



REPUBLIQUE TOGOLAISE



**MINISTRE DES TRANSPORTS ROUTIERS AERIENS ET FERROVIAIRES
DIRECTION GENERALE DE LA METEOROLOGIE NATIONALE (DGMN)**

**STRATEGIE DE COMMUNICATION ASSORTIE D'UN PLAN
D'ACTION DE LA DGMN POUR
L'OPERATIONNALISATION DU CADRE NATIONAL POUR
LES SERVICES CLIMATOLOGIQUES (CNSC) DU TOGO**

Mars 2022

REMERCIEMENTS

La Direction générale de la météorologie nationale (DGMN) exprime sa gratitude aux partenaires techniques et financiers pour leur accompagnement sans cesse renouvelé, surtout la Commission de la CEDEAO, qui ont appuyé l'élaboration et la validation de cette stratégie de communication. Elle saisit cette occasion pour inviter tous les partenaires en développement à continuer d'appuyer la mise en œuvre du Cadre national pour les services climatologiques (CNSC). Elle félicite et remercie également les experts nationaux et les secteurs prioritaires définis dans le CNSC pour leur mobilisation, leur dévouement et le professionnalisme, avec lesquels ils ont conduit l'atelier de validation de cette stratégie de communication. La DGMN mettra tout en œuvre, à travers cette stratégie, pour tenir ses engagements vis-à-vis de la population toute entière par l'opérationnalisation du CNSC.

RESUME EXCUTIF

La DGMN est un service transversal pourvoyeuse d'informations météorologiques fiables adaptables à toutes les couches socio-économiques du pays et aux secteurs clés du CNSC. Ces informations sont de divers ordres au nombre desquels, les prévisions immédiates, les prévisions saisonnières et sous saisonnières, le suivi du temps, les bulletins climatologiques et agrométéorologiques mensuels qui doivent être communiqués efficacement et à des périodes bien indiquées, dans un cadre réglementaire aux utilisateurs finaux.

La présente stratégie de communication reste un document cadre, comprenant une combinaison d'interventions coordonnées de communication, déclinées sous la forme d'un plan opérationnel, capables de susciter les changements nécessaires en matière de visibilité, d'image, de connaissances, d'opinions, d'attitudes, de croyances ou de comportements au niveau des cibles visées par la DGMN, selon un calendrier donné et compte tenu des ressources disponibles. Cette stratégie de communication vise de façon générale à redynamiser la communication interne et externe de la DGMN, en lui offrant un cadre réglementaire pour accompagner l'opérationnalisation du Cadre national pour les services climatologiques pour la période 2022–2026.

La méthodologie suivie est basée sur la collecte d'information à l'intérieur et à l'extérieur de la DGMN, les résultats des consultations nationales, qui ont débouché sur la mise en place du CNSC au Togo et ceux de l'évaluation des capacités et besoins en systèmes d'alerte multirisques au Togo. Elle s'est aussi appuyée sur le plan stratégique de l'Organisation météorologique mondiale (OMM) 2020-2023 et d'autres documents.

Cette stratégie de communication vise à atteindre quatre (4) buts. Il s'agit de (i) renforcer et de moderniser la communication interne de la DGMN afin d'améliorer ses services ; (ii) de planifier les actions de communication externe axées sur les résultats des activités de la DGMN et les impacts des prévisions météorologiques et climatologiques sur le terrain ; (iii) d'accompagner et de communiquer les actions et le fonctionnement des organes du plan de mise en œuvre du CNSC. D'une autre manière, faire de cette stratégie, un outil d'accompagnement et de communication des différents organes de mise en œuvre du CNSC en rendant visible ses activités et ses résultats ; (iv) d'améliorer la communication et le partenariat entre la DGMN, les partenaires médias et les PTF internationaux en innovant sur le plan technique la communication de la DGMN, agrandir et fidéliser ses partenaires nationaux et internationaux.

Le document de la stratégie de communication est structuré en deux grandes parties. La première partie aborde le cadre stratégique qui prend en compte le contexte et justification, la description de la DGMN, la méthodologie de l'élaboration et le contexte de la stratégie de communication.

La deuxième partie est consacrée au cadre opérationnel qui définit les axes stratégiques, les cibles, les approches de communication par cible et les messages à adresser à chaque cible, les canaux de la communication externe selon les groupes cibles, le cadre institutionnel de la stratégie, le suivi évaluation et le cadre logique du plan de mise en œuvre.

La DGMN adhère aux différentes actions définies par la stratégie afin de redynamiser et moderniser sa communication et susciter auprès des populations, à travers les informations météorologiques, un espoir d'un monde plus résilient et durable.

L'état d'avancement de la mise en œuvre de cette stratégie sera suivi grâce aux indicateurs de performance directement rattachés aux actions accomplies au cours de l'année surtout l'opérationnalisation du CNSC et présentées dans le rapport des activités annuelles de la DGMN.

LISTE DES SIGLES ET ABBREVIATIONS

ACMAD: African Centre of Meteorological Application for Development

AGRHYMET : Centre régional Agrohydrométéorologie

AMCOMET : African Ministerial Conférence Meteorology

ANAC : Agence Nationale de l'Aviation Civile

ANAMET : Agence Nationale de la Météorologie

ANPC : Agence Nationale de la Protection Civile

ASECNA : Agence pour la Sécurité de la Navigation Aérienne en Afrique et à Madagascar

BAD : Banque Africaine de Développement

BM: Banque mondiale

DGMN : Direction Générale de la Météorologie Nationale

CCNUCC : Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques ;

CEDEAO : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest

COP : Conférence des parties

FAO : Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture

FIDA : Fonds International de Développement Agricole

GIEC : Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat

ICAT : Institut de Conseil d'Appui Technique

ITRA : Institut Togolais de Recherche Agronomique

JPO : Journée Porte Ouverte

LCF: La Chaîne du Futur

OACI : Organisation Internationale de l'Aviation Civile ; ;

ODD : Objectifs de Développement Durable

OMM : Organisation Météorologique Mondiale

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

OSC : Organisations de la Société Civile

PNUE : Programme des Nations Unies pour l'Environnement

PNUD: Programme des Nations-Unies pour le Développement

PND : Plan National de Développement

PréSaGG : Prévision Saisonnière des pays du Golfe de Guinée

PréSa-SS : Prévision Saisonnière de la zone Soudanienne et Sahélienne

SWOT/FFOM : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

RRI : Radio Rurale Internationale

TVT : Télévision Togolaise

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n° 1 : Présentation des activités de la DGMN.....	21
Tableau n°2 : Synthèse des différents produits de la DGGMN.....	23
Tableau n° 3 : Approche par cible.....	39
Tableau n°4 : Cadre logique du plan de mise en œuvre.....	48
Tableau n°5 : Chronogramme de mise en œuvre de la stratégie.....	53
Tableau n° 6 : budget de mise en œuvre de la stratégie 2022-2026.....	57

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	2
RESUME.....	3
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	4
LISTE DES TABLEAUX.....	6
INTRODUCTION.....	8
Première partie : CADRE STRATEGIQUE.....	11
I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	12
II. DESCRIPTION DE LA DGMN.....	14
III. METHODOLOGIE DE L'ELABORATION ET CONTEXTE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION.....	23
Deuxième partie : CADRE OPERATIONNEL.....	30
IV. AXES STRATEGIQUES.....	31
V. CIBLES.....	37
VI. APPROCHE DE LA COMMUNICATION PAR CIBLE ET LES MESSAGES A ADRESSER A CHAQUE CIBLE.....	38
VII. CANAUX DE LA COMMUNICATION EXTERNE SELON LES GROUPES CIBLES.....	43
VIII. LE CADRE INSTITUTIONNEL DE LA STRATEGIE.....	46
IX. SUIVI EVALUATION.....	47
X. CADRE LOGIQUE DU PLAN DE MISE EN ŒUVRE.....	48
XI. CHRONOGRAMME DE MISE EN ŒUVRE.....	53
XII. BUDGET.....	57
CONCLUSION.....	61
BIBLIOGRAPHIE.....	62
TABLE DES MATIERES.....	63
ANNEXE.....	67

INTRODUCTION

Le Togo, situé entre le 6^{ème} et le 11^{ème} degré nord et entre 0 et 1,40 degré est, a une superficie de 56 600 km². Limité à l'ouest par le Ghana, à l'est par le Bénin, au sud par l'Océan Atlantique et au nord par le Burkina Faso, il est caractérisé par un régime climatique tropical soudanien au Nord, à régime climatique monomodal, avec en moyenne 850 à 1400 mm de pluie/an et le régime climatique tropical guinéen au Sud, à régime bimodal de 1000 à 1600 mm de pluies/an. La température moyenne est de 28°C dans les zones septentrionales, 27°C dans la zone côtière et varie entre 24 et 26°C dans les autres zones. L'humidité relative moyenne est également élevée dans les zones méridionales (73 à 90%), mais faible dans les régions septentrionales (53 à 67%). La vitesse moyenne du vent est de 1,93 m/s et la durée moyenne de l'insolation est de 6 heures 37 minutes par jour. L'évapotranspiration moyenne est de 1 540 mm/an. Au cours des 45 dernières années, il est constaté une diminution de la pluviométrie et du nombre de jours de pluies, ainsi qu'une augmentation de la température (source ?). En outre, le ratio Pluviométrie/Évapotranspiration Potentielle (P/ETP), qui est l'indice d'aridité est également en baisse, témoignant de la tendance à l'assèchement du climat.

Peuplé d'environ 8 millions d'habitants en 2022, le Togo est un pays dont le niveau de développement humain est l'un des plus faibles et des plus fragiles en Afrique Subsaharienne. Le PIB par habitant en 2021 était de 759 US dollars, illustrant ainsi une incidence de pauvreté qui se situe à 45,5% en 2019 selon les données publiées le 29 octobre 2020 par le gouvernement (source ?). Le seuil de pauvreté national est de 273 628,3 FCFA par personne et par an, selon la même source.

Sur le plan économique, les Togolais vivent essentiellement de l'agriculture. Plus de 70% du secteur agricole concentré dans la zone rurale contribue à l'économie nationale. Les producteurs qui vivent de l'agriculture au Togo sont confrontés à multiples difficultés aux nombres desquelles les changements climatiques qui viennent ajouter leurs grains d'anxiété en ce qui concerne la régularité des saisons, agissant ainsi sur la productivité. Ils ne touchent pas que le secteur agricole mais aussi d'autres secteurs prioritaires d'activités climato-dépendantes dont les secteurs de la santé, de l'énergie, de l'hydrologie et la gestion de risques de catastrophes.

Selon les scénarios climatiques développés pour les horizons 2050, 2075 et 2100, les observations du climat de 1961 à 2012 révèlent une augmentation des températures contre une diminution de la pluviométrie et du nombre de jours de pluie (3^{ème} communication nationale sur les changements climatiques). Cette situation pourrait engendrer des inondations, la

sècheresse, l'élévation du niveau de la mer et les vents violents. Les fortes chaleurs et l'augmentation des précipitations entraîneraient la prolifération des maladies vectorielles et infectieuses avec des pertes économiques et en vie humaines. Sur la base de l'évaluation de la vulnérabilité dans les secteurs ciblés, des options d'adaptation ont été proposées en cohérence avec les orientations stratégiques nationales, notamment celles inscrites dans le Programme national de développement (PND) et dans les priorités et objectifs sectoriels. La mise en œuvre de ces programmes et mesures nécessitera l'implication de tous les acteurs, notamment la DGMN, les universités et institutions de recherche, les institutions publiques, les ONG, le secteur privé, les collectivités territoriales, les communautés à la base et les partenaires techniques et financiers.

Le Gouvernement, pour sa part, a pris des mesures réglementaires intégrant les changements climatiques dans les politiques, programmes, projets et plans de développement dans les secteurs de l'énergie, de l'agriculture, des transports, des ressources en eau, de la gestion de risques de catastrophes etc. L'application de ces textes légaux et la mise en œuvre de ces actions exigent des acteurs en développement et les communautés locales à prendre en compte les informations météorologiques et climatiques qui constituent aujourd'hui un moyen efficace et incontournable dans la prévention et la gestion des risques liés au temps, au climat et à l'eau.

En effet, pour être plus résilient à ces différents risques, il est nécessaire de promouvoir la production des informations adaptées. Ces informations doivent se baser sur des connaissances scientifiques pour fournir des produits adéquats et nécessaires pour appuyer la prise de décisions, ainsi que pour renforcer les systèmes opérationnels de prévention et de gestion de ces risques. Les prévisions météorologiques constituent aujourd'hui l'une des meilleures stratégies d'adaptation à la variabilité et aux changements climatiques. Reste que ces prévisions soient diffusées dans un cadre réglementaire, approprié prenant en compte les attentes des utilisateurs et les moyens modernes accessibles à tous. Ce qui exige d'ailleurs de la DGMN, la définition de ses objectifs de communication, de ses cibles, des canaux de diffusion et des axes stratégiques de communication.

Le présent document « *Stratégie de communication assortie d'un plan d'action de la DGMN pour l'opérationnalisation du cadre national pour les services climatologiques (CNSC) du Togo* » vient répondre en partie à ces exigences.

Il est structuré en deux grandes parties. La première partie aborde le cadre stratégique qui prend en compte le contexte et justification, la description de la DGMN, la méthodologie de l'élaboration et le contexte de la stratégie de communication.

La deuxième partie est consacrée au cadre opérationnel qui définit les axes stratégiques, les cibles, les approches de communication par cible et les messages à adresser à chaque cible, les canaux de la communication externe selon les groupes cibles, le cadre institutionnel de la stratégie, le suivi évaluation et le cadre logique du plan de mise en œuvre.

Première partie : CADRE STRATEGIQUE

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La vie de l'Homme et celle des sociétés dépendent en grande partie du cadre physique qui les entoure. Dans cet environnement, le climat, le temps et l'eau sont les principaux facteurs agissant sur la structure et la productivité ainsi que sur la répartition des espèces animales à l'échelle planétaire (PANA, 2009). L'introduction d'un changement au niveau des éléments de base régissant le grand complexe climatique induit d'énormes modifications dans les composantes du point de global du climat. Ce qui engendre de graves problèmes auxquels l'humanité est confrontée. Les aléas climatiques constituent aujourd'hui une menace mondiale qui préoccupe l'humanité toute entière et suscite des débats politiques de haut niveau dont le tout premier sur le plan international fut la Conférence des Nations Unies sur l'Environnement Humain (CNUEH) tenue à Stockholm en 1972. Les chercheurs ont relevé les niveaux de gravité de ce changement climatique. A ce sujet, les spécialistes du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat (GIEC) ont produit régulièrement des rapports alarmants sur l'état du climat mondial. Ces rapports révèlent que le climat mondial subit, depuis quelques décennies, un réchauffement relevé à travers les données météorologiques et qui dû aux activités humaines. Dans son rapport, le GIEC (2022) annonce que le monde sera confronté à des multiples aléas climatiques inéluctables au cours des deux prochaines décennies avec un réchauffement planétaire qui dépasserait 1,5°. Ce réchauffement climatique sera plus important en Afrique qu'au niveau mondial. Une étude de la Banque mondiale (2012) prévient qu'une augmentation du réchauffement de 1,5 à 2 °C entraînerait une aridité qui rendra entre 40 et 80 % des terres agricoles impropres à certaines cultures à l'horizon 2030-2040 en Afrique de l'Ouest. Ce changement climatique induit des aléas préoccupants influençant le quotidien des hommes. Les conséquences de ce phénomène étant principalement négatives, il s'avère nécessaire de mieux les connaître pour en anticiper les effets néfastes, d'où la nécessité de communiquer efficacement et de permettre aux populations d'avoir un niveau élevé de connaissance du risque, sur la manifestation et les effets de ce changement climatique.

Le Togo, pays de l'Afrique de l'ouest, n'est pas épargné par ce dérèglement climatique. En effet, au Togo le changement climatique se traduit par une augmentation de la température et une diminution de la longueur des saisons ; avec une récurrence des phénomènes météorologiques extrêmes et des conséquences dévastatrices. Parmi ces phénomènes extrêmes nous pouvons citer la sécheresse, les inondations, les vents violents qui occasionnent des dégâts matériels et économiques importants ainsi que des pertes en vies humaines. Les secteurs les plus touchés par ces aléas sont l'agriculture à travers la dégradation des sols et la dévastation

des cultures, l'élevage du fait de la réduction du couvert végétal, les ressources en eau, la pêche et l'exploitation des forêts.

Dans la réduction de ces effets et dans l'accompagnement des populations dans leur processus d'adaptation et d'atténuation des changements climatiques, la DGMN joue un rôle prépondérant dans la production et la vulgarisation des informations météorologiques nécessaires à une prise de décision adéquate.

La DGMN, l'autorité nationale qui gère toutes les questions relatives au temps, au climat et à l'eau a pour entre autres missions : l'observation, l'analyse, l'étude et la prévision du temps, du climat et des constituants atmosphériques de l'environnement. Ceci, en vue d'assurer la sécurité des personnes et des biens dans le domaine de la météorologie tout comme la climatologie par la fourniture des informations et des services appropriés à tous les secteurs socio-économiques, environnementaux ainsi qu'à tous les autres usagers. Elle est régie en dehors du décret n°434 du 21 août 1932 portant sa création et celui n° 2005-099/PR du 28 octobre 2005 portant la création de la direction générale, par un Cadre national pour les services climatologiques qui décline les actions dans le sens de la réduction ou de la gestion des risques de catastrophes liés à la météorologie. Ces actions concernent la prévision météorologie, la climatologie et l'agrométéorologie qui produisent des informations à l'endroit des populations. Pour bien mener cette mission, la DGMN a entrepris, ces dernières années, de vastes réformes de modernisation (structures, offres de formation, recherche et innovation, gouvernance...). Ces réformes doivent s'accompagner d'actions de communication appropriées. Mais malheureusement depuis sa création, la DGMN n'a jamais eu un cadre de communication de référence, partagé par l'ensemble de ses partenaires nationaux et internationaux. C'est dans ce sens que la présente initiative est entreprise pour doter l'institution d'une stratégie de communication qui lui permettra de continuer sa dynamique de modernisation, de répondre et de s'adapter aux exigences mondiales en matière de la météorologie.

Avec la multiplication des phénomènes météorologiques extrêmes, les cibles concernées par les informations météorologiques et le grand public, deviennent de plus en plus variés et exigeants. L'assistance météorologique à tout ce public et leur satisfaction requiert une mise en cohérence des messages et des approches communicationnelles, bâtie sur le renforcement de la communication interne et externe de la DGMN.

Cette stratégie vient en appui à la mise en œuvre du CNSC et reflète les politiques et stratégies sectorielles du Gouvernement, les priorités de l'OMM à l'échelle mondiale, ses avantages

comparatifs et les leçons tirées des expériences de la collaboration entre la DGMN et l'OMM ainsi que les partenaires de mise en œuvre du Cadre.

II. DESCRIPTION DE LA DGMN

La DGMN opère dans un cadre juridique et institutionnel qui se présente comme suit :

2.1. Statut juridique de la DGMN

Le service de la météorologie a été créé au Togo le 21 août 1932 par arrêté n°434 du gouvernement des colonies, officier de la légion d'honneur, du commissaire de la République.

Ce service, au début faisait partie de l'Agence pour la Sécurité de la Navigation Aérienne en Afrique et à Madagascar (ASECNA). Il est érigé en Direction de la Météorologie Nationale par décret n° 71/027 du 10 novembre 1971. Celle-ci est devenue Direction Générale par décret n° 2005-099/PR du 28 octobre 2005, portant attributions et organisation du ministère de l'Équipement, des Transports et des Postes et Télécommunications.

2.2. Missions

La DGMN a comme mission : l'observation, l'analyse, l'étude et la prévision du temps, du climat et des constituants atmosphériques de l'environnement, en vue d'assurer la sécurité des personnes et des biens. Cette mission s'exerce dans le domaine de la météorologie et de la climatologie par la fourniture des informations et des services appropriés à tous les secteurs socio-économiques et environnementaux, ainsi qu'à tous les autres usagers.

2.3. Attributions

Au titre des attributions, la DGMN est chargée de :

- la promotion et de la mise en œuvre de la politique de l'État en matière de météorologie et du climat ;
- la négociation des accords bilatéraux et multilatéraux dans le cadre des habilitations et mandats conférés par l'État ;
- de la supervision et du contrôle des activités météorologiques et climatiques au niveau national ;
- de l'élaboration et de la diffusion des prévisions, avis et alertes, afin de contribuer à la protection des personnes et des biens et de soutenir les efforts destinés à atténuer les impacts des catastrophes naturelles, d'origine météorologique et climatique et des catastrophes environnementales connexes ;
- du développement et de la fourniture des informations et produits météorologiques et climatiques nécessaires à la conception/planification, au développement et à la gestion des

infrastructures, des établissements humains et d'autres secteurs essentiels tels que l'agriculture, l'environnement, les ressources en eau, l'énergie et les transports, afin d'améliorer le bien-être des populations ;

- du contrôle de la qualité des instruments météorologiques et climatiques sur l'ensemble du territoire national par la modernisation, la gestion, et l'exploitation d'un réseau d'observation météorologique ;
- de la gestion des activités météorologiques dans les domaines publics aéronautiques non concédés et de la fourniture des données et informations météorologiques nécessaires à la sécurité de la navigation aérienne et maritime ;
- de l'appui technique nécessaire à la réalisation d'infrastructures routières, hydro-électriques, des télécommunications et des bâtiments ;
- de la soumission aux autorités, des projets de réformes nécessaires dans les domaines météorologique et climatique au plan national et de la fourniture des avis pertinents sur les questions relatives au temps et au climat en vue d'éclairer la prise de décisions ;
- de la délivrance, de la suspension, ou de l'annulation de toute licence, autorisation ou agrément dans le domaine de l'exploitation et de la conformité en matière d'activités météorologiques et climatiques ;
- de l'exploitation, de l'inspection et de la maintenance de l'ensemble des stations météorologiques y compris les postes climatologiques et pluviométriques répartis sur le territoire national ;
- de la promotion de l'utilisation des informations météorologiques dans les différents secteurs socio-économiques et environnementaux ;
- de la formation et de la gestion du personnel de la météorologie.

2.4.Objectifs

Elle a pour objectifs principaux de :

- gérer et exploiter le réseau météorologique national ;
- mettre à la disposition des usagers tant nationaux qu'internationaux des informations météorologiques fiables ;
- organiser, réglementer et harmoniser les programmes d'actions météorologiques en relation avec l'OMM.

2.5. Structure organisationnelle

La DGMN est structurée en Direction Générale, en directions, en divisions et en sections.

La Direction Générale a à sa tête un Directeur Général qui est l'autorité suprême de la structure.

La Direction Générale supervise trois directions. Chaque direction comporte trois (03) divisions et deux (02) à trois (03) sections sous chaque division.

2.5.1. Direction des applications météorologiques.

Elle est chargée de l'utilisation des informations et des données météorologiques pour une bonne prise de décision au développement.

Elle comprend :

2.5.1.1. La Division veille et prévision météorologique

La prévision est l'activité centrale de la DGMN. La division veille et prévision est chargée d'élaborer des prévisions météorologiques à très court termes (en espace de quelques heures) et à court terme (échéance allant de 24h à 5 jours) ; Elles aident à la prise de décision et participent à l'orientation des investissements.

La division veille et prévision météorologique gère trois (03) sections.

- La Section prévision météo générale

Elle est chargée d'élaborer des prévisions aux différentes échéances et celles spécifiques et émet des bulletins d'informations sur les échéances correspondantes.

- La Section météo média et aéronautique.

Elle a pour mission la collecte, le traitement et la diffusion des informations météorologiques à l'intention des utilisateurs sur les plans national et international. Elle fournit l'assistance météorologique indispensable aux différents secteurs d'activités socio-économiques surtout à la navigation aérienne.

- La Section prévision météo marine

Elle fait la collecte et le traitement des données sur les phénomènes atmosphériques et l'état de la mer. Elle contrôle des équipements météorologiques embarqués à bord des navires. Bref, elle apporte l'assistance météorologique indispensable à la navigation maritime et aux activités portuaires.

2.5.1.2. La Division agrométéorologique

Elle facilite l'amélioration de la gestion des exploitations agricoles et les conditions de développement du milieu rural à partir des informations agrométéorologiques. Plus précisément

elle facilite l'exploitation des données en temps réel afin d'optimiser les décisions sur le plan agricole.

Elle comprend deux (02) sections

- La Section production des informations

Elle s'occupe de la réalisation des études sur les relations entre les facteurs climatiques et la production agro-pastorale, prend en compte l'analyse des besoins du monde rural en matière d'assistance météorologique et climatologique. Elle analyse et suit l'évolution de la saison des pluies et l'impact des phénomènes météorologiques sur la campagne agro-pastorale. Elle se charge de ce fait de produire des recommandations visant à atténuer les impacts négatifs des facteurs climatiques sur la campagne agro-pastorale.

- La Section suivie de la phénologie des cultures

La section prend en compte le suivi de l'évolution des cultures au cours de la campagne sèche ou humide, assure l'assistance opérationnelle en milieu paysan en suivant l'état de la végétation et la disponibilité du fourrage. Elle émet des alertes en cas des maladies phytopathologiques ou d'invasion acridienne.

25.1.3. La division climatologique

Elle analyse et décrit le climat, établit des statistiques et assure leur dissémination pour une meilleure adaptation aux aléas climatiques. Elle aborde également le volet de la recherche sur les changements climatiques. Elle est subdivisée en deux sections.

- La Section assistance aux usagers et base de données météo.

Elle est chargée de tenir et mettre à jour le registre des stations météorologiques et des postes pluviométriques, d'assurer la saisie, le contrôle de qualité et le traitement des données climatologiques. Elle assure l'archivage des documents relatifs aux données météorologiques de base et élabore le bilan périodique des données des stations météorologiques. Elle est la section qui fournit des données et produits climatologiques aux usagers.

- La Section changement climatique et recherche

Cette section assure la surveillance du climat à l'échelle locale, régionale et internationale. A cet effet, elle développe des actions d'adaptation et d'atténuation aux changements climatiques et dégage les risques potentiels des phénomènes liés aux changements climatiques. Elle initie, conduit et participe aux programmes d'études et de recherches météorologiques et

climatologiques. Elle participe aussi au développement des stratégies d'amélioration des prévisions.

2.5.2. Direction de la météorologie synoptique et des systèmes d'observation.

Cette direction est responsable du réseau national d'observation. Elle est chargée des stations d'observation, de la collecte et du contrôle de qualité et l'archivage des données météorologiques de base, en surface, en mer et en altitude. Elle veille à la mise à jour des normes standards des observations selon les exigences de l'OMM et assure la formation continue des observateurs de la météorologie conformément aux directives de l'organe mondial.

Elle comprend :

2.5.2.1. La division de la météorologie synoptique zone climatique nord

Chargée de gérer et de coordonner les activités des stations synoptiques du réseau météorologique national de la zone climatique nord.

Elle supervise deux sections.

- Section centres météorologiques

Elle est chargée de Suivre et de coordonner les activités des observateurs météorologiques et tenir un rapport périodique sur la gestion des centres météorologiques. Elle Collecte et transmet des données météorologiques et veille à la mise à jour des normes standardisées des observations selon les exigences de l'Organisation météorologie mondiale et de l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI).

- Section collecte de données et archivage

Elle assure entre autres tâches, la collecte, le contrôle de qualité et l'archivage des données météorologiques de base, en surface et en altitude.

2.5.2.2. La division de la météorologie synoptique zone climatique sud

Chargée de gérer et de coordonner les activités des stations synoptiques du réseau météorologique national de la zone climatique nord.

Elle supervise aussi deux sections

- Section centres météorologiques

Elle est chargée de Suivre et de coordonner les activités des observateurs météorologiques et tenir un rapport périodique sur la gestion des centres météorologiques. Elle Collecte et transmet des données météorologiques et veille à la mise à jour des normes standardisées des

observations selon les exigences de l'Organisation météorologie mondiale et de l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI).

- Section collecte de données et archivage

Elle assure aussi la collecte, le contrôle de qualité et l'archivage des données météorologiques de base, en surface, en mer et en altitude.

2.5.2.3. La division des instruments et méthodes d'observation.

Elle veille au choix des sites, à l'installation des stations et instruments météorologiques et en assure la maintenance.

Elle compte trois sections :

- Section infrastructures

Elle est en charge des travaux de réalisation des infrastructures de la DGMN.

- Section télécommunication (ST)

Elle s'occupe de l'administration et de la maintenance du réseau informatique et de l'ensemble des systèmes de gestion intégrés de la DGMN.

- Section systèmes d'observation (SSO)

Elle est en charge de l'administration et de la maintenance du réseau national de stations météorologiques.

2.5.3. Direction administrative et financière

Elle est chargée de veiller à la bonne gestion financière et du personnel de la DGMN, elle est composée de :

2.5.3.1. Division financière

Elle a pour tâches de contrôler la comptabilité du service et la bonne gestion de la trésorerie, de développer des outils d'aide à la prise de décision financière.

La division financière a en son sein deux (2) sections :

- Section comptabilité

La section comptabilité est chargée d'élaborer le budget et suivre son exécution, de liquider les dépenses engagées et d'établir les ordres de recettes, d'assurer l'approvisionnement de l'institution en matière de fournitures de biens et services

- Section gestion du patrimoine

Elle gère les stocks, les immobilisations et le parc automobile.

2.5.3.2.Division des marchés et achats

Elle est chargée, notamment de tenir le répertoire des fournisseurs, de suivre le processus de passation des marchés, de gérer le processus d'acquisition des biens et services, de réceptionner les travaux et services en commission puis valider les factures.

Elle comprend deux (2) sections :

- Section des marchés

La section des marchés est chargée de tenir le répertoire des fournisseurs et de rédiger les projets de contrats

- Section des achats

Elle gère le processus d'acquisition des biens et est chargée de leur réception.

2.5.3.3.Division administrative

Elle est chargée d'élaborer la politique de gestion et de développement des ressources humaines de l'institution, de participer à la mise à jour de la réglementation en matière de gestion des ressources humaines, de définir les besoins en personnel en coordination avec les autres directions, d'établir les fiches de postes avec les indicateurs de performance en collaboration avec les autres directions, d'assurer la gestion prévisionnelle du personnel. Elle est également chargée des missions et formations.

La division comprend trois (3) sections :

- Section ressources humaines et chargé de mission

La section ressources humaines et chargé de mission veille à la présence physique et les mouvements du personnel et à la mise en œuvre de l'organigramme de l'institution. Elle est chargée d'élaborer, de suivre et de mettre à jour la politique et plans de formation du personnel en collaboration avec les directions. Elle gère les missions du Directeur Général et du personnel.

- Section communication et documentation

La section communication et documentation est chargée d'assurer les relations de la DGMN avec les médias et démarcher les différents sponsors. Elle assure les relations publiques, définit, propose et suit l'exécution de la stratégie de communication et fait la promotion de la DGMN auprès de toutes les cibles. La section communication négocie les projets de partenariat et s'assure du feedback des utilisateurs sur les produits et services de la DGMN. Elle gère tous les

canaux de communication. Elle veille à l'accueil et l'orientation des usagers et visiteurs du service et assure la diffusion des produits et informations de la DGMN. Elle collecte, classe, conserve et gère les fonds d'archives et documentaires. Bref, elle est responsable de la bibliothèque et de la base de données sur la documentation technique de la DGMN.

- Section informatique

Elle se charge de l'administration des réseaux locaux internet et intranet. Elle est chargée de développer et gérer le site Web du service et assurer l'entretien et la maintenance des matériels informatiques.

2.6. Activités de la DGMN

Le tableau ci-dessous résume les différentes activités de la DGMN

Tableau n°1 : Présentation des activités de la DGMN

SERVICES	Groupes d'activités	Segments d'activités
Météorologie	Synoptique	1. Observations ; 2. Transmissions ; 3. Archivage.
	Prévisions	4. Prévisions générales ; 5. Alertes météo 6. Prévision marines ; 7. Prévisions saisonnières ;
	Climatologie (Assistances aux usagers)	8. Projections climatologiques 9. Traitement et fourniture des données pour la recherche scientifique 10. Elaboration des attestations de confirmation des phénomènes extrêmes 11. Expertise et consultations

Source : DGMN, 2022

Le tableau a regroupé les différentes activités de la DGMN en trois grands secteurs dont la synoptique qui gère tout le réseau météorologique national et les données issues des centres. Le

secteur de la prévision englobe tout ce qui concerne la prévision. La climatologie gère l'ensemble des usager/utilisateurs qui sollicitent les données et l'expertise météorologique.

2.7. Produits de la DGMN

Les différentes directions, divisions et sections de la DGMN travaillent quotidiennement pour faire sortir des produits, qu'elles mettent à la disposition du public, du privé ou des particuliers.

Ces produits se présentent comme suit :

2.7.1. Les bulletins des prévisions saisonnières

Les bulletins des prévisions saisonnières sont de trois types en fonction des zones agroécologiques du Togo. En effet, chaque année la DGMN produit un bulletin de la prévision saisonnière pour la grande saison des pluies de la zone bimodale. Il est élaboré entre fin février et début mars et le contenu des informations s'adresse aux décideurs, aux agriculteurs et leurs partenaires, aux investisseurs de la zone et au grand public.

Un autre type de bulletin de la prévision saisonnière est élaboré entre fin avril et début mai. Ce dernier donne une idée du comportement probable des paramètres agro climatiques de la saison culturale de la zone monomodale.

Le dernier type est celui de la prévision saisonnière de la petite saison des pluies de la zone bimodale. Il est élaboré en Aout et contient les informations sur le comportement des paramètres de la petite saison.

Les bulletins des prévisions saisonnières sont élaborés en collaboration avec des institutions sous régionale telles que AGRHYMET, ACMAD lors des forums de la prévision saisonnière. Les experts de la DGMN de retour dans le pays actualisent les résultats et les adaptent aux réalités nationales pour en faire un produit national.

Bulletin des prévisions régulières. Ce sont des prévisions du temps à très courte échéance (alertes météo) à courte échéance (prévision d'une journée, de trois jours et de sept jours). La division veille et prévision élabore ces bulletins et les met à la disposition du grand public à travers les médias, la page Facebook Météo Togo et les réseaux sociaux.

2.7.2. Bulletin d'alertes météorologiques

C'est un bulletin qui annonce généralement l'arrivée imminente, dans un intervalle de 2h, d'un système pluvio-orageux susceptible de causer des dégâts.

2.7.3. Attestation de confirmation des phénomènes extrêmes

C'est une attestation que la DGMN délivre à la demande pour confirmer le passage d'un phénomène météorologique pouvant occasionner des dégâts. Elle sert de preuve justificative d'un dégât subi par une entreprise ou une personne physique auprès de son assureur.

Tableau n°2 : Synthèse des différents produits de la DGMN

N°	Produits	Echéance	Fréquence
1	Bulletins des prévisions saisonnières	Six (06) mois	Trois (03) types/ans
2	Bulletins mensuels	Un (01) mois	Deux (02) type /mois
3	Bulletins des prévisions générales	Quotidiennement	Quotidiennement
4	Bulletins d'alerte	Deux (02) heures	Occasionnellement
5	Certificat pour des phénomènes extrêmes	A chaque phénomène	Occasionnellement

Source : DGMN, 2022

Etant donné que le temps varie fréquemment, tous les produits de la DGMN ont toujours un délai de validité qui ne dépasse pas six mois. Ce sont les prévisions saisonnières qui ont un délai relativement long (6 mois).

III. METHODOLOGIE DE L'ELABORATION ET CONTEXTE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

Pour l'élaboration de cette stratégie, un protocole méthodologique est suivi qui part de la collecte d'informations aux outils d'analyse utilisés

3.1. Méthodologie

La méthodologie adoptée pour élaborer cette stratégie s'articule autour de quatre axes majeurs. D'abord une collecte d'information à l'intérieur de la DGMN et ensuite à l'extérieur. Elle s'est aussi appuyée sur les résultats des consultations nationales ayant servi à l'élaboration du plan d'action national qui a débouché sur la mise en place du Cadre national pour les services climatologiques (CNSC) au Togo. La méthodologie s'est aussi appuyée sur le plan stratégique de l'Organisation météorologique mondiale (OMM) 2020-2023, de la stratégie de communication des entreprises, Tome 1 et 2 et la revue scientifique francophone en communication organisationnelle, le plan de communication, 5^{ème} édition (Thierry LIBAERT, 2017/Paris, Dunod, Collection « marketing/communication ». Cette méthodologie a également

pris en compte le document de « Evaluation des capacités et besoins en système d’alerte multirisque au Togo ». Cela a permis d’avoir un regard extérieur de la DGMN sur le plan stratégique et communicationnel. Enfin, la stratégie s’est beaucoup inspirée des rapports des différentes activités qui se sont penchées sur l’aspect communication. Il s’agit des ateliers de diffusion d’information, les campagnes médiatiques, les conférences de presse, les formations des journalistes, les journées portes ouvertes etc. Elle s’est également nourrie de la description historique de l’évolution médiatique de la DGMN des dix dernières années, des entretiens individuels menés au niveau du personnel de la météorologie et des personnes extérieures.

3.2. Contexte de la stratégie de communication

La rédaction de la stratégie de communication de la DGMN, il faut le mentionner, intervient au moment où le service de la météorologie amorce une ère de profondes mutations avec une réforme institutionnelle majeure et une modernisation technique de ses pratiques. Cette nouvelle phase va certainement influencer sa méthode de travail et changer fondamentalement son approche de communication. La présente stratégie de communication a pris en compte, dans la mesure du possible, ces différentes mutations bien que certaines sont jusqu’alors en cours de mise en œuvre. Quoiqu’il en soit cette stratégie pourra, après la mise en place définitive de la réforme et du plan de modernisation, être réorientée et ajustée.

3.2.1. Contexte de la communication à la DGMN

Le besoin de communiquer sur les produits de la météorologie s’est fait sentir à partir de 2006 avec la création et l’opérationnalisation de la cellule météo-média qui avait l’objectif d’élaborer les prévisions et les diffuser sur les chaînes de télévisions nationales. Son premier partenaire fut la Télévision Togolaise (TVT) qui a favorisé d’ailleurs le lancement des activités de la cellule météo-média avec les présentations, après le journal de 20 heures, des bulletins de la prévision journalière. En 2012, un deuxième partenariat fut signé avec La Chaîne du Futur (LCF) qui diffusait aussi lesdites prévisions.

Le grand rapprochement de la DGMN vers les médias date de décembre 2014 avec l’organisation d’une journée météo-média pour les mass-médias sous le thème « la mise en place d’une meilleure stratégie de diffusion de l’information sur les services climatiques en réponse aux besoins des utilisateurs ». L’objectif principal de cette approche était d’améliorer la diffusion des produits liés au temps et au climat par les médias.

La nécessité de redynamiser la communication au sein de la DGMN arrive en 2017 avec la mise en place d’une cellule de communication qui est devenue en 2019 une section communication

et documentation. Depuis 2018, la cellule est appuyée par un expert médias et communication qui fait office de conseiller et de consultant en communication de la DGMN.

Cette cellule a permis le renforcement du partenariat entre les médias et la météorologie avec les ateliers de renforcement des capacités des journalistes sur l'appropriation et le meilleur usage des termes météorologiques en 2018 et 2019 en vue d'une diffusion plus efficace des informations liées à la prévision du temps.

Au total et à la date d'aujourd'hui, la DGMN est en relation avec plus de deux cent (200) médias, dont la plupart sont des radios rurales installées sur toute l'étendue du territoire. Deux contrats de communication sont jusqu'alors en cours. Il s'agit du contrat de diffusion avec la TVT et de l'entente de participation avec la Radio rurale internationale (RRI).

En 2018, le service de la météorologie a mis en place le plan d'action national pour la mise en place du cadre national pour les services climatologiques (CNSC) au Togo qui a servi aussi de cadre d'orientations pour les activités de communication des informations météorologiques.

En dehors de ces relations médias, la DGMN a aussi exploité les ateliers et les réunions de service pour communiquer sur le plan interne et externe. Par ailleurs, il faudrait souligner l'existence d'un partenariat de communication avec une vingtaine de structures qui inclue les secteurs clés définis par le CNSC sur la base de partage mensuel des informations météorologiques.

3.3. Analyse du système de communication de la DGMN

Cette partie de la stratégie s'est largement inspirée des différentes recommandations des acteurs internes et externes, rencontres et réunions hebdomadaires. Comme annoncé au niveau de la méthodologie, les résultats suivants sont la synthèse de l'analyse SWOT ou FFOM du système de communication interne et externe de la DGMN.

3.3.1. Forces

L'initiative de doter la DGMN d'une stratégie de communication est motivée par :

- La volonté clairement exprimée de la DGMN de renforcer la communication et de soutenir les initiatives dans ce domaine ;
- La prise de conscience au sein du personnel de l'importance stratégique de la communication pour la réussite des missions de la DGMN ;
- Les besoins de la population en informations météorologiques et climatiques ;
- L'existence du CNSC et de son opérationnalisation ;

- L'existence de médias publics et privés habitués à travailler avec la DGMN ;
- L'existence d'une entente de participation avec la Radio rurale internationale ;
- L'existence des accords entre la DGMN et d'autres institutions (ANAC Togo, ASECNA, ANPC etc).
- Les possibilités accrues de communication hors média ;
- Les intérêts accrus du public pour les services météorologiques et climatologiques ;

3.3.2. Faiblesses

Lors du diagnostic, il a été révélé que le système de communication de la DGMN rencontre des lacunes de divers ordres comme :

- Absence d'un plan stratégique formel ;
- Inexistence d'un document de stratégie de communication ;
- Faible visibilité de la structure sur le plan national ;
- Insuffisance des mécanismes de collaboration et de communication avec le secteur public et privé ;
- Insuffisance des moyens budgétaires consacrés à la communication ;
- Insuffisance de ressources humaines qualifiées en communication ;
- Absence de tradition de communication interne et externe ;
- Improvisation en matière de communication, anarchie et absence de clarté dans les pratiques ;
- Faible diffusion des informations météorologiques et climatiques ;
- Public en général peu informé des activités de la DGMN et ses méthodes de diffusion des informations météorologiques ;
- Réduction de la communication des informations météorologiques à des actions spontanées ;
- Cloisonnement des services météorologiques et climatologiques ;
- Absence d'un protocole identitaire (Nom, logo, slogan, charte graphique et la couleur identitaire) ;
- Inexistence des gadgets à l'effigie de la DGMN (blocs notes, agendas, calendrier, T-shirts, casquettes etc ?) ;
- Absence d'une revue d'information météorologique ;
- Absence et/ou indisponibilité de données sur les performances de la DGMN ;
- Absence de tradition de documenter de façon exploitable les informations météorologiques ;

- Absence de tradition de création de contenus audiovisuels et écrits ;
- Absence de capitalisation des connaissances ;
- Faible participation au débat public ;
- Absence d'une culture institutionnelle formelle ;

3.3.3. Opportunités

- L'existence de coopération régionales et internationales dans le domaine de la météorologique et des sciences connexes et le partenariat actif avec de nombreux organismes (OMM, AMCOMET, CEDEAO, OACI, PNUD, BM, BAD, AGRHYMET, BOAD, ACMAD etc.) ;
- L'existence de mécanismes de soutiens techniques et financiers importants des partenaires pour une meilleure communication des informations météorologiques ;
- L'existence de nombreuses opportunités de communication institutionnelle et événementielle ;
- Le regain d'intérêt des pouvoirs publics pour les informations météorologiques et climatiques ;
- Le besoin permanent en informations sur le temps, le climat et l'eau sur le plan local, des agences du système des Nations unies pour la mise en œuvre de leurs différents programmes ;
- L'existence d'un Ministère de la communication et des médias ;
- L'existence d'une plateforme nationale de réduction des risques de catastrophes ;
- L'existence des médias publics, privés et sociaux ;
- L'existence de sociétés de téléphonie mobile ;
- L'existence d'une technologie avancée en matière de communication ;
- Une forte demande d'informations météorologiques et climatiques.

3.3.4. Menaces

- Ressources financières insuffisantes pour la mise en œuvre de la stratégie de communication ;
- Indisponibilité du personnel pour accompagner la stratégie de communication ;
- Inaction des institutions nationales et internationales dans la mise en œuvre de la stratégie ;
- Manque du personnel qualifié pour mettre en œuvre la stratégie ;
- Lourdeur et incompréhensibilité des informations météorologiques et climatiques ;
- Statut juridique non autonome de la DGMN ;

- Réactivité lente des acteurs de mise en œuvre.

3.4. Problèmes à résoudre

Il s'agit notamment des questions tournant autour des préoccupations suivantes :

- Comment, à travers la stratégie de communication, la DGMN peut-elle se rapprocher davantage du public et lui faire comprendre les fondements et les enjeux de ses activités et de ses réalisations ?
- Comment la stratégie de communication au sein de la DGMN peut-elle contribuer à développer au niveau du personnel, le sentiment d'appartenance à un idéal commun et faciliter la communication interpersonnelle ?
- Comment la communication peut-elle constituer l'axe fondamental de promotion de la visibilité de la DGMN et de plaidoyer ?
- Comment la stratégie de communication de la DGMN peut-elle constituer un outil de dialogue et de garantie entre la DGMN et les partenaires en charge de la météorologie sur le plan régional et international ?
- Comment la stratégie de communication de la DGMN peut-elle susciter la mobilisation et l'implication nationale dans la mise en œuvre du CNSC ?
- Comment la stratégie de communication de la DGMN peut-elle servir de levier à la mobilisation des ressources ?

3.5. Objectifs de la stratégie de communication

3.5.1. Objectif général

L'objectif général de cette stratégie de communication est de redynamiser la communication interne et externe de la DGMN, en lui offrant un cadre réglementaire. Il s'agit donc de permettre à la DGMN d'accomplir au mieux sa mission, de contribuer à la promotion externe et à une meilleure prise de conscience interne des performances, des valeurs et des innovations enclenchées ; d'établir et de maintenir la visibilité, la crédibilité devant le public et les partenaires.

3.5.2. Objectifs spécifiques

Plus précisément, la stratégie de communication de la DGMN permet de :

- Renforcer et moderniser la communication interne de la DGMN ;
- Planifier les actions de communication externe axées sur les résultats des activités de la DGMN et les impacts des prévisions météorologiques et climatologiques ;

- Accompagner et communiquer les actions de l'Unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC en le rendant opérationnel ;
- Améliorer la communication et le partenariat entre la DGMN, les partenaires médias et les PTF internationaux ;

Deuxième partie : CADRE OPERATIONNEL

IV. AXES STRATEGIQUES

Les objectifs visés à travers cette stratégie de communication se déclinent en quatre axes d'actions matérialisés par des activités.

4.1. Axe stratégique 1 : renforcement et modernisation de la communication interne de la DGMN

Ce premier axe a pour objectif d'améliorer les pratiques de communication interne de la DGMN.

En effet, le capital humain est la première richesse d'une institution ou d'une entreprise. La communication interne regroupe l'ensemble des actions de communication réalisées au sein d'une institution ou organisation à destination de ses salariés ou de ses collaborateurs. Elle dépend du service des ressources humaines ou du service de communication. Pour être à la fois productifs et se sentir bien au travail, les collaborateurs ont besoin de savoir que l'institution se porte bien et que le travail qu'ils réalisent y contribue, d'où l'importance de la communication interne. Plus l'information est partagée avec le personnel, celui-ci se sent concerné et participe au mieux avec une bonne adhésion à la mise en œuvre de la vision et s'implique davantage dans la promotion de l'institution. Quel que soit son statut, un collaborateur ou une collaboratrice qui dispose de l'information nécessaire, est en force de proposition et n'hésite pas à faire preuve d'initiative. Il s'agit dans cet axe, d'une meilleure prise en compte des suggestions du personnel, une meilleure participation à la prise de décision. Pour cela il faudra mettre en place des outils de communication pour le personnel comme un bulletin électronique et physique interne, la dynamisation de l'association du personnel pour renforcer l'esprit d'équipe.

A la fois outil de motivation et outil managérial, plusieurs fonctions sont assignées à la communication interne de la DGMN. Les activités inscrites dans cet axe participeront donc à améliorer la communication entre les différentes composantes de la DGMN.

4.1.1. Activité 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toute l'étendue du territoire.

Il s'agira de :

- Créer un réseau interne et efficace favorisant l'animation quotidienne de la communication de la DGMN. Ce réseau sera constitué des relais actifs de l'information sur toute l'étendue du territoire ;
- Régler la question de la disponibilité d'internet dans tous les centres météorologiques du Togo afin de maximiser la communication électronique, solution à la lourdeur administrative et à la fluidité réduite de l'information ;

- Promouvoir l'utilisation des boîtes e-mail professionnelles (la communication électronique via Internet, intranet, la newsletter interne) et les réseaux sociaux (groupes whatsApp, Facebook et autres réseaux jugés utiles) par tout le personnel ;
- Mettre en œuvre le projet de la revue météo, du journal de la DGMN et des livrets d'accueil ;
- Promouvoir les événements internes et d'activités de team building (Séances de débats et exercices de présentation, discussions sur les enjeux des changements climatiques, dialogues internes).
- Communiquer toutes les informations sur les arrêtés, décrets, communiqués, missions et ateliers, permissions, bourses et sur tous les autres documents officiels de la DGMN ;

4.1.2. Activité 2 : renforcement de l'image institutionnelle de la DGMN

L'activité prend en compte :

- La conception d'un protocole identitaire (Nom, logo, slogan, charte graphique et la couleur identitaire) ;
- La promotion des supports matériels tels que les papiers entêtes de page, des matériels publicitaires, des gadgets à l'effigie de la DGMN, des enseignes, des documents officiels, des plaquettes institutionnelles, des banderoles et affiches, des prospectus, des vidéos et autres visuels, les plaques directionnelles etc. ;

4.1.3. Activité 3 : élaboration de documents professionnels de communication

Il faudra à ce niveau :

- Élaborer la politique de communication de la DGMN qui sera un cadre de référence qui fixe les principes et donne des balises, afin d'instaurer une véritable culture de la communication. Cette politique visera à donner de la cohérence, à harmoniser et à optimiser les ressources de toutes les actions de communication de la DGMN, aussi bien les interventions à l'interne que les interventions à l'externe ;
- Élaborer le manuel de procédures de communication qui constituera un guide de référence pour l'ensemble des départements de la DGMN. Il permettra de synchroniser l'ensemble des activités des départements et en faire des actions de communication ;
- Élaborer des plans annuels de communication qui énoncent par année, les priorités institutionnelles de communication de la DGMN. Ce plan définira les objectifs, les cibles, les moyens/outils, l'échéancier et le budget de mise en œuvre des actions de communication.

4.1.4. Activités 4 : renforcement de la cellule de gestion de l'information et de la communication de la DGMN

L'optimisation des actions de communication de la DGMN passe par le dynamisme et l'efficacité de la cellule de gestion de la communication. Pour arriver à un niveau d'efficacité acceptable, il sera nécessaire de faire :

- Des tournées de plaidoyer à l'endroit des entreprises privées et institutions internationales en place au Togo, afin de solliciter les appuis des partenaires pour l'amélioration de la communication de la DGMN (solliciter du matériel, le renforcement de capacités de l'équipe de communication, le développement des applications...);
- Le renforcement de capacités de l'équipe de gestion de l'information et de la communication de la DGMN en organisant des séances de formation sur la communication institutionnelle, la gestion du site web et réseaux sociaux, infographie, la rédaction des revues et journaux, le journalisme etc.
- Le renforcement du personnel de la cellule de gestion de l'information et de la communication. Il s'agit de recruter des spécialistes en documentation, ayant des connaissances en graphisme et infographie, montage vidéo, gestion numérique de la documentation ;
- Des dotations en matériels de communication moderne ;
- Des mesures incitatives en accordant des forfaits de communication ou mettre à disposition de la cellule une ligne téléphonique, lui permettant de communiquer facilement pour des besoins de travail. Prendre en charge leurs déplacements dans le cadre de leurs activités à l'externe et à l'externe de la DGMN. Il s'agit en clair de prévoir une ligne budgétaire consacrée exclusivement à la communication.

4.2. Axe stratégique 2 : planification des actions de communication externe axées sur les résultats des activités de la DGMN et les impacts des prévisions météorologiques et climatologiques

Cet axe vise à promouvoir au niveau externe, l'image de la DGMN à travers ses réalisations, ses recherches et les prévisions météorologiques et climatologiques ainsi que leurs impacts sur le terrain.

4.2.1. Activité 1 : valorisation des actions de modernisation de la DGMN

Il faut alors faire à ce niveau :

- Une évaluation de la couverture nationale du réseau météorologique, faire une carte de ce réseau et communiquer celle-ci au public afin que ce dernier sache la représentation nationale de la DGMN ;
- Des journées portes ouvertes (JPO) chaque 3 ans et de grands ateliers de sensibilisation sur les pratiques météorologiques et les acquis institutionnels, afin de s'ouvrir au grand public, communiquer sur les activités et les grands projets de la DGMN. Ceci suggère qu'il faudra l'implication de la cellule de gestion de l'information et de la communication dans tous les projets et activités ;
- La promotion de l'expertise des cadres de la DGMN en communiquant sur leurs prestations et les différentes écoles dont ils sont issus.

4.2.2. Activité 2 : diffusion

La promotion d'un accès équitable, égal et de qualité à l'information pour les partenaires, reste l'objectif primordial de toute institution. Pour mieux assumer cette activité, la DGMN doit :

- Susciter une communication intensive de toutes les informations officielles, surtout les bulletins météorologiques (bulletins quotidiennes, bulletins météo marine, bulletins décennaires, bulletins mensuels, bulletins des prévisions saisonnières etc.) ;
- Rechercher de nouvelles chaînes de télévisions sur le plan national et international, pour non pas seulement la diffusion des bulletins, mais aussi des émissions ;
- Créer et animer une plateforme multidisciplinaire rassemblant les diffuseurs d'informations météorologiques et les utilisateurs au niveau national et local en termes d'une chaîne entre la DGMN, les médias et les utilisateurs ;
- Mettre en œuvre le projet d'application mobile de la DGMN, dont le but est de se rapprocher des utilisateurs finaux par des prévisions et alertes automatiques ;
- Promouvoir des émissions télé et radio sur des thématiques liées aux changements climatiques, les travaux de recherche nationale et internationale, la production de supports vidéo sur l'évolution du climat et les conséquences inhérentes ;
- Avoir un studio de présentation des informations météorologiques et climatiques à la télévision.

4.2.3. Activité 3 : diversification et accessibilité des informations météorologiques

De nos jours, la complexité des phénomènes météorologiques exige un éventail d'informations facilement accessibles à toutes les couches socio professionnelles, afin que ceux-ci puissent prendre des décisions idoines pour optimiser les rendements.

Dans ce cadre, la DGMN doit :

- Elargir son domaine d'action et par conséquent la gamme de ses produits touchant des domaines comme les transports qui deviennent aujourd'hui très sensibles, la marine afin de contrôler l'état de la mer, l'eau et énergie, l'industrie et le commerce, le tourisme etc ;
- Procéder à la traduction en langues locales des prévisions météorologiques et les diffuser à travers les radios rurales et les réseaux sociaux, afin de faciliter leur compréhension et leur utilisation par les producteurs ;
- Produire dans de langues locales un lexique des termes météorologiques et faire une large diffusion pour une meilleures appréhension des informations météorologiques ;
- Former des acteurs à la compréhension des informations météorologiques, multiplier les émissions télévisées et radiophoniques en langues locales et créer les points focaux de relais en langue des informations météorologiques ;
- Dynamiser et créer l'interactivité du site Web pour la communication avec les partenaires institutionnels, (bailleurs, autorités nationales, élus, chefs coutumiers et religieux, associations et groupements de paysans, instituts de recherche publics et privés, partenaires techniques et financiers, étudiants etc....). Ce site permettra la mise à jour automatique des données météorologiques et la recherche multicritère par l'utilisation des outils plus dynamiques ;
- Promouvoir des émissions radio et télévision et organiser des séances de communication sectorielles en mettant la priorité sur les secteurs climato-dépendants définis dans le CNSC.

4.3. Axe stratégique 3 : Accompagnement et communication des actions de l'Unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC

La mise en œuvre du CNSC prévoit une structure opérationnelle composée d'un comité de pilotage interministériel dans lequel la DGMN joue un rôle prépondérant. Ce comité de pilotage sert de cadre d'orientation et de décision. Il est appuyé par une unité de gestion qui est chargée de la coordination et de la mise en œuvre des activités.

En effet, le présent axe vise à faire de cette stratégie de communication un outil d'accompagnement et de communication de toutes les actions de l'Unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC en rendant visible ses activités et ses résultats.

4.3.1. Activité 1 : renforcement de la collaboration entre les différentes structures du CNSC

Le contact permanent entre toutes les composantes du CNSC permettrait l'avancement des activités et des orientation stratégiques. La DGMN doit alors :

- Créer, avec un budget à l'appui, un cadre de discussion permanent, une chaîne de partage d'informations, avec un chronogramme annuel et un portefeuille bien défini au sein du comité de pilotage du CNSC, ce qui facilitera les orientations et la prise de décisions ;
- Définir les canaux professionnels de discussion et de circulation d'information afin de contourner la lenteur administrative

4.3.2. Activité 2 : communication des actions de l'équipe de mise en œuvre

La feuille de route de l'unité de gestion du CNSC est mise en œuvre par des groupes thématiques selon les secteurs prioritaires climato dépendants défini par le CNSC. La DGMN doit mettre en place alors les conditions nécessaires pour les échanges et le partage d'information. Pour ce faire, il faut :

- Créer un portail d'accès des groupes de travail thématiques du CNSC aux données météorologiques ;
- Suivre la mise œuvre de la feuille de route définie par les groupes thématiques du CNSC, diffuser les différents produits élaborés et communiquer en termes de lobbying les différents projets assortis des rencontres.

4.4. Axe stratégique 4 : Améliorer la communication et le partenariat entre la DGMN, les partenaires médias et les PTF internationaux

L'objectif de cet axe vise à innover la communication de la DGMN, agrandir et fidéliser ses partenaires nationaux et internationaux.

4.4.1. Activité 1 : innovation de la communication de la DGMN

- Acquérir un studio moderne de présentation des informations et prévisions météorologiques et climatiques à la télévision, suivi de la formation des spécialistes de météorologie en présentation des bulletins ;
- Créer une chaîne en ligne purement météo ;

- Faire des conférences régionales des diffuseurs afin d'identifier tous les médias par région et les moyens de diffusion dont ces derniers disposent. Ceci permettra à la DGMN d'établir avec tous les médias du Togo, une charte de communication adaptable à tout organe de communication ;
- Promouvoir les relations entre la DGMN et les médias en formalisant le partenariat par des protocoles d'accord ;

4.4.2. Activité 2 : instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenaires internationaux

Pour un service météorologique viable et rentable, l'OMM recommande aux institutions nationales en charge, l'établissement de solides partenariats au profit de l'investissement qui doit aboutir à des alliances stratégiques, fonctionnelles et bénéfiques avec les grandes instances de l'ONU, les organisations intergouvernementales et non gouvernementales, les organismes d'aide au développement, le secteur privé et les milieux universitaires, dans le but de mettre en commun les connaissances, les techniques et les compétences.

En effet, pour une bonne visibilité, la DGMN doit entretenir, à partir des échanges sereins, des relations d'assistance et d'appuis au programme de développement. Elle doit cependant développer un mécanisme de communication entre les partenaires, négocier des accords bilatéraux et multilatéraux gagnant-gagnant entre pays, institutions et médias internationaux.

4.4.3. Activité 3 : instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenaires nationaux

Sur le plan national, elle doit renforcer son cadre de discussion avec l'Etat et les institutions en place, pouvant lui permettre d'émettre et d'offrir plus de produits variés, utilisables et communicables sur les médias nationaux. La DGMN devra aussi promouvoir un cadre de concertation et d'échange avec les partenaires, afin d'identifier ensemble et financer des projets structurants, inscrits dans la dynamique stratégique de la feuille de route gouvernementale 2020-2025 au Togo.

V. CIBLES

A ce niveau, pour respecter la cohérence au niveau de l'ossature globale de la stratégie, il est défini deux catégories de cibles, au niveau interne et au niveau externe.

5.1. Cible au niveau externe

Il s'agit des :

- partenaires au développement bailleurs potentiels ;
- autorités nationales et divers décideurs : hommes politiques, parlementaires, cadres de l'administration, conseillers municipaux et conseillers généraux, autorités administratives, coutumières locales et religieuses... ;
- responsables et équipes des instituts de recherche qui conseillent les utilisateurs finaux en particulier les paysans ;
- organisations du système des Nations Unies et autres : l'OMM ; PNUD ; FAO ; PNUE ; IPCC ; OMS ; FIDA ;
- institutions partenaires comme l'ANPC, l'ANAC, l'ASECNA, ICAT, ITRA etc.
- ONGs paysannes impliquées dans la vulgarisation des prévisions ;
- populations concernées par les informations météorologiques ;
- médias et les faiseurs d'opinion (paysans engagés, leaders religieux ou coutumiers, ambassadeurs de bonne volonté etc....), seront utilisés comme canaux de communication.

5.2. Cibles au niveau interne

La cible interne de cette stratégie est constituée de l'ensemble du personnel la DGMN et les utilisateurs qui viennent solliciter les informations et les données précises.

VI. Approche de la communication par cible et les messages à adresser à chaque Cible

Une fois que les cibles sont déterminées, il est nécessaire d'envisager la méthode par laquelle il faut communiquer avec ces cibles et le type de messages à véhiculer.

6.1. Approche par cible

Il s'agit ici des orientations stratégiques à donner à la communication par rapport aux cibles diversifiées et aux objectifs définis dans le but d'optimiser les résultats attendus. Le tableau ci-dessous synthétise cette approche.

Tableau n° 3 : Approche par cible

Cibles	Approche
Partenaires	Plaidoyer / interpersonnelle
Décideurs	Conseils / interpersonnelle
OSC	Plaidoyer
Bénéficiaire	Mobilisation sociale
Médias	Information / sensibilisation
Leaders d'opinion	Plaidoyer
Personnel de la DGMN	Communication interpersonnelle
Services	Information

Source : stratégie de communications PNUD Burkina Faso, 2006-2010

Ce tableau identifie les différentes cibles et adresse l'approche requise. Parfois l'approche peut être mixte selon la cible.

6.2. Messages à adresser aux cibles

6.2.1. Par rapport aux partenaires bailleurs de fonds qu'est-ce que l'on veut dire ?

« Donnez-nous vos fonds, vous aurez une garantie de résultats grâce à notre technicité et notre rigueur » ;

« Voyez nos résultats, l'impact de nos informations et nos services et jugez de notre expertise ainsi que notre compétitivité » ;

- « La DGMN a fait les preuves de sa capacité à produire les informations fiables » ;

- « La DGMN enregistre des réussites : success stories » ;

- « La DGMN informe en permanence sur l'évolution du temps et du climat en temps réel, grâce au matériel moderne et à l'expertise de son personnel qui bénéficie régulièrement de formation, de renforcement des capacités (bon reporting) » ;

- « La DGMN participe activement à la prévention des risques et catastrophes » ;

6.2.2. Par rapport aux partenaires politiques décideurs nationaux que veut-on dire ?

- « La DGMN est une direction technique aux cotés des autorités nationales. Elle est un instrument pour renforcer la capacité des institutions techniques, pour permettre une meilleure résilience des populations et du pays face aux changements climatiques » ;
- « La DGMN a pour vision la modernisation des services météorologiques et climatologiques » ;
- « La DGMN a pour objectifs opérationnel, la visibilité et la compétitivité » ;
- « La DGMN a pour crédo, au travers du renforcement institutionnel, la pérennisation, l'institutionnalisation » ;
- « La DGMN, pour réussir dans sa mission, a besoin d'obtenir des autorités nationales un réel soutien à sa vision et une collaboration efficace. La participation, l'accompagnement est la démarche de fonds de la DGMN » ;
- « Les autorités nationales doivent s'engager par rapport aux grands enjeux des changements climatiques, afin de créer un environnement politique favorable à la réussite de la vision et la mission de la DGMN. Pour cela les instruments de plaidoyer comme le Rapport annuel sur les changements climatiques, le rapport sur les prévisions climatiques doivent faire l'objet de la plus grande dissémination ».

6.2.3. Par rapport aux partenaires OSC, réseaux et fédérations OSC et Associations qu'est-ce que l'on souhaite délivrer comme message ?

- « L'appui de la société civile pour la résilience face aux changements climatiques, la réalisation du PND et l'atteinte des Objectifs de Développement Durables est indispensable. Le développement et particulièrement la lutte contre les changements climatiques sont l'affaire de tous, sans l'adhésion et l'implication de la société civile, il ne peut y avoir une meilleure utilisation des prévisions météorologiques » ;
- « Il appartient aux OSC de mettre en œuvre, principalement dans le domaine de la lutte contre les changements climatiques mais aussi de la défense de l'environnement, des actions de mobilisation sociale que les équipes les institutions partenaires du CNSC peuvent mettre en œuvre avec leurs ressources humaines et financières propres mobilisées auprès des partenaires » ;
- « Les OSC partenaires de la DGMN dans la mise en œuvre de certains projets sont appelées à faire connaître les services de la DGMN et valoriser son image auprès de la population

utilisatrice des prévisions, des actions entreprises pour plus d'efficacité et de résilience face aux changements climatiques » ;

- « Les OSC et associations ont tout à gagner à s'associer aux interventions de gestion des effets des changements climatiques, en se basant sur les prévisions météorologiques produites par la DGMN. Elles y gagneront un savoir-faire répliquable, une crédibilité importante auprès de la population et du Gouvernement, un moyen de pérenniser leur existence et leurs actions ».

6.2.4. Par rapport aux médias qu'est-ce que l'on souhaite dire ?

- « Les médias ont un rôle important de relais pour les messages de développement » ;

- « Les médias ont à couvrir et rendre compte des activités marquantes de la DGMN, de ses prévisions, ses ateliers de dissémination de vulgarisation des produits et services sur la réduction des risques de catastrophes naturelles et des changements climatiques » ;

- « Seuls les médias peuvent efficacement vulgariser et diffuser les missions, politiques, orientations, documents de plaidoyer mises en œuvre par la DGMN, pour accélérer le développement de la météorologie, comme service de base de la prévention des risques liés aux phénomènes extrêmes, donc l'accroissement de la résilience du pays face à ses aléas climatiques » ;

- « Les médias ont à faire connaître une image positive de la DGMN basée sur la maîtrise technique, la compétitivité, les actions d'accompagnement et de renforcement de capacités du pays en matière de maîtrise du temps » ;

- « Le rôle des médias est d'accompagner la DGMN dans ses efforts à se moderniser d'avantage et accroître sa compétitivité, afin de jouer son rôle de marabout des temps modernes et de connecter plus ses utilisateurs finaux à ses produits et services pour une meilleure résilience ».

6.2.5. Par rapport à la population potentiellement bénéficiaire des informations météorologiques

- « La DGMN réalise des actions dont les résultats sont visibles sur l'amélioration de la résilience par une meilleure appropriation des prévisions météorologiques » ;

- « La DGMN est au service de la réalisation du PND et de tous les projets de développement durable, de la lutte contre les changements climatiques et du secteur agricoles pour garantir la sécurité alimentaire » ;

- « Les produits et services de la DGMN sont conçus et diffusés pour renforcer les capacités des utilisateurs primaires que sont les agriculteurs afin que ceux-ci s'adaptent mieux aux aléas climatiques pour de meilleurs rendements » ;
- « La DGMN met ses produits et services donc son expertise au service de l'amélioration des conditions de vie des populations sur le plan économique et socio-sanitaires » ;
- « La DGMN fait participer la population à l'amélioration de ses services et produits ».

6.2.6. Par rapport à la DGMN en tant que répondant de l'OMM quel message l'on veut faire passer ?

« La DGMN en tant que Direction technique et répondant de l'OMM au pays, a un staff compétent qui bénéficie de renforcement de capacités de la part de l'OMM et d'autres partenaires. Elle apporte son expertise et son soutien aux autres directions et agences de météorologies des autres pays. Elle fait également une bonne gestion des programmes et projets dont elle bénéficie de la part de ses partenaires locaux et internationaux ».

6.2.7. Par rapport au personnel de la DGMN qu'est-ce que l'on souhaite obtenir ?

- Un personnel parfaitement informé des orientations définies au niveau de l'Etat et des décisions prises par l'équipe managériale ;
- Un personnel consulté, écouté sur ses préoccupations ;
- Un personnel associé à la prise de décision ;
- Un personnel qui s'est approprié la vision et les missions de son institution ;
- Un personnel apte à communiquer une image positive de la DGMN ;
- Un personnel efficace prodiguant un accueil de qualité à ses visiteurs, fournisseurs et prestataires de services.

6.2.8. Par rapport aux équipes des directions régionales, qu'est-ce que l'on souhaite obtenir ?

- Qu'ils budgétisent et développent des volets communication ;
- Qu'ils coordonnent leurs activités de communication avec celles des autres

Directions et institutions régionales partenaires ;

- Qu'ils véhiculent une image positive de la DGMN, grâce à la communication sur les résultats positifs qu'ils obtiennent.

VII. CANAUX DE LA COMMUNICATION EXTERNE SELON LES GROUPES CIBLES

La transmission d'informations passe toujours par un canal de communication choisi en fonction des objectifs et des cibles

7.1. Le Groupe cible des partenaires, potentiels bailleurs

- Il s'agira d'utiliser principalement la Communication Interpersonnelle, l'effectif de ce groupe cible étant relativement réduit et les relations personnalisées plus prisées qu'un mailing anonyme ;
- La communication devra davantage porter sur les résultats et impacts enregistrés par les prévisions de la DGMN que sur le listing des activités réalisées ;
- Les réunions avec présentations Powerpoint seront privilégiées et supportées par des plaquettes, des dépliants, des fiches de projets, des graphiques, présentant les résultats enregistrés par les prévisions du temps produites par la DGMN ;
- Une production vidéo de 6 ou 13 minutes de présentation des rapports périodiques, des activités phares de la DGMN (JPO, 23 Mars et ateliers de vulgarisation, revue annuelle) émaillée de quelques témoignages des utilisateurs, pourrait être utilisée en préalable des grandes rencontres ;
- Une newsletter semestrielle devrait permettre de donner les informations au ministère de tutelle et aux bailleurs de fonds et montrer les résultats atteints par la DGMN ;
- Une rencontre périodique avec des partenaires au développement pourrait être instituée tournant à chaque fois autour d'une thématique différente des prévisions du temps, mais en lien avec les changements climatiques et le développement durable. Rencontre d'information élargie aux médias ; aux parlementaires et aux OSC ;
- Des conférences, ateliers de réflexion et de partage pourront être organisés autour des documents de plaidoyer que sont le Rapport annuel sur l'évolution du temps, le rapport sur les changements climatiques au niveau pays ;
- L'organisation de visites de terrain peut également s'avérer efficaces pour confronter les médias, les partenaires et autres utilisateurs aux réalités du terrain et à la dégradation de l'environnement en lien avec les changements climatiques ;

- Faire connaître nos best practices (bonnes pratiques) par des rencontres, par des insertions dans nos bulletins mensuel, trimestriel, semestriel et annuel ainsi que des insertions d'éléments sur le site web, sans oublier les sites d'informations partenaires.

7.2. Le Groupe cible des décideurs nationaux

Ce groupe composé des cadres administratifs, des responsables de départements ministériels, des parlementaires, des conseillers régionaux et municipaux, des autorités locales et hommes politiques, doit être atteint au travers de séminaires, d'ateliers, de tables-rondes, de conférences, mais également de visites de terrain et financement de participation à des colloques, séminaires portant sur les thématiques d'intervention de la DGMN ;

- Auprès de ce groupe cible il est décisif de déployer des plaidoyers pour obtenir adhésion et soutien aux missions et aux besoins. Pour ce faire la dissémination du Rapport sur l'évolution du climat et les changements climatiques, sur les interventions de l'OMM, les Objectifs de développement durables et tous les documents montrant l'importance des problèmes, des prévisions du temps sont indispensables à toutes actions de développement ;

- A cet égard, il paraît souhaitable de vulgariser au maximum auprès de ce groupe cible les prévisions saisonnières qui sont la traduction locale des objectifs que l'on souhaite atteindre ;

- Des réalisations positives enregistrées par la DGMN et reconnues par les partenaires locaux et internationaux et l'OMM, pourraient également susciter la motivation, voire l'émulation des décideurs pour certaines perspectives et leur plaidoyer pour des réponses favorables aux besoins de la DGMN ;

- Le site Web interactif sera également un des canaux à privilégier pour atteindre cette cible qui pourra être bénéficiaire des bulletins électroniques destinés aux partenaires techniques et financiers ;

- Des visites conjointes (décideurs, agences du Système des Nations Unies) de terrain peuvent également être programmées pour présenter des démarches novatrices, des nouvelles acquisitions, des résultats encourageants, des problématiques originales liées aux défis qui se posent à la prévision du temps. Ces visites doivent être médiatisées.

7.3. Le Groupe cible des OSC (Société Civile), des réseaux professionnels

La DGMN travaille en étroite collaboration avec des organisations paysannes et les autres utilisateurs. A cet égard, pour permettre une meilleure compréhension et une meilleure utilisation des informations météorologiques et climatiques, on peut envisager des rencontres

périodiques deux fois par an. Ces rencontres peuvent être élargies aux leaders d'opinion et aux médias. Au cours de ces rencontres on pourrait aussi distribuer des plaquettes d'informations, des bulletins ou des rapports nationaux pour mieux sensibiliser. On pourrait également envisager la production de petits films d'informations de 3 à 5 mn sur la DGMN et son environnement de collecte des données, qu'on peut aussi mettre sous forme de CD ou sur clé USB avec des photos et autres symboles pour le public. L'organisations de Journées portes ouvertes pour « casser » le mythe de prévision du temps inaccessible au commun des mortels.

7.4. Les bénéficiaires

- Au niveau des bénéficiaires, organiser des visites sur le terrain pour les rencontrer, discuter avec eux de façon à ce qu'ils connaissent la DGMN et son fonctionnement. Très souvent, les bénéficiaires connaissent la météo mais ignore tout du travail fait par la DGMN ;
- Profiter des grands événements pour mieux présenter la DGMN. A ce titre, on peut par exemple profiter de la COP organisée par la CCNUCC ou autres grands événements organisés par l'OMM, l'ACMAD, l'AGREMET, l'ASECNA, ainsi que les rencontres organisées par les agences du système des Nations Unies sur les changements climatiques, le salon de l'agriculteur, les événements organisés par les départements ministériels qui ont rapport avec l'environnement ; la journée mondiale de la météorologie. ;
- Cependant pour respecter l'esprit du CNSC, toutes ces activités doivent être menées en étroite concertation avec les autres institutions opérant dans le CNSC ;
- On pourrait envisager des supports comme les agendas ou des calendriers qui peuvent donner une visibilité importante aux activités de la DGMN en présentant dans les premières pages et bien illustrés le plan stratégique de l'institution.

7.5. Le personnel de la DGMN

- Créer un bulletin interne hebdomadaire dont le contenu sera axé sur les activités de la DGMN, l'actualité de la DGMN (information courante), avec un contenu attractif de façon à informer utilement le staff et les distraire ;
- Utiliser ce bulletin interne pour faire passer des informations sur la vie de la Direction Générale et les grandes activités ;
- Veiller à mentionner le logo de la DGMN sur les différents supports réalisés ;
- Le site web de la DGMN doit être actualisé et refléter le travail fait par l'Institution.

7.6. Développement d'activités de communication interpersonnelle et de relations publiques

- A côté de la production et de la diffusion des supports qui viennent d'être passés en revue, il sera utile de prévoir des activités plus traditionnelles comme les petits déjeuners de presse, les conférences, les tables rondes, les visites de terrain, les stands dans les salons et exposition. Pour tous ces événements les supports papiers tels que les plaquettes, dépliants, bulletins et la vidéo de présentation des réalisations des prévisions pourront être utilisés pour démultiplier l'impact des rencontres ;
- Pour les activités régulières d'échanges avec la presse la cellule de communication de la DGMN aura à produire des articles et communiqués ainsi que des dossiers de presse ;
- Il sera également profitable de saisir ces différentes occasions pour distribuer les gadgets ciblés de la DGMN. Ces gadgets devront porter un slogan simple et mobilisateur ;
- Les prochaines journées portes ouvertes qui auront lieu en 2024 (tous les 3 ans : dernières JPO en 2021), la DGMN devrait marquer l'événement par une série de manifestations pour se faire connaître davantage : (conférence de presse, déjeuner de presse, rencontres avec les autorités, visites de terrain.)

VIII. CADRE INSTITUTIONNEL DE LA STRATEGIE

Le cadre institutionnel existe déjà et c'est la section communication de la DGMN qui en a la charge. Cependant il y a lieu d'envisager la création d'un poste permanent d'un assistant en communications pour épauler le Conseiller ou la cellule de communications car pour faire véritablement de la communication, il faut des ressources humaines en qualité et en nombre suffisant. Nous citons très souvent en exemple : LA POSTE pour ses bons résultats en matière de communications, tout en oubliant que cette institution a très vite compris la nécessité d'investir dans un environnement humain et technique pour la communication. Il importe et urge donc que, pour être plus performante, la cellule communication de la DGMN devrait bénéficier en permanence de formation et de mise à niveau dans le domaine de la communication.

8.1. Formation et renforcement des capacités

La communication est un domaine évolutif et qui nécessite qu'on fasse une remise en cause permanente du personnel. La section est composée en ce moment d'un Conseiller / Associé à la communication qui est en même temps un spécialiste des médias et d'un Chargé de Communication qui est à la base du domaine commercial. Nous pensons qu'il serait judicieux

au regard des ambitions de la DGMN, d'avoir trois cadres permanents pour mener à bien le travail qui lui est dévolu. Il faudra aussi ajouter 2 journalistes reporters d'images (JRI) et deux animatrices télé pour les bulletins météo qui seront produites par le studio de la DGMN. En plus il est important que les fonctionnaires puissent bénéficier de formation continue pour remettre à jour leurs connaissances.

8.2. Sources de financement

La section / cellule communication de la DGMN est actuellement financée essentiellement sur le budget administratif et aucune ligne dédiée n'existe. Il faudra donc penser à une expérience d'institution d'une ligne budgétaire communication sur le budget administratif ou au sein de chaque projet.

Nous pouvons suggérer à l'instar de certains bureaux deux scénarii :

- Le premier scénario consiste à systématiquement prévoir 1% dans le budget de chaque projet pour la communication. Pour la facilité de la gestion, on pourrait créer une ligne dans chaque projet dont la gestion reviendrait au responsable de la cellule.
- Le deuxième scénario consiste à prélever un certain montant peut-être 1% sur les projets d'acquisition de matériel octroyé par l'OMM, autres bailleurs ou partenaires. Là aussi la gestion reviendrait au responsable de la cellule communication. Il existe des plans connexes ; la production et le renforcement des capacités.

IX. SUIVI EVALUATION

On peut envisager une évaluation annuelle qui peut se faire au moment de la présentation des rapports des activités annuelles de la DGMN. Les instruments comme le partnersurvey (enquête auprès des partenaires) et le Global Staff Survey (enquête mondiale auprès des employés) pourront être des indicateurs pertinents dans l'évaluation de la stratégie.

X. CADRE LOGIQUE DU PLAN DE MISE EN ŒUVRE

Tableau n°4 : Cadre logique du plan de mise en œuvre

CADRE LOGIQUE DU PLAN DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DE LA DGMN		
AXES STRATEGIQUES, OBJECTIFS ET ACTIVITES	INDICATEURS	RESULTATS ATTENDUS
Objectif général : redynamiser la communication interne et externe de la DGMN en lui offrant un cadre réglementaire		
AXE STRATEGIQUE 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toute l'étendue du territoire		
Objectif : Améliorer les pratiques de communication interne de la DGMN.		
Activité 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toute l'étendue du territoire		
Créer un réseau interne et efficace favorisant l'animation quotidienne de la communication de la DGMN.	Intranet, mails professionnels	Intranet et mail professionnel disponible
Régler la question de la disponibilité d'internet dans tous les centres météorologiques du Togo	Connection internet permanente et stable des centre météorologiques	Tous les centres météorologiques sont connectés
Promouvoir l'utilisation des boîtes e-mail professionnelles par tout le personnel	Mail professionnel avec extension météo Togo	Mail liste de tout le personnel disponible
Mettre en œuvre le projet de la revue météo, du journal de la DGMN et des livrets d'accueil	Revue météo, journal, livrets d'accueil	Revue météo, journal, livrets d'accueil disponibles et fonctionnel
Promouvoir les événements internes et d'activités de team building	Réunions, séance de débat etc.	Team building renforcé
Communiquer toutes informations sur les arrêtés, décrets, communiqués, missions et ateliers, permissions, bourses et sur tous autres documents officiels de la DGMN	Tableau d'affichage, boîtes à suggestions, courrier etc.	Le personnel est bien informé
Activité 2 : renforcement de l'image institutionnelle de la DGMN		
La conception d'un protocole identitaire (Nom, logo, slogan, charte graphique et la couleur identitaire)	Logo, slogan, charte graphique et la couleur identitaire	Protocole identitaire élaboré et véhiculé
La promotion des supports matériels à l'effigie de la DGMN	Calendrier, agenda, porteclés, blocs notes etc.	Supports à l'effigie de la DGMN conçus disponibles

Activité 3 : élaboration de documents professionnels de communication		
Élaborer la politique de communication de la DGMN	Politique de communication	Politique de communication élaborée et validée
Élaborer le manuel de procédures de communication	Manuel de procédures de communication	Manuel de procédures de communication élaboré et validé
Élaborer des plans annuels de communication	Plan annuel de communication	Plan annuel de communication élaboré et adopté
Activité 4 : renforcement de la cellule de gestion de l'information et de la communication de la DGMN		
Tournées de plaidoyer à l'endroit des entreprises privées et institutions internationales en place au Togo	Liste des entreprises visitées	Un plaidoyer est fait au niveau des entreprises privées et institutions internationales en place au Togo
Renforcement de capacités de l'équipe de gestion de l'information et de la communication de la DGMN	Equipes de gestion de l'informatique et cellule communication	Les capacités des équipes de gestion de l'information et de la communication sont renforcées et travaillent en synergie avec efficacité et efficience
Renforcement du personnel de la cellule de gestion de l'information et de la communication	Equipe de gestion de l'informatique et de la communication	Les équipes de gestion de l'informatique et de la communication sont renforcées en nombre et profils diversifié pour un rendement optimal
Dotations en matériels roulants	Voitures, motos pour la mobilité à l'extérieur de la DGMN	Les équipes de gestion de l'information et de la communication sont pourvues en moyens de déplacement
Mesures incitatives	Gratification, motivation et connaissance	Les équipes de gestion de l'informatique et de la communication sont motivées par des primes et autres mesures incitatives
AXE STRATEGIQUE 2 : planification des actions de communication externe axées sur les résultats des activités de la DGMN et les impacts des prévisions météorologiques et climatologiques		
Objectif : promouvoir au niveau externe, l'image de la DGMN		
Activité 1 : valorisation des actions de modernisation de la DGMN		
Evaluation de la couverture nationale du réseau météorologique faire une carte de ce réseau et communiquer celle-ci au public	Carte du réseau météorologique	La carte du réseau météorologique de la DGMN est conçue et vulgarisée auprès des partenaires et du grand public

Promotion de l'expertise des cadres de la DGMN en communiquant sur leurs prestations, les différentes écoles dont ils sont issus	Prestations et réalisations des experts de la DGMN	Les best stories, les résultats et les performances des experts de la DGMN sont vulgarisés auprès des partenaires et du grand public
Organisation des journées portes ouvertes (JPO) chaque 3 ans et de grands ateliers de sensibilisation	Ateliers, JPO	Les JPO sont organisées tous les 3 ans ainsi que les grands ateliers de sensibilisation et de partage d'expériences sont organisés et sont fortement médiatisés avant pendant et après pour plus d'impacts
Activité 2 : diffusion		
Susciter une communication intensive de toutes les informations officielles surtout les bulletins météorologiques	Informations officielles et bulletins météo	Des campagnes de communication intensive sont menées sur toutes les informations officielles et les bulletins pour rendre compte et susciter plus d'intérêt de l'opinion
Rechercher de nouvelles chaînes de télévisions sur le plan national et international	Des chaînes radio et télé nationales et internationales	De nouveaux partenariats sont noués avec de nouvelles chaînes radio et télé au plan national et international
Créer et animer une plateforme multidisciplinaire rassemblant les diffuseurs d'informations météorologiques et les utilisateurs	Plateformes multidisciplinaires	De nouvelles plateformes multidisciplinaires rassemblant les diffuseurs d'informations météorologiques et les utilisateurs sont créées et animées
Mettre en œuvre le projet d'application mobile de la DGMN	Application mobile	Une application mobile est créée et est fonctionnelle
Promouvoir des émissions télé et radio sur des thématiques liées aux changements climatiques et les travaux de recherche nationale et internationale	Emissions télé et radio, travaux de recherche	Des émissions radio et télé sur des thématiques liées aux changements climatiques et les travaux de recherche nationale et internationale sont promus et font objet de vulgarisation
Activité 3 : diversification et accessibilité des informations météorologiques		
Elargir son domaine d'action et par conséquent la gamme de ses produits	Domaine d'action et produits	Le domaine d'action de la DGMN est élargi avec une gamme variée de produits
Procéder à la traduction en langues locales des prévisions météorologiques et les diffuser	Langues nationales	Les prévisions météorologiques sont traduites en langues locales et diffusées sur les masses médias

Produire dans des langues locales un lexique des termes météorologiques et faire une large diffusion	Terminologie météorologique en langues nationales	Un lexique des termes météorologiques est produit en langues locales et fait objet d'une large diffusion
Former des acteurs à la compréhension des informations météorologiques	Informations météorologiques	Des acteurs de divers horizons sont formés à la compréhension des informations météorologiques
Dynamisation et création de l'interactivité du site Web pour la communication avec les partenaires institutionnels	Site web	Le site web est créé et dynamisé pour l'interactivité de la communication avec les partenaires
Promouvoir des émissions radio et télé et organiser des séances de communication sectorielles	Emissions radio et télé	Des émissions radio et télé sont créées et animées, des séances de communication sectorielles sont organisées
Amélioration des contenus et des animations		
AXE STRATEGIQUE 3 : Accompagnement et communication des actions de L'unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC		
Objectif : faire de la stratégie de communication un outil d'accompagnement et de communication de toutes les actions de l'Unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC		
Activité 1 : renforcement de la collaboration entre les différentes structures du CNSC		
Créer, avec un budget à l'appui, un cadre de discussion permanent, une chaîne de partage d'information, avec un chronogramme annuel et une feuille de route bien définie	Cadre de discussion permanent fonctionnel, budget	Un cadre de discussion permanent est créé, un budget est pourvu, une chaîne de partage d'information est mise sur pied, une feuille de route annuelle bien définie est élaborée pour une mise en œuvre claire et efficiente
Définir les canaux professionnels de discussion et de circulation d'information afin de contourner la lenteur administrative	Canaux professionnels	Des canaux professionnels de discussion et de circulation d'information sont définis afin de contourner la lenteur administrative
Activité 2 : communication des actions de l'équipe de mise en œuvre		
Créer un portail d'accès des groupes de travail thématiques du CNSC aux données météorologiques	Portail d'accès aux données météorologiques	Un portail est né pour faciliter l'accès aux groupes de travail thématiques du CNSC aux données météorologiques
Suivre la mise œuvre de la feuille de route définie par les groupes thématiques du CNSC, diffuser les différents produits élaborés et communiquer en termes de lobbying les différents projets assortis des rencontres	Feuille de route, produits élaborés et différents projets	Un suivi de la mise en œuvre de la feuille définie les groupes thématiques du CNSC est faite, les produits élaborés sont diffusés,

		la communication assortie de rencontres en termes de lobbying est faite sur les différents projets
AXE STRATEGIQUE 4 : Améliorer la communication et le partenariat entre la DGMN, les partenaires médias et les PTF internationaux		
Objectif : Innover la communication de la DGMN, agrandir et fidéliser ses partenaires nationaux et internationaux		
Activité 1 : innovation de la communication de la DGMN		
Acquérir un studio moderne de présentation des prévisions météorologiques suivi de la formation des spécialistes météorologiques en présentation des bulletins	Studio moderne et formation de spécialistes	Un studio moderne de présentation des prévisions météorologiques est acquis, des spécialistes météorologues sont formés en présentation des bulletins
Créer une chaîne en ligne purement météo	Chaîne web	Une chaîne radio-télévision exclusivement météo en ligne est créée
Disposer d'un studio pour le montage des informations météorologiques appropriées et disponibles sur le site web de la DGMN	Studio de montage disponible sur le web	La DGMN dispose d'un studio de montage des informations météorologiques appropriées et disponibles sur le site web de la DGMN
Faire des conférences régionales des diffuseurs, afin d'identifier tous les médias par région	Médias et diffuseurs	Des conférences régionales des diffuseurs sont organisées et des médias sont identifiés par région
Promouvoir les relations entre la DGMN et les médias en formalisant le partenariat par des protocoles d'accord	Partenariats et protocoles d'accord	Les relations sont renforcées entre la DGMN et les médias, des partenariats et des protocoles d'accord sont formalisés
Activité 2 : Instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenariats internationaux		
Entretenir, à partir des échanges sereins, des relations d'assistance et d'appuis au programme de développement	Accords d'assistance	Des échanges sereins sont entretenus, des relations d'appui et d'assistance au programme de développement de la DGMN sont promues
Développer un mécanisme de communication entre les partenaires	Mécanisme de communication	Un mécanisme de communication entre les partenaires est développé
Négocier des accords bilatéraux et multilatéraux entre pays, institutions et médias internationaux	Accords bilatéraux et multilatéraux	Des accord bilatéraux et multilatéraux entre pays, institutions et médias sont négociés
Activité 3 : instauration de la communication permanentes et dynamique entre la DGMN et les partenaires nationales		

Renforcer son cadre de discussion avec l'Etat et les institutions en place pouvant lui permettre d'émettre et d'offrir plus de produits variés, utilisables et communicables	Cadre de discussion avec l'Etat Produits variés	Le cadre de discussion de la DGMN avec l'Etat et les institutions en place est renforcé, la DGMN émet et offre une gamme variée de produits utilisables et communicables
Promouvoir un cadre de concertation et d'échange avec les partenaires et les médias afin d'identifier ensemble et financer des projets structurants	Unité de gestion du CNSC, GTP	Un cadre de concertation et de d'échanges avec les partenaires et les médias est promu afin d'identifier ensemble et financer de projets structurants
Promouvoir un partenariat avec les sociétés de téléphones mobiles pour développer une application mobile	Protocole d'accord, application mobile	La DGMN est un partenaire des téléphonies mobiles pour ce qui concerne l'application mobile météo

XI. CHRONOGRAMME DE MISE EN ŒUVRE

Tableau n°5 : Chronogramme de mise en œuvre de la stratégie

AXES STRATEGIQUES, OBJECTIFS, ACTIVITES	PERIODICITE					RESPONSABILITE
	2022	2023	2024	2025	2026	
AXE STRATEGIQUE 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toutes l'étendue du territoire						
Objectif : Améliorer les pratiques de communication interne de la DGMN.						
Activité 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toutes l'étendue du territoire						
Créer un réseau interne et efficace favorisant l'animation quotidienne de la communication de la DGMN.						DIMO
Régler la question de la disponibilité d'internet dans tous les centres météorologiques du Togo						DIMO
Promouvoir l'utilisation des boîtes e-mail professionnelles par tout le personnel						Section communication
Mettre en œuvre le projet de la revue météo, du journal de la DGMN et des livrets d'accueil						Section communication

Promouvoir les événements internes et d'activités de team building						Section communication
Communiquer toutes les informations sur les arrêtés, décrets, communiqués, missions et ateliers, permissions, bourses et sur tous les autres documents officiels de la DGMN						Section communication
Activité 2 : renforcement de l'image institutionnelle de la DGMN						
La conception d'un protocole identitaire (Nom, logo, slogan, charte graphique et la couleur identitaire)						Prestataire de service
La promotion des supports matériels à l'effigie de la DGMN						Prestataire de service
Activité 3 : élaboration de documents de communication professionnels						
Élaborer la politique de communication de la DGMN						Section communication
Élaborer le manuel de procédures de communication						Section communication
Élaborer des plans annuels de communication						Section communication
Activité 4 : renforcement de la cellule de gestion de l'information et de la communication de la DGMN						
Tournées de plaidoyer à l'endroit des entreprises privées et institutions internationales en place au Togo						Section communication
Renforcement de capacités de l'équipe de gestion de l'information et de la communication de la DGMN						DGMN
Renforcement du personnel de la cellule de gestion de l'information et de la communication						DGMN
Dotations en matériels roulant						DGMN
Mesures incitatives						DGMN
AXE STRATEGIQUE 2 : planification des actions de communication externe axées sur les résultats des activités de la DGMN et les impacts des prévisions météorologiques et climatologiques						
Objectif : promouvoir au niveau externe, l'image de la DGMN						
Activité 1 : valorisation des actions de modernisation de la DGMN						
Evaluation de la couverture nationale du réseau météorologique, conception d'une carte de ce réseau et la communiquer au public						DIMO
Promotion de l'expertise des cadres de la DGMN en communiquant sur leurs prestations et les différentes écoles dont ils sont issus						Section communication
Organisation des journées portes ouvertes (JPO) chaque 3 ans et de grands ateliers de sensibilisation						DGMN
Activité 2 : diffusion						

Susciter une communication intensive de toutes les informations officielles surtout les bulletins météorologiques						Section communication
Rechercher de nouvelles chaînes de télévisions sur le plan national et international						Section communication
Créer et animer une plateforme multidisciplinaire rassemblant les diffuseurs d'informations météorologiques et les utilisateurs						Section communication
Mettre en œuvre le projet d'acquisition d'une application mobile de la DGMN						Section communication
Promouvoir des émissions télé et radio sur des thématiques liées aux changements climatiques et les travaux de recherche nationale et internationale						Section communication
Activité 3 : diversification et accessibilité des informations météorologiques						
Elargir son domaine d'action et par conséquent la gamme de ses produits						DGMN
Procéder à la traduction en langues locales des prévisions météorologiques et les diffuser						DGMN
Produire dans de langues locales un lexique des termes météorologiques et faire une large diffusion						DGMN
Former des acteurs à la compréhension des informations météorologiques						DGMN
Dynamisation et création de l'interactivité du site Web pour la communication avec les partenaires institutionnels						DGMN
Promouvoir des émissions radio et télévision et organisation de séances de communication sectorielles						Section communication
Amélioration des contenus et des animations						Section communication
AXE STRATEGIQUE 3 : Accompagnement et communication des actions de l'Unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC						
Objectif : faire de la stratégie de communication un outil d'accompagnement et de communication de toutes les actions de l'Unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC						
Activité 1 : renforcement de la collaboration entre les différentes structures du CNSC						
Créer, avec un budget à l'appui, un cadre de discussion permanent, une chaîne de partage d'informations, avec un chronogramme annuel et un portefeuille bien défini						DGMN
Définir les canaux professionnels de discussion et de circulation d'informations afin de contourner la lenteur administrative						Section communication
Activité 2 : communication des actions de l'équipe de mise en œuvre						

Créer un portail d'accès des groupes de travail thématiques du CNSC aux données météorologiques						DIMO
Suivre la mise en œuvre de la feuille de route définie par les groupes thématiques du CNSC, diffuser les différents produits élaborés et communiquer en termes de lobbying les différents projets assortis des rencontres						Section communication
AXE STRATEGIQUE 4 : Améliorer la communication et le partenariat entre la DGMN, les partenaires médias et les PTF internationaux						
Objectif : Innover la communication de la DGMN, agrandir et fidéliser ses partenaires nationaux et internationaux						
Activité 1 : innovation de la communication de la DGMN						
Acquérir un studio moderne de présentation des prévisions météorologiques suivi de la formation des spécialistes de la météorologie en présentation des bulletins						DGMN
Créer une chaîne en ligne purement météo						Prestataire de service
Faire des conférences régionales des diffuseurs afin d'identifier tous les médias par région						Section communication
Promouvoir les relations entre la DGMN et les médias en formalisant le partenariat par des protocoles d'accord						Section communication
Activité 2 : instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenariats internationaux						
Entretenir, à partir des échanges sereins, des relations d'assistance et d'appuis au programme de développement						Section communication
Développer un mécanisme de communication entre les partenaires						Section communication
Négocier des accords bilatéraux et multilatéraux entre pays, institutions et médias internationaux						Section communication
Activité 3 : instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenaires nationaux						
Renforcer son cadre de discussion avec l'Etat et les institutions en place pouvant lui permettre d'émettre et d'offrir plus de produits variés, utilisables et communicables						DGMN
Promouvoir un cadre de concertation et d'échange avec les partenaires afin d'identifier ensemble et financer des projets structurants						DGMN

XII. BUDGET

Tableau n°6 : budget de mise en œuvre de la stratégie 2022-2026

AXES STRATEGIQUES, ACTIVITES	QUANTITE	COUT UNITAIRE	COUT TOTAL
AXE STRATEGIQUE 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toutes l'étendue du territoire			
Activité 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toutes l'étendue du territoire			
Créer un réseau interne et efficace favorisant l'animation quotidienne de la communication de la DGMN.	1	-----	-----
Régler la question de la disponibilité d'internet dans tous les centres météorologiques synoptiques du Togo	10	350 000 X 5	17 500 000
Promouvoir l'utilisation des boîtes e-mail professionnelles par tout le personnel	1	-----	-----
Mettre en œuvre le projet de la revue météo, du journal de la DGMN et des livrets d'accueil	20	600 000	12 000 000
Promouvoir les événements internes et d'activités de team building	1	-----	-----
Communiquer toutes informations sur les arrêtés, décrets, communiqués, missions et ateliers, permissions, bourses et sur tous les autres documents officiels de la DGMN	1	-----	-----
Activité 2 : renforcement de l'image institutionnelle de la DGMN			
Conception d'un protocole identitaire (Nom, logo, slogan, charte graphique et la couleur identitaire)	1	ff	1 200 000
Promotion des supports matériels à l'effigie de la DGMN	1	ff	10 000 000
Activité 3 : élaboration de documents professionnels de communication			
Élaborer la politique de communication de la DGMN	1	300 000	300 000
Élaborer le manuel de procédures de communication	1	300 000	300 000
Élaborer des plans annuels de communication	1	300 000	300 000
Activité 4 : renforcement de la cellule de gestion de l'information et de la communication de la DGMN			
Tournées de plaidoyer à l'endroit des entreprises privées et institutions internationales en place au Togo	2	300 000	600 000

Renforcement de capacités de l'équipe de gestion de l'information et de la communication de la DGMN	5	1 000 000	5 000 000
Renforcement du personnel de la cellule de gestion de l'information et de la communication	2	-----	-----
Dotations en matériels roulants	2	25 000 000	50 000 000
Mesures incitatives	5	2 000 000	10 000 000
TOTAL AXE STRATEGIQUE 1			107 200 000
AXE STRATEGIQUE 2 : planification des actions de communication externe axées sur les résultats des activités de la DGMN et les impacts des prévisions météorologiques et climatologiques			
Activité 1 : valorisation des actions de modernisation de la DGMN			
Evaluation de la couverture nationale du réseau météorologique, conception d'une carte de ce réseau et la communiquer au public	1	3 000 000	3 000 000
Promotion de l'expertise des cadres de la DGMN en communiquant sur leurs prestations et les différentes écoles dont ils sont issus	1	-----	-----
Organisation des journées portes ouvertes (JPO) chaque 3 ans et de grands ateliers de sensibilisation	-----	ff	18 000 000
Activité 2 : diffusion			
Susciter une communication intensive de toutes les informations officielles surtout les bulletins météorologiques	-----	ff	93 500 000
Rechercher de nouvelles chaînes télévisions sur le plan national et international	-----	-----	300 0000
Créer et animer une plateforme multidisciplinaire rassemblant les diffuseurs d'informations météorologiques et les utilisateurs	1	200 000	200 000
Mettre en œuvre le projet d'acquisition d'une application mobile de la DGMN	1	9 000 000	9 000 000
Promouvoir des émissions télé et radio sur des thématiques liées aux changements climatiques et les travaux de recherche nationale et internationale	-----	-----	2 500 000
Activité 3 : diversification et accessibilité des informations météorologiques			
Elargir son domaine d'action et par conséquent la gamme de ses produits	-----	-----	-----
Procéder à la traduction en langues locales des prévisions météorologiques et les diffuser	1	500 000	500 000
Produire dans de langues locales un lexique des termes météorologiques et faire une large diffusion	1	12 000 000	12 000 000
Former des acteurs à la compréhension des informations météorologiques	5	3 000 000	15 000 000

Dynamisation et création de l'interactivité du site Web pour la communication avec les partenaires institutionnels	1	4 000 000	4 000 000
Promouvoir des émissions radio et télévision et organiser des séances sectorielles de communication	5	200 000 X 5	5 000 000
Amélioration des contenus et des animations	1	500 000	500 000
TOTAL AXE STRATEGIQUE 2			163 500 000
AXE STRATEGIQUE 3 : Accompagnement et communication des actions de L'unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC			
Activité 1 : renforcement de la collaboration entre les différentes structures du CNSC			
Créer, avec un budget à l'appui, un cadre de discussion permanent, une chaîne de partage d'information, avec un chronogramme annuel et un portefeuille bien défini	1	ff	3 000 000
Définir les canaux professionnels de discussion et de circulation d'informations afin de contourner la lenteur administrative	1	ff	200 000
Activité 2 : communication des actions de l'équipe de mise en œuvre			
Créer un portail d'accès des groupes de travail thématiques du CNSC aux données météorologiques	1	ff	500 000
Suivre la mise œuvre de la feuille de route définie par les groupes thématiques du CNSC, diffuser les différents produits élaborés et communiquer en termes de lobbying les différents projets assortis des rencontres	1	ff	8 000 000
TOTAL AXE STRATEGIQUE 3			11 700 000
AXE STRATEGIQUE 4 : Améliorer la communication et le partenariat entre la DGMN, les partenaires médias et les PTF internationaux			
Activité 1 : innovation de la communication de la DGMN			
Acquérir un studio moderne de présentation des prévisions météorologiques suivi de la formation des spécialistes de la météorologie en présentation des bulletins	1	25 000 000	25 000 000
Créer une chaîne en ligne purement météo	1	14 000 000	14 000 000
Faire des conférences régionales des diffuseurs afin d'identifier tous les médias par région	5	2 000 000	10 000 000
Promouvoir les relations entre la DGMN et les médias en formalisant le partenariat par des protocoles d'accord	-----	-----	-----
Activité 2 : instauration de la communication permanentes et dynamique entre la DGMN et les partenariats internationaux			
Entretenir, à partir des échanges sereins, des relations d'assistance et d'appuis au programme de développement	-----	-----	-----

Développer un mécanisme de communication entre les partenaires	1	1 500 000	1 500 000
Négocier des accords bilatéraux et multilatéraux entre pays, institutions et médias internationaux	-----	-----	-----
Activité 3 : instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenaires nationales			
Renforcer son cadre de discussion avec l'Etat et les institutions en place pouvant lui permettre d'émettre et d'offrir plus de produits variés, utilisables et communicables	-----	-----	-----
Promouvoir un cadre de concertation et d'échange avec les partenaires afin d'identifier ensemble et financer des projets structurants	2	3 500 000	7 000 000
TOTAL AXE STRATEGIQUE 4			57 500 000
TOTAL GENERAL			339 900 000

CONCLUSION

Au total la présente stratégie de communication intervient à un moment crucial de la vie de la DGMN qui se positionne aujourd’hui, à la fois comme une institution qu’un outil incontournable dans la lutte contre les changements climatiques. Elle indique les actions majeures à entreprendre pour une large diffusion des informations nécessaires devant accroître la résilience du pays et des populations face aux défis de l’heure. Après s’être basée sur l’analyse de la situation de la DGMN, elle s’est beaucoup inspirée du plan stratégique de l’OMM et les politiques de communication de la CEDEAO. Elle énonce les objectifs de la communication après avoir fixé le contexte, puis les orientations diverses ; viennent ensuite l’identification des cibles, les messages clés, le protocole identitaire basé sur la mission et les valeurs de la DGMN. Elle propose enfin un plan d’action assorti d’un budget des dépenses prévisionnelles pour sa mise œuvre.

En définitive, pour être efficace la présente stratégie de communication doit recevoir l’adhésion de toutes les parties prenantes au travers d’un mécanisme de dissémination suivi de discussions et de validation. Elle demeure toutefois, un outil adaptable aux besoins et aux exigences de son temps par de fréquentes mises à jour.

Les principes qu’elle énonce doivent sous-tendre toutes les actions en interne comme à l’externe afin de permettre à la DGMN de se construire davantage une image d’institution forte et ouverte sur son environnement. Pour y parvenir, tout le personnel de la DGMN devra prendre la communication comme une mission commune à accomplir ensemble et un objectif majeur à atteindre.

Elle nécessite des moyens pour sa mise en œuvre, afin de permettre à la DGMN de réaliser des performances encore plus louables pour l’achèvement optimal du PND et de la feuille de route gouvernementale.

La stratégie de communication en mettant à la fois l’accent sur la communication interne et la communication externe veut renforcer et accroître la visibilité de la DGMN et donner d’elle, l’image d’une institution de référence. Des actions dans ce sens devront permettre l’ancrage d’une culture de la communication et l’amélioration des relations avec les médias, l’ouverture aussi bien aux partenaires qu’au public.

BIBLIOGRAPHIE

- AKATO K., *Stratégie de communication des entreprise*, Tome 1, Tome 2, (édit 1 à 5), Fabre, Lomé, 2008 ;
- BEON P., *Comment développer la communication interne*, Nathan, 1989 ;
- CORMERAIS F., MILON A., *La communication ouverte*, Liaison, Paris, 1994 ;
- WEIL P., *Communication oblige*, Organisation, Paris, 1990 ;
- BARTOLI A., *Communication et organisation*, Organisation, Paris, 1990 ;
- LIBAERT T., *Communication, la nouvelle donne*, village mondial, 2004 ;
- PHUONG F., TRAN P., BOUCHE S., MEAUDRE C., *Stratégie et plan de communication du projet plateforme multifonctionnelle. Appui à la nouvelle stratégie du PNUD*, IAE, Master management de la communication d'entreprise, 2017 ;
- MARCENAC L., MILON A., SAINT-MICHEL S. H., *Stratégies publicitaires, de l'étude marketing du choix des médias*, Breal, Paris, 1998 ;
- MONTMOLLIG G., *Le changement d'attitude*, PUF, Paris, 1988 ;
- SAINT-MICHEL S. H., *Objectifs et stratégies de communication*, cours, niveau I et II, CNED, G-3112-T ;
- WESTPHALEN M., *Communicator, Le guide de la communication de l'entreprise*, Dunot, Paris, 2000 ;
- Conférence des Nations unies sur l'environnement humain (CNUEH), Stockholm, 1972 ;
- Evaluation des capacités et besoins en systèmes d'alerte multirisques au Togo*, février 2022
- Organisation des nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, *la communication pour le développement, guide méthodique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia*, Rome, 2002 ;
- Plan d'action national pour la mise en place du cadre national pour les services climatologiques (CNSC) au Togo*, rapport final décembre 2018 ;
- Plan d'action national d'adaptation aux changements climatiques*, PANA 2009 ;
- Politique et stratégie d'information et de communication de la CEDEAO sur la biotechnologie*, Juin 2005 ;

Programme des nations unies pour le développement, pour des communications efficaces
(guide de formation aux communicateurs), janvier 2002 ;

Rapport du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, 2022 ;

Rapport d'étude de la Banque mondiale sur les changements climatiques, 2012 ;

Stratégie et plan de communication PNUD-Mauritanie 2016-2017 ;

Stratégie de communications PNUD Burkina Faso, 2006-2010 ;

Troisième communication nationale sur les changements climatiques au Togo ;

Table des matières

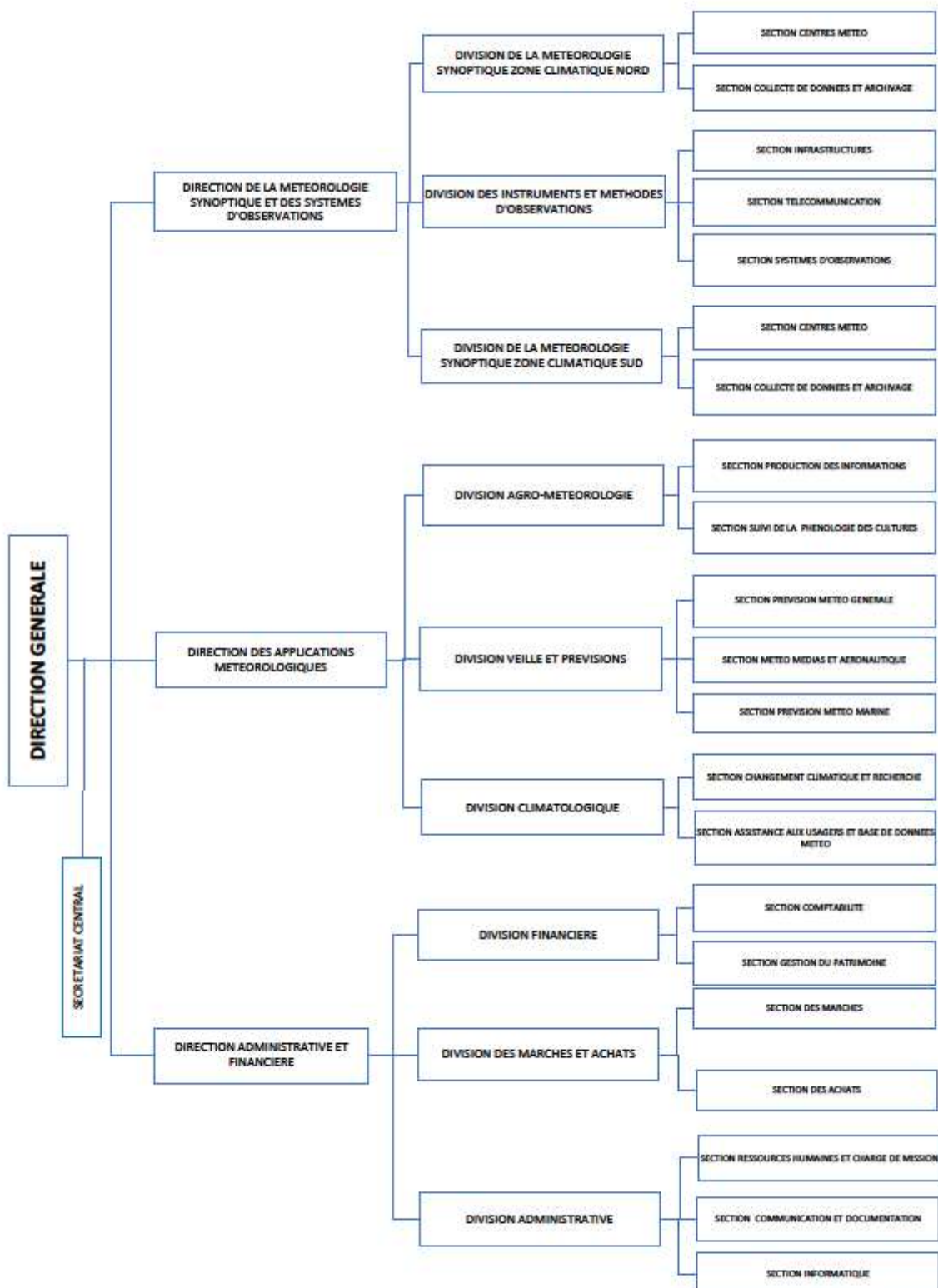
REMERCIEMENTS	2
RESUME	3
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	5
LISTE DES TABLEAUX	7
SOMMAIRE	8
INTRODUCTION	9
Première partie : CADRE STRATEGIQUE	12
I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION	13
II. DESCRIPTION DE LA DGMN	15
2.1. Statut juridique de la DGMN	15
2.2. Missions	15
2.3. Attributions	15
2.4. Objectifs	16
2.5. Structure organisationnelle	16
2.5.1. Direction des applications météorologiques	17
2.5.1.1. La Division veille et prévision météorologique ;	17
2.5.1.2. La Division agrométéorologique	17
2.5.1.3. La division climatologique :	18
2.5.2. Direction de la météorologie synoptique et des systèmes d'observation	19
2.5.2.1. La division de la météorologie synoptique zone climatique nord	19
2.5.2.2. La division de la météorologie synoptique zone climatique sud	19
2.5.2.3. La division des instruments et méthodes d'observation.	20
2.5.3. Direction administrative et financière	20
2.5.3.1. Division financière	20
2.5.3.2. Division des marchés et achats :	21
2.5.3.3. Division administrative	21
2.6. Activités de la DGMN	22
2.7. Produits de la DGMN	23
2.7.1. Les bulletins des prévisions saisonnières	23
2.7.2. Bulletin d'alertes météorologiques	23
2.7.3. Attestation de confirmation des phénomènes extrêmes	24
III. METHODOLOGIE DE L'ELABORATION ET CONTEXTE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	24
3.1. Méthodologie	24
3.2. Contexte de la stratégie de communication	25

3.2.1.	Contexte de la communication à la DGMN.....	25
3.3.	Analyse du système de communication de la DGMN	26
3.3.1.	Forces	26
3.3.2.	Faiblesses.....	27
3.3.3.	Opportunités	28
3.3.4.	Menaces	28
3.4.	Problèmes à résoudre	29
3.5.	Objectifs de la stratégie de communication	29
3.5.1.	Objectif général	29
3.5.2.	Objectifs spécifiques.....	29
	Deuxième partie : CADRE OPERATIONNEL.....	31
IV.	AXES STRATEGIQUES	32
4.1.	Axe stratégique 1 : renforcement et modernisation de la communication interne de la DGMN 32	
4.1.1.	Activité 1 : Renforcement de la collaboration entre les directions, les divisions, les sections et les centres météorologiques sur toutes l'étendue du territoire.	32
4.1.2.	Activité 2 : renforcement de l'image institutionnelle de la DGMN.....	33
4.1.3.	Activité 3 : élaboration de documents professionnels de communication.....	33
4.1.4.	Activités 4 : renforcement de la cellule de gestion de l'information et de la communication de la DGMN	34
4.2.	Axe stratégique 2 : planification des actions de communication externe axées sur les résultats des activités de la DGMN et les impacts des prévisions météorologiques et climatologiques.....	34
4.2.1.	Activité 1 : valorisation des actions de modernisation de la DGMN	35
4.2.2.	Activité 2 : diffusion.....	35
4.2.3.	Activité 3 : diversification et accessibilité des informations météorologiques.....	36
4.3.	Axe stratégique 3 : Accompagnement et communication des actions de l'Unité de gestion du plan de mise en œuvre du CNSC	36
4.3.1.	Activité 1 : renforcement de la collaboration entre les différentes structures du CNSC 37	
4.3.2.	Activité 2 : communication des actions de l'équipe de mise en œuvre	37
4.4.	Axe stratégique 4 : Améliorer la communication et le partenariat entre la DGMN, les partenaires médias et les PTF internationaux	37
4.4.1.	Activité 1 : innovation de la communication de la DGMN	37
4.4.2.	Activité 2 : instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenaires internationaux	38
4.4.3.	Activité 3 : instauration de la communication permanente et dynamique entre la DGMN et les partenaires nationaux.....	38

V.	CIBLES	38
5.1.	Cible au niveau externe	39
5.2.	Cibles au niveau interne	39
VI.	Approche de la communication par cible et les messages à adresser à chaque Cible.....	39
6.1.	Approche par cible	39
6.2.	Messages à adresser aux cibles.....	40
6.2.1.	Par rapport aux partenaires bailleurs de fonds qu'est-ce que l'on veut dire ?.....	40
6.2.2.	Par rapport aux partenaires politiques décideurs nationaux que veut-on dire ?.....	41
6.2.3.	Par rapport aux partenaires OSC, réseaux et fédérations OSC et Associations qu'est-ce que l'on souhaite délivrer comme message ?.....	41
6.2.4.	Par rapport aux médias qu'est-ce que l'on souhaite dire ?	42
6.2.5.	Par rapport à la population potentiellement bénéficiaire des informations météorologiques	42
6.2.6.	Par rapport à la DGMN en tant que répondant de l'OMM quel message l'on veut faire passer ?	43
6.2.7.	Par rapport au personnel de la DGMN qu'est-ce que l'on souhaite obtenir ?	43
6.2.8.	Par rapport aux équipes des directions régionales, qu'est-ce que l'on souhaite obtenir ?	43
VII.	CANAUX DE LA COMMUNICATION EXTERNE SELON LES GROUPES CIBLES	44
7.1.	Le Groupe cible des partenaires, potentiels bailleurs.....	44
7.2.	Le Groupe cible des décideurs nationaux	45
7.3.	Le Groupe cible des OSC (Société Civile), des réseaux professionnels	45
7.4.	Les bénéficiaires	46
7.5.	Le personnel de la DGMN.....	46
7.6.	Développement d'activités de communication interpersonnelle et de relations publiques	47
VIII.	CADRE INSTITUTIONNEL DE LA STRATEGIE.....	47
8.1.	Formation et renforcement des capacités.....	47
8.2.	Sources de financement.....	48
IX.	SUIVI EVALUATION	48
X.	CADRE LOGIQUE DU PLAN DE MISE EN ŒUVRE	49
XI.	CHRONOGRAMME DE MISE EN ŒUVRE	54
XII.	BUDGET	58
	CONCLUSION	62
	BIBLIOGRAPHIE.....	63
	ANNEXES.....	68
	ANNEXE I : organigramme de la DGMN	69
	ANNEXE II : Carte du réseau météorologique national	70

ANNEXES

ANNEXE I : organigramme de la DGMN



ANNEXE II : Carte du réseau météorologique national

