



# Stratégie de diffusion : Évaluation des risques climatiques à Madagascar

Rapport

25.05.2018



*Les avis et opinions exprimés dans ce document sont celles des auteurs,  
et ne reflètent pas forcément les vues du PGM-E/GIZ*

**Publié et copyright par:**

Programme d'Appui à la Gestion de l'Environnement (PAGE)  
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH  
BP 869. 101 Antananarivo  
Madagascar  
[giz-madagaskar@giz.de](mailto:giz-madagaskar@giz.de)

**Auteurs:**

Christopher Stolzenberg (adelphi)  
Karen Hetz (adelphi)  
Lea Dunst (adelphi)

GIZ 2018 : Reference suggérée: Stratégie de diffusion : Évaluation des risques climatiques à Madagascar

Antananarivo / Madagascar – MAI 2018

## Contenu

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Introduction</b>                                    | <b>5</b>  |
| <b>1 Définir les objectifs et les groupes cibles</b>   | <b>6</b>  |
| <b>2 Cerner les contenus</b>                           | <b>10</b> |
| <b>3 Sélectionner des canaux de communications</b>     | <b>11</b> |
| <b>4 Désigner les activités / Mesurer l'impact</b>     | <b>12</b> |
| 4.1 Activités principales – général                    | 13        |
| 4.2 Activités principales – objectif 1                 | 15        |
| 4.3 Activités principales – objectif 2                 | 18        |
| 4.4 Activités auxiliaires                              | 20        |
| 4.5 Suivi de l'impact des instruments de communication | 25        |
| <b>Bibliographie</b>                                   | <b>26</b> |

## Liste de tableaux

- Tableau 1 :** Aperçu des différents auxiliaires de vulgarisation applicables dans les régions cibles Fehler! Textmarke nicht definiert.
- Tableau 2 :** Activités de renforcement de capacités pour la diffusion des résultats Fehler! Textmarke nicht definiert.
- Tableau 3 :** Activités à entreprendre pour la diffusion des résultats Fehler! Textmarke nicht definiert.

## Liste des abréviations

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>BNGRC</b>    | Bureau national de gestion des risques et des catastrophes                     |
| <b>BNCCC</b>    | Bureau national de coordination des changements climatiques                    |
| <b>CC</b>       | Changements climatiques  |
| <b>CERED</b>    | Centre for Environment Research Education and Development                      |
| <b>CNRE</b>     | Centre national de recherches sur l'environnement                              |
| <b>CPGU</b>     | Cellule de prévention et gestion des urgences                                  |
| <b>DRAE</b>     | Direction régionale d'agriculture et élevage                                   |
| <b>EFOI</b>     | Les femmes entrepreneures regroupées dans Entreprendre au Féminin Océan Indien |
| <b>ENEAM</b>    | École nationale de l'enseignement de l'aéronautique et de la météorologie      |
| <b>ESPA</b>     | École supérieure polytechnique d'Antananarivo                                  |
| <b>ESSA</b>     | École supérieure des sciences agronomiques                                     |
| <b>FIVMPAMA</b> | Fivondronan'ny Mpandraharaha Malagasy  |
| <b>FOFIFA</b>   | Centre national de recherches agricoles  |
| <b>GEM</b>      | Le groupement des entrepreneurs de Madagascar                                  |
| <b>GIZ</b>      | Agence de coopération internationale allemande pour le développement           |
| <b>ININFRA</b>  | Institut national des infrastructures  |
| <b>INSTAT</b>   | Institut national de la statistique  |
| <b>MEEF</b>     | Ministère de l'Environnement, de l'Écologie et des Forêts                      |
| <b>MINAGRI</b>  | Ministère de l'Agriculture   |
| <b>MSP</b>      | Ministère en charge de la Sécurité publique                                    |
| <b>ONE</b>      | Office national pour l'environnement   |
| <b>ONG</b>      | Organisation non-gouvernementale   |
| <b>PAGE</b>     | Programme d'appui à la gestion de l'environnement                              |
| <b>PCD</b>      | Plan communal de développement   |
| <b>PNA</b>      | Plan national d'adaptation   |
| <b>PAGE/GIZ</b> | Programme d'appui à la gestion de l'environnement                              |
| <b>RTM</b>      | Radiotélévision Malagasy   |

## Introduction

Qualifiée souvent de « sanctuaire de la nature » et faisant partie des 25 pays « *hotspot* » mondiaux avec ses espèces faunistiques et floristiques atteignant un taux d'endémisme proche de 90 %, Madagascar, la Grande Île, est un mini-continent, peuplé de près de 25 millions d'habitants répartis sur une superficie d'environ 590 000 km<sup>2</sup>.

Les impacts des perturbations climatiques ont commencé à se faire sentir sur l'Île. Puisque Madagascar est un pays tropical sujet à des catastrophes naturelles récurrentes (cyclones, inondations et, par moment et dans certains endroits, sécheresses accrues), les questions de la gestion de l'environnement en général, et de l'adaptation au changement climatique en particulier, deviennent cruciales et urgentes.

La majorité des différents acteurs ne saisissent pas encore les conséquences probables des changements climatiques et de la responsabilité de l'homme. Ceci s'explique par les raisons suivantes : la complexité des connaissances liées aux changements climatiques, l'absence de sensibilisation et la faible participation des acteurs sociaux, entre autres facteurs.

Il est clair que la connaissance des effets du changement climatique et des vulnérabilités spécifiques à Madagascar est indispensable pour renforcer les capacités d'adaptation nationales. C'est dans ce contexte que le Programme d'appui à la gestion de l'environnement (PAGE/GIZ) de la Coopération technique allemande (GIZ) et l'Union Européenne, dans le cadre du Projet sur le renforcement des conditions et capacités d'adaptation durable au changement climatique (PRCCC), ont mandaté l'équipe d'Adelphi/GOPA pour réaliser une analyse de risques, en d'autres mots des risques climatiques, à Madagascar.

L'objectif principal de cette étude est de réaliser des évaluations régionales participatives des risques climatiques auprès de trois régions climatiques « *hotspots* » de Madagascar. ; Ces régions constituent les points de concentration des actions du Programme PAGE/PRCCC : Analamanga, Boeny et DIANA. Les analyses régionales serviront de point de départ pour l'élaboration des options d'adaptation pour les groupes cibles régionaux et d'orientation pour le PNA à l'échelle nationale.

Afin de donner suite aux résultats de l'étude, une stratégie de diffusion est indispensable et sera élaborée ci-après. La stratégie s'articule autour de la structure suivante (voir aussi BBC Media Action, 2013) :

- Définir les objectifs
- Connaître le groupe cible
- Définir la communication visuelle
- Choisir les canaux
- Choisir les formats
- Désigner les activités / Mesurer l'impact
- Amplifier l'impact

En même temps, la stratégie de diffusion se rattache aux activités dans les trois régions et à l'échelle nationale, orientées vers la sensibilisation sur les sujets du changement climatique et de l'adaptation, les enquêtes participatives et la restitution des résultats.

## 1 Définir les objectifs et les groupes cibles

L'objectif général de la communication et de la diffusion des résultats de l'étude des risques climatiques à Madagascar est de contribuer à l'adaptation durable aux effets du changement climatique et à la réduction des dégâts et des pertes provoquées par des événements climatiques extrêmes, par l'entremise de communications améliorées et systématiques. Ainsi, les résultats de l'étude devront donc être communiqués sous forme de messages précis et tangibles visant les différents groupes cibles primaires et secondaires. Ceux-ci serviront à informer, sensibiliser, motiver, prendre conscience, entrer en contact et réagir face au changement climatique. Le but est de communiquer des informations sur les origines naturelles et humaines du changement climatique, d'illustrer la réalité actuelle et projetée du changement climatique (=risques climatiques), de mettre des interlocuteurs au premier plan, et surtout de souligner l'urgence et les possibilités de réagir en fonction des secteurs (=options d'adaptation).

Il est nécessaire, non seulement de transmettre des connaissances, mais aussi d'inciter les groupes cibles à agir différemment et savoir comment adapter leur comportement professionnel et/ou privé aux conditions météorologiques et climatiques grâce à des moyens de communication.

Dans ce contexte, les **groupes cible primaires** seront des acteurs directement impliqués dans les analyses de risques climatiques et des activités d'adaptation, ou joueront le rôle de multiplicateurs pour encourager les activités d'adaptation nécessaires dans les régions ayant effectué une analyse de risque climatiques et pour entamer la démarche d'une telle analyse dans les régions de Madagascar qui n'ont pas participé.

**Les groupes cible secondaires** seront des groupes qui ne feront qu'indirectement partie de ces processus et qui en seront cependant affectés et parmi lesquels une attitude favorable doit être établie.

Par conséquent, la stratégie de diffusion des résultats est considérée comme fondamentale pour répondre aux défis que posent les risques climatiques dans tous les volets des programmes et surtout dans les domaines thématiques et les secteurs considérés plus pertinents au niveau des régions. Celles-ci devront être tenues en compte de manière différente, s'appuyant sur des stratégies individuelles adaptées en fonction des données structurelles et des risques climatiques variés.

Pour amplifier l'impact de la stratégie de diffusion, la collaboration avec des partenaires stratégiques est plus qu'essentielle. Dans ce contexte, le lien entre l'étude et le processus PNA est très important. Le lien avec le PNA, appuyé par l'établissement du comité d'orientation de l'étude pour la vérification, le partage et la diffusion des résultats, permettra d'étendre les résultats au-delà des trois régions pilote, au niveau national. A Boeny, il existe également des comités de suivi de la vulnérabilité qui seront intégrer dans le processus de diffusion de résultats d'évaluation des risques. En plus, il faut reconnaître déjà qu'au centre du processus d'intégration du PNA se trouvent les facteurs favorables – les dispositifs institutionnels, le partage d'information et le renforcement des capacités qui facilitent l'intégration verticale. D'autant plus, à travers l'échange entre GIZ et d'autres acteurs de la coopération bi- et multilatérale, comprenant les réunions de la coordination des bailleurs et autres formats d'échange, les résultats peuvent être partagés et diffusés en utilisant les canaux des partenaires. En outre, les résultats peuvent être partagés avec des réseaux interrégionaux, comme la Commission de l'Océan Indien (COI) ou le « Africa Adapt », tout

en mettant à la disposition d'autres régions africaines les expériences d'adaptation au changement climatique .

Les trois objectifs stratégiques suivants constituent la base des démarches de diffusion.

---

## 1.1 Objectifs et groupes cible primaires

---

### *Objectifs*

#### **Objectif 1**

*Fournir l'information portant sur les résultats. Sensibiliser des groupes/acteurs cibles primaires dans les régions concernées (ayant en partie déjà participé dans les activités d'analyse de risques) cruciaux en tant que multiplicateurs des résultats envers les groupes qu'ils représentent et modérateurs des processus d'application des mesures.*

Les groupes cibles mentionnés ci-dessous exercent la fonction de multiplicateurs dans le but de catalyser la diffusion des résultats parmi les différents publics professionnels et les parties prenantes particulières dans les régions examinées dans l'analyse des risques climatiques. On vise à motiver **les premiers adoptants des résultats de l'analyse de risques** à partager les informations dans leurs réseaux respectifs, à utiliser ces informations dans leurs domaines et responsabilités ainsi qu'à participer aux mesures de renforcement des capacités dans le cadre du PRCCC.

À Analamanga, on cible les secteurs agriculture/élevage, eau/assainissement, biodiversité/forêt et infrastructure. À DIANA et Boeny on cible les mêmes secteurs, hormis celui de l'infrastructure, et on ajoute le secteur pêche/zones côtières/ressources halieutiques.

#### **Objectif 2**

*Informé et sensibiliser des groupes cibles primaires et secondaires sur le sujet des risques climatiques et des options d'adaptation dans les régions de Madagascar qui n'ont pas participé à l'analyse de risques. Mobiliser des acteurs clés (principalement de la catégorie (a)) pour démarrer l'analyse de risques dans ces régions.*

Dans la mobilisation de **nouveaux utilisateurs d'autres régions**, une attention particulière sera donnée aux secteurs suivants, jugés particulièrement vulnérables à Madagascar : agriculture/élevage, eau/assainissement, biodiversité/forêt, infrastructure, pêche/zones côtières/ressources halieutiques, santé publique et énergie.

### *Groupes cibles*

Les groupes cible primaires, qui exercent surtout une fonction de multiplicateur, recevront des produits principalement informatifs portant sur les risques climatiques et les mesures d'adaptation possibles (notamment les trois produits de communication tel que précisé dans la section 4 : chaînes d'impacts, cartes de risques et mesures d'adaptation).

Tous les groupes cibles primaires seront ciblés pour informer ultimement le groupe cible secondaire, et la population en générale. On devra surtout tenir compte de la population vulnérable comme les petits agriculteurs/agricultrices, par exemple. Il est requis de



déterminer quels sont les groupes spécifiques vulnérables. Les femmes, par exemple, jouent un rôle essentiel dans le monde rural. Les travailleuses agricoles sont les premières affectées par le changement climatique et expriment un besoin d'options d'adaptation. Par ailleurs, en raison de leur rôle social, les associations et coopératives de femmes sont de très bonnes ressources multiplicatrices qu'il serait judicieux de regrouper (p.ex. : Association du 8 mars, ONG Femmes).

- Dirigeants politiques et administratives au niveau communal, régional et national :
  - Dirigeants politiques national qui renforcent le cadre légal et institutionnel (Ministère de l'Environnement, de l'Ecologie et des Forêts (MEEF) et Office National pour l'Environnement (ONE)) ;
  - Dirigeants politiques régionaux (par région comme les régions DIANA, Boeny et Analamanga, DRAE, DREEF, DRTM etc.), qui font la promotion de l'application adéquate de mesures d'adaptation dans le développement régional et communal (DGA, DGE, DGM) ;
- Institutions techniques occupés :
  - Institutions politiques nationales responsables des mesures de l'adaptation, qui peuvent servir de multiplicateurs prioritaires afin d'atteindre la population en général (Ministère de l'Enseignement, Ministère en charge de la Sécurité publique (MSP), M2PATE, MINAGRI, MPAE, DGF, DGM) ;
  - Groupes thématiques (en coopération avec MEEF) comme GTTC, CPGU, BNCCC, BNGRC, METEO, INSTAT) ;
  - Institutions de recherche
  - Les chercheurs académiques au niveau national et régional (et les chercheurs travaillant sur les possibilités de mise en œuvre) (par ex. : ESPA ENEAM, ESSA, FOFIFA, ININFRA, CNRE, CERED). ;
  - Les acteurs de la coopération bilatérale et multilatérale au développement, y compris la GIZ Madagascar et les organisations non-gouvernementales (ONG) (par ex. : WWF) ;
- Acteurs du secteur privé
  - Les décideurs dans le secteur privé (dans les secteurs analysés) ;
  - Associations professionnelles des secteurs les plus vulnérables (agriculture et élevage, pêche, ressources en eau, santé et ressources naturelles, forêt et biodiversité, entre autres) ;
  - Représentants des associations professionnelles et aussi les chefs d'entreprises, afin de les sensibiliser sur le sujet et les mesures à prendre. Ils seront les multiplicateurs indispensables pour transmettre les conclusions plus générales et les mesures à prendre à leurs collègues (par ex. : GEM, FIVMPAMA, EFOI, STAR,) ;
  - Représentants des secteurs impliqués et affectés par les risques (personnes privées et les acteurs économiques y compris les coopératives et les sociétés): agriculture et élevage, eau et assainissement, biodiversité et forêt, infrastructure, ainsi que zones côtières, pêche et ressources halieutiques ;
  - Représentants des associations professionnelles ;

Ces groupes agissent dans le but de faciliter la communication et d'ainsi favoriser la prise d'action politique et locale. De plus, ils joueront un rôle clé dans la communication en donnant un exemple au deuxième groupe (Objectifs 1 et 2).

Grâce à la diffusion des résultats, les agriculteurs et les pêcheurs, p.ex., deviendront conscients des effets du changement climatique, tout en acquérant des connaissances plus profondes et spécifiques, disponibles au grand public intéressé et communiquées à des acteurs selon leur domaine d'activité.

---

## 1.2 Objectif et groupes cible secondaires

---

### *Objectif*

#### **Objectif 3**

*Informers le public. L'information du public plus large fait partie d'une stratégie ultimement destinée au groupe cible secondaire.*

Les mesures d'information sont axées sur toutes les régions de Madagascar et porte sur le sujet des risques climatiques et des options d'adaptation afin de créer une situation favorable pour que l'application des mesures se fasse de manière durable.

### *Groupes cibles*

Les **groupes cible secondaires**, autrement dit la population globale de Madagascar et ses multiplicateurs seront informés, d'abord par les groupes primaires dans les différentes régions, mais aussi de manière plus générale à travers les médias de masse, tel que détaillé dans la section 3.

- **Les représentants du secteur public et des institutions sociales :**
  - enseignants dans les écoles ainsi que dans les universités (formation au sujet de l'adaptation au changement climatique) ;
  - prêtres et autres représentants des institutions confessionnelles (p.ex. les églises catholiques et protestantes, comme ils représentent une grande partie de la population, mais aussi les représentants de la religion traditionnelle ainsi que les imams musulmans etc.) ;
  - chefs de clans traditionnels (impliqués partiellement dans la mise en œuvre) ;
- **Les représentants du secteur privé :**
  - représentants des secteurs impliqués avec un accent particulier sur l'économie de subsistance (notamment les fermiers de subsistance) ;
- Les groupes à représentation transversale : selon des facteurs additionnels, par ex. : genre, femmes et groupes vulnérables.
- Médias :
  - radios, télévision, journaux, internet ; journalistes et acteurs du secteur de la télécommunication (surtout de l'industrie des téléphones portables) ;
- autres acteurs d'importance intégrale qui peuvent servir de multiplicateurs prioritaires afin d'atteindre la population en général : SAMVA, Jirama.

## 2 Cerner les contenus

Dans un premier temps, l'élaboration de trois produits de communication distincts est prévue afin d'atteindre les acteurs primaires :

### Résultats d'évaluation des risques climatiques– Objectif 1 (et sous forme simplifiée, objectif 3) :

Cela implique la communication des résultats clés, y compris les résultats des livrables majeurs du projet :

- Premièrement, des **chaînes d'impacts** pour chaque secteur. Elles permettent de visualiser le rapport entre dangers et risques (directs et indirects), afin de rendre plus apparentes leurs conséquences sur des problèmes socio-économiques et environnementaux à échelle plus globale (pauvreté, sécurité, perte des espèces etc.) et de trouver des points d'entrée plus concrets pour les mesures d'adaptation.
- Deuxièmement, des **cartes de risques** détaillées pour les régions désignées. Faisant ressortir les risques clés (ex. : le bétail ne peut être nourri suffisamment, perte de récolte), elles illustreront les différents secteurs en temps réel ainsi que selon des projections. À la base des cartes des risques, les districts les plus touchés ont été identifiés. Cette information aide à concentrer des mesures d'adaptation aux « *hotspots* » régionaux particulièrement exposés.
- Troisièmement, des **recommandations et la priorisation des options d'adaptation** seront proposées et mises à disposition. Afin d'aborder les risques de manière effective, les résultats d'analyse démontrent leur lien avec les objectifs de développement des différents secteurs.

### Méthodologie – Objectif 2 :

- Transmettre la méthodologie sous forme d'un **guide méthodologique**, pour faciliter un échange de savoir-faire entre les régions malgaches. Le de les sensibiliser aux avantages qu'apportent les analyses de risques et mesures d'adaptation, et de leur fournir directement des moyens d'agir, par l'entremise d'une approche méthodologique déjà préparée. On vise à motiver les acteurs, afin que le projet puisse porter son effet de long terme à travers une multitude d'analyses de risques effectuées par région et par secteur. La diffusion de cette méthodologie sera aussi sujet d'ateliers de communication, afin de permettre l'augmentation de la capacité des effectifs.

Ces résultats seront traités et adaptés sous formes divers (matériaux instructifs), dans le but de permettre une diffusion spécifique en fonction des groupes cibles.

Les canaux de communication correspondant à chacun sont détaillés à la section 3.

### 3 Sélectionner des canaux de communications

Il existe une grande diversité de canaux et de plateformes de communication qui peuvent être utiles en matière de changement climatique. Le choix adéquat du canal et de la plateforme dépend surtout du message en question et du groupe cible. Parfois, plusieurs canaux sont également utiles ou se complètent. L'objectif final vise à ce que le groupe cible comprenne le message et sache l'appliquer dans sa vie professionnelle ou personnelle. Dans le contexte de la stratégie de diffusion, on doit considérer que le groupe cible primaire doit être apte, selon sa situation et sa fonction, à former d'autres individus et à les informer de manière efficace afin qu'ils sachent adapter leur mode de vie et leurs activités aux conditions climatiques changeantes.

Selon une étude récente de l'Autorité malgache de Régulation des Technologies de Communication (ARTEC) et de l'institut de recherche média Médiamétrie, la radio est en 2017 la source d'information la plus importante à Madagascar ([source: BBC](#)). En moyenne, les Malgaches adultes écoutent plus de trois heures de radio par jour ([source: Institut Médiamétrie](#)). C'est deux fois plus long que dans les autres pays d'Afrique francophone ([source: Jeune Afrique](#)). En raison d'un manque de pénétration d'Internet (5%, [source: internetworldstats.com](#)) et d'une pénétration Internet insuffisante sur les appareils mobiles (5%, [source: Artec](#)), une stratégie en ligne doit être considérée comme subordonnée. Les niveaux d'alphabétisation à l'échelle nationale sont d'environ 70 % ([source : UNESCO](#)).

Par conséquent, la stratégie de diffusion ne peut pas s'appuyer uniquement sur l'Internet et l'information écrite. Il est donc indispensable d'avoir un mélange entre différents instruments afin de réaliser les objectifs établis :

#### *Tous les objectifs*

1. Une plateforme centrale servant de distributeur principal des informations et méthodes à longue durée. Les activités de communications servent à joindre efficacement les groupes cibles. D'un côté, cette plateforme doit être accessible à la plupart des groupes cibles ; de l'autre, elle doit être facilement entretenue par un acteur principal.

*Exemple* : une page Internet

#### *Objectifs 1 et 2*

2. Les activités de communication directe afin de présenter des résultats, favoriser la compréhension et accompagner le processus de transfert aux contextes correspondants.

*Exemples* : des ateliers ou des réunions d'information à petit échelle

3. Une grande partie des instruments de communications sera employée d'une façon décentralisée et doit être comprise sans formation et sans explication supplémentaire.

*Exemples* : des dépliants ou des affiches

#### *Objectifs 3*

4. Les activités auxiliaires qui renforcent l'effet des autres activités par la sensibilisation subliminaire, qui permette une identification au projet sur le plan des émotions et qui crée un esprit de communauté.

*Exemple* : un spot à la radio ou une chanson diffusée sur la radio ou les réseaux sociaux

## 4 Désigner les activités / Mesurer l'impact

En tenant compte des contraintes du cadre budgétaire et de temps, il est possible de choisir délibérément les composantes de la stratégie de diffusion par les éléments énumérés ci-dessous. On doit aussi prévoir des moyens de sensibilisation pour les acteurs primaires afin de produire un effet multiplicateur et de réaliser une adaptation significative des segments de la société malgache.

Ces mesures devraient contenir des activités de renforcement des capacités et des activités à entreprendre pour la diffusion des résultats tel que détaillé ci-dessous.

| Activité   | Objectif 1 | Objectif 2 | Objectif 3 |
|--|------------|------------|------------|
| Page Internet/Base de données  | X          | X          |            |
| Bulletin de nouvelles  | X          | X          |            |
| Fiche d'information comprimée  | X          |            |            |
| Affiche d'information  | X          | X          | X          |
| Ateliers de formation pour les multiplicateurs (régions participantes)                       | X          | X          |            |
| Prospectus d'information comprimée   |            | X          |            |
| Ateliers d'instruction sur les méthodes pour les multiplicateurs (régions non-participantes) |            | X          |            |
| Manuel de méthodes   |            | X          |            |
| Entretiens avec premiers adoptants   | X          | X          |            |
| Vidéo d'explication  |            | X          | X          |
| Matériel promotionnel  | X          | X          |            |
| Spot de radio  |            |            | X          |
| Chanson  |            |            | X          |

---

## 4.1 Activités principales – objectifs 1 et 2

---

### Page Internet/Base de données

La page Internet est le point central pour tous les canaux de diffusion. Les autres activités de communication servent à guider les utilisateurs vers cette plateforme et à en faire des visiteurs réguliers. Les pages Internet peuvent être attachés p.ex. à la BNCCC, ONE ou MEEF. Cela dépend des partenaires malgaches et les structure déjà établissent.

L'accent est mis sur les premiers adoptants qui cherchent des informations sur les résultats et les mesures, ainsi que sur les acteurs intéressés cherchant des informations et des conseils sur la méthodologie.

Il est primordial que le design de la plateforme permet une grande accessibilité en tenant compte des conditions techniques et d'utilisation de différents médias à Madagascar ([voir « Sélectionner les canaux de communication »](#)), en offrant des modules avec des informations transmises de manière écrite (textes), visuelle (images, icônes et infographiques), ainsi qu'une combinaison visuelle et orale (vidéo).

La page Internet contient notamment :

1. **Une section Informations générales** portant sur la vulnérabilité et les questions sur l'adaptation au changement climatique
2. **Une vidéo d'explication** (voir ci-dessous), qui donne une introduction sur le sujet
3. **Une base de données** : tous les documents techniques concernant les résultats de l'analyse vulnérabilité concernant les différentes régions ainsi que tous les documents techniques concernant les méthodes de l'analyse vulnérabilité. La base de données peut être filtrée par région afin de faciliter l'accès individuel ;
4. **Une section FAQ et un glossaire** qui expliquent les termes scientifiques dans un langage plus accessible ;
5. **Des cartes interactives** seront dynamiques afin d'identifier les « hotspots » et les secteurs concernés ;
6. **Des entretiens écrits et en vidéo** (voir ci-dessous) qui témoignent et expliquent les informations portant sur les différentes régions en question ;
7. **Une section « Actualités »** dans laquelle les nouvelles des régions actives et des exemples de bonnes pratiques seront documentés et où on annoncera les nouveaux instruments et les actualisations ;
8. **Un calendrier** des prochaines formations et des réunions d'informations ;
9. **Un moyen de consultation direct** afin d'initier une analyse de risques dans une nouvelle région (par courriel ou par téléphone).

Une fenêtre contextuelle pour un bulletin de nouvelles invite chaque visiteur à se connecter (lien menant à l'abonnement du bulletin de nouvelles). Cette fonctionnalité peut être désactivée temporairement par les utilisateurs (un cookie est défini), lors du retour à la plateforme après une semaine, la fenêtre contextuelle est à nouveau active.

L'adresse de la page internet se retrouve sur tous les produits de communication afin de garantir une identification durable.

### *Suivi de l'impact de la Page d'Internet*

Le but de la page web est d'augmenter successivement le nombre de visiteurs parmi le groupe des adoptants présents et futurs, ainsi que le nombre d'abonnements au bulletin de nouvelles.

Toutes les activités sur la plateforme (y compris les visites, les sources de visites, les statistiques de téléchargement, la visibilité des moteurs de recherche) sont analysées en continu à l'aide de méthodes de suivi traditionnelles (notamment Piwik, Google Analytics). Ce suivi de site web permet l'optimisation continue de la page Internet ainsi qu'une adaptation de format à la popularité du contenu.

## **Bulletin de nouvelles**

Le bulletin de nouvelles est la « voix » unique du projet qui est étroitement liée au contenu de la page Internet. Dans cet envoi électronique régulier, les mises à jour du contenu seront également fournies aux premiers adoptants et les nouveaux utilisateurs. Les deux trouveront des contenus adéquats dans un même bulletin puisque celui-ci sera conçu comme moyen de transfert de connaissances à travers tous les processus de l'analyse de risques ainsi que les mesures d'adaptation. Les expériences des premiers adoptants joueront un rôle modèle pour les nouveaux utilisateurs.

Le bulletin doit mieux refléter la diversité des adoptants des résultats de l'analyse de risques en documentant les exemples de bonnes pratiques à travers les différents secteurs professionnels et en amplifiant l'identification des lecteurs à d'autres membres de la communauté. Un bulletin de nouvelles efficace devrait donc se concentrer sur la présentation des nouveaux résultats ainsi que sur le dialogue concernant leur application.

Les contributions du bulletin doivent être variées dans différents formats offerts (texte, image, vidéo) pour s'adapter aux différentes habitudes de lecture des utilisateurs.

Modules du bulletin de nouvelles :

- **Éditorial** : adresse personnelle d'un représentant désigné ; référence à l'actualité, concernant un groupe spécifique ; environ 1 000 caractères  
*Exemple : Un maire ou représentant d'une compagnie explique comment les résultats de l'analyse de risques lui ont motivé d'entamer une mesure d'adaptation et comment il a réussi à convaincre ses homologues.*
- **Nouvelles des régions** : contenu de la section Nouvelles de la page Internet ; Titre (90 caractères), courte annonce (300 caractères)  
*Exemple : Les résultats d'une analyse de risques effectué dans une nouvelle région sont disponibles.*
- **Événements** : liste des événements à venir et des webinaires (date, titre, lien vers l'inscription) ; deux section : premiers adoptant et nouveaux utilisateurs  
*Exemple : Date et heures des webinaires d'information pour les nouveaux utilisateurs ainsi que date et heures des ateliers de formation à venir*
- **3Q** : entretien de trois questions avec un adoptant sur une solution d'adaptation innovatrice qui doit servir d'exemple
- **Chiffre du mois** : donnée intéressante qui fait référence au contenu de la plateforme ou à un article externe qui intéresse le lectorat
- **Citation du mois** : citation d'une personne importante pour la communauté, avec un lien vers la source

*Suivi de l'impact du bulletin*

Le but d'un bulletin devrait être l'augmentation continue de son taux d'ouverture (plus de 30 pour cent). Ce taux se réfère au renforcement continu de la marque et à la pertinence des informations fournies dans le bulletin d'information. Pour ce faire, le bulletin d'information devrait être publié environ tous les deux mois (six éditions), complété si nécessaire par des bulletins spéciaux pour les occasions spéciales.

L'expérience a montré que le nombre attendu de clics sur les bulletins d'information représente environ 14 à 20 % des ouvertures. Ce nombre apparemment faible est dû à l'utilisation du bulletin de nouvelles. Souvent, les utilisateurs ont déjà reçu toutes les informations nécessaires avec la lecture unique, ce qui rend facultative une visite immédiate à la plateforme. Un bulletin d'information efficace doit fournir l'équilibre, entre « fournir toutes les informations nécessaires dans l'e-mail » et « générer des clics en retenant des informations ».

Au moyen d'un logiciel de suivi classique (inclus dans les programmes de publipostage professionnel), le taux d'ouverture (ouvertures par destinataire) et le taux de clics (clics par ouverture) sont mesurés pour optimiser le bulletin de nouvelles.

**4.2 Activités principales – objectif 1**

**Mode d'emploi pour multiplicateurs**

Afin d'assurer l'emploi correct des formats de communication il sera nécessaire de le décrire dans un document spécial accompagnateur. Dans ce document les multiplicateurs trouveront des recommandations plus spéciales pour l'emploi des formats différent dans le contexte de l'école ou d'une association professionnelle, par exemple.

**Fiche d'information comprimée**

Des résumés illustrés et imprimés de l'analyse de risques peuvent servir directement à informer et à sensibiliser les premiers utilisateurs.

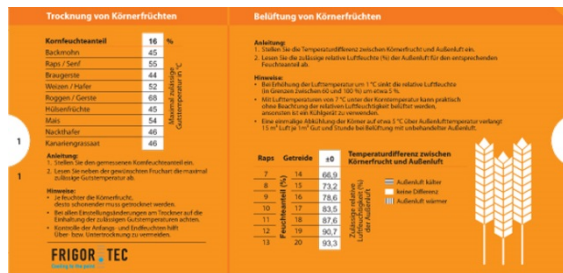
Ces dépliants résument pour chaque région, en quelques points, les caractéristiques spécifiques les plus importantes de l'analyse de risques et offrent en même temps des options d'actions concrètes. Le dépliant sera accompagné par un mode d'emploi pour les multiplicateurs.



La fiche d'information doit servir à approfondir l'information des participants des ateliers, ainsi que leurs homologues locaux. On offrira aux multiplicateurs de commander du matériel pour leurs réunions locales par l'intermédiaire de la page Internet.

En tous cas, il est important de communiquer les résultats ne seulement en langue Français mais aussi en langue local (en particulièrement au niveau d'objectif 3) pour assurer que la population et les cibles concernées ayant accès à ces informations.





Ces informations pour les multiplicateurs peuvent être ajoutée par un « dépliant coulissant » (voir image) qui s'adresse aux aux groupes secondaires d'une manière d'explication plus simple et qui leur devrait permettre de mieux comprendre tous les contextes spécifiques. L'utilisateur du dépliant s'arrête sur le dépliant portant sur

la région de Madagascar dans laquelle il vit. Il identifie ensuite les caractéristiques locales spécifiques de la vulnérabilité, ainsi que les recommandations d'action à court et à long terme. Alternativement, trois dépliants différents pour chaque région étudiée peuvent mettre en évidence les résultats spécifiques, et les effets de différents scénarios futurs.

L'utilisation de ces dépliants sera décrite dans le manuel pour multiplicateur mentionné ci-dessus.

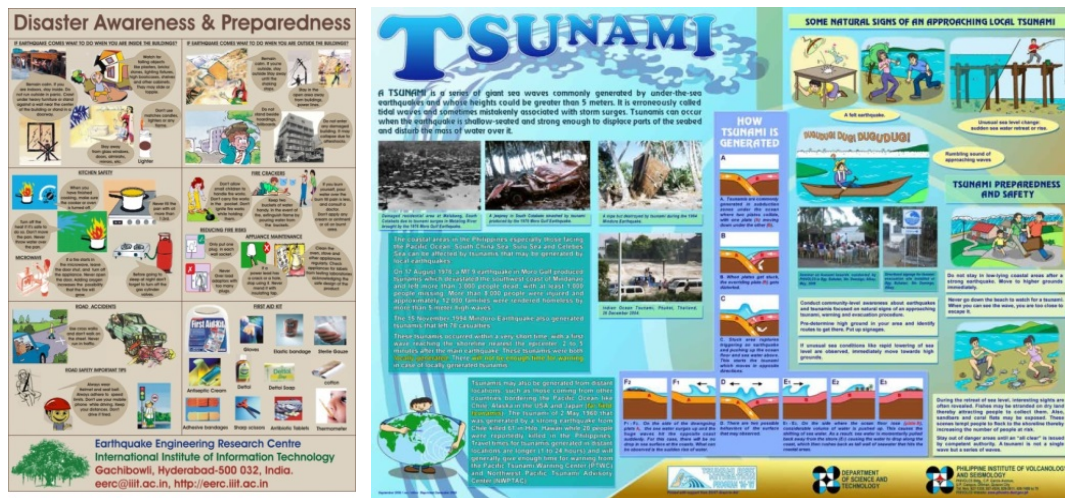
### Suivi de l'impact de la fiche d'information comprimée

Les fiches et les dépliants comporteront un lien unique qui mènera l'adoptant sur la page Internet où il trouvera davantage d'information. Par ce lien unique, il sera possible de suivre le nombre de gens qui se servent régulièrement du matériel. De plus, un code QR sera mis sur la fiche d'information afin de rendre un accès rapide par téléphone mobile possible.

### Affiche d'information

Présentant un contenu semblable à celui de la fiche d'information, les affiches servent à augmenter la compréhension d'un sujet complexe. Elles pourraient servir de moyen d'information dans les endroits publics centraux, comme les écoles, les églises, les mosquées ou les associations professionnelles afin de permettre aux multiplicateurs d'informer directement leurs membres dans les réunions, par exemple. Cette affiche fonctionne en combinaison avec les dépliants décrits ci-dessus. Son application sera également décrite dans un mode d'emploi pour les multiplicateurs

Des mesures recommandées ou de directives écrites peuvent être présentées sur une affiche d'infographie ou sous forme de bande-dessinée. Cette méthode est déjà utilisée dans des contextes similaires dans d'autres pays en développement (par exemple dans la prévention des catastrophes).



Suite de l'impact de l'affiche d'information

Voir suite de l'impact des « fiche d'information » (ci-dessus)

### Ateliers de formation pour les multiplicateurs

Au-delà de l'information écrite, il est essentiel d'intensifier la compréhension des informations, de développer un rôle de multiplicateurs-modérateurs avec les participants et d'entamer un processus de transfert des mesures recommandées par l'analyse de risques dans les contextes régionaux et sectoriels. Pour atteindre cet objectif, des ateliers de formations ont fait leurs preuves, notamment dans les contextes de l'adaptation au changement climatique.

Les ateliers pour les représentants d'associations professionnelles et des acteurs régionaux visent trois objectifs principaux :

- (a) Informer sur les résultats de l'analyse de risques qui concernent les secteurs différents dans les régions respectives et donner des outils et des méthodes aux acteurs clés qui leur permettent d'assumer leur rôle de multiplicateurs envers leur groupes cibles plus facilement ;
- (b) Initier un dialogue entre les différents groupes afin de créer des rapports synergétiques soutenant l'engagement et les activités de chaque secteur et afin d'orchestrer les activités locales d'une manière efficace et durable.
- (c) Introduire un processus ou modérateur central (par région) qui veille sur le progrès du processus d'implémentation des mesures recommandées.

Modules des ateliers :

- 1. Introduction générale au sujet de la vulnérabilité
- 2. Présentation des résultats de l'analyse de risques par régions et des mesures recommandées
- 3. Interprétations en groupe des résultats par rapport aux objectifs sectoriels
- 4. Mapping des acteurs ; clarification des rôles concernant le niveau national, régional et local ; élaboration de profils de tâches de chaque acteur
- 5. Développement des feuilles de route régionales ; réponses aux questions pratiques.

Ces ateliers seront organisés deux fois par région et seront d'une durée d'une journée.

Après la phase initiale de l'introduction des ateliers, des suivis seront nécessaires afin de renforcer le dialogue dans les régions et entre les secteurs à un niveau interrégional. Ces ateliers feront partie des tâches du modérateur principal du processus. Ainsi, il sera nécessaire de développer le concept d'un tel atelier qui permet à un acteur régional d'organiser un atelier d'une façon autonome (avec 2-3 variations).

#### *Suivi de l'impact*

Pour évaluer le succès de l'atelier, un questionnaire sera distribué après l'atelier. Six mois plus tard, un autre questionnaire sera envoyé aux participants afin d'évaluer l'importance de l'atelier. Facteurs secondaires : augmentation du nombre de visites sur la page Internet et du nombre d'abonnements au bulletin après un atelier.

---

### **4.3 Activités principales – objectif 2**

---

#### **Prospectus d'information**

Dans les régions qui n'ont pas encore participé à une analyse de risques, un prospectus peut à la fois sensibiliser facilement les acteurs clés, tout en augmentant la compréhension de tous les contextes spécifiques, et fournir des informations sur les mesures d'adaptation au changement climatique.

Modules du prospectus :

- Introduction générale sur la vulnérabilité au changement climatique du Madagascar ;
- Partie sur les résultats régionaux à adapter selon la région ; accompagné d'une citation d'un pêcheur, par exemple, qui décrit comment le changement climatique affecte sa situation spécifique ;
- Cartes et infographie ;
- Résumé des avantages pour une région ;
- Description du cheminement d'une analyse de risques : point de contact, conditions essentielles, description des étapes.

On propose de limiter le prospectus aux quatre pages et de l'imprimer. Dans un envoi postal ou par courriel (dépendant du cadre budgétaire), il sera initialement envoyé aux multiplicateurs clés dans les régions potentiellement intéressées à l'analyse de risques.

#### *Suivi de l'impact du prospectus d'information*

Cet instrument aura une mesure de succès quand le nombre d'inscriptions aux ateliers sur les méthodes augmente significativement. Un code QR et un lien unique sur le prospectus offre davantage la possibilité d'évaluer l'efficacité de l'instrument.

#### **Ateliers sur les méthodes**

Afin d'assurer un développement de capacités à long terme, il est convenable de proposer une formation spécialisée dans les autres régions et secteurs malgaches. Il est recommandé d'intégrer des aspects généraux, autant que spécifiques et de se focaliser fortement sur les conditions nécessaires à la mise en œuvre d'une telle analyse ainsi que des avantages et limites qu'elle apporte. Cette formation peut faire l'objet d'un avenant au présent contrat, si besoin.

Les ateliers pour les représentants d'associations professionnelles et des acteurs régionaux visent trois objectifs principaux :

- (a) Informer sur l'analyse de risques et les mesures d'adaptation au changement climatique. Présenter les résultats des autres régions de Madagascar où une analyse de risques a déjà été effectuée.
- (b) Instruire les participants aux méthodes de l'analyse de risques. Planifier et pratiquer leur emploi et soutenir l'ajustement des méthodes aux contextes régional ou sectoriel.
- (c) Initier un dialogue entre les différents groupes afin de créer des rapports synergétiques soutenant l'engagement et les activités de chaque secteur et afin d'orchestrer les activités locales d'une manière efficace et durable.

Modules des ateliers :

1. Introduction générale au sujet de la vulnérabilité
2. Présentation de l'analyse de risques effectuée dans les autres régions ainsi que des résultats et mesures recommandées de celles-ci ; présentation d'un narrative sous forme de vidéo ou sous forme d'entretien avec un représentant d'une des régions actives qui sera présent à l'atelier
3. Introduction approfondie à l'analyse de risques : les méthodes générales et spécifiques, les conditions cadres nécessaires, la conduite concrète, ainsi que les défis, les avantages et limites, les besoins financiers et humains.

Ces ateliers seront organisés deux fois par régions et seront d'une durée d'une journée.

#### *Suivi de l'impact*

Pour évaluer le succès de l'atelier, un questionnaire sera distribué après l'atelier. Un chiffre clé sera aussi le nombre de régistrations pour l'analyse de risques ainsi que le nombre de participants aux ateliers de formation de multiplicateur.

## **Manuel**

L'objectif 2 sera principalement atteint à travers la diffusion d'un manuel méthodologique pour l'évaluation de risques à Madagascar.

Ce manuel est censé fonctionner comme guide, applicable au contexte général à Madagascar. Il précisera les étapes à suivre pour atteindre une évaluation de risques en élaborant une stratégie proposée et validée au cours des analyses dans les trois régions. Le but est qu'il décrit de manière tangible les éléments clés à apporter à cette sorte d'évaluation, les méthodes et moyens nécessaires ainsi que le type de résultat attendu. Il contient aussi des cas pratiques, afin de mieux visualiser la méthodologie.

Afin d'éviter le gaspillage de ressources, ce manuel méthodologique ne sera disponible qu'en édition imprimée limitée. Il sera cependant accessible sur la plateforme informative pour les acteurs primaires et élaboré de manière informative et facile à consulter, afin de permettre un développement de la capacité des effectifs.

#### *Suivi de l'impact*

Le nombre des téléchargements et des manuels distribués donneront des indices importants de la réussite de cet instrument. De plus, si le nombre de questions posés par les adoptants

pendant la phase d'évaluation est petit, le manuel aura atteint son but. Une optimisation continue du manuel par rapport aux questions des adoptants sera impérative.

---

#### 4.4 Activités principales – objectif 3

---

Les produits décrits sous 4.2. (la fiche d'information, ainsi que l'affiche) sont aptes à être utilisés pour atteindre également l'objectif 3. Cependant, il faut un mode d'emploi pour les enseignants ou les représentants de l'église, par exemple, afin de transférer les contenus à leurs groupes de manière adéquate. En supplément de ces produits, les multiplicateurs pourront se servir des matériaux supplémentaires ci-dessous. Ces derniers devraient être conçus de manière à fonctionner sans instruction de multiplicateur.

##### Vidéo explicative

La communication audio-visuelle ajoute un autre canal de communication aux informations écrites en liant les images directement aux explications et mesures recommandées dans l'analyse de risques. De cette façon, la compréhension est approfondie et l'identification avec le problème de la vulnérabilité est amplifiée.

D'une part, les effets du changement climatique pour la région ou le secteur respectif peuvent être décrits et d'autre part, les options d'action sont présentées concrètement. Cette vidéo peut en même temps être utilisée comme une vidéo explicative et utilisée à des fins éducatives, ainsi que pour une distribution supplémentaire sur Internet.

Le style de la vidéo peut donc varier entre :

- (1) Un collage des images réelles des régions concernées avec un modérateur qui présente les résultats de l'analyse (approche plutôt académique) ;



Exemple : <https://www.youtube.com/watch?v=y16aMLeh91Q>

(2) Une bande-dessinée afin de s'adresser à un public plus large (approche populaire)



Exemple : <https://www.youtube.com/watch?v=y16aMLeh91Q>

#### *Suivi de l'impact*

La plateforme Youtube offre plusieurs moyens d'évaluation quantitative (nombre de vues, durée d'écoute, origine du visiteur). De plus, il serait important d'évaluer les réactions directes des participants aux ateliers.

#### **Entretiens (écrit/vidéo)**

Les premiers adoptants jouent un rôle clé pour l'identification des autres membres à la situation de vulnérabilité présente et pour leur motivation à agir. Ils servent à la fois de modèle et de facteur de motivation (1) envers les adoptants des résultats de l'analyse de risques et (2) envers les acteurs dans les régions qui sont intéressés à participer à une analyse de risques. Ainsi, il ne suffit pas de simplement introduire les instruments sortant de l'analyse de risques. Donner la parole directe à ces personnes dans le cadre d'un entretien ou bien d'un reportage va augmenter l'acceptation des résultats et des mesures à prendre.

Les caractéristiques régionales de la vulnérabilité peuvent être décrites par exemple du point de vue d'une agricultrice, d'un pêcheur, d'un maire ou d'un entrepreneur hôtelier. Ceux-ci démontrent leur vulnérabilité et leurs options d'agir spécifiques. De plus, montrer l'emploi des instruments par un adoptant augmente la probabilité de leur répétition.

Méthodiquement, il faut commencer par développer des vignettes narratives pour les membres des différents secteurs avec les représentants des différentes associations. Au moment de la sélection des candidats, il sera important de choisir des personnages représentatifs ou qui ont adopté les mesures recommandées d'une manière innovatrice. Suite à la sélection des candidats, un journaliste produit des reportages. Ces entretiens peuvent être produits successivement tout au long du processus de mise en œuvre.

Le choix entre un vidéo ou un reportage écrit dépend surtout des aspects budgétaires et d'une analyse approfondie de l'acceptation des vidéos.



Exemple : <https://vimeo.com/98987235>

#### *Variation 1 :*

Les vignettes narratives développées peuvent aussi servir comme base pour des fiches d'informations spécialisées qui sont distribuées pendant les ateliers.

#### *Suivi de l'impact*

La plateforme Youtube offre plusieurs moyens d'évaluation quantitative (nombre de vues, durée d'écoute, origine du visiteur). De plus, il serait important d'évaluer les réactions directes des participants aux ateliers.

### **Spot de radio**



Comme la radio joue un rôle prépondérant parmi les médias à Madagascar, des spots de radio servent fortement à la sensibilisation au sujet et à la diffusion des résultats de l'analyse de risques et les mesures à prendre. Les vignettes narratives régionales, qui ont déjà été préparées pour les entretiens (voir plus haut), pourraient être élaborées à l'aide de la méthode du « Storytelling » pour atteindre les premiers adoptants et la population en générale. La série de spots de radio mettra l'accent sur les aspects pratique et des instructions concrètes (« prêt-à-adopter »). (Cliquez sur le haut-parleur à gauche pour écouter un exemple).

*Variation :*

Une discussion modérée entre les acteurs principaux d'une certaine région (représentants du secteur public et privé, experts d'adaptation) sera diffusée à la radio. L'émission se consacre aux questions pratiques portant sur les mesures d'adaptation au changement climatique. En addition au débat, les auditeurs peuvent poser leurs questions par téléphone.

#### *Suivi de l'impact*

Le nombre d'auditeurs qui téléphonent à l'émission sera un important indicateur de succès. De plus, le nombre de visiteurs sur la page Internet devra augmenter à chaque émission.

### **Chanson**

Quant au public général, les chansons sont un bon moyen de sensibilisation. De plus, elles renforcent l'engagement et le sentiment d'appartenance et créent un esprit d'équipe.

Si la chanson est composée par un chanteur / un(e) musicien(ne) connu(e), l'attention sera doublée. La participation de gens ordinaires dans la production catalysera la diffusion.

Du point de vue du contenu, la chanson décrira la situation de vulnérabilité et visera surtout à mobiliser les gens à s'informer et à s'engager dans les régions concernées.

Par des collaborations avec des stations de radio, la chanson pourra atteindre une large diffusion. En outre, elle pourrait être diffusée par les médias sociaux.



Exemple : <https://www.youtube.com/watch?v=PIP7ffTNAUc>





Exemple : <https://www.youtube.com/watch?v=iNT1yS3UCt0>

#### *Suivi de l'impact*

Plus longtemps la chanson est diffusée à la radio, plus elle portera de succès. De plus le nombre de vues sur Youtube devra croître continuellement. La première diffusion de la chanson à la radio devra aussi marquer une augmentation des visiteurs sur la page Internet.

---

## 4.5 Suivi de l'impact des instruments de communication

---

Pour évaluer les effets, des méthodes quantitatives et qualitatives sont disponibles :

- Surveillance du site Web (y compris Piwik, Google Analytics) ; mensuel
- Bulletin : taux d'ouverture, taux de clics, analyse qualitative des clics du bulletin de nouvelles ; tous les deux mois
- Ateliers : augmentation du nombre d'abonnés au bulletin, données d'utilisation de la plateforme, distribution de dépliants et de fiches d'information, commentaires personnels (y compris par e-mail) ; suivant chaque atelier ;
- Vidéos : nombre de vues, heures de sortie, clics sur les liens ; mensuel
- Autres plateformes, etc. : nombre de références (voir surveillance du site web) ; mensuel

Les évaluations périodiques devraient être complétées par une analyse annuelle globale visant à fixer de nouveaux objectifs stratégiques pour les mois suivants.

En plus des évaluations d'accompagnement décrites, des enquêtes seront effectuées pour une évaluation ciblée et une amélioration orientée des instruments. Des sondages comportant de courtes questions et effectués à différentes occasions permettront de faire l'évaluation de l'image du programme, ce qui permet une optimisation continue des instruments de communication.

- Inscriptions aux ateliers : Comment avez-vous entendu parler de cet atelier ? Quels sujets vous intéressent particulièrement ?
- Enquête auprès des utilisateurs sur la plateforme : Une fois par an, les utilisateurs sont interrogés sur les différents aspects de la plateforme : convivialité, pertinence, sujets les plus importants et éventuellement sous-exposés, suggestions spécifiques d'amélioration.
- Entrevues d'experts : Tous les deux ans, cinq à sept experts des groupes cibles et de différentes régions communiquent leur appréciation au sujet de la convivialité, de la pertinence, des sujets les plus importants et fournissent peut-être des sous-exposés et des suggestions d'amélioration.

## Bibliographie

BBC Media Action (2013) Communicating Climate Change: What You Can Do. 1st edition, September 2013: 208 p.  
[http://downloads.bbc.co.uk/rmhttp/mediaaction/pdf/climateasia/commsguide/resources/ClimateAsia\\_CommGuide.pdf](http://downloads.bbc.co.uk/rmhttp/mediaaction/pdf/climateasia/commsguide/resources/ClimateAsia_CommGuide.pdf).

BBC News (2016) Madagascar profile – Media. September 2016.  
<http://www.bbc.com/news/world-africa-13861846>.

Internet World Stats (2017) Madagascar Internet Stats and Telecommunications Market reports. June 2017. Link: <https://www.internetworldstats.com/africa.htm#mg>.

Jeune Afrique (2017) Médias : le palmarès des chaînes de télévision les plus regardées en Afrique francophone. Février 2017. <http://www.jeuneafrique.com/404632/economie/medias-palmares-chaines-plus-regardees-afrique-francophone/>.

L'Express (2017) Plus d'un million d'internaute mobile à Madagascar. Janvier 2017.  
<http://www.lexpressmada.com/blog/actualites/plus-dun-million-dinternaute-mobile-a-madagascar/>.

Madagascar Actualités (nn) La radio selon les résultats d'une étude d'audiences de l'institut Médiamétrie menée dans quatre pays d'Afrique dont Madagascar : <http://madagascar-actualites.com/radio-selon-les-resultats-dune-etude-daudiences-de-linstitut-mediometrie-menee-dans-quatre-pays-dafrique-dont-madagascar-pres-de-34-des-habitants-dant/>.