de cet exercice.
71. La formatrice a souligné l'importance de la collaboration et de la cohérence entre les plans de communication nationaux pour renforcer l'efficacité collective dans la lutte antiacridienne. Les participants ont exploré des mécanismes de coordination pratiques et élaboré des stratégies pour une communication harmonisée.
72. Le travail de groupe, où les pays de la ligne de front et les pays de l'invasion ont collaboré sur des projets communs a ensuite été présenté devant un jury composé des experts techniques et des experts en communication. (*Plans présentés en Annexe 6*)
73. Une évaluation des travaux par les membres du jury a eu lieu, suivie d'une discussion approfondie sur les résultats, les points forts et les points à améliorer dans les plans présentés.
74. A l'issue des discussions les participants et le secrétariat de la Commission, la recommandation suivante a été formulée:

Aux pays et à la CLCPRO de

R8. Renforcer la coordination régionale entre les points focaux de communication des pays

A la CLCPRO de

R9. Organiser des formations annuelles en communication pour renforcer les capacités techniques des pays membres en faisant participer les responsables des structures avec leurs points focaux respectifs

4. Conclusion

75. Après avoir distribué un questionnaire d'évaluation à chaud aux participants, les résultats globaux montrent une assimilation quasi-complète des principes et aspects importants de la communication dans le cadre des institutions et organismes de lutte antiacridienne. (*Questionnaire d'évaluation à chaud en Annexe 7*)
76. L'analyse approfondie des réponses à l'évaluation des acquis de la formation révèle un niveau global de compréhension élevé parmi les participants. Dans le domaine de la communication institutionnelle, la majorité a démontré une compréhension solide de la cible de cette forme de communication, ainsi que la reconnaissance que la vente de produits n'est pas son objectif principal.
77. De plus, une conscience notable de l'importance d'une charte graphique pour la cohérence a été observée, indiquant une attention aux détails et un engagement envers la qualité visuelle dans la communication.
78. En ce qui concerne la communication de crise, les participants ont montré une compréhension substantielle de son objectif préventif et de la nécessité d'une transparence accrue, soulignant une préparation adéquate pour faire face à des scénarios difficiles.
79. Dans le domaine de la communication digitale, la reconnaissance des médias sociaux comme des outils de communication digitale a été largement partagée, démontrant une compréhension contemporaine des canaux de communication modernes. De plus, la perception de la stratégie de contenu comme un aspect clé de la communication digitale indique une conscience de l'importance de créer et de partager un contenu significatif en ligne.
80. Les participants ont également démontré une compréhension robuste de concepts variés liés à la communication, notamment la communication externe, interculturelle, et l'adaptation du ton en fonction du public cible. Des connaissances approfondies ont également été observées en ce qui concerne l'utilisation d'outils tels que les infographies, les newsletters, et les webinaires dans le contexte de la communication.
81. Globalement, les erreurs sont mineures, suggérant que la formation a été efficace dans la transmission des connaissances en communication. La participation active et les réponses correctes aux quizz et aux questionnaires d'évaluation témoignent d'un engagement sérieux des participants, ce qui laisse présager une application réussie des compétences acquises dans leurs pratiques professionnelles.

5. Clôture de l'atelier

82. A l'issue des travaux de l'atelier, la formatrice a récapitulé les moments forts de la formation, mettant en évidence les compétences nouvellement acquises et soulignant leur pertinence dans les pratiques professionnelles quotidiennes des participants. Des discours de clôture ont invité à la réflexion sur le voyage de formation et à l'application future des connaissances.
83. Les compétences nouvellement acquises ont été mises en avant. Des sessions de questions-réponses ont permis aux participants de partager leurs impressions finales et de recevoir des conseils supplémentaires pour la mise en œuvre des compétences acquises.
84. Des informations sur les ressources post-formation ont été partagées, permettant aux participants de continuer à développer leurs compétences en communication régionale au-delà de l'atelier.

85. La remise des attestations aux participants qui ont suivi avec succès l'ensemble du programme de formation s'est déroulée. Cela a offert l'occasion de reconnaître les efforts individuels et collectifs des participants tout au long du processus de formation.
86. Un tour de table a eu lieu prenant les mots de clôture de tous les participants, qui ont souligné l'importance de l'engagement et de la contribution de chacun et remerciant la Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale pour avoir organisé un atelier de cette importance.

Annexes

Annexe 1	<i>Liste des participants</i>	16
Annexe 2	<i>Questionnaire d'évaluation des profils des participants</i>	17
Annexe 3	<i>Composition du plan de Communication</i>	17
Annexe 4	<i>Liste des outils avec définitions</i>	18
Annexe 5	<i>Travaux présentés (Newsletter, Affiche, Campagne Facebook)</i>	19
Annexe 6	<i>Plans de Communication Régionaux Présentés</i>	22
Annexe 7	<i>Questionnaire d'évaluation des Acquis de la Formation</i>	22
Annexe 8	<i>Photos de l'Atelier de Formation</i>	22

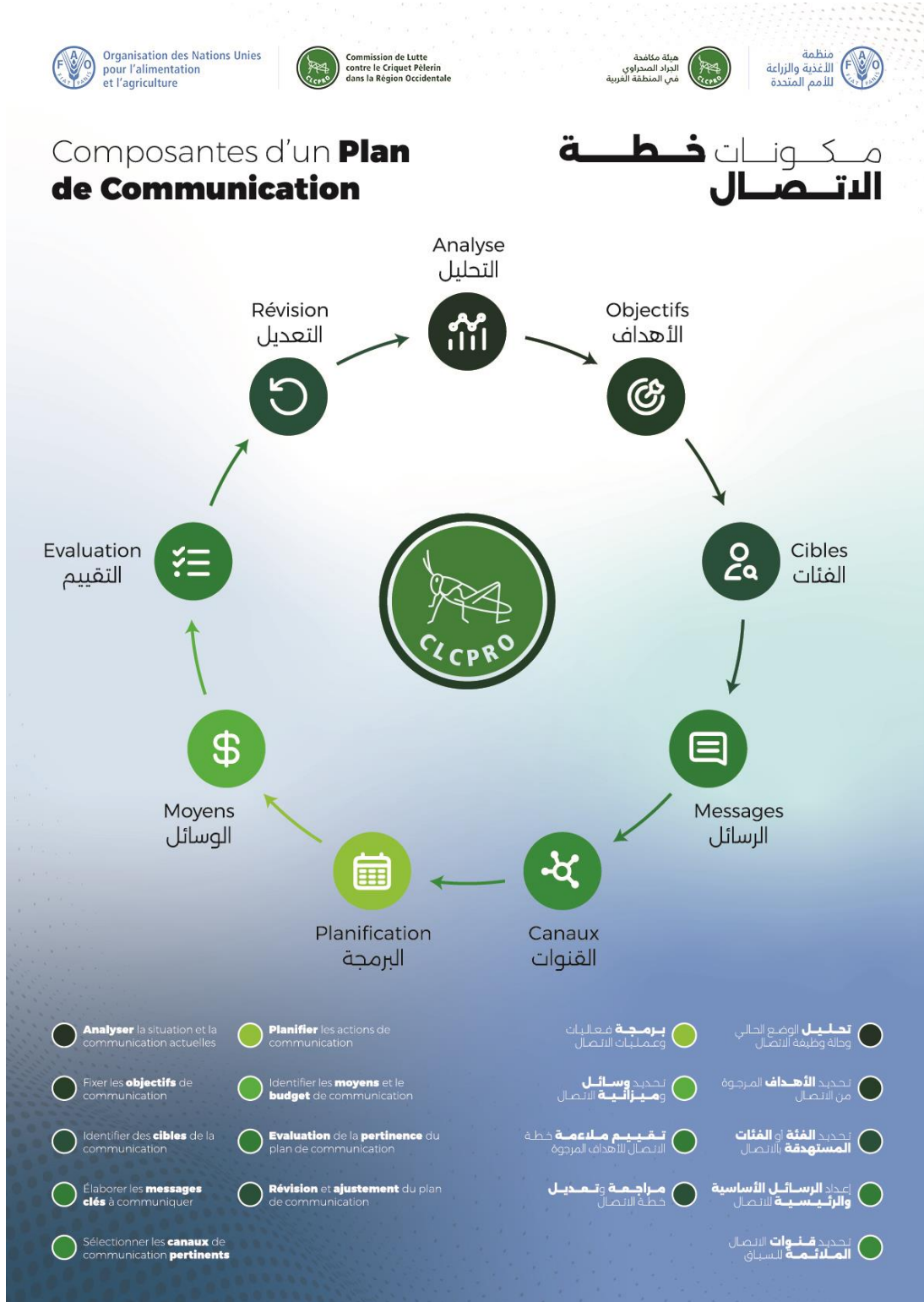
Annexe 1. Liste des participants

Pays/ Organisme	Nom et prénom	Fonction
Algérie	Ouissal Hadj Zouggar	Point Focal Communication
Burkina Faso	Nabie Bekouan	Point Focal Communication
Libye	Salah Mousa Ali Mbarak	Point Focal Communication
Mali	Youssouf Diallo	Point Focal Communication
Maroc	Ahlam Zouirech	Point Focal Communication
Mauritanie	Ahmed Salem Benahi	Point Focal Communication
Niger	Zakari Adamou	Point Focal Communication
Sénégal	Coumba Sonko	Point Focal Communication
Tchad	Rassei Neldjibaye	Point Focal Communication
Tunisie	Mouna Mhafdhi	Point Focal Communication
Tunisie	Oussama Salhi	Suppléant Point Focal Communication
ISA CM	Khemais Abdellaoui	Professeur Chercheur
FAO DZ	Yasmina Bachir Bouiajdra	Chargée de Communication
CRC	Sara Sadek	Spécialiste en Design
FAO SNE	Faten Aouadi	Chargée de Communication
Consultante	Shanez Kechroud	Experte en Communication
Secrétariat CLCPRO	Mohamed Lemine Hamouny	Secrétaire Exécutif
	Khaled Moumene	Consultant Acridologue
	Meriem Laidani	Consultante Agronome
	Yasser Abdesselam	Consultant en Communication

Annexe 2. Questionnaire d'évaluation des profils des participants

1. Questionnaire d'évaluation des profils des participants¹

Annexe 3. Composantes du Plan de Communication (Affiche)



¹ <https://forms.office.com/e/PVNYv9AsTf>

Annexe 4. Liste des outils technologiques utilisés

1. **Canva:**

Canva est une plateforme de conception graphique en ligne qui permet aux utilisateurs de créer facilement des graphiques, des présentations, des publications sur les réseaux sociaux, et d'autres éléments visuels à l'aide d'outils simples et d'une bibliothèque étendue de modèles et d'éléments graphiques.

2. **HubSpot:**

HubSpot est une plateforme tout-en-un de marketing et communication digitale. Elle offre des outils pour la gestion des contacts, l'automatisation de la communication, la création de pages web, le suivi des campagnes, le tout intégré dans une seule plateforme.

3. **Buffer:**

Buffer est un outil de gestion des réseaux sociaux qui permet aux utilisateurs de planifier, publier et analyser leurs publications sur plusieurs plateformes sociales. Il facilite la planification stratégique du contenu et l'optimisation du calendrier de publication.

4. **IFTTT (If This Then That):**

IFTTT est une plateforme d'automatisation qui permet aux utilisateurs de connecter différents services et appareils pour automatiser des tâches. En utilisant des applets (formules), les utilisateurs peuvent créer des actions conditionnelles simples du type "Si ceci, alors cela" entre différentes applications et services.

5. **Capcut:**

Capcut est une application de montage vidéo mobile qui offre des fonctionnalités conviviales pour l'édition de vidéos sur smartphones. Il permet aux utilisateurs de découper, fusionner, ajouter des effets, et d'éditer leurs vidéos de manière créative.

6. **Runway:**

Runway est une plateforme qui utilise l'intelligence artificielle pour créer et expérimenter avec des contenus visuels. Elle offre des outils pour générer des images, des animations et des vidéos en utilisant des modèles d'IA.

7. **Kahoot:**

Kahoot est une plateforme d'apprentissage en ligne basée sur le jeu qui permet aux enseignants et aux formateurs de créer des quiz interactifs, des sondages et des jeux-questionnaires pour engager les apprenants dans l'éducation.

8. **Lumenor AI:**

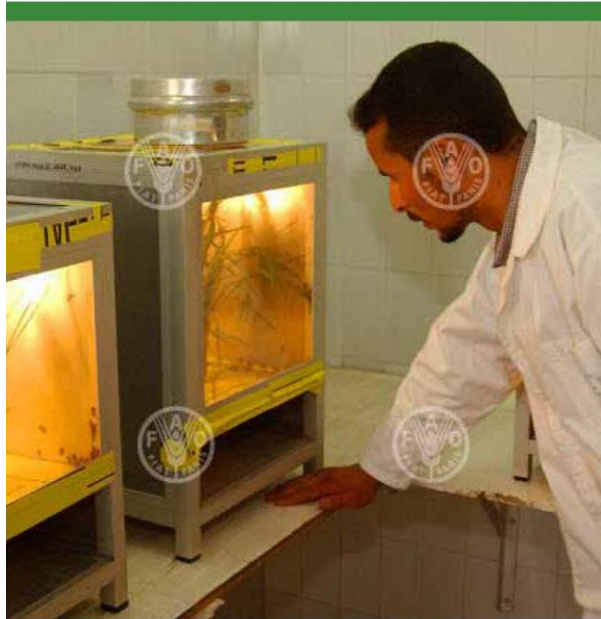
Lumenor AI est une plateforme qui utilise l'intelligence artificielle pour générer des photos de manière réaliste. Grâce à des algorithmes avancés, elle crée des images visuellement convaincantes en simulant des scénarios réels. Cette technologie est souvent utilisée dans le domaine de la création visuelle et du design.

Annexe 5. Travaux présentés (Newsletter, Affiche, Campagne Facebook)

Groupe 1: Affiche Digitale



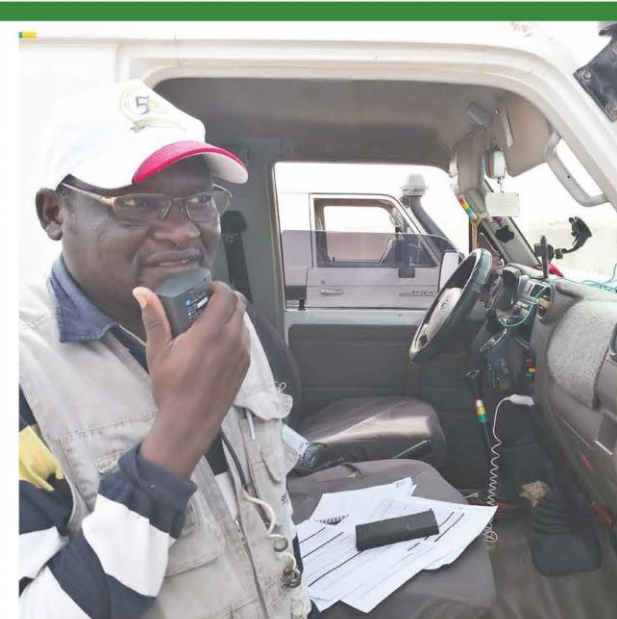
استراتيجية مكافحة الوقائية ضد آفة الجراد
Stratégie de la Lutte Preventive en Lutte Antiacridienne



البحث العلمي
Recherche Scientifique



التدخل السريع
Intervention Rapide



إنذار مبكر
Alerte Précoce

Groupe 3: Campagne Facebook

 Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture |  Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale

LE CRIQUET PÈLERIN= UNE VRAIE MENACE POUR LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE



UN ESSAIM DE CRIQUET PÈLERIN D'UN KM2 PEUT CONSOMMER LA MÊME QUANTITÉ DE NOURRITURES QUE 2500 PERSONNES.

 Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture |  Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale

REMONTÉE DE L'INFORMATION À TEMPS=SURVEILLANCE ET LUTTE EFFICACE



UNE INFORMATION FIABLE REMONTÉE À TEMPS, CAPITALE POUR LA RÉUSSITE DE LA CAMPAGNE ACRIDIENNE

 Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture |  Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale

INNOVATION DANS LA LUTTE ANTIACRIDIEENNE



LES DRONES COMME UNE NOUVELLE APPROCHE DE SURVEILLANCE DU BIOTOPE DU CRIQUET PÈLERIN

»» NEWSLETTER ««

UNE MEILLEURE COMMUNICATION EN LUTTE ANTI ACRIDIENNE : LA CLCPRO RÉUNI SES PAYS MEMBRE



Commission de Lutte contre le Criquet Pèlerin dans la Région Occidentale

Dix pays membres de CLCPRO se sont réunis à Tunis, pour une semaine de formation en communication dans la gestion des périodes de rémission et de crises acridiennes et ce conformément aux recommandations du plan régionale de formation (V) 2023-2026.

Parmi les objectifs de la CLCPRO figure la lutte préventive contre la menace acridienne imminente. Dans ce cadre une communication institutionnelle s'avère nécessaire aux niveaux des pays des lignes de front et d'invasion en vue de faire connaître au public l'utilité des Unités de Lutte Anti Acridiennes UNLA.

Les pays membres sont appelés à développer leurs propres stratégies et plan de communication institutionnelle incluant plusieurs canaux de communications adaptés à tous les publics cibles. Au terme de cette formation tous les points focaux nationaux seront outillés de méthodes et technologies efficaces de communication en incluant la dimension digitale et relationnelle



Annexe 6. Plans de Communication Régionaux Présentés

1. Présentation du Groupe des Pays de la Ligne de Front²
2. Affiches du plan de communication du groupe des pays de la ligne de front



3. Présentation du Groupe des Pays d'Invasion³

Annexe 7. Questionnaire d'Evaluation des Acquis à Chaud

1. Questionnaire d'Evaluation des Acquis de Formation⁴

Annexe 8. Photos



² <https://docs.google.com/presentation/d/1Hk4mVrzGKpPnPYftHBgkC08ielKc-bcU>

³ <https://docs.google.com/presentation/d/1703jphSgovaA0oT8jzhFh6ZNtGbZsNw7>

⁴ <https://forms.office.com/e/Z2PjcnigPz>

