



République de Côte d'Ivoire

Ministère de la Salubrité, de l'Environnement et du Développement Durable

Office Ivoirien des Parcs et Réserves

Direction de Zone Sud-ouest



# PLAN PLURIANNUEL DE COMMUNICATION DE LA DIRECTION DE ZONE SUD-OUEST

**2017 - 2019**

## TABLE DES MATIERES

LISTE DES ABREVIATIONS .....	4
I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION .....	6
II. Analyse de la situation .....	7
II.1. Rappel de la vision et des objectifs de gestion du PAG .....	7
II.2. Objectifs de gestion .....	7
II.3. Paysage médiatique au niveau national .....	8
II.4. Le paysage médiatique de la zone périphérique du PNT.....	9
II.5. Communication dans la gestion des parcs nationaux et réserves naturelles .....	9
<b>II.5.1. Communication à la Direction générale de l'OIPR.....</b>	<b>9</b>
<b>II.5.2. Communication à la Direction de Zone Sud-ouest.....</b>	<b>10</b>
III. Problèmes de communication dans la gestion du Parc national de Taï.....	14
III.1. Au niveau de la connaissance.....	14
III.2. Au niveau des attitudes.....	14
III.3. Au niveau des comportements .....	14
IV. Composantes du plan communication .....	15
IV.1. Objectifs de communication .....	15
IV.2. Acteurs et bénéficiaires .....	15
IV.3. Résultat stratégique et les axes d'intervention .....	15
IV.4. Résultat d'effet par axe .....	16
<b>IV.4.1. Renforcement de la promotion du Parc national de Taï .....</b>	<b>16</b>
<b>IV.4.2. Plaidoyer et partenariat.....</b>	<b>16</b>
<b>IV.4.3. Communication pour le Changement de comportement .....</b>	<b>16</b>
<b>IV.4.4. Mobilisation sociale et participation communautaire .....</b>	<b>17</b>
IV.5. Défis majeurs et conditions de réussite .....	17
<b>IV.5.1. Défis majeurs.....</b>	<b>17</b>
<b>IV.5.2. Conditions de réussite.....</b>	<b>17</b>
IV.6. Mécanismes de suivi évaluation.....	18
IV.7. Financement du plan de communication.....	18
IV.8. Budget .....	18
V. Plan d'actions pluriannuel.....	19

VI. Matrice du budget..... **Erreur ! Signet non défini.**  
**Annexe : Valeurs, cibles de conservation et menaces dans le Parc national de Tai..... 23**

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

- AVCD** : Association Villageoise de Conservation et de Développement
- BBC** : British Broadcasting Corporation
- CCC** : Communication pour le Changement de Comportement
- CD** : Compact Disc
- CE** : Chargé d'Etudes
- CGL** : Comité de Gestion Locale
- CoP** : Conférence des Parties
- CPD** : Communication Pour le Développement
- DG-OIPR** : Direction Générale de l'Office Ivoirien des Parcs et Réserves
- DPN** : Direction de la Protection de la Nature
- DSRP** : Document Stratégique de Réduction de la Pauvreté
- DZ** : Direction de Zone ; Directeur de Zone
- DZSO** : Direction de Zone Sud-Ouest
- FM** : Modulation de Fréquence
- FPRCI** : Fondation pour les Parcs et Réserves de Côte d'Ivoire
- GIZ** : Gesellschaft Für Internationale Zusammenarbeit
- GSB** : Groupe Sociaux de Base
- GTZ** : Gesellschaft Für Technische Zusammenarbeit
- IEC** : Information Education et Communication
- KFW** : Kreditanstalt Für Wiederaufbau
- MINSEDD** : Ministère de l'Environnement, de la Salubrité Urbaine et du Développement Durable
- OIPR** : Office Ivoirien des Parcs et Réserves
- ONG** : Organisation Non Gouvernementale
- ONUCI** : Opération des Nations Unies en Côte d'Ivoire
- ONUCI** : Opérations des Nations Unies en Côte d'Ivoire
- PACPNT** : Projet Autonome de Conservation du Parc national de Taï
- PAG** : Plan d'aménagement et de gestion
- PCPNT** : projet de Conservation du parc national de Taï

**PNT:** Parc national de Taï

**PO :** Plan d'Opérations

**PROFIAB :** Programme des Filières Agricoles et Biodiversité

**PSE :** Paiement pour Service Ecosystémiques

**RFI:** Radio France Internationale

**RTI :** Radiodiffusion Télévision Ivoirienne

**TIC :** Technologie de l'Information et de la Communication

**UNESCO:** Fonds des Nations Unies pour l'Education la Science et la Culture

**VOA:** Voice of America

**WCF:** Wild Chimpanzee Foundation

**WWF:** World Wildlife Fund

**ZP:** Zone Périphérique

## I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Parc national de Taï (PNT) appartient au réseau des aires protégées de Côte d'Ivoire administré par l'Office Ivoirien des Parcs et Réserves (OIPR). En raison de sa grande étendue - plus de 50% de la superficie totale des zones forestières ouest africaine placée sous statut de stricte protection - le PNT constitue une chance pour préserver un échantillon important du réservoir génétique des écosystèmes forestiers d'Afrique de l'Ouest. Son inscription sur la liste du réseau international des Réserves de biosphère (1978) et du Patrimoine mondial (1982) de l'UNESCO témoigne de la reconnaissance de son importance au plan international. L'état de préservation du couvert végétal du PNT est exceptionnel. En effet, 97,7% de sa superficie sont couverts par une canopée fermée et la partie dégradée par l'agriculture n'atteignait qu'un taux de 0,9 % en 2011.

A cheval sur les régions de la Nawa, du Cavally et de San-Pedro), le PNT couvre une superficie d'environ 5360 Km<sup>2</sup>. Le flux migratoire de populations vers le sud-ouest de la Côte d'Ivoire s'est accru au cours de la dernière crise socio-politique. Du fait de cette crise les populations agricoles de l'ouest de la Côte d'Ivoire ont migré vers le Sud-ouest à la recherche de terres cultivables. Cette forte densité de population a considérablement influé sur les ressources naturelles notamment dans le domaine rural, faisant ainsi du Parc national de Taï le lieu de prélèvement de gibiers, de produits forestiers ligneux et non ligneux, d'infiltration à des fins agricoles. De récentes statistiques indiquent que l'orpaillage a tendance à prendre le pas sur toutes les autres agressions, focalisant ainsi une part importante des efforts de surveillance du parc.

En outre, la faune du PNT reste sous une forte pression de chasse par des braconniers professionnels et des chasseurs de subsistance, même si l'épidémie d'Ebola fait ressentir en ce moment une relative baisse.

Pour faire face à la pression agricole, les gestionnaires du PNT ont exécuté, de 2012 à 2015, des activités d'aménagement dans la zone occupée par les cultures. Ainsi plus de 4000 ha de superficies occupées par l'agriculture ont été récupérés. Ces parcelles se régénèrent naturellement et font l'objet d'un suivi scientifique.

La conservation d'une aire protégée implique de la part des gestionnaires la mise en place de stratégies de surveillance pour contenir les agressions. Mais force est-il de reconnaître, qu'elle nécessite également la réalisation d'activités impliquant la communauté et suscitant leur adhésion au concept de conservation et leur engagement à la promotion des valeurs de l'aire protégée.

L'OIPR et ses partenaires ont toujours eu pour souci d'adapter leurs moyens et les stratégies d'intervention développées aux réalités quotidiennes. Aussi, ces acteurs ont-ils souvent mis l'accent sur la communication et l'éducation environnementale. En témoigne, les nombreuses actions de communication entreprises durant toutes ces années de gestion. Ce volet est d'autant plus important pour l'OIPR qu'il figure comme un programme de gestion à part entière les différents Plans d'Aménagement et de Gestion (PAG) du PNT (2006-2015 et 2014- 2018).

Les actions de communication ont besoin d'impliquer tous les acteurs intervenant ou non dans la zone périphérique du PNT. Ces actions doivent aussi tenir compte des situations de crise. En effet, dans les situations qui demandent une intervention rapide pour parer au plus pressé (conflit armé ou conflit sociopolitique par exemple), il est important de diffuser des informations pertinentes conçues pour orienter l'action de façon à ce que la perception, les attitudes et les comportements de la population restent favorables à la conservation du parc.

L'OIPR a élaboré en décembre 2016 la stratégie de communication des parcs nationaux et réserves naturelles de Côte d'Ivoire. Ce document fixe les grandes orientations des actions de communication tant au niveau institutionnel qu'au niveau de la périphérie des aires protégées de son réseau.

C'est dans ce contexte que la Direction de Zone Sud-ouest (DZSO) de l'OIPR entend élaborer et mettre en œuvre un plan pluriannuel de communication pour la promotion et la gestion durable du Parc national de Taï. Ce plan tient donc compte de la vision et des objectifs de gestion tels que stipulés par le PAG et s'appuie sur les grandes orientations de la stratégie de communication de l'OIPR.

## II. Analyse de la situation

### II.1. Rappel de la vision et des objectifs de gestion du PAG

A l'horizon 30 ans La vision de la Direction de zone Sud-ouest pour le PNT est la suivante :

*« Le Parc national de Taï, Patrimoine mondial et Réserve de Biosphère, le plus vaste massif forestier primaire de l'Afrique de l'Ouest, est conservé dans son intégrité, valorisé et assure des services écosystémiques au bénéfice des générations actuelles et futures. »*

Pour tendre vers cette vision, il est nécessaire pour la direction du PNT de mettre un accent particulier sur les principaux enjeux de conservation suivants :

- *Le maintien de l'intégrité territoriale du PNT et de ses valeurs* de façon à conserver son statut de Patrimoine mondial et à jouer son rôle environnemental au bénéfice des populations et des exploitations agro-industrielles en zone périphérique ;
- *La préservation de la qualité des écosystèmes forestier et aquatique du PNT* de sorte à maintenir les populations animales et végétales viables dans des états écologiquement stables en vue notamment de la sauvegarde de la biodiversité, de la production agricole durable et de la valorisation des potentialités touristiques ;
- *Le développement d'activités de recherche* pour une meilleure connaissance des potentialités du parc en vue d'orienter sa gestion.

Les valeurs, cibles de conservation et menaces sont contenues dans le tableau 8 (mettre en annexe).

### II.2. Objectifs de gestion

Pour assurer le maintien des valeurs du PNT, l'objectif suivant devra être atteint : *« Disposer d'un système de protection et de valorisation efficace et durable, et renforcer le rôle environnemental régional du Parc national de Taï en collaboration avec les populations riveraines et la communauté internationale ».*

Pour atteindre cet objectif, diverses stratégies doivent être mises en œuvre :

- *Le renforcement de la surveillance* sur toute l'étendue du parc en mettant l'accent sur les zones vulnérables avec une présence quasi-permanente des agents de surveillance. L'efficacité des actions de surveillance dépendra de :
  - la qualité et le nombre d'agents disponibles ;
  - l'acquisition des équipements et la mise en place des infrastructures adéquates ;
  - la disponibilité et la régularité des ressources financières ;
  - la mise en œuvre d'une stratégie de surveillance efficace.
- *Le renforcement des capacités de suivi des paramètres biologiques* du parc et la qualité de la recherche dans le parc afin que les décisions et orientations de gestion soient prises sur la base d'informations de qualité reflétant au mieux la réalité du terrain ;
- *Le renforcement des mécanismes de concertation* et de collaboration avec les communautés locales afin que ces dernières adhèrent aux objectifs du parc, appuient les activités de conservation et bénéficient de la présence du parc ;
- *La promotion de l'image de marque du parc permettant de valoriser ses atouts et potentialités touristiques* en vue de générer des retombées pour les communautés riveraines et d'assurer la conservation durable du parc ;
- *Le développement d'une synergie d'action et d'un partenariat fort* avec les partenaires de l'OIPR et les autres acteurs, en particulier les agro-industriels et les scientifiques dans l'optique d'une valorisation des services environnementaux fournis par le parc.

Ces stratégies se traduisent en sept objectifs de gestion, chacun étant associé à une série de résultats attendus. Ces objectifs de gestion sont :

- *Assurer l'intégrité territoriale du PNT, de ses habitats et de sa biodiversité ;*
- *Contribuer à l'amélioration des connaissances du PNT sur la base des résultats du Suivi écologique et de la Recherche ;*
- *Renforcer l'implication des communautés riveraines dans la gestion, la conservation du PNT et dans le développement intégré ;*
- *Améliorer l'image et la perception du PNT en vue de mieux faire connaître son importance et d'assurer sa pérennité ;*
- *Développer un tourisme durable et participatif au PNT ;*
- *Doter le PNT d'infrastructures et équipements adéquats et opérationnels ;*
- *Assurer une gestion administrative et financière du PNT performante et transparente.*

Pour atteindre les objectifs de gestion ci-dessus énumérés, 7 programmes de gestion ont été proposés par le PAG, notamment le Programme N°4 intitulé : **Communication, Marketing et Sensibilisation.**

### **II.3. Paysage médiatique au niveau national**

Le paysage médiatique, c'est l'ensemble des médias que l'on retrouve au niveau national. Ces médias peuvent permettre, s'ils sont utilisés de façon appropriée, de diffuser les messages de conservation des aires protégées. Au niveau des médias d'Etat, on distingue les trois (3) radios d'Etat (radio Côte d'Ivoire, radio Fréquence 2 et radio Bouaké) et deux chaînes de télévision publique (RTI 1 et RTI 2).

A côté des médias d'Etat, il existe un grand nombre de radios que l'on peut classer comme suit : les radios privées non commerciales présentes dans la quasi-totalité des régions de la Côte

d'Ivoire (ces radios sont dites de proximité ou radios locales). On en dénombre 63 ; Quatre (4) radios rurales ; deux (2) radios commerciales privées (Nostalgie et Jam FM) ; trois (3) radios écoles ; quatre (4) radios étrangères (RFI, VOA, BBC et Africa N°1); Sept (7) radios confessionnelles et une (1) radio institutionnelle (la Radio de la Paix ex ONUCI FM), voir liste des médias en annexe 1.

La plupart des radios, surtout celles dites de proximité diffusent des productions radiophoniques (spots et communiqués) en langues locales.

La presse écrite est tout aussi fournie, avec 20 quotidiens nationaux et à peu près autant d'hebdomadaires. On y trouve également des mensuels, bimensuels, trimestriels et autres journaux spécialisés. La plupart des collectivités territoriales (municipalités et conseils régionaux) éditent des bulletins locaux qu'elles mettent gracieusement à la disposition des populations et de leurs partenaires.

Par ailleurs, avec le développement de la presse en ligne, on assiste à la multiplication des éditions et portails d'informations tels que : abidjan.net, koaci.com, lepoinstsur.com, directinfo.net, etc.

Certaines collectivités territoriales disposent de sites web pour la promotion de leur image de marque.

#### **II.4. Le paysage médiatique de la zone périphérique du PNT**

Au niveau de la zone périphérique du Parc national de Taï, des radios locales dites de proximité émettent de façon quotidienne dans toutes les grandes agglomérations qui ceignent le parc, hormis la localité de Taï. En effet, « la Voix du N'zê », la radio de Taï, a des difficultés de fonctionnement et n'émet plus depuis des années. Ce déficit est aujourd'hui pallié par la radio de Zagné.

Tous ces médias de proximité sont de potentiels canaux pour communiquer, informer et sensibiliser les populations riveraines sur la conservation du PNT.

#### **II.5. Communication dans la gestion des parcs nationaux et réserves naturelles**

##### **II.5.1. Communication à la Direction générale de l'OIPR**

L'OIPR compte en son sein un service de communication, ce service est chargé au niveau de la communication interne de : concevoir et planifier les actions de communication, élaborer le bulletin interne de L'OIPR, rédiger et participer à la rédaction des discours et notes de service, organiser les réunions et rédiger les comptes rendus des réunions de la direction générale, tenir un Press-book, assurer la maîtrise de cérémonie et organiser le protocole lors des manifestations.

Au niveau de la communication externe, le service est chargé de : concevoir une stratégie de communication adaptée aux différentes cibles, élaborer le journal de l'office, effectuer les démarches auprès des organes et des structures de communication dans le cadre de la couverture médiatique des manifestations organisées par l'office, superviser l'élaboration des brochures et documents d'information générale édités par l'office, promouvoir l'image de marque de l'office auprès du public, l'organisation d'activités de terrain, veiller aux bonnes relations entre l'office et ses partenaires. La direction générale s'est dotée d'une stratégie de communication qui fixe les orientations de communication pour l'ensemble parcs nationaux et réserves de Côte d'Ivoire.

### **II.5.2. Communication à la Direction de Zone Sud-ouest**

La Direction de Zone Sud-ouest (DZSO) qui est en charge la gestion du Parc national de Taï, a toujours mené des actions de information, d'éducation et de communication (IEC) comme le témoigne certains documents d'archive (convention de partenariat avec des médias, réalisation de documents vidéos, supports imprimés, plans de communication...). Le site internet du PNT est régulièrement mis à jour. Des films documentaire sur la diversité biologique sont diffusés via la RTI 1 et 2 ; des diffusions de proximité sont aussi organisées dans les localités, permettant de personnaliser la sensibilisation. Des structures à base communautaire ont même été créées pour relayer les messages de la DZSO, ce sont les Associations Villageoises de Conservation et de Développement (AVCD). En partenariat avec la Fondation pour les Chimpanzés Sauvages (WCF), des activités d'éducation environnementale ont été menées avec les écoles primaires, les collèges et lycées de la zone périphérique du Parc national de Taï.

Ces initiatives ont permis de vulgariser un tant soit peu le concept de la conservation et contribuer à faire connaître le PNT. Ces initiatives seraient plus efficaces si elles entretenaient des liens les unes envers les autres et si elles étaient consignées dans une stratégie globale.

Les tableaux suivants présentent les analyses des forces, faiblesses, de la communication et des moyens de communication déployés par la DZSO.

**Tableau 2 : Analyse de la communication interne**

FORCES (à entretenir/renforcer et exploiter)	FAIBLESSES (à combler et résoudre)
<p><b>Existence d'un logo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le logotype du parc national de Taï est un carré à fond jaune dans lequel est écrit en vert : Parc national de Taï patrimoine mondial Côte d'ivoire. Ce logo est attrayant et assure une bonne visibilité au PNT sur les supports de communication.</li> </ul> <p><b>Dispositif de communication interne, ceci se traduit par :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les notes d'informations diffusées par affichage, boîtes à lettres ou via les mails professionnelles des agents ;</li> <li>- Tenue régulière des réunions mensuelles de Direction et de secteurs ;</li> <li>- Existence d'adresses électroniques professionnelles ;</li> </ul> <p>Existence d'un centre d'information et de documentation (bibliothèque avec connexion internet)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un tableau ZOPP fait office de tableau d'affichage ;</li> <li>- Les adresses professionnelles ne sont pas utilisées par tous les agents ;</li> <li>- Indisponibilité de boîte à suggestions ;</li> <li>- Le bulletin interne Echos du PNT ne paraît plus.</li> </ul>

**Tableau 3 : Analyse de la communication externe**

FORCES (à entretenir/renforcer et exploiter)	FAIBLESSES (à combler et résoudre)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des séances de sensibilisation sont organisées par les secteurs chaque année ;</li> <li>- Des panneaux de sensibilisation et d'indication sont implantés à la périphérie du PNT pour informer les riverains ;</li> <li>- Existence de films documentaires sur le PNT ;</li> <li>- Le site web du PNT est régulièrement mis à jour ;</li> <li>- Des comptes Facebook et YouTube existent et sont mis à jour ;</li> <li>- Existence des supports de communication variés (affiches, dépliants, kakémono, T-shirts, plaquettes, brochures et objets publicitaires...);</li> <li>- Existence d'un centre de documentation et d'information ;</li> <li>- Des radios partenaires diffusent les messages de conservation du PNT en français et en langues locales ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficultés d'accès dans certaines localités périphériques ce qui entrave les séances de sensibilisation ;</li> <li>- Faible engagement des groupes sociaux de base;</li> <li>- Peu d'initiative au niveau des médias de proximité pour initier ou accompagner les actions de la Direction de Zone ;</li> <li>- Les acteurs de médias de proximité ont reçus très peu de formation en matière de gestion des aires protégées ;</li> <li>- Les riverains semblent ne pas encore comprendre le message de la conservation du PNT (les pressions anthropiques sont toujours élevées) ;</li> <li>- Les autorités locales, coutumières et religieuses sont très peu, voire pas du tout, utilisées dans les média de proximité ;</li> <li>- Très peu d'initiatives partent des riverains en faveur de la conservation du PNT ;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence d'un budget alloué à la communication dans les plans d'opérations annuels ;</li> <li>- Sponsoring et soutien aux activités socioculturelles dans les secteurs ;</li> <li>- Les actions de plaidoyer et de recherche de partenariats engagées par la Direction de zone ont permis d'aboutir à la signature des conventions de partenariats (ex : avec les universités nationales) ;</li> <li>- Les actions de plaidoyer de la DZSO ont abouti à un engagement du corps préfectorale et des autorités judiciaires ;</li> <li>- Des actions de communication de proximité tels que les diffusions de spots radio et la distribution de gadgets, dépliants et tee-shirts viennent en soutien aux campagnes de sensibilisation ;</li> <li>- Participation aux salons et foras pour plus de visibilité au plan national et international</li> <li>- Des actions sont menées pour impliquer correspondants de presse ; les ONG, associations et groupes sociaux de base et collectivités territoriales ;</li> <li>- Mise en place de prix et autres activités qui mobilisent la communauté (prix vert) ;</li> <li>- Implication des établissements scolaires (jeux concours et sensibilisations) et organisation de visite guidée au profit des élèves;</li> <li>- Existence d'un écomusée pour la sensibilisation des visiteurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les actions de sensibilisation en langues locales sont encore faible et ne mettent pas encore à contribution les chefs traditionnels ;</li> <li>- Certains canaux institutionnels à forts potentiels sont insuffisamment exploités (établissements scolaires et clubs scolaires d'environnement de santé).</li> </ul>
--	--

**Tableau 4 : Analyse des moyens de communication**

	<b>FORCES</b> (à entretenir/renforcer et exploiter)	<b>FAIBLESSES</b> (à combler et résoudre)
<b>Moyens Humains</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il existe au sein de la DZSO un service chargé de la communication ;</li> <li>- Le chargé de mesures riveraines assure le rôle de coordination ou de facilitation des actions de sensibilisation au niveau des localités ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Insuffisance de personnel au service communication</li> <li>- Peu d'engagement des agents secteurs vis-à-vis des activités de sensibilisation ;</li> </ul>

	<b>FORCES</b> (à entretenir/renforcer et exploiter)	<b>FAIBLESSES</b> (à combler et résoudre)
<b>Moyens Techniques et logistiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le service communication est équipé en matériel informatique : ordinateur de bureau, imprimante, vidéo projecteur, appareil photo, et matériels d'animations diverses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- manque de formation en infographie, montage audio et audiovisuel.</li> <li>- Le service communication ne dispose pas de véhicule pour ses déplacements diverses.</li> </ul>

Par ailleurs, des facteurs externes peuvent influencer la communication de la DZSO. Ces facteurs sont les opportunités et les menaces à prendre en compte dans le cadre de ce plan de communication. Le tableau ci-dessous résume les principaux facteurs.

**Tableau 5 : Opportunités et menaces**

<b>OPPORTUNITES</b> (à saisir et développer)	<b>MENACES</b> (contrecarrer et éviter)
<p>-Au regard de l'actualité récente (phénomènes visibles des changements climatiques, médiatisation de la dernière conférence des parties ou Cop 21), les gouvernants et les citoyens sont de plus en plus sensibles aux questions de conservation des ressources naturelles ;</p> <p>- L'engagement des plus hautes autorités de l'Etat, par la prise de décision forte pour la lutte contre la dégradation des forêts et des aires protégées ;</p> <p>L'engagement des autorités administratives locales au côté de la DZSO grâce aux activités du Comité de gestion locale ;</p> <p>Le paysage médiatique local très fourni et varié ;</p> <p>-Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) constitue un moyen efficace et peu coûteux pour la diffusion des messages de conservation ;</p> <p>- Les nouveaux programmes de financement (fonds vert, PSE) pourraient apporter des ressources substantielles pour la mise en œuvre du plan de communication.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'afflux massif de migrant économique autour du PNT augmente la pression et les activités illégales, notamment l'orpaillage ;</li> <li>- Les conditions de vie difficiles des populations et le manque d'infrastructures sociales de base constituent une réelle menace au programme de conservation ;</li> <li>- certaines radios de proximité sont mal équipées et souffrent pour la plupart d'un manque de financement avec un risque de fermeture de ces organes ;</li> <li>- faible niveau d'alphabétisation des riverains ;</li> </ul>

Au terme de cette analyse, il ressort qu'en dépit de toutes les interventions et initiatives entreprises par les gestionnaires du PNT et leurs partenaires, des problèmes de communication demeurent, car le PNT est toujours agressé et son importance reste encore mal connue.

### **III. Problèmes de communication dans la gestion du Parc national de Taï**

Les problèmes abordés dans l'analyse de la situation peuvent être rangés selon trois niveaux.

#### **III.1. Au niveau de la connaissance**

- le PNT est encore mal connu au plan national et international ;
- Les agriculteurs de la zone riveraine ne perçoivent pas encore le lien entre la présence du PNT et l'environnement favorable à l'agriculture de leurs localités ;
- le manque de connaissance et d'informations des riverains sur les potentialités du PNT et le rôle qu'il joue dans le développement local ;
- l'insuffisance de connaissance et d'informations des élèves (primaires et secondaires) sur les potentialités du PNT et le rôle qu'il joue dans le maintien de l'équilibre climatique et la préservation de la biodiversité ;
- Les médias locaux (radios locales et correspondants de presse) n'ont pas toujours les connaissances nécessaires, les contenus ou les personnes ressources pour réaliser des productions sur le PNT ;
- les AVCD et GSB ne sont pas outillés en techniques de communication pour être autonomes et pérenniser les actions au niveau de leurs communautés.

#### **III.2. Au niveau des attitudes**

- le faible engagement des leaders d'opinions (chefs de communautés), des organisations sociales de base et des groupements d'intérêts économiques dans les activités de communication relative à la conservation et à la promotion du PNT ;
- Les riverains ne perçoivent pas le PNT comme un bien commun qu'il faut préserver ;
- Les communautés participent aux activités plus comme bénéficiaires des services et non comme acteurs ou participants suffisamment conscientisés, sensibilisés et motivés pour adhérer et prendre une part active dans l'organisation et la mise en œuvre des activités en faveur de la conservation ;
- Les riverains ne perçoivent pas encore que la présence du parc est opportunité à saisir pour améliorer leurs conditions de vie.

#### **III.3. Au niveau des comportements**

- certains facteurs socioculturels qui influencent encore fortement le comportement certains riverains qui adoptent des attitudes négatives vis-à-vis du PNT ;
- les médias locaux sont peu enclin à s'engager pour la création et la diffusion de contenus favorables à la conservation et la promotion du PNT;
- les communautés ne se sentent pas responsables de la dégradation de leur environnement et du PNT ;
- Des riverains s'infiltrent dans le PNT ou tolèrent les personnes qui s'y infiltrent sans les rappeler à l'ordre ou les dénoncer ;
- Des riverains prennent à partie des agents dans l'exercice de leur fonction ;
- Certaines autorités locales (administratives ou coutumières) défendent les agresseurs du PNT ou leur trouvent des circonstances atténuantes ;
- Les riverains du PNT n'utilisent pas suffisamment leur riche patrimoine culturel comme tremplin au développement local.

Au regard de ces multiples problèmes nous adopterons dans le cadre de ce plan, une approche basée sur les principes de la communication pour le développement.

## *Communication pour le Développement*

Le concept d'IEC (Information, Education et Communication) est l'approche qui était utilisée jusque-là dans le cadre de la communication en faveur du PNT. Au plan international, ce concept a évolué en une nouvelle approche ciblant le développement appelé Communication pour le développement. C'est une approche de communication qui utilise les moyens de communications médiatiques ou non médiatiques, pour encourager le développement par l'action participative et responsable des acteurs et bénéficiaires. Les principes de base sont fondés sur les droits de l'homme, en particulier sur les droits à l'information, à la communication et à la participation; mais aussi le dialogue avec les parties prenantes, la recherche du consensus, la participation et l'appropriation par les acteurs des changements promus.

### **IV. Composantes du plan communication**

#### **IV.1. Objectifs de communication**

L'objectif du Programme communication, marketing et sensibilisation tel que défini par le PAG est le suivant : « **Améliorer l'image et la perception du PNT en vue de mieux faire connaître son importance et d'assurer sa pérennité** ».

Les objectifs généraux de communication qui en découlent sont les suivants :

- Faire mieux connaître le parc aux niveaux national et international ;
- Acquérir le soutien et l'engagement de nouveaux partenaires ;
- Mobiliser toutes les couches sociales à s'engager dans la conservation du parc ;
- Améliorer l'adhésion des communautés locales et des autorités à la conservation du parc.

#### **IV.2. Acteurs et bénéficiaires**

Le plan de communication fait intervenir de nombreux acteurs et est dirigé vers différents bénéficiaires. Les bénéficiaires comprennent des cibles primaires et cibles secondaires :

- **Cibles primaires** : les populations (adultes et juvéniles) autochtones, allochtones et allogènes.
- **Cibles secondaires** : les leaders communautaires et religieux, les AVCD, les GSB, les chefs de ménages

Les acteurs pouvant intervenir dans le cadre de ce plan sont soit étatiques ou non.

- **Structures étatiques** : le Gouvernement (les ministères de l'Environnement, des Eaux et Forêts, de l'Education nationale et de l'Economie et des Finances), régions, départements et sous-préfectures, les collectivités territoriales ;
- **Structures non étatiques** : la société civile, les entreprises privées et les partenaires au développement.

#### **IV.3. Résultat stratégique et les axes d'intervention**

La Gestion Axée sur les résultats est l'approche de planification utilisée dans le cadre de ce plan de Communication. Elle a l'avantage de traduire le changement souhaité à divers niveaux de la chaîne de résultats. Le résultat stratégique recherché est que « **d'ici 2019, l'image et la perception du PNT sont améliorées en vue d'en mieux faire connaître son importance et d'en assurer la pérennité** ».

Pour atteindre ce résultat stratégique, 4 axes d'intervention sont définis.

**Axe 1** : Renforcement de la promotion du PNT

**Axe 2** : Plaidoyer et partenariat

**Axe 3** : Communication pour le changement de comportement

**Axe 4** : Mobilisation sociale et participation communautaire

#### **IV.4. Résultat d'effet par axe**

##### **IV.4.1. Renforcement de la promotion du Parc national de Taï**

Cet axe vise à faire connaître les potentialités du PNT et à renforcer sa notoriété aux niveaux : au niveau national et international.

Pour que les potentialités du PNT soient connues, les actions suivantes doivent être menées :

- Renforcer les connaissances des partenaires locaux (enseignants, hommes de médias, relais communautaires) et sur la gestion de la biodiversité et les potentialités du PNT ;
- Organiser des séances d'information et de sensibilisation dans les écoles primaires et secondaires de la zone périphérique du parc ;
- Tisser des partenariats avec les médias locaux et professionnels des médias ;
- Diffuser des productions radiophoniques, audiovisuelles et des articles de journaux d'information sur le PNT.

Afin de renforcer la notoriété du PNT aux niveaux national et international, il faut mener les activités suivantes :

- Mettre régulièrement à jour le site web et les réseaux sociaux du PNT ;
- Produire et diffuser des supports de communication et objets publicitaires ;
- Soutenir les activités socioculturelles de la zone périphérique ;
- Organiser des événements d'auto promotion ;
- Participer à des foires, foras et événements nationaux et internationaux ;
- Organiser une visite guidée au bénéfice des hommes de médias.

##### **IV.4.2. Plaidoyer et partenariat**

Il est envisagé à travers cet axe que les collectivités territoriales et les acteurs non étatiques (société civile, entreprises privées et les partenaires au développement) soient engagés et soutiennent les actions de communication entreprises en faveur de la conservation et la promotion du Parc national de Taï.

Pour obtenir l'engagement et le soutien des collectivités territoriales et entreprises privées, les activités suivantes seront menées :

- Organiser des rencontres d'échanges et d'informations avec les responsables des collectivités territoriales et agro-industries ;
- Participer aux sessions des collectivités territoriales ;
- Obtenir le parrainage des responsables des collectivités territoriales et des entreprises privées pour les grandes activités de sensibilisation.

##### **IV.4.3. Communication pour le Changement de comportement**

Cet axe vise deux niveaux changements, d'une part, il s'agit de changer les perceptions de toutes les personnes pouvant entrer en interaction avec le PNT afin que celles-ci soient favorables à sa conservation et que son

intégrité soit durablement garantie. Le deuxième niveau de changement souhaité est que les riverains mènent des activités qui concourent à la conservation du PNT.

Pour changer positivement les perceptions des riverains vis-à-vis du PNT les activités suivantes seront menées :

- Organiser des séances d'information sur les services écosystémiques rendus par le PNT ;
- Organiser des séances de projection de films de sensibilisation et de représentations théâtrales.

Afin d'amener les riverains à réaliser des activités qui concourent à la protection du PNT il faudra :

- Organiser des séances d'éducation par les pairs ;
- Appuyer les organisations des activités socioculturelles.

#### **IV.4.4. Mobilisation sociale et participation communautaire**

A travers cet axe, il est souhaité que les organisations à base communautaire (AVCD, GSB), les organisations non gouvernementales, les leaders communautaires et médias locaux soient mobilisés et mènent des actions de communication en faveur de la conservation et de la promotion du PNT.

Les actions entreprises pour la mobilisation de ces organisations sociales de base pourraient porter sur les aspects suivants :

- Le renforcement des capacités des GSB/AVCD sur les thématiques de la conservation et l'équipement des GSB/AVCD en kits de communication (Compact Disque audio et DVD en français et langues locales, affiches, tee-shirts, casquettes...);
- l'animation des grandes séances de sensibilisation organisées par les groupements d'AVCD ou union inter AVCD
- Organiser des jeux concours au niveau des écoles (dessins ou poésie ou sport).

Pour faire des médias locaux et des leaders communautaires des relais de la conservation, les activités suivantes seront entreprises :

- Le renforcement des capacités des responsables et animateurs des médias locaux sur les thématiques environnementales ;
- la mise à disposition régulière d'information aux correspondants locaux de presse et organes de presse partenaires ;
- la couverture médiatique des activités majeures de la DZSO.

#### **IV.5. Défis majeurs et conditions de réussite**

##### **IV.5.1. Défis majeurs**

Il se dégage des facteurs constituant des défis majeurs à relever pour mener à bien de ce plan de communication pour la promotion et la gestion durable du PNT. Il s'agit entre autres: (i) de difficultés de changement de comportement lié aux facteurs socio culturels ; (ii) du faible niveau d'instruction ou d'alphabétisation des populations; (iii) du faible financement des activités de communication.

##### **IV.5.2. Conditions de réussite**

Les activités de ce plan pluriannuel s'intégreront chaque année dans la matrice du plan d'opérations annuel de la DZSO. La mise en œuvre et le succès de ce plan de communication reposent sur les conditions de réussites suivants : (i) la disposition des populations de la Zone périphérique à adhérer aux concepts de la conservation ; (ii) la disposition des décideurs et autres leaders communautaires à soutenir les actions en faveur de la conservation du PNT; et (iii) la disponibilité des moyens financiers pour mener à bien les activités identifiées.

#### **IV.6. Mécanismes de suivi évaluation**

Le suivi de la mise en œuvre du plan de communication se fera à partir des ateliers de suivi trimestriel du plan d'opération de la DZSO, de missions de suivi et d'évaluation interne et externe.

La Direction de Zone Sud-ouest fait au cours de ses réunions mensuelles, le point des activités de communication planifiées au niveau de la DZ et au niveau des secteurs. Le chef de services communication et les Chefs secteurs devront collecter et compiler les données relatives à la communication pour la conservation du PNT. Une fiche de rapport mensuel sera élaborée à cet effet.

Une évaluation annuelle de la mise en œuvre du plan est faite en même temps que l'atelier bilan de la mise en œuvre du PO de la DZSO. Un rapport annuel de la mise en œuvre de ce plan sera élaboré chaque année.

#### **IV.7. Financement du plan de communication**

Les activités du plan pluriannuel de communication s'intégrant au plan d'opérations annuel de la DZSO, elles bénéficient des mêmes sources de financement (Budget de l'Etat, FPRCI, PROFIAB). D'autres financements pourraient provenir des sources suivantes :

- Secteur privé ;
- ONG nationales et internationales ;
- Société civile (Mutuelles, coopératives, groupement d'intérêt économique, etc.).

#### **IV.8. Budget**

Le coût du plan pluriannuel de communication est estimé à (voir matrice).

Ce budget à pourvoir se répartit entre les quatre axes d'intervention :

Axe 1 : Renforcement de la promotion du PNT

Axe 2 : Plaidoyer et partenariat

Axe 3 : Communication pour le changement de comportement

Axe 4 : Mobilisation sociale et participation communautaire

## V. Plan d'actions pluriannuel

Logique d'intervention	Indicateurs	Source de vérification	Années d'exécution			Responsables
<b>Objectif spécifique :</b> « d'ici 2019, l'image et la perception du PNT sont améliorées en vue d'en mieux faire connaître son importance et d'en assurer la pérennité ».						
<b>AXE STRATEGIQUE I : RENFORCEMENT DE LA PROMOTION DU PARC NATIONAL DE TAÏ</b>						
<b>Extrant 1.1 : Les potentialités du PNT sont connues</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Source de vérification</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Responsables</b>
<b>Activité 1.1.1:</b> Renforcer les connaissances des partenaires locaux (enseignants, hommes de médias, relais communautaires) et sur la gestion de la biodiversité et les potentialités du PNT	3 séances de formation sur la gestion de la biodiversité et les potentialités du PNT avec : - Les hommes de média - les enseignants - les relais communautaires	Rapports de formations				
<b>Activité 1.1.2:</b> Organiser des séances d'information et de sensibilisation dans les écoles primaires et secondaires de la zone périphérique du parc	5 séances d'information et de sensibilisation par secteur sur la gestion de la biodiversité et les potentialités du PNT avec les élèves du primaire ou les élèves du secondaire	Rapport de sensibilisation				
<b>Activité 1.1.3 :</b> Tisser des partenariats avec les médias locaux et professionnels des médias.	- 5 Conventions signées avec les radios locales - 1 réseau des correspondants locaux de presse créer et animé	Copie des conventions Rapports d'activités du réseau				
<b>Activité 1.1.4 :</b> Diffuser des productions audiovisuelles sur le PNT et le bulletin d'information interne de la DZSO	- 3 diffusions de spots télé par trimestre - 1 bulletin interne produit et diffusé par trimestre	- Plan média de diffusion - Copie des bulletins interne				
<b>Extrant 1.2 : la notoriété du PNT est renforcée aux niveaux national et international.</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Source de vérification</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Responsables</b>
<b>Activité 1.2.1 :</b> Mettre régulièrement à jour le site web et les réseaux sociaux du PNT	- 10 nouveaux contenus mis en ligne par mois sur le site web et les réseaux sociaux (Facebook et YouTube, Twitter, Instagram) ;	Rapport d'activités				
<b>Activité 1.2.2 :</b> Produire et diffuser des supports de communication et objets publicitaires	Au moins 3 types de supports ou objets publicitaires produits et diffusés chaque année	Bon de livraison des supports				

Logique d'intervention	Indicateurs	Source de vérification	Années d'exécution			Responsables
<b>Activité 1.2.3 :</b> Soutenir les activités socioculturelles de la zone périphérique	1 activité socioculturelle soutenue par secteur par an	Rapports d'activités				
<b>Activité 1.2.4:</b> Participer à des foires, foras et événements régionaux, nationaux et internationaux	2 participations à des foires et foras par an	Rapports de participation				
<b>Activité 1.2.5:</b> Organiser des événements d'auto promotion	Au moins 1 journée promotionnelle organisée par an	Rapport d'activité				
<b>Activité 1.2.6:</b> Organiser une visite guidée au bénéfice des hommes de médias	Au moins 1 visite organisée par an	Rapport de visite				

Logique d'intervention	Indicateurs	Source de vérification	Années d'exécution			Responsables
<b>Objectif spécifique :</b> « d'ici 2019, l'image et la perception du PNT sont améliorées en vue d'en mieux faire connaître son importance et d'en assurer la pérennité ».						
<b>AXE STRATEGIQUE II : PALIDOYER ET PARTENARIAT</b>						
<b>Extrant 2.1 : l'engagement et le soutien des collectivités territoriales sont obtenus</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Source de vérification</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Responsables</b>
<b>Activité 2.1 :</b> Organiser des rencontres d'échanges et d'informations avec les responsables des collectivités territoriales et agro-industries	- 1 rencontre d'information avec les agro-industriels	Rapports de rencontres				
	- 1 rencontre d'information avec les collectivités territoriales des 3 régions					
<b>Activité 2.2:</b> Participer aux sessions des collectivités territoriales	- 3 participations à des sessions de collectivité territoriale par an	Rapport de participation				
<b>Activité 2.3 :</b> Obtenir le parrainage des responsables des collectivités territoriales et des entreprises privées pour les grandes activités de sensibilisation.	- 1 grande activité parrainée par une collectivité territoriale ou le secteur privé par an	Rapport d'activité				

Logique d'intervention	Indicateurs	Source de vérification	Années d'exécution			Responsables
<b>Objectif spécifique :</b> « d'ici 2019, l'image et la perception du PNT sont améliorées en vue d'en mieux faire connaître son importance et d'en assurer la pérennité ».						
<b>AXE STRATEGIQUE III : COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT</b>						
<b>Extrant 3.1 : Les perceptions des riverains sont positives vis-à-vis du PNT</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Source de vérification</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Responsables</b>
<b>Activité 3.1.1 :</b> Organiser des séances d'information sur les services écosystémiques rendus par le PNT	2 séances publiques d'information sur les services écosystémiques par secteur par an dans les grandes agglomérations ou villages centre	Rapport d'activité				
<b>Activité 3.1.2 :</b> Organiser des séances de projection de films de sensibilisation et de représentations théâtrales	2 séances de projection de films suivies de débats dans les localités par secteurs par an	Rapport de séance de projection				
<b>Extrant 3.2 : les riverains réalisent des activités qui concourent à la protection du PNT</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Source de vérification</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Responsables</b>
<b>Activité 3.2.1 :</b> Organiser des séances d'éducation par les pairs	1 activité de sensibilisation porte à porte organisée dans au moins une localité par secteur par an	Rapport d'activités				
<b>Activité 3.2.2 :</b> Appuyer les organisations des activités socioculturelles	1 activité socioculturelle, organisée par les riverains, soutenue (financier ou matériel) par secteur par an	Rapport d'activités				

Logique d'intervention	Indicateurs	Source de vérification	Années d'exécution			Responsables
<b>Objectif spécifique :</b> « d'ici 2019, l'image et la perception du PNT sont améliorées en vue d'en mieux faire connaître son importance et d'en assurer la pérennité ».						
<b>AXE STRATEGIQUE IV : MOBILISATION SOCIALE ET PARTICIPATION COMMUNAUTAIRE</b>						
<b>Extrant 4.1 : les organisations sociales de base sont mobilisées pour la conservation du PNT</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Source de vérification</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Responsables</b>

Logique d'intervention	Indicateurs	Source de vérification	Années d'exécution			Responsables
<b>Activité 4.1.1:</b> Renforcer des capacités et équiper en kit de communication des OSB/AVCD sur les thématiques de la conservation et communication	- 1 séance de formation par union inter AVCD ou groupement d'AVCD par secteur par an ;	Rapports de formations Bon de livraison				
	- Au moins 5 AVCD ou groupement d'AVCD par secteur par an reçoivent un kit de communication.					
<b>Activité 4.1.2:</b> animer les grandes séances de sensibilisation organisées par les groupements d'AVCD ou union inter AVCD	5 grandes séances de sensibilisation organisées par les AVCD animées	Rapport de formation				
<b>Activité 4.1.3 :</b> Organiser des jeux concours au niveau des écoles	1 jeu concours (de poésie, dessin ou sport) organisé par an avec les Clubs Environnement	Rapport du jeu concours				
<b>Extrant 4.2 : les médias locaux et leaders communautaires deviennent des relais pour la conservation du PNT</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Source de vérification</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Responsables</b>
<b>Activité 4.2.1 :</b> renforcer les capacités des responsables et animateurs des médias locaux sur les thématiques environnementales	1 session de formation organisée à l'intention des responsables et animateurs des médias locaux	Rapport d'activités				
<b>Activité 4.2.2 :</b> organiser un point presse régulier avec les correspondants locaux	1 point presse est organisé tous les 4 mois (Avril, juillet, octobre, décembre) sur la gestion du PNT	Rapport d'activités				
<b>Activité 4.2.3 :</b> Assurer la couverture médiatique de l'activité majeure de la DZSO	1 média national, le site web et radios partenaires relaient l'information des activités majeures	Coupures de presse Elément de reportage vidéo ou sonore				



**Annexe : Valeurs, cibles de conservation et menaces dans le Parc national de Taï**

<b>Valeurs de conservation</b>	<b>Cibles de conservation</b>	<b>Menaces</b>	<b>Conditions désirées</b>
<b>Intégrité territoriale du massif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Continuité de la couverture forestière</li> <li>○ Intégrité des limites</li> <li>○ Récupération des zones illégalement occupées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pression de l'agriculture</li> <li>○ Feu</li> <li>○ Orpaillage</li> <li>○ Influence négative de certaines autorités administratives, politiques ou judiciaires</li> <li>○ Corruption de certains agents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>L'intégrité territoriale est maintenue avec l'implication des populations locales</i></li> <li>○ <i>Pas de zones illégalement occupées</i></li> </ul>
<b>Qualité des systèmes aquatiques</b>	Intégrité des îles et du plan d'eau du Lac de Buyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pêche illégale</li> <li>○ Pollution chimique</li> <li>○ Plante envahissante (Jacinthe d'eau)</li> <li>○ Occupation agricole illégale des îles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Les systèmes aquatiques sont protégés</i></li> <li>○ <i>Les plans d'eau sont valorisés</i></li> <li>○ <i>Les îles sont débarrassées de toute occupation agricole</i></li> </ul>
	Qualité des eaux et habitats ripicoles	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pollution chimique</li> <li>○ Occupation agricole sur la rive Est de la rivière Hana</li> <li>○ Orpaillage</li> <li>○ Pêche illégale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Les sources d'eau potable de la région sont protégées</i></li> <li>○ <i>Les espèces halieutiques sont maintenues</i></li> </ul>
<b>Ecosystèmes peu connus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zones de forêts inondables</li> <li>○ Inselbergs</li> </ul>	Appauvrissement de milieux potentiellement riches	<i>Les sites sont inventoriés de manière exhaustive</i>
<b>Espèces animales et végétales</b>	<b>Espèces phares :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Braconnage</li> <li>○ Perte d'habitats</li> <li>○ Déconnection génétique entre populations</li> <li>○ Epizooties</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Les effectifs des populations sont restaurés à ceux des années 2000</i></li> <li>○ <i>Les espèces phares sont valorisées par le tourisme de vision au bénéfice du parc et des communautés locales</i></li> </ul>
	<b>Espèces endémiques :</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Céphalophe de Jentink</li> <li>○ Pintade à poitrine blanche</li> <li>○ Hippopotame pygmée</li> </ul>

Valeurs de conservation	Cibles de conservation	Menaces	Conditions désirées
	<b>Espèces peu connues :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Picatharte chauve de Guinée, Chouette pêcheuse d'Ussher et Gobe mouche du Nimba</li> <li>○ Oiseaux migrants</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Des données préliminaires sur les espèces peu connues existent</i></li> </ul>