

SENSIBILISATION DES DECIDEURS GUINEENS SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

M. JOSEPH SYLLA
POINT FOCAL UNFCCC

Plan de la présentation

- Introduction;
- Éléments d'une stratégie de sensibilisation;
- Inventaire des espaces et créneaux de sensibilisation disponibles;
- Les groupes cibles
- Conclusion

Introduction

- La sensibilisation joue un rôle crucial dans la mise en œuvre de la convention sur le changement climatique.
- En effet, l'article 6 vise à impliquer tous les partenaires dans les différentes phases d'élaboration, de mise en œuvre et de suivi des stratégies de sensibilisation.
- Conformément à cet article la Guinée a entrepris une série d'activités d'information, de sensibilisation et de communication sur les thèmes tels que l'inventaire des gaz à effet de serre, l'identification et la mise en œuvre d'options d'atténuation et d'adaptation, de développement et de transfert de technologies, etc.
- Cette communication fait le point des activités entreprises dans le cadre du projet « Renforcement des capacités pour l'amélioration des inventaires des gaz à effet de serre en Afrique de l'Ouest et du Centre ».

Éléments de la stratégie

- Le but de toute action de sensibilisation est d'apporter un changement de mentalité et/ou de comportement chez un (des) groupe(s) cible (s) en vue d'apporter des solutions durables à un (des) problème(s) lié(s) aux hommes/femmes de la communauté donnée.
- Le but recherché par le programme sensibilisation du projet «Renforcement des capacités en vue d'améliorer les inventaires des gaz à effet de serre » est de conscientiser tous les citoyens et décideurs du pays sur leur responsabilité dans le processus d' IGES.
- De manière spécifique, les objectifs visés sont :
 - Assurer l'information continue des différents acteurs (décideurs, populations résidentes permanentes et temporaires) sur la problématique des IGES.
 - Sensibiliser toutes les parties prenantes sur leurs rôles à travers des comportements positifs qu'ils doivent adopter et les solutions alternatives qu'ils peuvent apporter pour améliorer le processus d'IGES.

Éléments de la stratégie (suite)

- Créer un partenariat, une synergie d'action, d'appropriation pour une pérennisation des acquis éprouvés des programmes et projets évoluant dans le cadre de l'atténuation des émissions des gaz à effet de serre.
- Etablir un partenariat entre l'entité responsable et les structures dépositaires des données.
- Assurer une communication à deux sens, efficace entre l'entité responsable des IGES et les parties prenantes et impliquer ces dernières dans la définition des priorités et l'allocation des ressources.
- Résoudre les conflits probables au niveau des parties prenantes.

Éléments de la stratégie (suite)

- Conformément à l'esprit du manuel de procédures pour les IGES en Guinée qui fixe une périodicité de quatre ans, il est souhaitable d'organiser un atelier de sensibilisation à l'intention des décideurs en prélude à chaque communication nationale.
- Cette périodicité pourrait être modifiée en fonction de l'amélioration des conditions nationales et la mise en place d'un système de gestion efficace des IGES

Inventaire des espaces et créneaux de sensibilisation disponibles

- **La télévision** : Il existe une chaîne de télévision nationale qui émet aussi bien dans les langues officielles (60%) que dans les langues nationales (40%). Elle a des compétences humaines et des ressources matérielles pour préparer des magazines documentaires, des microprogrammes et des débats télévisés sur les questions liées à la problématique du changement climatique avec l'appui technique des services spécialisés.
- La RTG produit et diffuse l'émission «Protégeons notre environnement». Elle passe tous les dimanches à partir de 18 heures 30 pour une durée de 30 minutes. Cette émission, diffusée en français est consacrée essentiellement à la protection de l'environnement et à la gestion durable des ressources naturelles. D'autres émissions comme le magazine «Kibaro» est diffusé dans les langues nationales tous les soirs à partir de 19 heures 30 minutes ; ce magazine est une tribune qui diffuse des informations à 60 % sur la santé et sur l'environnement.
- **Les radios** : Le pays dispose d'une chaîne de radio nationale qui couvre l'ensemble du territoire. Cette chaîne émet en français et suffisamment dans les langues nationales.

Eléments de la stratégie (suite)

- La radio rurale considérée comme la radio des «sans voix» est un créneau porteur en Guinée. Cette radio de proximité émet en FM et SW à travers quatre (4) grandes stations régionales (Kindia pour la Région Maritime, Labé pour la Moyenne Guinée, Kankan pour la Haute Guinée et N'Zérékoré pour la Guinée Forestière). Elle émet des programmes liés aux préoccupations du monde rural et dans les langues du terroir. La ville de Conakry est aussi couverte par la radio rurale de Kindia.
- Une station régionale pour la zone spéciale de Conakry, la Radio Kaloum Stéréo (RKS) diffuse des émissions sur l'environnement et le cadre de vie en français et dans les langues nationales une fois par semaine.
- A côté de ces stations, d'autres radios privées et communautaires existent au nombre desquelles : Radio FM Liberté, Radio Nostalgie, Familia FM, Espace FM, qui contribuent grandement à la diffusion des informations relatives à la protection de l'environnement.

Éléments de la stratégie (suite)

- **Les journaux écrits :**
- Le pays dispose d'un quotidien national, **HOROYA** qui est largement distribué. En plus de ce quotidien national, il existe des journaux privés qui réservent eux aussi, dans leurs colonnes, une grande partie consacrée à la protection de l'environnement.
- La limite de tous ces journaux, c'est qu'ils sont seulement édités en français (et donc visent seulement les intellectuels). Il s'agit entre autres de : **Le lynx, la lance, l'indépendant, la nouvelle tribune, l'enquêteur, la croisade, la vérité, le diplomate, le Citoyen, la Guinée Actuelle, l'Economiste.**

Les groupes cibles

- Toutes les couches sociales sont concernées par les changements climatiques, surtout les femmes et les enfants qui sont les plus vulnérables aux effets des changements climatiques. Mais certaines personnes peuvent jouer un rôle particulier pour résoudre les problèmes.
- **Les décideurs** : Il s'agit des Gouvernants, des départements et structures techniques chargés de la gestion de l'administration. Ils doivent recevoir des informations sur les activités et les plans en cours, ainsi que sur les processus de mise en œuvre de la convention cadre des Nations Unies sur les changements climatiques.
- **Les autorités locales** : Ce sont les autorités coutumières (chefs de familles, chefs de secteurs, conseils de quartiers etc.), les autorités élues (conseil communal, les Maires) associations et groupes (de femmes, de jeunes, d'âges). Ce groupe est compétent dans la réglementation locale, la mobilisation sociale et possède le pouvoir d'influence dépendant de la crédibilité dont les personnes représentant ces autorités jouissent auprès de leurs communautés. Il constitue le passage obligé des systèmes locaux de communication (SLC). C'est à leur niveau que le contenu du message est accepté, rejeté ou modifié pour être diffusé et discuté par le reste de la collectivité.

Les groupes cibles (suite)

- **Les femmes** : L'avenir du monde est entre leurs mains. Ce sont elles qui transmettent à leurs enfants les valeurs et les principes. Ce sont elles qui élèvent leurs filles pour en faire les femmes de demain. Elles sont à la fois Public cible et relais de communication. Elles ont des possibilités infinies.
- Les femmes et les enfants ne sont pas vulnérables seulement aux impacts des changements climatiques, mais leur rôle de mère leur accorde un intérêt spécifique leur évitant les dangers environnementaux, tels que les maladies d'origine hydrique, l'insalubrité de l'habitat, le manque d'hygiène alimentaire qui peuvent aggraver les risques sanitaires.

Les systèmes locaux de communication

- De manière traditionnelle, la sensibilisation dans les communautés est réalisée à travers les réunions locales, les causeries-débats, les causeries sous l'arbre à palabre, les sketches, les chansons, les contes et légendes, les annonces publicitaires, des sessions de formation. Ces actions d'information d'éducation et de sensibilisation peuvent regrouper les populations (réunions de groupes, ateliers de formation, théâtres et autres spectacles, projections de films), ou profiter des regroupements existants (fêtes traditionnelles ou religieuses) ou viser simplement à fixer l'attention des individus (panneaux d'annonces, messages d'annonces, affichages, T. Shirts, casquettes...).
- Les groupes religieux constituent à la fois une cible et un puissant relais de diffusion de messages sur la variabilité climatique. Très souvent les perceptions religieuses préparent des attitudes envers la nature, le milieu de vie surtout lorsque les messages proviennent des sermons des imams dans les mosquées ou les prêches dans les églises.

Les acteurs de mise en œuvre de la stratégie

- **Les partenaires dans la confection des messages**
 - Les agences d'information et de publicité,
 - Les bureaux spécialisés dans la communication,
 - Les ONG et PME,
 - Les enseignants,
 - Les médias,
 - Les élus locaux,
 - Les personnels de santé
 - Les femmes et les jeunes,
 - Les personnes ressources.

CONCLUSION

- La sensibilisation des différentes cibles favorisent l'atteinte des objectifs, la synergie d'action et surtout la réussite de tout projet, en particulier sur les changements climatiques.
- Chaque acteur, une fois informé et sensibilisé sur « la partition qu'il doit jouer et le mobile », fera sa « part de travail ».
- Les décideurs étant partie intégrante des acteurs et surtout ceux par lesquels la décision est prise et mise en application, leurs rôles restent et déterminent, sans équivoque, les réussites/les échecs dans la lutte contre les changements climatiques en général et l'amélioration des inventaires de gaz à effet de serre en particulier.

Merci pour votre aimable attention