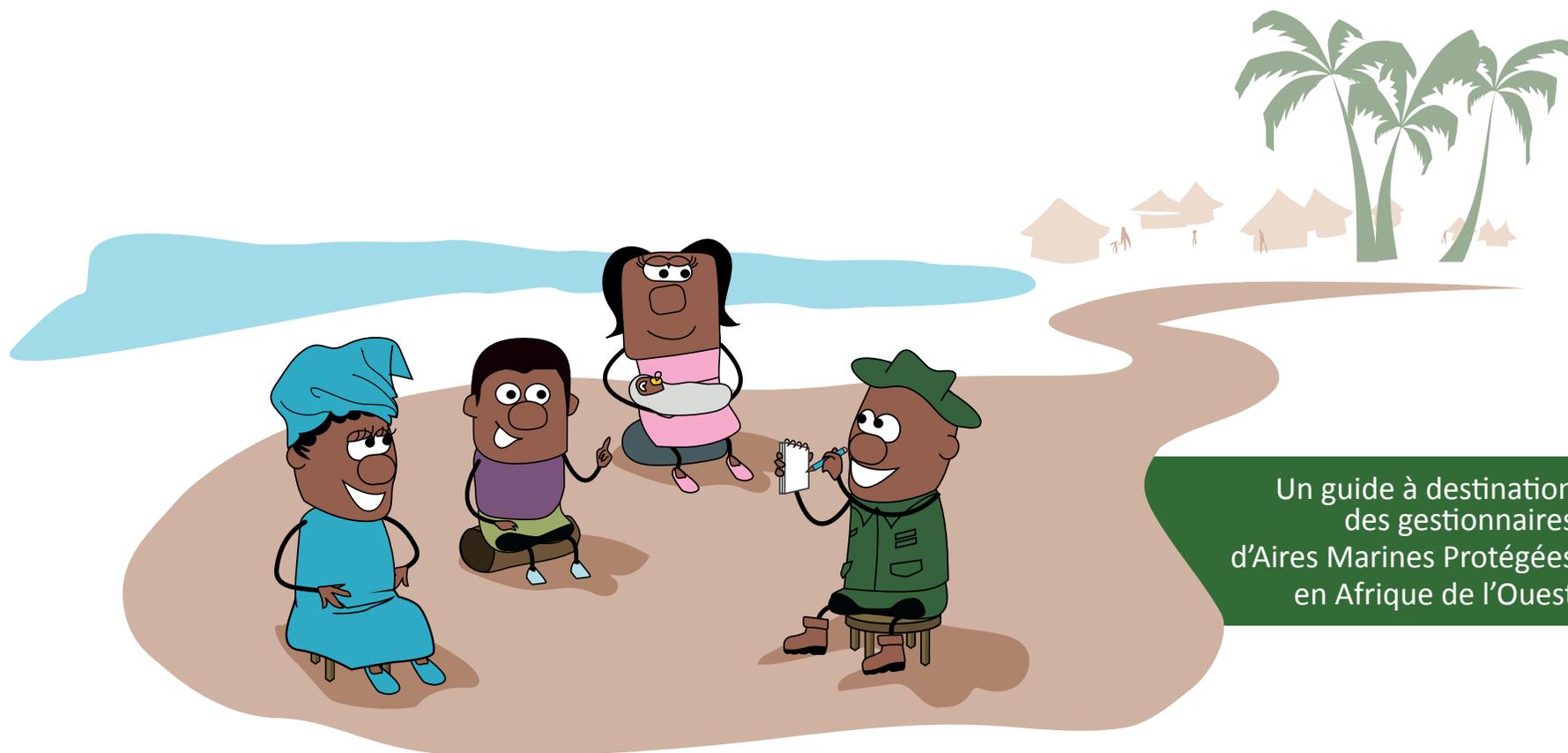


GUIDE PRATIQUE DE SUIVI DES CHANGEMENTS SOCIO-ÉCONOMIQUES

Comment effectuer un suivi socio-économique
et utiliser les résultats pour améliorer la gestion d'une AMP et ses impacts



Un guide à destination
des gestionnaires
d'Aires Marines Protégées
en Afrique de l'Ouest

Texte original

Delphine Malleret King

Refonte du contenu

Jenny Gatien et Nathalie Cadot

Conception graphique

Jenny Gatien

Ont également participé à la rédaction du texte original

Ambroise Brenier, Charlotte Karibuhoye, Emanuel Ramos, Raul Fernandez,
Moustapha Deme, Aliou Sall, Boubacar Diallo, Aminata Correra, Abdoul Salam Bah,
Ousainou Touray, Cristina R. S. Da Silva, Pablo Chavance, Julien Semelin, Sylvie Goyet.



PRÉFACE



Ce Guide a été développé sur la base du *Guide de Suivi Socio-Economique pour les Gestionnaires du Littoral de l'Océan Indien Ouest*, CORDIO East Africa Publication.

Ce Guide est une première version qui pourra être affinée sur la base des expériences de la région.

Les Aires Marines Protégées (AMP) sont principalement mises en place pour protéger et restaurer la santé des ressources marines et côtières pour le bénéfice des acteurs locaux.

En réglementant l'accès aux ressources, les AMP ont un impact sur la situation socio-économique des populations locales et les façons dont les populations exploitent les ressources affecte la santé des systèmes marins et côtiers et donc la gestion des AMP. Ainsi, la pérennité et le succès d'une AMP dépendent fortement de la participation active des populations locales et de leur implication dans sa gestion.

Les ressources marines et côtières protégées par des AMP ne sont plus gérées exclusivement sur une base biophysique, les objectifs des AMP en Afrique de l'Ouest prennent également en compte les aspects socio-économiques et culturels.

L'indissociabilité des aspects biophysiques et socio-économiques dans la gestion de ressources naturelles demande un suivi adapté permettant la mesure des changements afin :

- ▶ d'évaluer l'efficacité des interventions de l'AMP,
- ▶ de mesurer les changements liés à la gestion de l'AMP sur les acteurs (locaux ou non),
- ▶ d'assurer la transparence de la gestion de l'AMP en diffusant les résultats du suivi à tous les acteurs
- ▶ d'adapter la gestion l'AMP.
- ▶ de standardiser les méthodes de collecte de données socio-économiques pour développer des systèmes de suivi simples, réalistes, appropriés et rigoureux.

Ce guide encourage l'implication des communautés par des méthodes de collecte participatives et une large diffusion des résultats. Les méthodes et la variété des indicateurs proposés offrent une grande flexibilité aux opérateurs et leur permettent d'adapter le suivi aux objectifs spécifiques de leur AMP et à leurs réalités de terrain.

Ce guide s'adresse à tous ceux qui s'intéressent aux changements socio-économiques liés à la gestion de l'AMP (bénéficiaires, partenaires, enseignants, politiciens, etc.). Plus spécifiquement, il est conçu pour aider les gestionnaires à développer un programme de suivi socio-économique de leur AMP.

Le suivi demande de la constance sur les méthodes aussi ce guide sert à :

- ▶ Familiariser les gestionnaires « non experts » au domaine socio-économique et à son utilité dans la gestion d'AMP.
- ▶ Accompagner les gestionnaires au cours de toutes les étapes du suivi.
- ▶ Fournir des conseils et outils pour mener un suivi simple et adapté aux besoins de leur AMP.
- ▶ Permettre la standardisation des suivis dans les AMP de la région pour garantir une qualité et une rigueur dans la conduite du processus (surtout de collecte de données) qui permettra de mesurer l'évolution dans le temps et entre les sites.
- ▶ Amorcer le développement de systèmes ouest-africains de suivi socio-économique.

CONTENU

PARTIE 1

LES ÉTAPES DU SUIVI

INTRODUCTION

Évaluer les changements socio-économiques dans une AMP

ÉTAPE 1 / PRÉPARER LE SUIVI

Constituer l'équipe

Définir les objectifs

Connaître les indicateurs

Déterminer les méthodes de collecte

Déterminer la fréquence et la durée des collectes

Prévoir le budget

ÉTAPE 2 / COLLECTER LES DONNÉES

Identifier les sources d'informations

Planifier la collecte

Mener la collecte

ÉTAPE 3 / TRAITER LES DONNÉES

Saisir les données

Analyser les données

Rédiger le rapport de suivi

ÉTAPE 4 / COMMUNIQUER LES RÉSULTATS

Préparer le plan de communication

Mener la campagne de communication

ÉTAPE 5 / ADAPTER LA GESTION DE L'AMP

Intégrer les résultats du suivi dans la gestion

PARTIE 2

4 FICHES INDICATEURS ET OUTILS DE COLLECTE 29

Zone d'étude 31

5 Acteurs 32

Démographie 33

6 Activités côtières et marines 42

9 Environnement économique et social 48

10 Gouvernance et culture 51

11

13 PARTIE 3

14 FICHES D'ANALYSE 57

15

17

18

22

23

24

Pourquoi un guide pratique ?

Ce Guide propose un ensemble d'indicateurs prioritaires pour la région et relativement simples à mesurer.

25 Il comporte un grand nombre d'outils qui aideront à la mise en place du suivi socio-économique de l'AMP, à la collecte de données et à l'interprétation des résultats.

27

Le suivi développé à partir de ce Guide ne fournira pas toutes les réponses aux questions de gestion d'une AMP mais il aidera les gestionnaires à mieux comprendre les impacts des interventions liées à l'AMP sur la situation actuelle de la population locale.

28



PARTIE 1



LES ÉTAPES DU SUIVI

ÉVALUER LES CHANGEMENTS SOCIO-ÉCONOMIQUES DANS UNE AMP

Le suivi socio-économique est un processus itératif qui doit être répété et adapté. Les leçons apprises lors de la conduite du suivi permettront d'affiner les étapes de la prochaine collecte de données.

Dans le cadre d'une AMP, un « suivi socio-économique » étudie le comportement et les attitudes des populations (individus, communautés, utilisateurs directs et indirects des ressources marines et côtières) qui influencent ou sont influencés par l'AMP. Il prend en compte le contexte social, culturel, économique et spirituel. Il est mené par les gestionnaires d'AMP. La participation des communautés locales à la gestion des AMP est un élément essentiel au succès et à la pérennité de sa gestion.

Une méthode participative de conduite du suivi, telle que présentée dans ce guide, servira à :

- ▶ améliorer le dialogue entre l'AMP et les acteurs en diffusant les résultats mais aussi en les impliquant dans le suivi,
- ▶ prévoir les problèmes futurs, évaluer les avancements et progrès et d'identifier les priorités à adresser,
- ▶ améliorer la réactivité face aux changements observés.

Les sphères socio-économique et écologiques sont inextricables dans le cadre des AMP.

L'équipe de suivi doit appréhender la diversité des communautés de la zone d'étude pour adapter les objectifs du suivi aux divers groupes. Les outils de mesure et l'échantillonnage de la population interrogée seront également ajustés selon ces diversités et la plan de communication défini.

Les activités de suivi, détaillées dans ce guide, s'organisent en 5 grandes étapes :

1. PRÉPARER LE SUIVI

-  Constituer l'équipe
-  Définir les objectifs
-  Connaître les indicateurs
-  Déterminer les méthodes de collecte
-  Déterminer la fréquence et la durée des collectes
-  Prévoir le budget

2. COLLECTER LES DONNÉES

-  Identifier les sources d'informations
-  Planifier la collecte
-  Mener la collecte

3. TRAITER LES DONNÉES

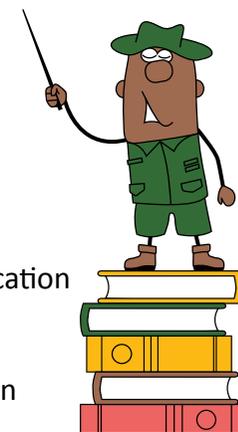
-  Saisir les données
-  Analyser les données
-  Rédiger le rapport de suivi

4. COMMUNIQUER LES RÉSULTATS

-  Préparer le plan de communication
-  Mettre en place la campagne de communication

5. ADAPTER LA GESTION DE L'AMP

-  Intégrer les résultats du suivi dans la gestion





ÉTAPE 1 Préparer le suivi

CONSTITUER L'ÉQUIPE

Une équipe de suivi est généralement composée de :

UN CHARGÉ DE LA COLLECTE

Développe les guides d'entretiens et questionnaires, planifie et supervise la collecte des données.

Il/elle sera aussi responsable de la formation des enquêteurs et des animateurs.

Le chargé de collecte doit avoir une bonne connaissance du contexte local, disposer des compétences en techniques d'entretien, de bonnes facultés d'organisation et parler une langue locale.

UNE ÉQUIPE D'ENQUÊTEURS ET D'ANIMATEURS

Ils sont chargés, suivant les méthodes choisies, de récolter auprès des populations cibles les données utiles au suivi.

Les enquêteurs doivent parler la langue locale, savoir écrire et lire et disposer d'une bonne connaissance de la zone d'étude.

Le nombre et le profil des enquêteurs peut varier suivant les besoins du suivi.

UN COORDINATEUR

Responsable de la coordination du suivi; il/elle aura aussi pour tâche d'assurer la longévité du suivi, l'internalisation des résultats et leur dissémination. Le coordinateur peut être la personne en charge département de suivi de l'AMP, ou la personne en charge des relations entre l'AMP avec la communauté ou encore le conservateur de l'AMP. Le coordinateur doit avoir une bonne connaissance dans le domaine des ressources marines et côtières, ainsi qu'une bonne connaissance du contexte social, culturel et économique local.

UN OPÉRATEUR DE SAISIE

Il/elle sera responsable de saisir des données collectées, et de remplir les fiches d'analyse.

Cette personne doit disposer de bonnes compétences informatiques, connaître d'Excel et avoir de l'expérience dans la gestion et l'analyse de bases de données

UN CHARGÉ DE L'ANALYSE

Préposé à l'analyse des données, il est également en charge de produire les rapports et outils de présentation des résultats du suivi.

Le chargé d'analyse doit posséder de l'aisance rédactionnelle et des capacités d'analyse de données quantitatives, qualitatives et statistiques

Tous les membres de l'équipe travaillent en collaboration et sollicitent d'autres personnes ressources au besoin.

Ils doivent impérativement avoir une bonne connaissance de la zone d'étude, s'intéresser au suivi et idéalement, avoir une bonne expérience de la conduite d'entretien et posséder un esprit analytique. Si possible, ils devront disposer d'une formation de base dans une science sociale ou économique (ex. sociologie, anthropologie, politique, psychologie, géographie, etc.).

La présence d'un expert indépendant peut aider à la préparation du suivi, pour évaluer la faisabilité du plan de suivi, valider les indicateurs à renseigner, développer les outils de collecte ...

Il est essentiel que l'équipe et les gestionnaires d'AMP participent à toutes les étapes du suivi (y compris à l'analyse et l'interprétation des résultats) afin d'assurer :

- ▶ l'internalisation du processus et des résultats par l'équipe, et
- ▶ le renforcement des capacités de l'équipe de gestion de l'AMP pour ce type de suivi.

Que faire si l'équipe ne dispose pas de compétences en science sociale et/ou économique?

Elle pourra faire appel à l'appui technique de partenaires opérant dans la zone disposent de cette compétence (instituts de recherche, organismes gouvernementaux, ONG). Le Réseau des Aires Marines Protégées d'Afrique de l'Ouest (RAMPAO) pourra conseiller les équipes et les mettre en relations avec des experts disponibles dans la région.





ÉTAPE 1 Préparer le suivi

CONSTITUER L'ÉQUIPE

Certains membres de l'équipe peuvent combiner différents rôles, y compris celui d'enquêteur. Cependant pour la collecte de données il est courant de mobiliser une équipe de 5 à 10 enquêteurs supplémentaires.

Il est conseillé de recruter prioritairement des enquêteurs au sein des communautés locales. Si la capacité n'existe pas, il faudra encourager son développement.

L'équipe doit créer un profil type d'enquêteur (motivation, niveau d'éducation, rigueur, disponibilité, capacité de communication, personnalité, comportement) et être sensible aux spécificités ethniques, religieuses et de genre pour sélectionner des personnes aptes à la collecte des différents types d'information.

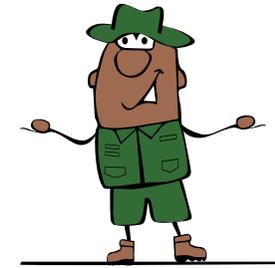
Il est recommandé d'établir un contrat de prestation pour chaque enquêteur recruté sur la base du nombre maximum d'enquêtes ou entretiens réalisés en une journée. Le coordinateur détermine le nombre de jours de travail à inscrire au contrat selon la quantité et le type de données à collecter. Il tient aussi compte de la méthode de collecte. Par exemple, un enquêteur obtient davantage et plus rapidement des données par la méthode des entretiens semi-directifs qu'avec des enquêtes de ménages mais ces données sont moins qualitatives.

Il est aussi possible de recruter des volontaires mais il est alors plus difficile d'obtenir un engagement à long terme.

Le plus important étant que l'équipe soit motivée, et possède du bon sens et de bonnes aptitudes relationnelles.

Qui sont les gestionnaires?

Les gestionnaires sont la ou les personnes qui sont impliquées dans la gestion de l'AMP. Ce peut être des agents de l'état, un groupe de personnes d'expertise différentes, ou encore des représentants des communautés locales ou d'ONGs.



Qui sont les acteurs?

Dans le cadre d'une AMP, les acteurs seront définis comme les personnes qui influencent directement ou indirectement les ressources naturelles gérées à travers l'AMP par leurs actions ou décisions.

Les acteurs sont aussi les personnes affectées, positivement ou négativement, par les activités et les règles de gestion de l'AMP.

Qu'est-ce qu'une communauté?

C'est un terme qui est utilisé de façon large mais qui cache une complexité qu'il ne faut pas ignorer.

Une communauté peut être définie par rapport aux intérêts ou aux objectifs des gens qui la composent, par rapport à leurs caractéristiques (ex : ethniques, religieuses) ou par rapport à leur localisation géographique.

La définition la plus communément utilisée dans le contexte du suivi socio-économique est géographique, la communauté se réfère à un groupe de personnes qui vivent ensemble dans une aire géographique déterminée par des limites administratives ou par les limites des interactions entre les membres de la communauté.

Les limites d'une communauté sont souvent floues et une communauté n'est pas une entité homogène. Des communautés d'intérêts communs, de statut économique commun ou encore d'appartenance ethnique ou religieuse existeront au sein de la communauté géographique.



ÉTAPE 1 Préparer le suivi

CONSTITUER L'ÉQUIPE

Qui impliquer selon les étapes?

Étape	Qui ?	Comment ?	Pourquoi ?
Identification des objectifs du suivi	La population au sens large y compris les institutions légales, le comité de gestion, les groupes d'usagers.	Réunion d'information sur les objectifs et le processus de suivi. <i>Les objectifs du suivi sont déjà plus ou moins déterminés. La discussion devrait surtout informer les communautés et permettre d'affiner la sélection d'objectifs.</i>	<ul style="list-style-type: none">▶ S'assurer que les objectifs répondent aux préoccupations des communautés▶ Renforcer l'appropriation du processus par la population, le concept de suivi peut paraître flou pour un villageois.
Sélection des méthodes	Les informateurs clés et les groupes représentatifs de la communauté.	Entretien et réunion d'information pour expliquer et valider les méthodes.	<ul style="list-style-type: none">▶ Confirmer l'acceptabilité des méthodes.
Collecte des données	Les personnes qui n'ont pas d'antécédents de conflits avec les communautés, qui n'ont pas de relations de pouvoir direct sur les informateurs, qui instaurent une relation de confiance.	La collecte de données doit être supervisée par le personnel de l'AMP ou d'autres agents d'état. Les activités de collecte de données sont réalisées après la formation des enquêteurs et suivant les méthodes préalablement identifiées.	<ul style="list-style-type: none">▶ Pérenniser le système de suivi et renforcer les capacités.▶ Assurer un certain degré de fiabilité des résultats. Le fait que les enquêteurs/ animateurs connaissent le site et les usagers leur permet de valider certaines informations.▶ Obtenir des informations qu'il serait difficile d'obtenir par un intervenant extérieur.
Analyse Interprétation Communication	Les groupes représentatifs, les cibles les plateformes de discussion.	Grandes réunions, présentations orales et visuelles des résultats.	<ul style="list-style-type: none">▶ Encourager les communautés à valider/ confirmer les résultats et proposer des solutions potentielles aux problèmes émergents.





ÉTAPE 1 Préparer le suivi

DÉFINIR LES OBJECTIFS

Les objectifs de suivi doivent être alignés sur les objectifs prioritaires de l'AMP et tenir compte des activités en cours ou programmées. L'équipe de suivi définit clairement les objectifs de suivi et devra avant tout se demander comment améliorer la gestion de l'AMP.

L'analyse des acteurs doit se faire au début du suivi car elle permettra d'établir le cadre d'échantillonnage mais aussi de délimiter la zone d'influence de l'AMP.

Les effets socio-économiques de l'AMP peuvent émaner directement de la communauté ou causés par des facteurs extérieurs. Il est important de mesurer l'influence du cadre national voire international, et des autres acteurs de la communauté ou d'organisations non gouvernementales et, outre les gestionnaires de l'AMP, l'équipe de suivi devra solliciter différents acteurs selon les étapes.

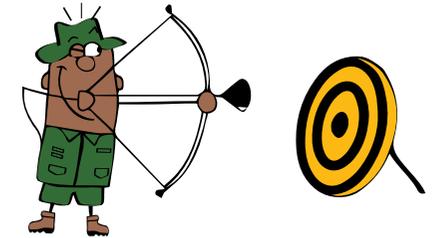
Il convient d'impliquer dans la définition des objectifs du plan de suivi :

- ▶ les partenaires techniques et financiers des AMP (ex. ONG opérant sur le site, organismes de recherche, etc.),
- ▶ l'administration locale et nationale,
- ▶ les autorités traditionnelles.
- ▶ les communautés elles-mêmes,
- ▶ les personnes mobilisant et travaillant auprès des communautés.

Un bon suivi prend en compte l'ensemble des acteurs et intègre le maximum de facteurs influant sur la gestion des ressources de l'AMP.

L'adhésion des communautés aux objectifs de gestion de l'AMP garantit des résultats plus fiables.

Aussi pour conserver un contact permanent, les représentants des communautés locales pourront, lors de réunion avec l'équipe, être invités à discuter des objectifs à atteindre et participer à l'élaboration du plan de suivi.



Exemples d'objectifs de suivi

Si l'une des préoccupations principales de l'AMP est la préservation de la diversité culturelle et des méthodes de gestion traditionnelle (exemple de l'AMP des îles Urok en Guinée Bissau):

- ▶ L'équipe de suivi doit privilégier l'étude de la Gouvernance, des indicateurs de diversité culturelle comme la présence d'événements culturels, le niveau d'intégration et de respect des règles traditionnelles.

Si les décideurs politiques veulent savoir si l'AMP a eu un impact.

- ▶ Mesurer l'évolution des perceptions ou l'évolution du respect des réglementations peut aider à évaluer le succès ou l'échec des activités de gestion et donner des informations quant à la façon dont l'AMP est acceptée.

Si l'une des activités centrales de l'AMP est une campagne de sensibilisation sur l'habitat des espèces marines en danger

- ▶ Les indicateurs de mesure du niveau de sensibilisation devront être inclus dans le plan de suivi, par exemple les valeurs des bien et service et le niveau de respect des règles de l'AMP et des règles traditionnelles.



ÉTAPE 1 Préparer le suivi

CONNAÎTRE LES INDICATEURS

Ce tableau propose un programme de suivi établi sur la base des objectifs généraux des AMP de la région ouest-africaine. Les indicateurs choisis sont stratégiques, ils répondent à plusieurs objectifs du suivi et sont faciles à mesurer et à analyser.



-  Sources secondaires
-  Entretiens semi-directifs
-  Enquêtes
-  Observation
-  Méthode recommandée
-  Méthodes secondaires

Code	Indicateurs	Fréquence minimale	Méthode(s) de collecte recommandée(s)
ZONE D'ÉTUDE			
i1	Zone d'étude	3 ans	 
ACTEURS			
i2	Acteurs	2 ans	 
DÉMOGRAPHIE			
i3	Population	5 ans	  
i4	Nombre de ménages	5 ans	  
i5	Âge	5 ans	  
i6	Genre	5 ans	  
i7	Taux d'alphabétisation	5 ans	  
i8	Niveau d'éducation	5 ans	  
i9	Appartenance ethnique	5 ans	  
i10	Religion	5 ans	  
i11	Langue	5 ans	  
i12	Taille moyenne d'un ménage	2 ans	  
i13	Structure des ménages	2 ans	  
i14	Résidence et migration	5 ans	   
i15	Activités et sources de revenus	2 ans	   
i16	Statut socio-économique	5 ans	   

Code	Indicateurs	Fréquence minimale	Méthode de collecte
ACTIVITÉS CÔTIÈRES ET MARINES			
i17	Activités côtières et marines, sources de revenus	1 an	   
i18	Valeurs des biens et services	1 an	   
i19	Marchés ciblés et mécanismes de vente	2 ans	   
i20	Zone et période	2 ans	 
i21	Origine des exploitants	2 ans	  
ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL			
i22	Développement des infrastructures	2 ans	   
i23	Développement du commerce	2 ans	   
i24	Sources de financement	3 ans	 
GOUVERNANCE ET CULTURE			
i25	Règles formelles	3 ans	 
i26	Pouvoir et influence	2 ans	  
i27	Traditions et coutumes	3 ans	  
i28	Diversité culturelle	1 an	  
i29	Organisations et/ou associations communautaires	3 ans	  
i30	Nature des conflits	3 ans	  



DÉTERMINER LES MÉTHODES DE COLLECTE

Dans le tableau des indicateurs, les méthodes les plus adéquates sont suggérées, cependant le choix de la méthode doit également prendre en compte :

- ▶ l'acceptabilité de la méthode au sein des communautés de l'AMP,
- ▶ la facilité de mise en oeuvre,
- ▶ le niveau de détail désiré (qualitatif, quantitatif, niveau d'agrégation),
- ▶ le coût, et
- ▶ le niveau de fatigue de la population.

Il existe de nombreuses méthodes pour collecter des données socio-économiques, certaines sont participatives (discussions, transects, histoires, diagrammes) et d'autres pas (enquêtes).

Les méthodes participatives sont toujours privilégiées pour permettre de mieux impliquer la population dans le suivi et l'inciter à s'en approprier les résultats.

Ce guide propose 4 méthodes pour mesurer les indicateurs sélectionnés :



Les Sources
secondaires



Les entretiens
semi-directifs



Les
enquêtes



L'observation

Pour que le suivi soit de bonne qualité, il exige de la rigueur dans l'utilisation des méthodes mais aussi de la continuité. C'est la continuité qui permettra aux résultats d'être comparables dans le temps et de mesurer les évolutions.

Lorsque l'équipe a choisi et affiné, lors du premier suivi, une méthode pour mesurer un indicateur, elle doit être conservée pour tous les cycles de suivi afin de pouvoir comparer les résultats au fil du temps.

Également, quand un terme complexe (ex : «ménage») a été défini au début d'un programme de suivi, l'équipe doit se tenir à cette définition pour que les données représentent toujours la même unité de communauté et puissent être comparées.



Qui impliquer dans le choix des méthodes ?

Il est recommandé de consulter des informateurs clés pour identifier les méthodes les plus appropriées et tester les questions. D'autres partenaires peuvent aussi être consultés pour créer des synergies, par exemple, agences de l'état ou les ONG qui mènent des études dans la zone. Les processus doivent être complémentaires.

Certains choix sont évidents. Par exemple, lorsque l'information désirée se rapporte à une opinion personnelle, la méthode de mesure doit être l'enquête.





DÉTERMINER LES MÉTHODES DE COLLECTE



Méthode	Caractéristiques	Avantages	Désavantages
 Sources secondaires	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fournissent des informations au niveau de la communauté ou du groupe qu'ils représentent. ▶ Permettent d'obtenir des données sur la démographie et la gouvernance. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ne sont pas onéreuses. ▶ Permettent de lier des contacts avec les acteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ne sont pas toujours faciles à obtenir (non disponibilité et/ou rétention de l'information). ▶ Nécessitent d'être vérifiés.
 Entretiens semi-directif	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fournissent des informations au niveau de la communauté ou du groupe qu'ils représentent. ▶ Permettent d'obtenir des données de fond et de contexte agrégées au niveau du groupe ou de la communauté. ▶ Ne sont pas organisés de façon aléatoire. Les informateurs et groupe focaux sont choisis car ils ont une bonne connaissance d'un sujet. Il leur est demandé de parler au nom d'un groupe. ▶ Ils ne constituent pas un échantillon représentatif de la communauté. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Participatif. ▶ Permet de creuser un sujet. ▶ Constitue un échange entre un informateur et un membre de l'équipe. ▶ L'informateur et les facilitateurs ont la possibilité de corriger et d'affiner les questions au fil de l'entretien. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Les résultats ne peuvent pas être analysés statistiquement. Il est difficile d'obtenir des résultats quantitatifs. ▶ Ces entretiens peuvent être longs pour les informateurs, l'animateur doit être expérimenté car la discussion doit être cadrée. ▶ La qualité de l'entretien peut être affectée par le facilitateur s'il pose des questions biaisées (ou s'il suggère une réponse). ▶ Les résultats sont agrégés au niveau d'un groupe ou de la communauté, ces données ne pourront pas être désagréger au niveau des ménages ou des individus.
 Enquêtes	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fournissent une information plus précise au niveau des ménages et des individus de la zone d'étude. ▶ L'enquêté(e) parle en son nom ou en celui de son ménage. ▶ Les données d'enquêtes peuvent être agrégées au niveau d'un groupe ou de la communauté. ▶ Les données collectées peuvent être analysées statistiquement. Les enquêtés sont choisis de façon aléatoire (chaque ménage ou individu a la même chance d'être sélectionné) pour que l'échantillon (la sous population enquêtée) soit représentatif de la population ciblée. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Des données quantitatives pouvant être analysées statistiquement sont fournies. ▶ Les interviews ont moins de risques d'être biaisés (affectés) par les enquêteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Extractives, elle sont plus difficiles pour l'informateur qui ne peut pas donner d'explications. ▶ Chères à mener. ▶ Des questions peuvent être inappropriées ou mal formulées sans que l'enquêteur n'ait la possibilité de poser des questions complémentaires. ▶ La nécessité d'impliquer les communautés dans l'élaboration de questionnaire pour éviter les éventuels problèmes. ▶ Un interviewé se fatigue vite, surtout si le questionnaire est long.
 Observation	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Est menée tout le long du suivi pour permettre de comprendre des activités complexes et avoir une bonne connaissance générale du contexte. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ N'engendre pas de coûts financiers supplémentaires. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Pas d'analyse statistique des données collectées. ▶ Peut-être intrusif dans certains cas.

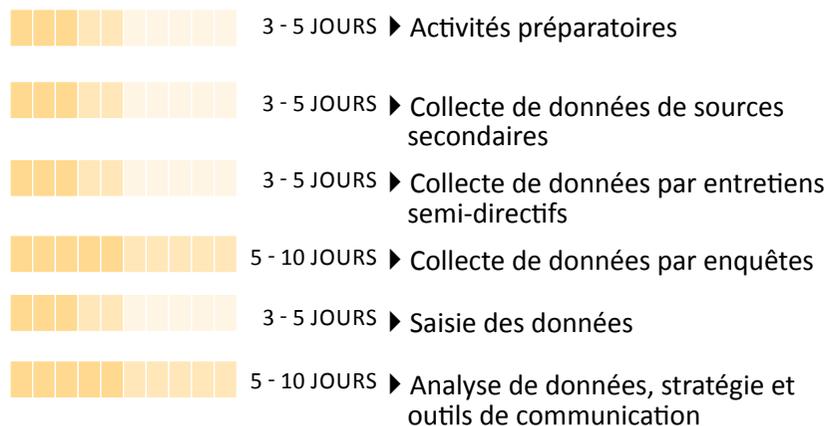


ÉTAPE 1 Préparer le suivi

DÉTERMINER LA FRÉQUENCE ET LA DURÉE DES COLLECTES

La durée de chaque cycle de suivi socio-économique varie selon la situation, la taille de la communauté, l'expertise et les ressources de l'équipe, la taille de l'équipe et le nombre d'indicateurs choisis. La première collecte de données prend généralement plus de temps que les autres cycles de suivi car le processus est nouveau et plus d'indicateurs sont mesurés que lors du suivi régulier.

Dans l'ensemble, on estime que le suivi prendra entre 3 et 6 semaines mais il peut s'étendre sur plusieurs mois. Le temps accordé à chaque étape dépend beaucoup de l'accessibilité et des conditions de déplacement dans l'AMP.



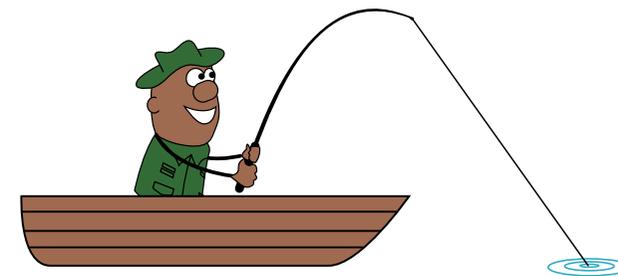
Certains aspects socio-économiques changent plus vite que d'autres, par exemple l'opinion des gens varie plus rapidement que leur statut socio-économique. La fréquence de mesure des indicateurs variera donc selon la vitesse à laquelle on estime que les changements peuvent être détectés. L'équipe doit déterminer la fréquence selon la situation et les besoins du site.

Aussi, les saisons affectent les activités liées aux ressources marines et côtières dans la région. Ceci doit être pris en compte dans le suivi et il peut être approprié de surveiller certains des indicateurs aux différentes saisons, pour chaque cycle de suivi.

Dans les zones où les changements démographiques et économiques sont rapides, les données vont devoir être recueillies plus souvent pour évaluer les tendances, alors que dans les communautés plus stables, les données peuvent ne pas être recueillies aussi fréquemment.

Les communautés se fatiguent d'être interviewées fréquemment. Les entretiens avec des informateurs clés et l'observation sont probablement les méthodes les moins intrusives pour les populations car une faible proportion de personnes est interviewée. Les entretiens semi-directifs sont en général aussi plus intéressants pour l'informateur car il peut discuter et il y a un échange.

Le tableau des indicateurs propose une fréquence minimale de mesure (entre 1 et 5 ans) pour guider l'équipe.





ÉTAPE 1 Préparer le suivi

PRÉVOIR LE BUDGET

Le budget inclus généralement les coûts suivants :

- Transport et personnel pour la collecte de données secondaires
- Honoraires de 3-8 enquêteurs (le nombre d'enquêteurs dépend du nombre de communautés visées)
- Stylo, papier, blocs note et autres fournitures de bureau
- Frais de mission (repas, hébergement, etc.) pour le personnel de l'AMP
- Transport pour le terrain (voiture, bateau etc.)
- Photocopie des documents de collecte de données
- Les charges du personnel de l'AMP (temps) : coordination, formation, saisie de données organisation et gestion des données ; analyse et production de rapport, communication et diffusion des résultats
- Equipement et autres : appareil photo, jumelles, cartes, cartes nautiques, magnétophone, GPS, production de brochures ou posters (pour annoncer les enquêtes, diffuser les résultats etc.)

Le budget variera selon les besoins du site, les ressources humaines disponibles et les coûts locaux.



Il est pertinent de réaliser un tableau pour les prévisions budgétaires. En voici un exemple simple :

	Besoin		Disponibilité		Budget prévisionnel		
	Quant.	Dispo.	Non dispo.	Quant.	Prix Unitaire	Valeur en FCFA	
Equipements/services							
Moto	2	1	1	1	8 000 000	8 000 000	
Essence moto	80	40		40	9 500	380 000	
Essence barque	600 l		600	0	9 500	0	
Huile moto	10 l		10	5	15 000	75 000	
Huile barque	30 l		30	0	15 000	0	
Entretien moto/barque				1	190 000	190 000	
Sous-Total						8 645 000	
Personnels							
Fourniture bureau			ND	1	315 000	315 000	
Indemnisation des collaborateurs locaux (enquêteurs)	10 jours		6	60	10 000	600 000	
Per Diem (équipe de suivi de 4 pers.)	10 jours		10	40	20 000	8 000 000	
Sous-Total						8 915 000	
TOTAL						17 560 000	



IDENTIFIER LES SOURCES D'INFORMATIONS



Rechercher des sources secondaires

La première étape dans la collecte de données sera, pour l'équipe, de prendre connaissance de toutes les études et projets avec une composante socio-économique menées récemment (ces 5 dernières années) dans la zone de l'AMP. L'équipe doit relever les données et noter les méthodes utilisées pour savoir s'il lui sera possible d'utiliser les résultats de ces études comme référence pour certains des indicateurs et éviter la duplication.

L'équipe trouve les données de sources secondaires auprès du gouvernement, des organismes de recherche, des ONG, du bureau national de statistiques, dans les journaux de recherche etc.



Sélectionner les informateurs

► Identifier un informateur clé

Un informateur clé est une personne qui a la capacité de fournir des informations détaillées sur un sujet donné sur la base de son expertise ou de sa connaissance (ex : sur la zone de suivi, les personnes, les activités etc.). *Par exemple, un chef de village est un bon informateur clé pour comprendre l'évolution des aspects démographiques. Le président de l'association des pêcheurs est un bon informateur sur les activités de pêche, etc.*

On sélectionne des informateurs clés spécifiquement pour leurs connaissances car il n'est pas possible d'interviewer tout le monde. Il est essentiel que les informateurs représentent un groupe, une communauté de la zone d'étude. Ils donnent des informations du point de vue d'un groupe ou d'une communauté.

Il ne leur est pas demandé de donner des informations au niveau individuel ou des ménages.

Un informateur clé est sélectionné volontairement (non de façon aléatoire) pour discuter d'un sujet spécifique.



Il est important d'interroger plusieurs types d'informateurs pour s'assurer que tous les aspects du sujet sont couverts. Enfin, il peut être important de demander conseil aux autorités locales, au comité de gestion de l'AMP et à d'autres groupes influents pour choisir les meilleurs informateurs clés.

► Définir un groupe focal

Un groupe focal est un groupe de 4 à 10 informateurs ayant des connaissances ou une situation commune (ex. activité, langue, organisation) réunis ensemble pour discuter d'un sujet spécifique. Ils renseignent des informations au niveau de la communauté ou du groupe. Un nombre limité d'informateurs est sélectionné pour donner des informations sur la population qu'ils représentent car il n'est pas possible d'interroger toute la communauté.

Les participants doivent être de la zone de suivi ou faire partie du groupe dont les activités sont suivies. Ils peuvent être sélectionnés comme les informateurs clés, volontairement sur la base de leur connaissance d'un certain sujet, de leur expérience, de leur activité ou de leur intérêt. Ils peuvent aussi être choisis de façon aléatoire à l'intérieur d'un groupe (ex. pêcheurs, vendeuses de poissons) si celui-ci est identifié.



IDENTIFIER LES SOURCES D'INFORMATIONS

La diversité de la population doit être représentée par les participants. *Par exemple, si les activités suivies sont menées par des femmes et des hommes, il est important que le groupe focal soit composé d'hommes et de femmes. Il est difficile parfois dans certaines cultures pour les femmes de parler devant les hommes, dans ce cas les groupes seront menés séparément.*



Déterminer les ménages ou individus à interroger

Lors d'une enquête, les interviewés sont sélectionnés de façon aléatoire. Chaque personne ou membre du groupe a la même chance d'être sélectionné qu'un autre, il n'y a aucune influence de l'équipe. L'échantillon est ainsi représentatif du groupe ou de la communauté ciblé. De nombreux ménages doivent être interrogés pour que les résultats d'une enquête puissent être analysés statistiquement. Les résultats seront agrégés au niveau d'un groupe (ex. activités, groupe ethniques, âge, communauté etc.).

Plus l'échantillon est grand, plus les résultats sont fiables. Si les données n'ont pas besoin d'être représentatives statistiquement, l'échantillon peut être plus petit. L'information générée sera aussi utile.

Mener l'observation

Les activités marines et côtières liées aux ressources sont souvent saisonnières ou ont des routines journalières particulières. L'observateur doit tenir compte de ces spécificités, et observer certaines activités à différents moments. Il peut se révéler nécessaire de s'impliquer davantage dans certaines activités (ex. aider à lever le filet, partir sur un bateau de pêche etc.) pour obtenir de bonnes informations.

Il faut être curieux, poser des questions et demander pourquoi les personnes font ce qu'ils font et ne pas oublier de prendre des notes détaillées.

Comment constituer l'échantillonnage de la population cible ?



La taille de l'échantillon croît avec la taille de la population mais pas de façon proportionnelle.

Pour une population de moins de 500 individus, il est conseillé de ne pas interroger plus de la moitié de cette population. Si l'équipe interroge 25 ménages sur 100, elle pourra être sûre que les résultats sont représentatifs.

Taille de la population cible	Taille de l'échantillon
100	25
200	40
300	60
400	70
500	80
1000	100

en nombre d'individus

PLANIFIER LA COLLECTE

Il faut au préalable avoir listé les indicateurs à renseigner.

Chaque méthode de collecte d'informations doit être mise en oeuvre à un moment précis du suivi. Le chargé de collecte donne le tempo.



Si les données collectées, via les sources secondaires, et les informateurs clés sont suffisantes, il n'y aura alors aucun besoin de mener des enquêtes. Ces données pourront être saisies directement dans les fiches d'analyse.

Si des enquêtes sont nécessaires il est important, avant de commencer la collecte, que les enquêteurs soient formés par l'équipe de suivi.

La formation, dispensée par le chargé de collecte, doit porter sur :

- ▶ les objectifs du suivi pour la gestion d'une AMP,
- ▶ le type d'informations à collecter (les indicateurs),
- ▶ les différentes méthodes de collecte retenues pour chaque indicateur,
- ▶ les techniques pour interroger les gens et les mettre à l'aise,
- ▶ la prise de notes.

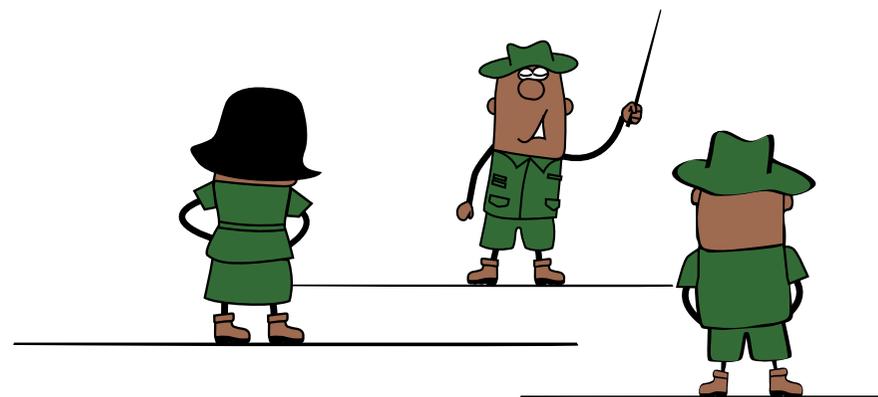
Ce guide et ces outils constituent une bonne base pour la mise en place de la formation des enquêteurs.

Le contexte local doit aussi être abordé pour évaluer et au besoin renforcer les connaissances particulières de chaque enquêteur. Le formateur peut alors inviter des représentants des communautés à participer.

Dans le cas d'enquêtes il faut également rédiger les questionnaires. Des conseils pour leurs élaborations sont contenus dans la fiche pratique *Règles d'un entretien ou d'une enquête réussi*.

Il faut conserver une cohérence entre les différents suivis menés sur une même zone : l'équipe doit idéalement respecter le même processus (mêmes indicateurs, mêmes méthodes de collecte, mêmes fiches d'analyse, même expert, etc.) pour que les résultats des différents suivis soient comparables et pour mesurer les changements socio-économiques de la zone d'étude, au fil du temps. Il est également conseillé que ce soit la même équipe qui gère tous les suivis d'une AMP ou qu'il y ait au moins une personne de l'équipe qui les suit tous (si possible le coordinateur).

Ce guide propose en annexe, des outils de collecte détaillés pour chaque indicateur.



Organiser la formation sous forme de mise en situation

Les futurs enquêteurs peuvent simuler des situations d'enquêtes ou d'entretien pour apprendre à présenter correctement ce qu'est un suivi, à poser les bonnes questions et à adopter une attitude adaptée.



MENER LA COLLECTE



La recherche d'information de **sources secondaires**

L'équipe de suivi doit commencer par faire une évaluation complète de toutes les données secondaires sur les indicateurs choisis. Les données secondaires sont celles qui ont déjà été recueillies et traitées sous diverses formes comme :

- Documents officiels
- Rapports statistiques
- Evaluations et enquêtes précédentes
- Rapports de recherche
- Documentation des projets précédents ou en cours, y compris des rapports de suivi et d'évaluation
- Cartes
- Photographies aériennes et images satellites
- Sites internet

L'équipe doit compiler les informations secondaires pour obtenir les informations sur les indicateurs à collecter.



Les entretiens semi-directifs

Les entretiens semi directifs sont menés par des enquêteurs auprès d'informateurs clés et/ou de groupes focaux. L'équipe prépare une liste de thèmes ou une liste de questions ouvertes qui sont discutées avec les informateurs et/ou le groupe.

Contrairement aux entretiens directs (questionnaires d'enquête), les entretiens semi-directifs, permettent une discussion, une interaction entre l'informateur et les membres de l'équipe de suivi. Ils donnent plus de liberté aux informateurs qui peuvent participer activement à la discussion et exprimer leurs points de vue.

Les groupes dirigés poussent les informateurs à atteindre un consensus, ils discutent les uns avec les autres des données de la population qu'ils représentent jusqu'à s'accorder. La conversation permet aussi à l'équipe d'explorer des sujets dont elle n'avait pas mesurer l'importance.

La manière de poser les questions est cruciale pour le succès de l'entretien. Dans tous les cas, les enquêteurs doivent être formés par l'équipe de suivi pour mener à bien les entretiens. Le problème de capacité peut être résolu facilement, surtout dans les cultures locales qui sont généralement orales. Il est assez facile de trouver des enquêteurs de qualité au sein des communautés.

En terme de résultats, on considérera que suffisamment d'informateurs clés ont été interrogés lorsque les réponses deviennent répétitives (Par exemple, si l'équipe s'intéresse aux règles informelles, coutumes et traditions, elle pourra stopper les entretiens lorsque les informateurs interrogés notent les mêmes règles, coutumes et traditions que les informateurs précédents).



MENER LA COLLECTE



Les enquêtes

Administrer un questionnaire est souvent moins long que de mener un entretien de groupe mais il est nécessaire d'administrer un nombre important de questionnaires avant d'obtenir des résultats fiables et représentatifs. Les enquêtes sont ainsi plus coûteuses à mettre en place que les autres méthodes et le traitement des données plus laborieux. Cependant, si les enquêtes sont bien ciblées sur la base d'informations obtenues lors d'entretiens, les coûts et problèmes logistiques peuvent être réduits de façon significative.

L'élaboration du questionnaire est la base d'une enquête. Un questionnaire est généralement composé d'une série de questions fermées ou semi ouvertes, c'est à dire à réponses limitées (ex. oui / non, choix multiples). Contrairement aux entretiens semi-directifs, un questionnaire ne permet pas réellement d'échange, l'enquêteur étant limité dans les questions à poser.

Un questionnaire renseigne des données quantitatives et permet une analyse statistique utile à la comparaison des résultats entre les groupes et entre les communautés

Les questionnaires permettent d'obtenir des données au niveau individuel et au niveau des ménages.



L'observation

De nombreuses choses peuvent être observées sur le terrain. L'observation renseigne l'équipe sur le mode de vie et sur les ressources de l'AMP et des communautés.

C'est une description qualitative obtenue en regardant attentivement les activités, les comportements des acteurs, les caractéristiques de la zone de l'AMP et en notant scrupuleusement ce qui est observé. C'est une bonne façon d'obtenir des informations sur des activités complexes que les informateurs risquent d'avoir des difficultés à détailler (ex : la pêche) ou sur des sujets tabous que les acteurs n'osent pas aborder.

Même si l'équipe est familière avec la zone, il est essentiel que tout au long du suivi, les membres de l'équipe observent les activités liées aux ressources marines et côtières avec des yeux neufs et de façon bien plus attentive qu'habituellement.

Il est particulièrement utile de faire un travail d'observation en début du suivi pour adapter les questionnaires d'enquêtes aux résultats.

Pour certains indicateurs, comme celui du « statut économique », l'information peut être récoltée, en partie, en observant la cadre de vie des communautés ciblées et en notant les matériaux de construction de la maison.

Pour mener à bien l'observation il faut s'assurer que les autorités concernées sont au courant des activités de l'équipe de suivi, il convient de se présenter et de discuter des objectifs du suivi avec tous les acteurs et de les remercier pour leur participation.



MENER LA COLLECTE

LES RÈGLES D'UN ENTRETIEN OU D'UNE ENQUÊTE RÉUSSI

Les méthodes proposées dans le Guide sont acceptables dans le contexte des AMP d'Afrique de l'Ouest mais pour bien réussir la collecte de données il est primordial de tenir également compte des réalités locales.

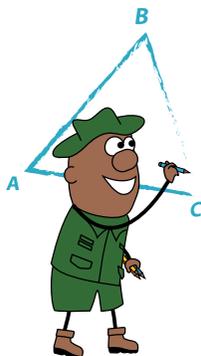
Une population à enquêter bien ciblée

Avant de se lancer dans une enquête, l'équipe de suivi doit définir la population auprès de laquelle elle veut faire des enquêtes. Pour certains indicateurs (ex : méthodes) l'équipe de suivi pourrait vouloir cibler seulement certains groupes d'acteurs (ex : pêcheurs).

- L'équipe doit donc d'abord décider quelle population cibler pour les enquêtes puis recenser les membres de cette population si cela n'a pas déjà été fait (faire la liste des ménages des communautés ciblées ou la liste des usagers ciblés) pour pouvoir choisir les enquêtés au hasard.
- Il est indispensable de préparer l'entretien ou l'enquête.
Il n'y a rien de pire pour un informateur que d'avoir l'impression que l'enquêteur ne sait pas ce qu'il veut ou de perdre son temps. Dans le cadre d'une enquête, cette bonne préparation permettra de mener une conversation fluide malgré le caractère fermé des questions.

Des spécificités locales bien appréhendées

- Si l'équipe n'a pas une bonne connaissance des coutumes et traditions de la communauté, consulter des personnes clés pour valider le choix des méthodes.
- Porter une attention particulière aux problèmes de genre : s'il n'est pas possible pour une femme de mener un entretien avec un homme (et vice versa), planifier des interviews entre personnes du même sexe. De même, si les jeunes ne s'expriment pas librement devant des personnes âgées, il faudra organiser les entretiens en tenant compte de cela.



Un questionnaire bien élaboré

- Discuter des questions avec les enquêteurs de la communauté pour les adapter au contexte.
- Elaborer les questions après avoir interviewé un nombre d'informateurs clés pour s'assurer qu'elles soient appropriées au contexte local.
- Rédiger des questions simples, claires et surtout pas ambiguës
- Tester les questions et les modifier sur la base des retours du premier test.
- Poser les questions dans un ordre logique.
- Si le questionnaire doit être traduit, les questions doivent être traduites puis retraduites afin qu'il n'y ait pas de différences avec l'original.
- Pour rassurer la personne interrogée et obtenir des réponses fiables, il convient de procéder en *entonnoir* en partant des questions les moins engageantes aux plus personnelles et du général au particulier. Poser les questions 'sensibles' à la fin du questionnaire (revenu, santé etc.)
- **Pour les entretiens semi-directifs** : poser des questions ouvertes. Une discussion animée donne accès à davantage d'informations. Par exemple demander: 'Quelles activités marines et côtières sont menées par la communauté?' plutôt que 'Les personnes de cette communauté pêchent-elles?'
- **Pour les enquêtes** : privilégier des questions fermées (ex. Pêchez-vous? Oui / Non. Comparer à l'année dernière vos prises ont-elles augmentées, baissées ou sont-elles restées les mêmes?).

Des enquêteurs bien formés

- Former les enquêteurs et les animateurs :
 - Sur le contenu : pourquoi les questions sont posées, que signifient-elles, quels sont les objectifs de suivi etc.
 - Sur la forme : comment poser les questions, comment mettre les informateurs à l'aise etc.

La meilleure façon de former les enquêteurs et animateurs est de faire des jeux de rôles pour qu'ils soient mis en situation.



MENER LA COLLECTE

Des informateurs bien choisis

- Sélectionner des informateurs qui s'entendent entre eux. Il est utile de demander au président du groupe ou au chef du village s'il existe des conflits majeurs entre les différents groupes que l'équipe à l'intention de réunir. S'il existe un conflit, séparer le groupe en deux.

Une collecte bien planifiée

- S'assurer que l'objectif et les méthodes de suivi sont connues des autorités locales et traditionnelles (ex : chef de village dans certains pays) afin d'obtenir les autorisations nécessaires pour que l'équipe puisse mener ses activités.
- Questionner des informateurs clés pour connaître l'heure la plus appropriée pour mener les enquêtes (ex : en fonction des activités des personnes à enquêter).
- S'accorder avec les participants du groupe sur une heure qui leur convienne pour mener l'interview. Si un informateur sélectionné de façon aléatoire ne peut ou ne veut pas venir, sélectionner un autre informateur pour le/la remplacer.

Un entretien bien mené

- Se présenter et laisser le/les informateur(s) se présenter.
- Informer la/les personne(s) de ce qu'il est attendu d'elle/lui, et de combien de temps l'entretien durera au début de l'entretien.
- Mettre les interviewés à l'aise.
- Respecter les règles sociales et culturelles. (par exemple, il vaut mieux organiser un entretien femme/femme plutôt que homme/femme, si la question du genre est sensible; les entretiens entre femmes sont souvent plus fructueux, quel que soit la culture).

- S'habiller de façon adaptée.
- Ne jamais répondre à la place de quelqu'un, lui laissez le temps nécessaire.
- Remercier la/les personne(s) interrogée(s) à la fin du questionnaire.

Des données bien collectées

- Relancer le/les informateur(s) pour que rien ne soit oublié (ex. 'autre chose?', 'quoi d'autre?', 'y-a-t-il d'autres activités?' etc.).
- Faire participer tous les informateurs. Si une personne domine la conversation, l'animateur doit créer des opportunités pour les autres participants. Les participants les moins vifs sont alors invités à débattre du sujet par des questions types : 'Que pensez-vous de ce qui a été dit?', 'Que voudriez-vous rajouter?'
- Différencier lorsqu'un informateur exprime son point de vue et lorsqu'il/elle s'exprime sur le point de vue du groupe ou de la communauté.
- Écouter les informateurs : ils/elles connaissent mieux leurs activités que l'animateur, c'est pourquoi ils sont interrogés.
- Demander des clarifications si la réponse n'est pas claire.
- Prendre des notes détaillées et confirmer régulièrement leurs exactitudes auprès des informateurs.





SAISIR LES DONNÉES

Le traitement des données se fait en équipe et elle doit se réunir plusieurs fois pour saisir, relire et valider les données, pour discuter et affiner les leçons principales, pour interpréter les résultats, et planifier leur diffusion.

La collecte des données n'est qu'une étape. Une fois les données obtenues, il va falloir les :

- ▶ compiler dans les fiches d'analyse et/ou
- ▶ saisir directement les données pour le stockage et l'analyse dans une base de données. Utiliser une base de données est important pour assurer une bonne organisation et la sauvegarde des données. Cela simplifiera aussi l'analyse, la production de rapport et la dissémination à aux niveaux local, national ou encore régional

La saisie des données consiste à rassembler dans une base de données informatique (un fichier Excel par exemple) les informations collectées. Elle est gérée par la personne de l'équipe chargée de la saisie des données. La saisie peut être effectuée en parallèle de la collecte.

Le chargé de la saisie récupère au fur et à mesure de la collecte les notes d'entretien, les notes d'observation et les questionnaires d'enquête remplis par les enquêteurs et organise ces informations en remplissant une base de données et des fiches d'analyse.

Cela permet également de vérifier au fur et à mesure que les informations collectées sont complètes.

Les personnes chargées de la saisie doivent être sensibilisées à la nécessaire qualité. Un questionnaire mal rempli doit être écarté plutôt que de saisir des informations incertaines.

L'équipe de suivi doit porter une attention particulière à la sauvegarde de cette base de données car elle constitue la mémoire des suivis effectués sur une AMP. Il convient de faire plusieurs copies de cette base (version imprimée et version numérique) et de les remettre à plusieurs personnes pour qu'elle soit stockée à différents endroits. Il est également important de conserver précieusement les questionnaires et fiches d'entretien.





ANALYSER LES DONNÉES

Pour pouvoir interpréter, il faut au préalable traiter et analyser les données. Les fiches d'analyse contenues dans ce guide vous permettront de calculer et d'ordonner vos données pour mettre en exergue leur pertinence.

La corrélation entre certains des indicateurs sera aussi explorée pour voir s'ils varient ensemble.

Aussi, les données seront comparées, le cas échéant, à ceux des cycles de suivi précédents pour identifier les changements et les tendances.

Il est recommandé d'impliquer les responsables d'enquêtes et les groupes consultés lors de la préparation du suivi pour l'interprétation et la validation des résultats.

Il faut mettre en avant les leçons principales et les données qui appuient ces résultats clés afin de discuter et confirmer les résultats avec les acteurs.

Lors de l'analyse, il est important d'utiliser les résultats des observations durant le suivi afin de compléter et vérifier les informations obtenues lors des entretiens de groupes focaux ou d'informateurs clés.

L'équipe devra apprécier et communiquer sur les effets positifs de l'AMP sur la communauté aussi bien que sur les problèmes à résoudre.

Il est important d'encourager les acteurs à maintenir leurs efforts en mettant en exergue les résultats des "bonnes pratiques".

Par exemple, si l'analyse montre qu'il y a, en parallèle de l'accroissement du niveau de satisfaction des acteurs et de leur participation dans la gestion de l'AMP, un accroissement du niveau de respect des réglementations de l'AMP on peut dire que les mesures mises en place par l'AMP pour atteindre son objectif de cogestion semble avoir fonctionné puisque l'appropriation de l'AMP par les communautés est renforcée .

Comment contrôler la qualité des données ?

Certains indicateurs, tels que l'âge, le genre, l'éducation, l'activité ou la source de revenu peuvent être collectés auprès des sources secondaires, des informateurs clés ou par des enquêtes. Il est recommandé de contrôler la qualité des données de certains de ces indicateurs en recoupant les résultats de deux ou trois méthodes.

Si les résultats sont très différents les uns des autres, l'équipe sera alertée d'un problème et pourra rechercher la cause de ces divergences, auprès d'informateurs clés par exemple. Les différences peuvent venir de questions mal formulées, d'enquêteurs ou d'animateurs mal formés etc. Il est essentiel que l'équipe se pose constamment des questions sur la validité et la rigueur du processus.

Il en est de même si des différences importantes existent entre les résultats et la perception des acteurs. La raison ou les raisons peuvent provenir soit d'une mauvaise qualité de la collecte des données, soit d'une perception erronée. Les données originales doivent être vérifiées et d'autres entretiens peuvent être prévus pour récolter de nouvelles données.





RÉDIGER LE RAPPORT DE SUIVI

Mieux informé, vous communiquerez plus efficacement sur les résultats positifs et les efforts à entreprendre.

Rédiger un rapport de suivi vous permettra d'organiser vos idées et d'améliorer votre argumentaire par la connaissance et la mise en évidence de données réelles.

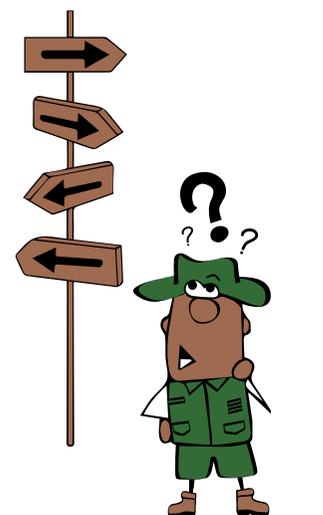
Un bon rapport de suivi comprend généralement les éléments suivants :

Résumé exécutif	Un récapitulatif des questions, problèmes, leçons et solutions identifiées dans le cadre du suivi.
Introduction	Une introduction rappelant les principaux objectifs du suivi. Les informations de base sur les caractéristiques biologiques, physiques, sociales, économiques et politiques de la zone d'étude.
Éléments du suivi	La liste des indicateurs et leur méthode de collecte et d'analyse. La stratégie d'échantillonnage utilisée.
Résultats	Une présentation des principaux résultats du suivi comprenant des tableaux, diagrammes, corrélations entre les indicateurs et les discussions.
Discussion	Une énumération des principales leçons tirées à la lecture des résultats et de leur conséquences sur les acteurs et pour la gestion de l'AMP.
Recommandations	Une proposition de solutions potentielles à mettre en oeuvre pour parer aux problèmes identifiés durant le suivi.
En annexes	Les modèles de questionnaires, la liste des informateurs clés et groupes focaux, le budget et tout document jugé utile pour une meilleure appropriation des résultats et décisions.

Un rapport peut prendre plusieurs formes selon le destinataire. Les décideurs politiques, préféreront un rapport succinct qui résume les questions principales, les problèmes, les leçons et les solutions potentielles. Ils ne seront pas intéressés par un rapport détaillé. Par contre les chercheurs ou les agences de développement projetant de travailler dans la zone préféreront un rapport détaillé.

Le rapport de suivi rassemble toutes les données collectées, il est le document de référence à consulter au besoin.

Il est aussi le préalable à la communication des résultats.



À quoi sert la communication ?

- ▶ *Transmettre* les valeurs au travers d'une image externe et interne cohérente et crédible.
- ▶ *Faire adhérer* aux valeurs de l'AMP.
- ▶ *Motiver* pour développer un sentiment d'appartenance ou d'identification envers l'AMP.
- ▶ *Impliquer* pour engendrer des actions positives en cohérence avec les règles de gestion de l'AMP.



PRÉPARER LE PLAN DE COMMUNICATION

Les résultats obtenus par le suivi et les décisions sur les actions à entreprendre sont validés. L'équipe détermine alors ce qu'elle souhaite obtenir grâce à la communication.

Pour se faire, elle établit un plan de communication pour :

1. Présenter les problèmes à résoudre par la communication et les formuler sous forme d'objectifs.
2. Identifier les acteurs clés, ceux à qui les résultats doivent être communiqués en priorité, puis les acteurs secondaires.
3. Élaborer le(s) message(s) à transmettre.
4. Envisager le mode de communication adapté au(x) public(s) cible(s).
5. Estimer le coût de diffusion des résultats.
6. Mettre en place la campagne de communication.
7. S'assurer de la bonne compréhension du message par le public cible et évaluer l'efficacité des actions de communication.

1. Définir les objectifs à atteindre par la communication

Il faut rendre les objectifs de communication faciles à comprendre, mesurables, et opportuns. Un objectif de communication doit se définir selon 3 dimensions :

- ▶ cognitive (faire savoir) : c'est le niveau de la connaissance. La communication a pour but la prise de conscience, l'attention, la notoriété et l'information.
- ▶ affective (faire aimer) : c'est le niveau de l'appréciation. La communication agit sur les attitudes. Elle a pour objet d'éveiller l'intérêt, le désir et la préférence des individus.
- ▶ comportementale (faire agir) : c'est le niveau de l'action. Le but est d'entraîner l'adoption d'un nouveau comportement.

2. Identifier le public cible

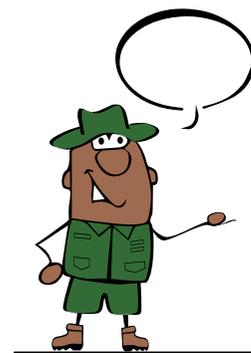
Il est important de prendre en considération les groupes ou les acteurs sur lesquels le(s) changement(s) envisagé(s) influe(nt).

L'audience pourra inclure :

- ▶ les législateurs, les décideurs politiques,
- ▶ les associations ou organisations travaillant dans la zone,
- ▶ les instituts de recherche, et
- ▶ tout autre acteur local.

Dans tous les cas, l'équipe devra présenter les résultats du suivi socio-économique à la communauté locale, par courtoisie à l'égard des membres de la communauté qui ont donné de leur temps pour les interviews et surtout car ils sont les premiers concernés.

Plus les gens sont impliqués dans le processus et ont accès aux résultats et meilleure sera leur disposition à participer aux activités ultérieures de suivi. En effet, la fatigue des communautés est une préoccupation majeure dans le suivi puisqu'il repose sur des entretiens et des enquêtes auprès d'elle.



Pourquoi communiquer auprès de la communauté ?

En donnant aux communautés une occasion d'exprimer leur opinion, d'approuver ou d'évaluer les mesures qui les impactent, le suivi permet de renforcer la cohésion sociale au sein de l'AMP.

Ce processus de communication est critique pour créer un processus de gestion adaptatif : l'information doit être utilisée pour améliorer la gestion des ressources de l'AMP et le bien-être de la communauté.



PRÉPARER LE PLAN DE COMMUNICATION

3. Élaborer le(s) message(s) à transmettre

Il faut se mettre dans la peau de son interlocuteur. Les messages doivent être formulés de manière à trouver un écho auprès du/des public(s) cible(s) et il pourra convenir de produire différentes versions du message pour différents publics. Il peut être utile de l'adapter sans en modifier le sens, juste pour qu'il soit mieux compris.

Il est important également de tenir compte des messagers, des personnes qui véhiculent le message. Les messages visant un changement de comportement passent mieux s'ils sont transmis par des pairs du public cible alors que les messages de sensibilisation et de plaidoyer peuvent être plus puissants s'ils proviennent d'individus influents, de personnalités reconnues.

4. Choisir le mode de communication

Au delà du public cible et du message à transmettre, il faut identifier l'outil de communication à privilégier.

Le choix du mode de communication dépendra :

- du niveau d'instruction des groupes visés,
- du type de communication privilégiée (réunions, rapports scientifiques, newsletter) ...,
- de la capacité à utiliser les différentes technologies

Si vous voulez simplement informer, sans discuter privilégiez :

- ▶ Supports imprimés (affiches, brochures, ...)
- ▶ Sites internet, newsletters
- ▶ Médias (journaux, magazines, radio, télévision)
- ▶ Rapports écrits

Si vous voulez favoriser l'échange, les informations seront transmises par le biais de :

- ▶ Présentations orales
- ▶ Réunions publiques/villageoises
- ▶ Discussions (de groupe ou un à un)
- ▶ Communications par téléphone ou e-mail

S'il y a des groupes minoritaires ou désavantagés dans la communauté, il sera important de développer des actions de communication les ciblant spécifiquement, par exemple organiser des groupes de discussions avec eux séparément.

Une malette d'outils de communication dédiée aux AMP

Elle rassemble des fiches « Outils de communication » qui apportent des conseils théoriques et pratiques sur les différents outils de communication qui peuvent être utilisés dans le cadre des activités des AMP, ou plus généralement de la communication de sensibilisation.

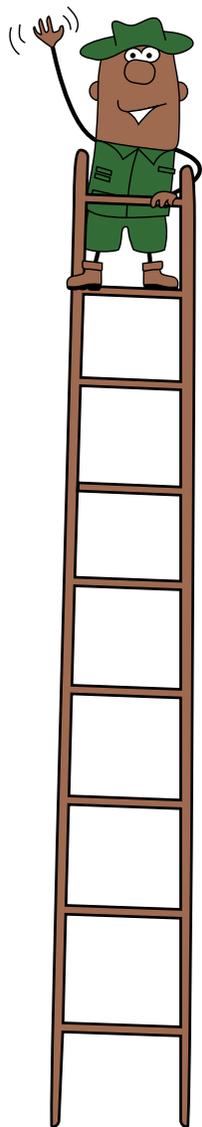
Elles sont accompagnées d'exemples accessibles en un clic (PDF, fichiers audio ou vidéo) et parfois de « Fiches Exemples » qui analysent un outil de communication en particulier.

Toutes les fiches sont disponibles sur le site du Rampao à l'adresse :
www.rampao.org/-Outils-de-Communication-.html





MENER LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION



5. Estimer les coûts

Le budget de communication prend en compte l'ensemble des moyens financiers qui contribuent à la mise en œuvre des actions envisagées.

- ▶ Frais d'organisation (location matériel, transport, personnel, ...)
- ▶ Frais de production et de diffusion des supports de communication

Faire appel à des prestataires extérieurs pour la production de supports médias (supports imprimés, vidéos, radio, etc.) engendre généralement des frais importants. Demandez toujours 3 ou 4 offres de prix. Il faut s'appuyer le plus possible sur les ressources accessibles et peu coûteuses.

Néanmoins un budget de 2 000 à 3 000 euros suffit à mener une campagne de communication efficace (organisations de réunions, banderoles, posters, etc.). L'équipe de suivi peut solliciter les partenaires techniques et financiers de l'AMP pour obtenir ce budget, en présentant le **Rapport de suivi**.

Comment préparer une réunion de village ?

L'équipe devra se demander au préalable :

- Si les groupes se réunissent, quand se réunissent-ils et où?
- Préfèrent-ils la «réunion de village» ou existe-t-il d'autres opportunités de dialogue ouvert ?
- Quelle langue doit être utilisée ?

L'équipe devra préparer un plan pour bien mener la réunion. Le temps de la réunion, les membres de l'équipe deviendront des "animateurs". Ils chercheront à capter l'attention de la population cible et à encourager la participation du plus grand nombre. Par un système de questions/réponses avec les participants, l'équipe pourra s'assurer de la bonne compréhension et appréciation du message.

6. Lancer la campagne de communication

- ▶ Établir un planning de diffusion, L'équipe s'interrogera sur le meilleur moment pour communiquer et sur la durée des actions.
- ▶ Préparer les supports de communication
Que le mode de communication choisit soit oral ou écrit le message doit être prêt pour la diffusion. Il peut être pertinent de tester au préalable la pertinence du message et de son mode de transmission sur un petit échantillon de la population cible afin de réajuster si nécessaire.
- ▶ Être enthousiaste
Pour convaincre ses interlocuteurs il faut être convaincu soit même! Les enquêteurs se mettent dans la peau d'**animateurs** et s'appuient sur les données récoltées pour démontrer la véracité de leurs propos.

7. Vérifier de la bonne compréhension du message par le public cible et l'efficacité des actions de communication

Il est très important de mesurer la perception du message et les résultats en cours afin d'effectuer, si nécessaire, des modifications pour atteindre les objectifs visés. Demander au public de reformuler le message transmit peut être un moyen de contrôler le niveau de compréhension.



INTÉGRER LES RÉSULTATS DU SUIVI DANS LA GESTION

Au final, l'objectif du suivi socio-économique est de fournir des informations pour permettre aux gestionnaires d'adapter et d'améliorer la gestion de l'AMP.

Les résultats du suivi seront utilisés pour rendre la gestion de l'AMP adaptative c'est-à-dire que les décisions se baseront sur les informations recueillies et progressivement le système de gestion s'adaptera grâce aux mesures prises.

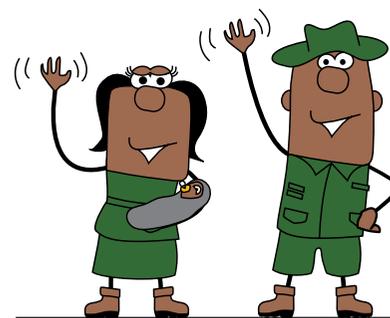
L'idée est d'encourager la mise en place d'une gestion adaptative de l'AMP, une gestion qui s'adapte aux changements du contexte socio-économique et qui prend en compte l'impact que peuvent avoir les actions menées dans le cadre d'une AMP sur les populations, ainsi que l'impact des activités humaines sur les ressources naturelles. Cela implique qu'à chaque suivi effectué, les gestionnaires intègrent les résultats de l'analyse pour améliorer la gestion de l'AMP et valider et adapter les règles d'accès et d'utilisation des ressources marines et côtières.

Il faut mettre en avant les progrès et les succès des gestionnaires et des acteurs, des communautés. En communiquant sur les bonnes pratiques adoptées dans l'AMP, l'équipe de suivi peut solliciter des soutiens financiers.

Par ailleurs, les communautés locales doivent elles aussi comprendre l'utilité du suivi et s'en approprier les résultats, afin d'adapter leur comportement vis-à-vis de l'AMP et d'assurer la durabilité des ressources marines et côtières sur leur territoire.

La conduite de suivis socio-économiques réguliers doit être intégrée dans la mise en oeuvre des plans de gestion des AMP et devenir une activité récurrente. Il est important que les gestionnaires se familiarisent avec la méthodologie présentée dans ce Guide pour mener à bien les suivis.

Ces suivis sont également une occasion pour les gestionnaires de mieux connaître les usages et les besoins des communautés de l'AMP et de créer avec ces populations une relation basée sur l'échange et la confiance, essentielle à la bonne gestion du territoire et de ses ressources et au bien-être de chacun.



Quel sont les meilleurs relais au sein de la communauté?

En Afrique de l'Ouest, où la transmission orale est la base de toute communication, il est recommandé de s'adresser en priorité aux individus influents (chefs de village, guides religieux, enseignants, président de groupements de commerçants/pêcheurs/, législateurs, ...). Ils se chargeront de relayer l'information.

PARTIE 2

FICHES INDICATEURS ET OUTILS DE COLLECTE





PRÉSENTATION

Catégorie de l'indicateur

Définition de l'indicateur

Méthode(s) de collecte recommandée(s)

La méthode à privilégier apparaît en noir.
En gris sont indiquées d'autres méthodes possibles pour compléter la collecte d'information.

Public à enquêter, lieux de collecte et recommandations



FICHE INDICATEUR / ACTIVITÉS MARINES ET CÔTIÈRES

VALEUR DES BIENS ET SERVICES

i18

La rentabilité des activités côtières et marines est un indicateur de la valeur monétaire relative et/ou réelle générée par les activités.



Les données sur la valeur des activités s'obtiennent auprès d'informateurs clés (ex : représentants des pêcheurs, acheteurs, commerçants, opérateurs hôteliers et opérateurs de plongée, etc.) et par l'observation (par ex. : marchés).

Les catégories
- haute,
- moyenne et
- basse
devront être définies pour la zone d'étude afin d'assurer la comparaison des réponses.

Par exemple, la langouste est considérée comme ayant une haute valeur car la demande est grande et le produit est cher sur les marchés locaux et internationaux. La valeur du développement hôtelier est elle considérée comme moyenne car composé de seulement quelques maisons d'hôtes.

OBJECTIFS

1 Détecter les impacts économiques positifs et négatifs des mesures de gestion

La valeur des biens et services côtiers et marins peut aider les gestionnaires à détecter l'impact général des mesures de gestion sur les communautés dans la zone de l'AMP, notamment sur le revenu et la sécurité alimentaire. Par exemple, si l'AMP promeut des activités halieutiques, alors il peut être attendu une augmentation de la valeur des produits et ainsi du revenu des acteurs du secteur et par conséquent une amélioration des conditions de vie.

Cependant les restrictions d'accès à certaines ressources peuvent aussi entraîner une augmentation de la valeur de certains produits si l'offre décline et affecter la sécurité alimentaire des ménages vulnérables, dépendants de ces ressources pour leur subsistance.

2. Evaluer le niveau d'exploitation des ressources marines et côtières pour identifier tôt les phénomènes de surexploitation

L'évolution de la valeur des biens et services est utile pour déterminer quelles ressources risquent de connaître une croissance d'exploitation et nécessitent l'attention de l'AMP. L'augmentation de la valeur d'un produit risque d'accroître son exploitation. Ceci doit être suivi par les gestionnaires de l'AMP pour éviter la surexploitation.

3. Evaluer la sécurité alimentaire dans la zone

COLLECTE

> Lister chaque catégorie de biens et services, et demander quelle est sa valeur, sur une échelle de 1 à 3 (basse, moyenne, haute) ?

Activités marines et côtières	Biens et services	Valeur monétaire	Prix moyen en FCFA
1. Pêche	Roulpes	1	
	Grevettes	2	
2. Tourisme	Maison d'hôte	2	
	Plongée	3	
3. Exploitation des palétuviers	Bois	1	
	Ecorce (médicinale)	3	

La variation saisonnière des prix doit être prise en considération, il est recommandé de noter le prix moyen à chaque saison.

Si l'équipe de suivi s'intéresse à la sécurité alimentaire, des questions relatives aux ressources alimentaires peuvent être posées. Par exemple :

- Est-ce que différentes denrées alimentaires bon marché sont disponibles pendant toute l'année ?
- Est-ce que les produits halieutiques locaux sont régulièrement vendus à des prix raisonnables ?

Code de l'indicateur

Objectifs de l'indicateur

Description des informations à collecter

Séries d'exemples
Informations non-exhaustives et à adapter

Informations complémentaires



ZONE D'ÉTUDE

i1

La zone d'étude est la zone d'influence de l'AMP. C'est la zone dans laquelle se trouvent les acteurs dont les activités et les comportements influencent ou sont influencés par l'AMP. C'est donc la zone dans laquelle le suivi sera mené. Les limites de cette zone sont déterminées par le lieu physique où l'AMP est localisée et par l'endroit où les acteurs vivent et opèrent. Les acteurs sont mobiles et peuvent opérer dans une zone nettement plus grande que celle gérée par l'AMP. La zone d'étude pourra donc inclure une ou plusieurs communautés, des communautés résidentes au sein de l'AMP et des communautés extérieures à l'AMP.



Pour déterminer les limites de la zone d'étude, il faut discuter avec des informateurs clés (ex : chef de village, président de l'Association des pêcheurs)

POUR TOUS
LES INDICATEURS
LES INFORMATIONS
COLLECTÉES
NE CONCERNENT QUE
LA ZONE D'ÉTUDE
DANS LAQUELLE
LE SUIVI EST MENÉ

OBJECTIFS

1. Déterminer clairement la zone d'étude

Identifier les zones d'activités et de résidence des acteurs est le moyen de déterminer la zone d'étude dont les limites seront reportées sur une carte. Cette carte de zone est la base du suivi. Elle permet d'identifier visuellement les zones d'activités importantes et de déterminer les communautés qui risquent d'influencer les ressources gérées par l'AMP mais aussi être affectées par l'AMP.

2. Définir le cadre d'échantillonnage et planifier le suivi

La carte permet d'établir le cadre d'échantillonnage pour sélectionner les acteurs/communautés à suivre sur la base de leur localisation géographique. Elle permet aussi de planifier les aspects logistiques du suivi (distance, accessibilité des zones etc.).

2. Etablir une relation entre l'AMP et les acteurs

Cette carte aide les acteurs à comprendre pourquoi ils sont sollicités et ils seront encouragés à participer dans le processus de suivi socio-économique.

COLLECTE

> Où sont basés les acteurs qui utilisent les ressources de l'AMP ?

> Où sont les zones d'activités principales ?

> Cartographier la zone d'intérêt en utilisant des symboles et des couleurs pour localiser :

- les ressources marines et côtières importantes

- les sites importants selon les communautés d'acteurs

(ex : marché , point de débarquement du poisson, centre culturel, site de reproduction des poissons, zone de pêche privilégiée, site d'intérêt touristique, zone de ponte de tortue etc.).



ACTEURS

Les acteurs sont les individus, les groupes ou les organisations intéressés, impliqués ou affectés (positivement et négativement) par l'AMP. Ces acteurs peuvent être résidents ou non dans l'AMP mais ce sont des personnes qui ont un intérêt pour ou une influence sur les ressources gérées au travers de l'AMP. Les acteurs sont le centre d'intérêt des gestionnaires l'AMP car elle va devoir influencer leurs comportements et attitudes pour améliorer la gestion des ressources sur son territoire.



L'équipe doit se renseigner auprès d'informateurs clés et de groupes focaux (ex : représentants des groupes d'utilisateurs, les fonctionnaires de l'Administration, élus) et identifier qui influence ou est influencé par l'AMP (groupes, personnes, organisations).

Pour faciliter le travail l'équipe peut faire une liste, avec les informateurs clés, des activités principales de la zone qui affectent et/ou sont affectées par la présence de l'AMP et identifier quels acteurs se rapportent à quelles activités.

Recommandation

Pour mieux comprendre les relations de pouvoir et d'influence (politique, économique et sociale) au sein de la communauté, il peut être demandé de spécifier la façon dont les différents groupes s'influencent.

OBJECTIFS

1. Impliquer tous les groupes d'acteurs dans la gestion de l'AMP

Identifier les groupes d'acteurs liés à l'AMP permet aux gestionnaires de déterminer les individus ou groupes à impliquer dans la gestion de l'AMP, plus particulièrement ceux qui risquent d'être affectés négativement par les mesures de gestion.

Les gestionnaires acquièrent ainsi une bonne connaissance des acteurs pour s'assurer que tous les groupes d'utilisateurs sont pris en compte par l'AMP et que les mesures de gestion répondent à leurs besoins.

2. Déterminer les groupes d'acteurs avec lesquels le suivi socio-économique doit être mené

3. Établir le cadre d'échantillonnage pour mener des enquêtes aussi bien pour le suivi socio-économique que pour l'évaluation de l'efficacité de gestion

COLLECTE

> Développer la liste des acteurs selon les activités identifiées avec l'indicateur Activités (i15).

Activités ayant un impact sur l'AMP	Groupe 1 d'acteurs	Groupe 2 d'acteurs	Groupe 3 d'acteurs
<i>Pêche</i>	<i>Pêcheurs au point de débarquement à l'Est</i>	<i>Pêcheurs au point de débarquement à l'Ouest</i>	<i>Propriétaires de bateaux</i>
<i>Production de sel</i>	<i>Producteurs de sel du village A</i>	<i>Vendeurs de sel</i>	<i>Exportateurs de sel</i>
<i>Tourisme</i>	<i>Propriétaires, gestionnaires et personnels des hôtels</i>	<i>Opérateurs de sport nautique</i>	<i>Touristes</i>



DÉMOGRAPHIE

i3 - i13

La démographie est l'étude quantitative et qualitative des caractéristiques des populations de la zone d'étude. Le nombre d'habitants, de ménages, le genre, l'âge, le taux d'alphabétisation, le niveau d'éducation, l'appartenance ethnique, la langue et la taille et la structure des ménage sont mesurés.



Les informations démographiques de base sur la zone d'étude sont généralement disponibles auprès de sources secondaires de l'Administration ou d'ONG opérant dans la zone (ex : recensements, statistiques régionales, rapport d'études).

Recommandation

L'équipe doit adapter les catégories de réponses selon les sources secondaires disponibles.

Si ces données n'existent pas, ou ne sont disponibles qu'à un niveau supérieur (régional par exemple), elles peuvent être récoltées auprès des informateurs clés et si ces 2 méthodes ne suffisent pas, il faudra alors envisager de mettre en place des enquêtes. Pour se faire il convient de solliciter les autorités villageoises qui disposent généralement d'une liste des ménages.

INDICATEURS

i3 POPULATION

La population est le nombre total de personnes résidant dans la zone d'étude.

i4 NOMBRE DE MÉNAGES

Le nombre de ménages est le nombre de groupes d'individus définis comme ménages (ex : personnes qui partagent leur repas et le revenu).

i5 GENRE

Le genre est la répartition de la population selon le genre femme/homme (en %).

i6 ÂGE

L'âge se réfère à la distribution de la population de la zone par catégorie d'âge (en %).

i7 TAUX D'ALPHABÉTISATION

Le taux d'alphabétisation est la proportion (en %) de la population de la zone qui sait lire et écrire.

i8 NIVEAU ÉDUCATION

Le niveau d'éducation mesure le pourcentage d'individus ayant fait des études secondaires et/ou supérieures.

i9 APPARTENANCE ETHNIQUE

L'appartenance ethnique renseigne de la répartition de la population selon son origine ethnique (en %).

i10 RELIGION

La religion indique la répartition de la population de la zone en fonction de son appartenance religieuse (en %).

i11 LANGUE

La langue est la répartition de la population de la zone selon les langues parlées (en %).



DÉMOGRAPHIE

i3- i13

Recommandation

Il est important de recouper les données publiées avec les informations obtenues auprès d'informateurs clés.

OBJECTIFS

1. Définir l'échantillonnage du suivi des changements socio-économiques

L'équipe de suivi doit connaître la diversité de la population de la zone afin d'établir un cadre d'échantillonnage représentatif de la diversité.

2. Connaître la population de la zone d'étude et déterminer sa pression sur les ressources

Connaître la taille de la population permet aux gestionnaires d'évaluer le niveau de pression anthropique sur les ressources naturelles. L'évolution de la taille de la population aide à savoir si la pression augmente, diminue ou reste la même et dans quelle mesure elle influe sur l'état des ressources.

3. Considérer la participation des communautés aux activités de gestion

Ces informations démographiques de base permettent aux gestionnaires de déterminer la participation aux activités de gestion de certains groupes de la communauté. Dans certaines cultures, les femmes ne peuvent s'engager activement dans des débats publics, il sera alors plus difficile de les impliquer activement dans la gestion de l'AMP.

4. Apprécier les degrés d'influence de l'AMP

Le niveau d'éducation, d'alphabétisation ainsi que les affiliations religieuses et ethniques sont des facteurs qui peuvent influencer le niveau d'impact de l'AMP. Les mesures de gestion peuvent affecter différemment les groupes. Il est important pour les gestionnaires de détecter ces différences car elles risquent d'affecter l'attitude des groupes vis-à-vis de l'AMP.

5. Concevoir des programmes de sensibilisation et d'intégration des acteurs dans la gestion de l'AMP

Les informations démographiques aident à déterminer les meilleurs points d'entrées pour sensibiliser la communauté à de nouvelles mesures.

La capacité des personnes à accepter de nouvelles idées dépend parfois de leur niveau d'éducation ou de leur catégorie d'âge. Ces informations sont intéressantes pour aider les gestionnaires dans le développement de certaines activités de gestion telles que la sensibilisation ou la formation. Par exemple, un jeune pêcheur instruit peut être plus enclin à suivre une formation intensive en vue de développer une nouvelle carrière qu'un pêcheur n'ayant pas reçu d'éducation formelle.

Les informations sur les origines ethniques et la religion des communautés servent à mieux appréhender les communautés et les inciter à participer à la gestion de l'AMP. Une « communauté » n'est pas une entité homogène, il est important que les gestionnaires comprennent cette hétérogénéité pour mieux communiquer et cibler les différents groupes selon leurs préoccupations.

Par exemple, s'il y a une forte appartenance religieuse, sensibiliser les membres de la communauté à travers les groupes religieux pourra être efficace.

6. Apprécier l'impact de l'AMP sur le niveau d'éducation et des capacités des populations



DÉMOGRAPHIE

i3 - i13

COLLECTE

i3 POPULATION

> Combien de personnes vivent dans la zone d'étude ? ___ personnes

i4 NOMBRE DE MÉNAGES

> Combien de ménages vivent dans la zone d'étude? ___ ménages

i5 GENRE

> Quelle est la distribution selon le genre de la population de la zone d'étude ? Homme ___% ; Femme ___%;

i6 ÂGE

> Quelle proportion (en %) de la population de la zone d'étude se trouve dans les catégories d'âge suivantes ?
0-18 ans ___% ; 19-30 ans ___% ; 31-50 ans ___% ; plus de 50 ans ___%

i7 TAUX D'ALPHABÉTISATION

> Quel pourcentage de la population peut lire et écrire ? ___%

i8 NIVEAU ÉDUCATION

> Quel pourcentage d'individus fait ou a fait des études secondaires (collège, lycée)? ___% / des études supérieures (post bac)? ___%

i9 APPARTENANCE ETHNIQUE

> Quelle est la distribution de la population selon le groupe ethnique? Ethnie 1 ___% ; Ethnie 2 ___% ; Ethnie 3 ___%

i10 RELIGION

> Quelle est la religion de la population? Religion 1 ___% ; Religion 2 ___% ; Religion 3 ___%

i11 LANGUE

> Quelles sont les langues parlées dans la zone d'étude? Langue ___% ; Langue ___% ; Langue ___%



DÉMOGRAPHIE

i3 - i13

> Indiquer les différentes données démographiques selon le membre du ménage

Membres du ménage	Genre	Age	Nbe. d'années d'études	Ethnie	Religion	Langues parlées
Ménage 1						
1. Père	H	35	3	Peul	Musulman	Pular, Wolof, Français
2. Mère	F	60	0	Sérère	Catholique	Wolof
3. Grand-Père CM	H	70	0		Musulman	Pular
4. Enfant 1	H	16	–	Peul, Sérère	–	Wolof
5. Enfant 2	F	14	–	Peul, Sérère	–	Wolof
Ménage 2						
1. Mère CM - V	F	35	3	Peul	Musulman	Wolof
2. Enfant 1	H	60	0	Sérère	Catholique	Wolof

- Identifier les membres du ménage de l'enquêté par leur rôle (ex : grand-mère).
- Noter par CM (Chef de Ménage) la personne qui est à la tête du ménage et si c'est une femme indiquer si elle est veuve par V.
- Les questions d'affiliations religieuses peuvent être délicates à poser au niveau du ménage. Il peut être plus approprié de les obtenir au niveau de la communauté par l'intermédiaire d'informateurs clés ou de sources secondaires.

i12 TAILLE MOYENNE D'UN MÉNAGE

La taille moyenne d'un ménage dans la zone d'étude est :

> nombre total de personnes/nombre total de ménages

i13 STRUCTURE DES MÉNAGES

La structure du ménage se réfère aux caractéristiques du chef de ménage un homme ou femme, la situation matrimoniale et au nombre moyen d'hommes, de femmes et d'enfants qui composent le ménage.

> Il convient de calculer :

- Le nombre moyen d'homme (ou femme) par ménage = nombre total d'hommes (ou femmes)/nombre total de ménages
- Le pourcentage de ménages dirigés par des femmes = nombre de chef de ménage femme/nombre total de ménages*100
- Le pourcentage de veuve chef de ménage = nombre de chef de ménage veuves/nombre total de ménages*100



RÉSIDENCE ET MIGRATION

i14

La résidence indique la durée de résidence du ménage dans la zone d'étude (depuis combien de temps le ménage habite dans cette zone) et la migration renseigne sur son origine géographique.



Avant de mener une enquête l'équipe doit collecter des informations auprès d'informateurs clés



Les questions sur la résidence peuvent être incorporées dans l'enquête démographique de base, au travers des informateurs clés ou des entretiens de groupes.



Recommandation

Les informateurs clés sont interrogés sur le nombre de migrants saisonniers par groupe d'intérêt, leur origine et la saison à laquelle ils viennent.

Connaître la population saisonnière et, la prendre en compte dans le développement des mesures de gestion et l'impliquer dans les décisions qui peuvent l'affecter permet une meilleure gestion des ressources est indispensable pour mener un bon suivi.

OBJECTIFS

1. Avoir une compréhension des pressions anthropiques

A mesure que les personnes se déplacent dans une zone, que ce soit pour s'y établir de façon permanente ou saisonnière, la pression sur les ressources augmente. Analyser les mouvements de la population permet d'appréhender l'impact sur les ressources.

2. Elaborer les programmes de sensibilisation de l'AMP

Les populations saisonnières ou récemment établies risquent d'être moins au fait des mesures de gestion que les résidents de longue date. Une population saisonnière risque aussi d'être moins motivée pour respecter les mesures de gestion établies. Si les gestionnaires savent quelles sont les activités des saisonniers, ils peuvent mieux les cibler. Par exemple, si des coupeurs de bois de mangrove saisonniers ne connaissent pas l'importance des mangroves pour l'écosystème, il est possible de développer une vidéo éducative sur l'importance des mangroves pour la pérennité des autres ressources marines et côtières.

En connaissant l'origine des saisonniers, il est aussi possible pour les gestionnaires de l'AMP d'inciter les autorités de la zone d'origine à sensibiliser les populations sur les réglementations de l'AMP et sur les ressources gérées par l'AMP.

COLLECTE

Les questions posées sont :

- > Vivez-vous de façon saisonnière ou permanente dans la zone ? et les autres membres du ménage ? (Identifier les membres du ménage par leur rôle (ex : grand-mère))
- > Depuis combien de temps habitez-vous dans la zone?
- > Si vous êtes saisonnier, où se trouve votre résidence principale ? (Lister les pays ou régions d'origine identifiés)

Population totale	Résident		Saisonnier			
	Nombre d'individus	Nombre moyen d'années dans la zone	Nombre d'individus	Nombre moyen d'années dans la zone	Pays d'origine	Combien de mois par an et lesquels
5 000	4 800	25	200	4	Guinée	4 (mars à sept.)
			50	2	Gambie	3 (fév à juin)



ACTIVITÉS ET SOURCES DE REVENUS

i15

Cet indicateur recense la totalité des activités génératrices de revenu et/ou de subsistance de la communauté. L'activité primaire est la principale source de subsistance ou de revenu, l'activité secondaire et l'activité tertiaire sont les deuxième et troisième plus importantes activités de la communauté. Il recense toutes les sources de revenus financiers des ménages même si elles ne sont pas associées à une activité (ex : revenus reçus de l'étranger, rentes etc.).



Les données sur les activités principales de la communauté sont généralement disponibles dans les sources secondaires : recensements, statistiques nationales, statistiques de pêche, plans de développement locaux, etc.

Si l'équipe souhaite évaluer l'importance des activités illégales (interdites dans l'AMP par exemple), il faut interviewer des informateurs clés après avoir établi une relation de confiance. L'observation peut aussi fournir des informations sur les activités illégales dans la zone d'étude.

Recommandation

L'équipe peut également s'intéresser au niveau de chômage qui peut être lié à la pression sur les ressources.

OBJECTIFS

1. Comprendre le niveau de dépendance des acteurs vis-à-vis des ressources marines et côtières

Cette information permet aux gestionnaires de connaître l'évolution du nombre de personnes engagées dans les activités côtières (leur dépendance) et le niveau de pression potentiel sur les ressources gérées par l'AMP.

L'évolution du nombre et/ou du pourcentage de ménages dont l'activité dépend des ressources gérées par l'AMP indique l'importance de ces ressources pour la population. Un accroissement de la dépendance peut indiquer une réduction d'alternatives et la nécessité pour l'AMP d'explorer la possibilité de diversifier les opportunités économiques dans la zone.

2. Déterminer les effets des mesures de gestion de l'AMP et les changements socio-économiques

Par exemple, les gestionnaires peuvent établir si le changement d'activités des acteurs après l'établissement d'une zone interdite à la pêche, coïncide avec l'abandon de la pêche.

3. Appuyer l'implication et la participation des communautés

Connaître l'importance des différentes activités encourage la communauté à participer activement à la gestion de l'AMP pour s'assurer que les décisions soient adaptées à leur situation.

COLLECTE

Cet indicateur identifie les sources de revenus des ménages. .

Poser les questions suivantes aux enquêtés :

> Quelle est la source de revenus la plus importante de votre ménage?

> Quelle est la deuxième source de revenus la plus importante de votre ménage?

Membres du ménage	Résident	Saisonnier	Activité primaire	Activité secondaire	Activité de subsistance
<i>Père</i>	x		<i>Pêche</i>	<i>Mareyage</i>	<i>Elevage</i>
<i>Mère</i>		x	<i>Pêche de coquillage</i>		



ACTIVITÉS ET SOURCES DE REVENUS

i15

Les informations existantes peuvent ne pas répondre aux besoins du suivi. Par exemple, le nombre de personnes employées dans le secteur de la pêche peut être disponible mais l'équipe a besoin de données plus précises comme le pourcentage de pêcheur de coquillage. Il faudra alors collecter auprès d'informateurs clés tels que les représentants de groupes d'usagers (ex : associations des pêcheurs, associations de producteurs de sel etc.) ou mener des enquêtes.

Recommandation

Les informations sur les sources de revenus peuvent être sensibles. L'équipe a besoin de consulter des informateurs clés pour savoir s'il est approprié de poser ces questions dans une enquête.

Pour chaque activité ou sources de revenus, les informateurs doivent décrire les caractéristiques des personnes généralement impliquées

> Quelles sont les activités génératrices de revenus ?

Activité primaire	Hommes jeunes	Femmes jeunes	Hommes adultes	Femmes adultes	Hommes âgés	Femmes âgés	Population totale
1. Pêche poisson	100	0	800	5	185	0	1000
2. Pêche coquillages							
3. Mareyage	10	20	5	100	4	71	200
4. Aquaculture							
5. Emploi dans le tourisme							
6. Agriculture							
7. Élevage							
8. Commerce							

Activité secondaire	Hommes jeunes	Femmes jeunes	Hommes adultes	Femmes adultes	Hommes âgés	Femmes âgés	Population totale
1. Agriculture							
2. Élevage							
3. Commerce							

> Quelles sont les activités de subsistance ?

Activité primaire	Hommes jeunes	Femmes jeunes	Hommes adultes	Femmes adultes	Hommes âgés	Femmes âgés	Population totale
1. Pêche poisson	100	0	800	5	185	0	1000
2. Revenus reçus de l'étranger							
3. Agriculture							

Activité secondaire	Hommes jeunes	Femmes jeunes	Hommes adultes	Femmes adultes	Hommes âgés	Femmes âgés	Population totale



STATUT ÉCONOMIQUE

i16

Le bien-être matériel est un indicateur du statut économique relatif à un groupe ou une communauté et il est souvent utilisé comme indicateur de richesse. Cet indicateur est basé sur une série de critères de pauvreté/richeesse approprié au contexte local, tels que les matériaux de construction des maisons (ex : toit, murs etc.), le mobilier, les appareils électroménagers (ex : satellite, TV, radio) et l'équipement productif (ex : bateaux, matériels de pêche etc.).



Recommandation

Il est difficile de mesurer le statut économique des ménages. Le revenu est l'un des indicateurs les plus complexes à utiliser. Evaluer le revenu est souvent long et les résultats sont peu fiables.



Pour ces raisons, des indicateurs indirects du statut économique ont été élaborés tels que les indices de sécurité alimentaire, les modèles de dépense et le « bien-être matériel ».

Les questions doivent être adaptées au contexte, l'élaboration d'une échelle précise de critère de pauvreté / richesse est nécessaire.

D'autres types d'informations telles que l'accès aux biens de consommation ou à l'éducation peuvent également refléter la richesse du ménage.

OBJECTIFS

1. Comprendre l'évolution du statut économique des ménages, des groupes d'acteurs et/ou des communautés
Cette information sur l'évolution du bien-être matériel des ménages est particulièrement utile pour les questionnaires dans les zones où il est difficile d'obtenir des informations sur les revenus.
2. Déterminer l'impact des mesures de gestion de l'AMP sur le bien-être matériel et indirectement sur le statut économique des ménages, des acteurs ou des communautés
Si les mesures de gestion ont un impact positif sur le bien-être matériel, cela doit se traduire par une croissance de la proportion des ménages ayant des biens reflétant un statut plus élevé (ex : augmentation des habitations avec des toits en tôle ondulée). L'information sur le bien-être matériel est importante pour évaluer la distribution des bénéfices économiques liés à la gestion des ressources. Si la distribution des bénéfices est équitable toute la communauté, tous les groupes d'acteurs en bénéficieront et pas seulement quelques ménages.

COLLECTE



Lors des enquêtes, il est demandé aux ménages de répondre aux questions suivantes :

- > Etes-vous propriétaire de votre maison ? oui___; non___;
- > Quelle est la taille de votre maison (nombre de chambres) ? ___;



Les observations suivantes sont menées (cocher la bonne réponse) :

- > Matériaux :
 - Toit : tuile___; tôle___; bois___; chaume___; herbe___;
 - Murs extérieurs : totalité béton___; partiel béton___; totalité pierres___; pierres et boue___; boue___;
 - Fenêtre(s) : vitrée___; cadre___; ouverte___; aucune___;
 - Sol : carreaux___; bois___; ciment___; boue___;
- > Accès à l'eau : courante___; puits privé___; puits public(s)___; rivière___;
- > Accès à l'électricité : réseau national___; panneaux solaires___; batteries___; aucun___;
- > Type de couchage des parents : natte au sol___; matelas mousse au sol___; matelas orthopédiques au sol___; matelas sur lit___;



STATUT ÉCONOMIQUE

Recommandation

Si l'équipe s'intéresse à la sécurité alimentaire, il peut être demandé aux enquêtés de classer par ordre de fréquence les principaux aliments consommés par leur ménage afin de déterminer l'importance des ressources halieutiques dans leur nutrition.

La saisonnalité des activités côtières doit être prise en considération en menant l'investigation sur les prix relatifs aux produits halieutiques et la fréquence à laquelle ils sont consommés. Des questions relatives à la disponibilité des produits et ceux consommés par les ménages peuvent aussi être posées.

Toit	% d'habitations	Murs extérieurs	% d'habitations	Fenêtres	% d'habitations	Sol	% d'habitations
<i>Tuile</i>	%	<i>Carreaux</i>	%	<i>Vitrées</i>	%	<i>Carreaux</i>	%
<i>Tôle</i>	%	<i>Briques</i>	%	<i>Cadres</i>	%	<i>Bois</i>	%
<i>Bois</i>	%	<i>Béton / Pierre</i>	%	<i>Ouvertes</i>	%	<i>Ciment</i>	%
<i>Chaume</i>	%	<i>Boue</i>	%	<i>Aucunes</i>	%	<i>Terre</i>	%
<i>Herbe</i>	%	<i>Chaume</i>	%			<i>Autres</i>	%

Accès à l'eau

<i>Courante</i>	%	<i>Puits privés</i>	%	<i>Puits publics</i>	%	<i>Rivières</i>	%	<i>Aucun</i>	%
-----------------	---	---------------------	---	----------------------	---	-----------------	---	--------------	---

Accès à l'électricité

<i>Réseau électrique</i>	%	<i>Panneaux solaires</i>	%	<i>Batteries</i>	%	<i>Autres</i>	%	<i>Aucun</i>	%
--------------------------	---	--------------------------	---	------------------	---	---------------	---	--------------	---

Type de couchage des parents

<i>Natte</i>	%	<i>Matelas mousse</i>	%	<i>Matelas orthopédique</i>	%	<i>Matelas sur lit</i>	%	<i>Autres</i>	%
--------------	---	-----------------------	---	-----------------------------	---	------------------------	---	---------------	---

Si les matériaux de construction sont des critères importants de pauvreté / richesse, mais que la plupart des maisons sont construites avec les mêmes matériaux, l'état des murs et des toits peut être un meilleur moyen de différencier le statut socio-économique, il faut alors ajouter une catégorie « bon ou mauvais état ».

Dans certains cas, les matériaux de construction de la maison peuvent être inappropriés ou insuffisants pour déterminer le statut économique des ménages. Dans ce cas, l'équipe peut ajouter des questions sur les biens comme le bétail, le moyen de transport, les bateaux etc. (dans certains cas, le type de bateau utilisé peut être une bonne indication du statut économique).

Pour connaître l'équipement productif, il est demandé aux ménages de répondre aux questions suivantes:

> Avez-vous votre propre bateau?

- Si oui, de combien de bateaux êtes-vous le propriétaire?
- Avec quel matériau le bateau est-il construit (ex : fibres de verre ou bois)?
- Quel est le moyen de propulsion du bateau (pagaies, voiles ou moteur)?

Des questions sur d'autres biens peuvent aussi être ajoutées. Cette liste peut inclure des biens comme une télévision, une radio, un réfrigérateur, des meubles et d'autres biens comme les équipements de pêche.

Evidemment, les biens à considérer dépendront de chaque site et les choix les plus appropriés sont identifiés par l'équipe.



ACTIVITÉS MARINES ET CÔTIÈRES, SOURCES DE REVENUS

i17

Cet indicateur recense les types d'utilisation, extractives ou non, des ressources marines et côtières dans la zone d'influence de l'AMP (ex: la pêche, le commerce des produits de la pêche, tourisme, l'aquaculture, la production de sel, l'élevage, le transport maritime, l'agriculture, l'extraction du sable, le dragage, l'extraction de pétrole, les bases militaires, l'exploitation des palétuviers, le défrichement des forêts, industrie et la conservation).



Les informations sur les activités côtières et marines sont obtenues auprès d'informateurs clés ou de groupes focaux avec des représentants des groupes d'utilisateurs (ex : autorités villageoises, pêcheurs, marchands de poisson, collectrices de coquillages, agriculteurs, éleveurs, producteurs de sel, opérateurs touristiques etc.) et également grâce à l'observation.

Les données sur les méthodes d'exploitation s'obtiennent auprès des informateurs clés ou des personnes représentatives des groupes d'utilisateurs (ex : association de pêcheurs, gérant de la plus ancienne exploitation de sel, etc.).

OBJECTIFS

1. Comprendre les activités de l'AMP et identifier de potentiels conflits sur les ressources

L'identification de ces activités permet aux gestionnaires d'appréhender de manière globale les diverses utilisations des ressources marines et côtières, la dépendance des ménages vis-à-vis de certaines activités et le potentiel de conflit dans l'AMP et en périphérie. Par exemple, l'existence d'un port important dans la région avec de nombreux mouvements de navires et des décharges de déchets peut entrer en conflit avec le secteur touristique ou de la pêche.

Une meilleure compréhension des activités côtières et marines permet aux communautés de contribuer plus efficacement aux décisions de gestion, notamment lorsque des conflits entre acteurs surviennent.

2. Evaluer l'efficacité des mesures de gestion et les adapter

Les informations sur les méthodes d'exploitation sont utiles aux gestionnaires pour renseigner les pressions anthropiques. Si l'utilisation de méthodes destructrices pour l'environnement marin augmente, les pressions sur les ressources vont augmenter. En ayant une meilleure connaissance des pressions et dommages causés par certaines méthodes et leur niveau d'utilisation, les acteurs pourront proposer eux-mêmes des mesures de gestion aux gestionnaires de l'AMP.

En suivant l'évolution des méthodes, les gestionnaires d'AMP pourront évaluer l'efficacité des mesures de gestion de l'AMP et les adapter en fonction des besoins. Par exemple, si l'AMP interdit la senne de plage mais que cette méthode reste une méthode de pêche principale, cela signifie que la réglementation n'a pas l'effet escompté. Il va falloir comprendre pourquoi.

3. Préparer des programmes de sensibilisation

Connaître les méthodes utilisées dans la zone d'étude aide les gestionnaires de l'AMP à identifier tous les acteurs à engager dans la gestion de l'AMP et à cibler les programmes de sensibilisation. En effet, les gestionnaires doivent connaître les méthodes d'exploitation des ressources pour sensibiliser les acteurs sur les impacts de ces méthodes sur les ressources marines et côtières.

4. Évaluer l'impact de l'AMP sur le niveau de vie et sur les sources de revenus des communautés



ACTIVITÉS MARINES ET CÔTIÈRES, SOURCES DE REVENUS

i17

Recommandation

Certaines activités sont saisonnières et se produisent à des heures particulières ou dans des lieux spécifiques. Il faut observer à des heures et saisons différentes et interviewer une sélection d'informateurs pour s'assurer que la totalité des activités côtières et marines a bien été identifiée.

COLLECTE

- > Faire la liste des activités du ménage liées aux ressources marines et côtières exercées par les membres du ménage (ex. pêche, production de sel, élevage, etc.)
- > Demander aux enquêtés d'identifier les méthodes utilisées par les membres du ménage pour produire les biens ou services côtiers et marins. Les méthodes sont les techniques utilisées pour produire les biens et services (casiers, filets, pensions de famille, plongées avec bouteille). L'équipe doit développer des catégories de méthode selon les produits et la situation locale. Pour la pêche, la méthode se réfère aux techniques de pêche (ex : filets, lignes, chalut). Pour les services hôteliers, la méthode se réfère au détail du service proposé (ex : pensions de famille (1-7 chambres), auberges (5-50 chambres), hôtels / stations (+50 chambres) etc.). Pour l'aquaculture, la méthode se réfère aux types d'exploitation (ex : viviers, lignes ou cages). Pour le commerce du poisson, la méthode définit le mode de vente (du porte à porte au réseau national en camions réfrigérés).
- > L'équipe de suivi va aussi s'intéresser au niveau d'utilisation de chaque méthode (ex : nombre de personnes pêchant à la senne).

Activités marines et côtières	Biens et services	Méthodes	Niveau d'utilisation
1. Pêche artisanale*	Poulpes	A la main	Faible
	Crevettes	Filets Senne	80% 20%
	Grands pélagiques	Ligne Filets	40% 20%
2. Tourisme	Maison d'hôte	B&B Tout compris	
	Plongée	Bouteille	
3. Exploitation des palétuviers	Bois	Tronçonneuse Hache	
	Ecorce (médicinale)	Couteau A la main	1% 97%

* Chaque AMP doit développer sa propre typologie des modes de pêche existants dans la zone d'étude, par exemple :

Pêche industrielle – embarcations motorisées de grande taille, investissement élevé, équipement électronique, industriel, travail salarié, produits distribués au niveau mondial, pêche dans les zones internationales. (interdite dans les AMP)

Pêche côtière – embarcations motorisées de taille moyenne, équipement moderne, équipage salarié ou non, engin manuel ou mécanisé, produits destinés aux marchés locaux et nationaux, opérant en eaux littorales nationales ou internationales.

Pêche côtière « migrante » - embarcations de taille moyenne, motorisées ou non, équipage salarié, engin manuel, produits destinés aux marchés locaux, nationaux et internationaux, opération en eaux côtières nationales ou non, pêche saisonnière

Pêche artisanale – petites embarcations, motorisées ou non, équipage non salarié, engins de pêche manuel, produits destinés à la consommation et commercialisation du surplus sur les marchés locaux ou nationaux, opérations dans les eaux littorales côtières.

Pêche de subsistance – petite embarcation, non motorisée, engins de pêche manuelle, opérations familiales, occupation à temps partiel, produits destinés à la consommation, opérations dans les eaux côtières peu profondes.

- > Les activités côtières et marines peuvent aussi être identifiées et notées sur la carte de la zone d'étude. Il est utile de préciser la période pour certaines activités, comme la pêche ou le tourisme qui varient au cours de l'année.



VALEUR DES BIENS ET SERVICES

La rentabilité des activités côtières et marines est un indicateur de la valeur monétaire relative et/ou réelle générée par les activités.



Les données sur la valeur des activités s'obtiennent auprès d'informateurs clés (ex : représentants des pêcheurs, acheteurs, commerçants, opérateurs hôteliers et opérateurs de plongée, etc.) et par l'observation (par ex. : marchés).

Recommandation

Les catégories
- haute,
- moyenne et
- basse

devront être définies pour la zone d'étude afin d'assurer la comparaison des réponses.

Par exemple, la langouste est considérée comme ayant une haute valeur car la demande est grande et le produit est cher sur les marchés locaux et internationaux. La valeur du développement hôtelier est elle considérée comme moyenne car composé de seulement quelques maisons d'hôtes.

OBJECTIFS

1 Détecter les impacts économiques positifs et négatifs des mesures de gestion

La valeur des biens et services côtiers et marins peut aider les gestionnaires à détecter l'impact général des mesures de gestion sur les communautés dans la zone de l'AMP, notamment sur le revenu et la sécurité alimentaire. Par exemple, si l'AMP promeut des activités halieutiques, alors il peut être attendu une augmentation de la valeur des produits et ainsi du revenu des acteurs du secteur et par conséquent une amélioration des conditions de vie.

Cependant les restrictions d'accès à certaines ressources peuvent aussi entraîner une augmentation de la valeur de certains produits si l'offre décline et affecter la sécurité alimentaire des ménages vulnérables, dépendants de ces ressources pour leur subsistance.

2. Evaluer le niveau d'exploitation des ressources marines et côtières pour identifier tôt les phénomènes de surexploitation

L'évolution de la valeur des biens et services est utile pour déterminer quelles ressources risquent de connaître une croissance d'exploitation et nécessitent l'attention de l'AMP. L'augmentation de la valeur d'un produit risque d'accroître son exploitation. Ceci doit être suivi par les gestionnaires de l'AMP pour éviter la surexploitation.

3. Evaluer la sécurité alimentaire dans la zone

COLLECTE

> Lister chaque catégorie de biens et services, et demander quelle est sa valeur, sur une échelle de 1 à 3 (basse, moyenne, haute) ?

Activités marines et côtières	Biens et services	Valeur monétaire	Prix moyen en FCFA
1. Pêche	Poulpes	1	
	Crevettes	2	
2. Tourisme	Maison d'hôte	2	
	Plongée	3	
3. Exploitation des palétuviers	Bois	1	
	Ecorce (médicinale)	3	

La variation saisonnière des prix doit être prise en considération, il est recommandé de noter le prix moyen à chaque saison.

Si l'équipe de suivi s'intéresse à la sécurité alimentaire, des questions relatives aux ressources alimentaires peuvent être posées. Par exemple :

- Est-ce que différentes denrées alimentaires bon marché sont disponibles pendant toute l'année ?
- Est-ce que les produits halieutiques locaux sont régulièrement vendus à des prix raisonnables ?



MARCHÉS CIBLÉS ET MÉCANISMES DE VENTE

i19

Les marchés ciblés et mécanismes de vente reflètent les marchés visés par les produits (le premier marché sur lequel les produits sont vendus). Cet indicateur peut être mesuré de façon agrégée au niveau de la communauté ou de façon désagrégée au niveau des ménages.



Les données sur les marchés de biens et services côtiers et marins s'obtiennent auprès d'informateurs clés (ex : représentants des usagers, acheteurs, opérateurs touristiques etc.) et par l'observation.



Les informateurs identifient le marché principal (international, national, régional ou local) pour chaque catégorie de biens et services.



Il peut être intéressant de demander aux informateurs de faire une liste de tous les marchés pour chaque bien ou service et de les classer par ordre d'importance.

Recommandation

L'équipe peut aussi poser des questions sur les mécanismes de vente (ex : les poissons sont-ils vendus de façon informelle (marché, étales, etc.) ou de façon formelle (coopératives, etc.)).

OBJECTIFS

1. Déterminer l'impact économique et social des activités de l'AMP sur les communautés et sur les ressources marines et côtières

Les informations sur les marchés permettent aux gestionnaires de déterminer l'impact des activités de l'AMP sur les communautés et les ressources marines et côtières. Par exemple, si l'AMP investit dans les infrastructures communautaires (ex : routes ou chaîne du froid), il est possible que l'accès des produits locaux aux marchés nationaux, régionaux et internationaux soit accru et que cela ait un impact positif sur le revenu des acteurs locaux et donc sur leur niveau de vie.

Les marchés ciblés peuvent aussi donner une indication quant aux pressions potentielles sur les ressources. En effet, améliorer l'accès aux marchés nationaux et internationaux peut aussi entraîner une croissance des pressions sur certaines ressources.

2. Connaître les opportunités commerciales et comprendre l'influence des tendances globales sur le milieu local (sur l'AMP)

Suivre l'évolution de la destination des produits halieutiques et la relation entre les producteurs locaux et les marchés internationaux permet de comprendre comment les tendances globales affectent les pratiques d'exploitations locales pour adapter au mieux les mesures de gestion. Une meilleure compréhension des liens entre acteurs et marchés donne une meilleure connaissance des opportunités de commerce et de développement économique et permettre de proposer notamment des activités génératrices de revenus bien adaptées aux réalités et opportunités locales.

COLLECTE

> Pour chaque activité, demander à quel marché est destiné le produit, en proposant les catégories suivantes : international, national, régional ou local pour assurer la comparabilité des réponses.

Activités marines et côtières	Biens et services	Marché principal	Lieux de vente	Localisation
1. Pêche	Poulpes	Local	Marché hebdomadaire, boutique	Noms des villages ou villes
	Crevettes	National	Boutiques, hôtels, supermarchés	Noms des villes
	Grands pélagiques	International	Grande distribution, grossistes	Noms des pays
2. Tourisme	Maison d'hôte	National		
	Plongée	International		
3. Exploitation des palétuviers	Bois	Local		
	Ecorce (médicinale)	International		

> Il est également intéressant d'enquêter sur les contraintes liées au lieu de vente (frais de stockage, conditionnement, transport...) afin d'identifier des axes d'intervention possibles pour aider les communautés à développer leurs activités économiques.



ZONE ET PÉRIODE

Cet indicateur se rapporte à la localisation et à la période à laquelle les activités côtières et marines sont menées.



Les informations sont d'abord collectées à travers les sources secondaires.



Par exemple, l'administration ou les ONG peuvent avoir des cartes indiquant l'emplacement de diverses activités dans la région. Les données sont ensuite collectées auprès d'informateurs clés représentant les groupes d'utilisateurs (ex: président de l'association hôtelière, président de l'association des commerçants de poissons etc.) et par des observations.

Recommandation

Il est possible de cartographier les activités avec les informateurs clés et d'identifier les activités les plus génératrices de revenus.

OBJECTIFS

1. Concevoir et adapter le zonage dans l'AMP

Connaître les modes d'utilisation est utile pour identifier les pressions sur les ressources marines et côtières. En connaissant l'emplacement des activités, les gestionnaires peuvent mieux déterminer les impacts et élaborer un plan de zonage approprié. Connaître la taille de la zone exploitée est utile pour déterminer l'étendue potentiel de l'impact (qui peut être localisé ou non).

2. Identifier les zones les plus riches et les plus pauvres au sein de l'AMP

Affiner la connaissance de la situation économique des acteurs permet de mettre en place une gestion adéquate.

3. Apprécier l'effet économique des mesures de gestion sur les communautés

En suivant l'évolution de la zone et de la période des activités, les gestionnaires de l'AMP peuvent évaluer l'impact des mesures de gestion. Par exemple, si l'AMP a mené une campagne de sensibilisation sur l'importance de la protection des zones de reproduction des poissons, suivre l'emplacement des activités de pêche pourra indiquer aux gestionnaires si la campagne a eu l'effet positif attendu.

4. Permettre aux acteurs de contribuer efficacement aux prises de décisions dans l'AMP

En ayant une meilleure connaissance de l'emplacement et de la période des activités au niveau de la communauté et des caractéristiques des zones où ils opèrent, les acteurs sont capables de mieux saisir l'impact qu'ils peuvent avoir sur l'environnement et donc les conséquences pour leurs activités futures. Sur la base de ces connaissances, les acteurs peuvent contribuer plus efficacement à la prise de décision sur la protection des zones sensibles et la gestion des ressources les concernant.

COLLECTE

Activités marines et côtières	Biens et services	Zone	Période	Saison
1. Pêche	Poulpes	Côte	Marée basse	Toute
	Crevettes	Baies	Marée basse	Hivernage
	Grands pélagiques	Large	Marée haute	Avril à juin
2. Tourisme	Maison d'hôte	Baies	Marée basse	
	Plongée	Côte	Marée basse	
3. Exploitation des palétuviers	Bois		Marée basse	
	Ecorce (médicinale)		Marée basse	

> L'équipe peut rechercher s'il y a des changements de localisation et période au cours de l'année et les causes de ces variations.



ORIGINE DES EXPLOITANTS

i21

Le niveau d'utilisation par les résidents et non-résidents mesure la proportion de résidents et non-résidents qui exploitent les ressources marines et côtières dans la zone d'étude. Les non-résidents sont des personnes qui ne vivent pas tout au long de l'année dans la zone d'étude. Ils peuvent venir d'une communauté voisine ou d'un autre pays.



Ces informations sont obtenues auprès des informateurs clés (ex : chefs de villages, représentants de groupes d'utilisateurs, administrations).



Il est demandé aux informateurs d'estimer le niveau d'utilisation par les non-résidents de chaque activité côtière et marine. L'équipe doit définir 3 niveaux d'utilisation :

- élevé (la majorité des utilisateurs sont non-résidents),
- moyen (la majorité des utilisateurs sont résidents mais la présence de non-résidents est significative),
- bas (utilisation minimale par les non-résidents).



OBJECTIFS

1. Elaborer des programmes de participation et de sensibilisation des acteurs

Les non-résidents sont souvent ignorés car pas toujours visibles. En connaissant la proportion d'utilisateurs non-résidents, les gestionnaires de l'AMP peuvent déterminer la nécessité de les impliquer dans la gestion de l'AMP. Selon l'importance de la proportion d'acteurs « non-résidents » et si les gestionnaires connaissent l'origine des non-résidents, il pourra également être envisagé d'étendre les programmes d'éducation et de sensibilisation aux zones d'origines des non-résidents. Les campagnes de sensibilisation à destination des non-résidents peuvent être différentes de celles pour les résidents, de plus, de part les mouvements de population, il peut être nécessaire de les répéter plus régulièrement.

2. Identifier de potentiels conflits sur l'utilisation des ressources

Le niveau d'utilisation par les non-résidents peut être une information importante pour les gestionnaires. Par exemple, l'augmentation du niveau d'utilisation par les non-résidents est une source de conflit potentielle lorsque l'accès aux ressources est limité. Les gestionnaires peuvent prévenir ces conflits s'ils sont informés.

3. Repérer les changements de valeurs des ressources marines et côtières

Ces informations sont aussi utiles pour détecter la variabilité des ressources de l'AMP. En effet, si le niveau d'utilisation par les non-résidents de certaines ressources augmente, cela peut signifier que la demande pour ces ressources augmente au-delà de la zone de l'AMP.

4. Apprécier le niveau de revenus restant sur le territoire de l'AMP et l'impact sur le développement économique de la zone



ORIGINE DES EXPLOITANTS

L'équipe peut aussi demander aux informateurs clés d'identifier l'origine des « non-résidents ».

Recommandation

Il est intéressant de recouper cet indicateur avec les données sur la résidence et la migration.

COLLECTE

> Quel est le niveau d'utilisation des ressources par les non-résidents (bas, moyen, élevé) ?

Activités marines et côtières	Biens et services	Résident	Non-résident et origine	Niveau d'exploitation par les non-résidents
1. Pêche	Poulpes	x		
	Crevettes		x Guinée	Moyen
	Grands pélagiques	x	x	Élevé
2. Tourisme	Maison d'hôte	x		
	Plongée	x		
3. Exploitation des palétuviers	Bois	x	x Tribu pépèle	Moyen
	Ecorce (médicinale)		x Chinois	Bas



DÉVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES

i22

C'est une mesure générale du développement de la communauté. Cet indicateur recense les infrastructures et services disponibles dans la zone (ex : hôpitaux, écoles, routes goudronnées, marchés, centres religieux). La présence ou non de certaines infrastructures aura un impact direct sur les ressources (ex : traitement des eaux usées ou tout à l'égout).



Ces informations sont collectées auprès d'informateurs clés (autorités villageoises, urbanistes) et de sources secondaires, en particulier auprès des bureaux de développement.



Ces informations sont aussi collectées en observant la zone et il peut être intéressant de représenter les résultats sur une carte.



OBJECTIFS

1. Suivre l'évolution du statut économique des communautés de l'AMP et les impacts économiques des mesures de gestion
En faisant le suivi des services de base, les gestionnaires peuvent déterminer si la richesse et le bien-être de la communauté croissent, déclinent ou stagnent.
La difficulté sera de lier ces évolutions aux mesures de gestion de l'AMP. Dans certains cas, elles sont étroitement liées; par exemple la création d'activités génératrices de revenu (vannerie) contribue à l'émergence de boutiques ou la valorisation des produits de la mer contribue au développement d'usines fabriquant de la glace.
2. Evaluer le potentiel de développement de certaines activités dans l'AMP
Les informations sur la disponibilité des services bancaires, de fabrication de glace pour les pêcheurs et de routes bitumées sont utiles pour évaluer la possibilité de développer certaines activités (ex : vente de poissons frais à haute valeur commerciale).
3. Evaluer la qualité de l'environnement au sein de l'AMP
L'information sur le traitement des eaux usées permet de savoir si les eaux évacuées affectent la qualité des eaux de l'AMP.
4. Concevoir des programmes de sensibilisation
Connaître le niveau d'accès aux télécommunications, à internet et aux journaux est important pour permettre aux gestionnaires de concevoir des programmes de sensibilisation appropriés à la communauté.

COLLECTE

- > Les données sont collectées en faisant une liste des services et infrastructures présents dans la zone ciblée ou à proximité :
- écoles,
 - médecins résidents, infirmières, hôpitaux ou dispensaires opérationnels,
 - électricité, téléphone, accès internet, radios, télévisions, journaux,
 - routes goudronnées, adduction d'eau pour les ménages, usines de traitement des eaux usées,
 - usines fabricants de la glace,
 - centres religieux (mosquées, églises, temples),
 - points de débarquement du poisson, marchés organisés etc.



DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE

i23

Le développement du commerce est une mesure générale du développement économique de la zone d'étude.



Ces informations sont collectées auprès d'informateurs clés (autorités villageoises, agents économiques des services de l'état ou de la région, chambre de commerce, etc.) et de sources secondaires, en particulier auprès des bureaux de développement.

Ces informations sont aussi collectées en observant la zone.

OBJECTIFS (cf. Objectifs Développement des Infrastructures)

1. Suivre l'évolution du statut économique des communautés de l'AMP et les impacts économiques des mesures de gestion
2. Evaluer le développement de certaines activités dans l'AMP
3. Concevoir des programmes de sensibilisation

COLLECTE

- > Les données sont collectées en faisant une liste des commerces présents dans la zone ciblée ou à proximité :
- magasins d'alimentation, restaurants, supermarchés, boutiques, étales,
 - stations essence, banques, boutiques de souvenirs, magasins d'habillement, pharmacie
 - tours opérateurs, guides pour la pêche, pensions de familles/hôtels/auberges, agence de voyage, etc.

L'équipe peut aussi collecter d'autres informations spécifiques comme l'origine et la résidence des propriétaires de commerce pour obtenir des indications sur les retombées économiques potentielles. En effet, si les propriétaires sont résidents de l'AMP, il est probable que les retombées économiques dans la zone soient plus importantes que s'ils résident ailleurs.

Commerce	Origine et lieu de résidence du propriétaire	Classement par ordre de fréquence
Pêche sportive	Local, résident	1
	Etranger, résident	2
Vendeurs de poisson	Local, non-résident	1
	National, résident	2
Opérateurs touristiques	Etranger, non-résident	1

Les catégories "résidences" et "origines" doivent être clairement définies. Les types de propriétaire seront classés par ordre de fréquence, la catégorie la moins nombreuse est classée 1



SOURCES DE FINANCEMENT

i24

Cet indicateur est une mesure des sources de financement disponibles pour les populations locales. Il recense les sources formelles et informelles de crédit (ex : banques, tontines, coopératives) et les conditions d'accès.



Les informations sont collectées auprès d'informateurs clés (ex : autorités villageoises, secrétaires de coopératives, membres des tontines, directeurs de banque, directeurs de programmes de microfinance etc.) et d'observations.

Il est nécessaire de développer en préalable une liste des sources formelles et informelles de crédit dans la zone d'étude (ex : banques, projet de microfinance, coopératives, tontines, usuriers).

Recommandation

L'équipe peut aussi demander des informations sur le montant du crédit accordé par an et le pourcentage d'emprunts remboursés. Ces informations étant très personnelles et sensibles, si l'interviewé est retissant à répondre ne surtout pas le forcer.

OBJECTIFS

1. Identifier les groupes les plus vulnérables aux changements de régime de gestion des ressources

La difficulté d'accès au crédit constitue parfois une contrainte au développement d'opportunités économiques pour les communautés côtières. Mieux connaître la disponibilité et les règles d'accès au crédit au sein des communautés permet aux gestionnaires d'identifier les groupes les plus vulnérables aux changements de régime des ressources et dont la capacité d'adaptation est faible.

A terme, le développement de sources de crédit (non usurières) peut contribuer à l'amélioration du bien-être de la communauté

2. Identifier les opportunités accessibles aux communautés pour développer leurs activités économiques et la potentialité d'investissement dans de nouvelles activités génératrices de revenus

COLLECTE

> Renseigner les différentes sources de financement, leur type et la population majoritairement bénéficiaire.

Pour chacune des sources de financement, il est demandé aux informateurs de répondre aux questions suivantes :

> Quelles sont les conditions d'accès au crédit (ex : critères par rapport à l'emploi, restrictions au niveau du genre, résidence, etc.) ?

> Quelles sont les conditions de remboursement (rythme et délais) ?

> Quel est le taux d'intérêt moyen ?

Type	Sources de financement	Population majoritairement bénéficiaire	Nombre d'individus utilisant ce type de financement	Conditions d'accès	Conditions de remboursement	Taux d'intérêt
Formel	Banque	Femme				%
Formel	Coopérative	Homme				%
Informel	Tontine	Femmes tous âges				%
Informel	Prêt familial	Hommes jeunes				%



RÈGLES FORMELLES

i25

L'AMP est intégré à un environnement régit par des lois. Il est important de connaître les entités de gestion et leurs plans.

Le corps de gestion représente l'ensemble des organisations qui affectent la gestion de l'AMP et assurent la transparence du processus de planification et d'établissement des mesures de gestion. Le corps de gestion peut être composé d'une multitude d'organisations (gouvernementales ou non) opérant dans la zone et gérant les différentes activités marines et côtières (ex : pêche, aquaculture, tourisme, transport marin, ...) ayant un impact sur la gestion de l'AMP

La loi d'habilitation de l'AMP est la législation formelle mise en place par le gouvernement pour établir une base légale à la présence de l'AMP de sorte que le plan de gestion, les structures de gestion, les règles et les mesures d'application puissent être reconnus, respectés et appliqués.



Les informations sur le corps de gestion et les plans de gestion sont obtenues dans les plans de gestion des diverses activités ou auprès d'informateurs clés (ex: représentants d'agences gouvernementales, élus, représentants d'ONG) et de l'équipe de gestion de l'AMP.

Les informations sur la loi d'habilitation de l'AMP peuvent être obtenues auprès de l'équipe de gestion de l'AMP ou du Journal Officiel.

OBJECTIFS

1. Connaître l'existence des plans de gestion des activités
2. Assurer la cohérence des plans de gestion des activités d'intérêt de la zone d'étude avec le plan de gestion de l'AMP
3. Comprendre l'influence du plan de gestion de l'AMP sur les ressources et auprès des communautés et des acteurs de l'AMP

COLLECTE

- > Pour chaque activité ayant un intérêt, renseigner l'existence ou non d'une unité de gestion et son nom.
- > L'équipe doit prendre connaissance, auprès des autorités appropriées (ex : département des pêches, département du tourisme, département du plan etc.) de tous les plans de gestion existants et indiquer le niveau de développement de ces composantes. La liste est développée sur la base de l'indicateur Activités (i15).

Activités marines et côtières	Entité(s) de gestion (Oui/Non)	Nom de l'entité de gestion	Plan(s) de gestion (Oui/Non)	Composante du plan de gestion	Stratégie en place (Oui/Non)	Niveau de développement
1. Pêche	Oui	Ministère de la pêche	Oui	Sensibilisation	Oui	1 ^{ère} version
2. Tourisme	Oui	Autorité Touristique	Non			
3. Exploitation des palétuviers	Non		Non		Non	

- > Pour déterminer la loi d'habilitation en vigueur, l'équipe de suivi doit demander un exemplaire des documents légaux publiés

Loi d'habilitation (Oui/Non)	Référence	Date de publication



POUVOIR ET INFLUENCE

i26

Le pouvoir et l'influence est un indicateur qui se rapporte aux individus ou groupes qui influencent les décisions dans la communauté de manière générale et aussi particulièrement sur l'accès, l'utilisation et le contrôle des ressources marines et côtières.



L'information est obtenue auprès d'informateurs clés ou de groupes focaux. Les informateurs clés ou groupes focaux sont composés de représentants des différents groupes d'acteurs ayant une bonne connaissance des mécanismes de prise de décisions sur l'accès et le contrôle des ressources naturelles au sein de la communauté.

Le genre et l'âge sont souvent des facteurs importants, le choix des groupes et/ou des informateurs clés doit prendre ces facteurs en compte.

OBJECTIFS

1. Impliquer les acteurs influents dans la gestion de l'AMP

Il est souvent essentiel de connaître les groupes/individus (qu'ils soient directement impliqués dans les ressources marines et côtières ou non) détenant le pouvoir et l'influence dans une communauté car ils peuvent affecter les succès des activités de l'AMP. Ainsi, cette information permet aux gestionnaires de s'assurer que ces personnes ou groupes sont pris en considération dans la mise en œuvre des activités de gestion.

2. Assurer l'influence des communautés dans le processus de gestion des ressources marines et côtières de l'AMP

Clarifier qui détient le pouvoir et l'influence aide les membres de la communauté à affiner le processus décisionnel pour améliorer la gestion de leurs activités.

3. Renforcer la bonne gouvernance

Apprécier si l'AMP permet d'avoir un pouvoir équilibré et partagé.

COLLECTE

Selon les activités marines et côtières, l'équipe demande aux informateurs clés ou groupes d'utilisateurs identifiés de faire la liste des organisations et des personnes impliquées dans la prise de décisions concernant les activités (ex : qui décide où, quand, comment les activités peuvent être effectuées) ?

> Qui (activité, âge, genre) d'autre doit être consulté pour que l'activité puisse être menée, la localisation changée etc. ?

> Auprès de qui obtenez-vous généralement des informations sur les ressources marines et côtières (par exemple ONG, groupe social, journaux) ?

> Identifier également les autres acteurs ayant de l'influence (Imam, chef de village, "sage", guérisseur, marabout, etc.)

Activités marines et côtières / ressources	Organisations / personnes impliquées dans la prise des décisions	Sources d'informations
Pêche	Association des pêcheurs	Propriétaire du magasin d'alimentation générale
	Chef du village	Chef du village
	Propriétaire du magasin d'alimentation générale	Coopérative



TRADITIONS ET COUTUMES

i27

Il est courant qu'un système de gestion informel, basé sur les pratiques traditionnelles des populations locales, coexiste avec le cadre formel. Cet indicateur recense les règles informelles, les traditions et les coutumes, c'est à dire les codes non écrits par lesquels les acteurs régissent leurs activités et actions. Les coutumes et les traditions relatives aux ressources marines et côtières sont des pratiques reflétant la diversité ethnique, sociale, culturelle et économique des communautés locales. Ces pratiques peuvent inclure des mesures de gouvernance des activités de pêche (ex : zone interdite, existence d'un chef traditionnel des pêcheurs, la gestion de conflit etc.).



Les informations sur le cadre informel peuvent être obtenues auprès d'informateurs clés (ex : autorités traditionnelles, anciens, agents du gouvernement), l'observation et des sources secondaires (études, rapports).

Récolter les informations sur le cadre informel, peut être long. Pour comprendre les systèmes traditionnels en place, il est nécessaire pour l'équipe de passer du temps avec les membres de la communauté.

Il est également intéressant que l'équipe identifie les groupes (utilisateur, âge, genre, non-résidents...) respectant les règles traditionnelles et ceux ne les respectant pas, peu ou plus.

OBJECTIFS

1. S'assurer que l'AMP respecte et prend en compte les traditions dans la gestion des ressources marines et côtières

Connaître les coutumes, les traditions et autres règles informelles relatives à l'exploitation des ressources marines et côtières permet d'identifier l'impact des mesures de gestion de l'AMP sur les communautés et de comprendre la signification culturelle des ressources. Il est important de comprendre ce cadre informel puisqu'il prévaut, en général, sur le cadre formel (la pression sociale et culturelle est souvent plus efficace que la pression gouvernementale).

2. Minimiser l'impact des mesures de gestion sur les pratiques culturelles et sociales de la communauté

Savoir si ces règles traditionnelles sont respectées aide les gestionnaires à mieux apprécier l'impact de leur intégration dans le régime de gestion en cours de développement.

3. Construire une bonne relation avec la communauté basée sur le respect

Il est important que les gestionnaires s'intéressent au système traditionnel afin de construire de bonnes relations avec les communautés.

4. Apprécier l'impact de l'AMP pour le maintien et la conservation des traditions et pratiques culturelles

COLLECTE

> Décrire les coutumes / traditions liées aux droits d'accès et autres règles selon chaque activité et ressource marine et côtière.

Activité côtière et marine	Coutumes et traditions	Droits d'accès	Règles informelles
<i>Pêche des poissons démersaux</i>	<i>Zone ou saison de clôture autour des activités de reproduction</i>	<i>Seulement les personnes de plus de 40 ans</i>	<i>Interdiction de pêcher à plus de deux embarcations sur une zone</i>



DIVERSITÉ CULTURELLE

i28

Cet indicateur recense la présence de pratiques culturelles comme indicateur d'une dimension culturelle active ou non dans les communautés de la zone d'influence de l'AMP.



Les données sont collectées auprès d'informateurs clés (ex : autorités villageoises traditionnelles).



Recommandation

L'un des facteurs de dégradation des ressources naturelles est souvent le déclin du savoir traditionnel, la perte d'identité culturelle et l'érosion de pouvoir des autorités traditionnelles. C'est pour cette raison, qu'un certain nombre d'AMP en Afrique de l'Ouest a comme objectif de renforcer et promouvoir la diversité culturelle.



OBJECTIFS

1. Evaluer les progrès de l'AMP envers la promotion de la diversité culturelle
2. Renforcer les liens avec la communauté

Cela permet aux gestionnaires de cibler les campagnes de sensibilisation ou de concevoir des activités particulières. Par exemple, si les jeunes ne participent pas aux événements culturels, l'AMP peut promouvoir des activités spécifiques.

COLLECTE

- > Quelles pratiques culturelles importantes liées aux ressources marines et côtières sont menées durant l'année ?
Ont-elles un impact négatif sur les ressources marines et côtières?
- > Pour chacun des pratiques culturelles importantes, spécifier les participants et leurs caractéristiques.

Pratiques culturelles	Qui doit participer aux actes culturels	Qui participe aux actes culturels
<i>Bénédictions des pirogues avant de partir pêcher chaque année</i>	<i>Tous les pêcheurs (anciens)</i>	<i>Seulement les pêcheurs anciens</i>
<i>Sacrifices pour apaiser les dieux et assurer que la mer soit productive chaque saison</i>	<i>Les chefs de village</i>	<i>Un seul chef de village</i>
<i>Bénédiction des mangroves</i>	<i>Le chef de village et tous les coupeurs de mangrove</i>	<i>Un coupeur de mangrove</i>
<i>Utilisation des fétiches pour interdire l'accès à un bolong</i>		



ORGANISATIONS ET/OU ASSOCIATIONS COMMUNAUTAIRES i29

Les organisations et associations communautaires sont des organisations représentant les usagers et les autres acteurs dans le processus de gestion de ressources marines et côtières. L'indicateur mesure la présence de ces organisations et associations et le niveau d'adhésion des membres de la communauté à ces organisations et/ou associations communautaires sur le territoire de l'AMP.



Les associations communautaires incluent les associations d'usagers (ex : coopérative des pêcheurs, club de plongée etc.), les associations d'autres acteurs dont les activités ont un impact sur les ressources (ex : association de forestiers, association d'hôtels etc.) et les organisations ayant un intérêt dans la gestion (ex : organisations environnementales).

L'information sur les organisations est obtenue à partir de sources secondaires et d'entretiens avec des informateurs clés ou des groupes focaux (ex : représentants des groupes d'usagers, fonctionnaires, autorités villageoises, ONG etc.).

Les données sur l'adhésion à des organisations sont obtenues par des enquêtes.

OBJECTIFS

1. Assurer une bonne participation des acteurs dans la gestion de l'AMP

Connaître les organisations et associations communautaires aide les gestionnaires de l'AMP à améliorer la participation et la représentation des acteurs dans la gestion et la prise de décisions. Une bonne compréhension des organisations permet aux gestionnaires d'identifier les différents groupes pouvant influencer sur l'acceptation des mesures de l'AMP.

Les gestionnaires doivent collaborer avec ces organisations pour accroître l'efficacité de certaines mesures. Si les organisations auxquelles adhèrent les membres des ménages sont impliquées dans la gestion des ressources, alors l'adhésion peut indiquer aux gestionnaires la volonté des acteurs d'être impliqués dans la gestion des ressources et donc de l'AMP.

2. Permettre aux acteurs d'apprécier leur niveau d'influence au niveau de l'AMP

En ayant une meilleure connaissance des différentes organisations communautaires, les acteurs eux-mêmes ont un aperçu de leur niveau de représentation dans la gestion de ressources marines et côtières et de leur capacité à influencer la prise de décision au niveau de l'AMP. Un nombre faible d'associations peut montrer la nécessité de renforcer l'action collective.

3. Connaître l'évolution de la capacité d'organisation des individus

Evaluer la capacité d'organisation permet de mesurer l'amélioration du niveau des revenus.

COLLECTE

L'équipe demande aux informateurs clés de préciser quel est le statut de l'association ou de l'organisation (formel ou informel), de décrire les fonctions principales de cette organisation et le niveau d'influence qu'elle a sur les décisions de la communauté et sur la gestion des ressources.

Organisation communautaire	Statut formel ou informel	Fonctions principales	Influence (sur la gestion côtière; sur les décisions communautaires ; aucun)
<i>Association des pêcheurs</i>	<i>Formel</i>	<i>Permettre aux pêcheurs d'accéder à des embarcations</i>	<i>Influence sur la gestion des ressources, aucune influence sur les décisions communautaires</i>
<i>Eglise</i>	<i>Informel</i>	<i>Spirituel, séminaire de sensibilisation</i>	<i>Influence sur les deux aspects</i>



NATURE DES CONFLITS

i30

Cet indicateur mesure l'existence et le degré des conflits au sein des communautés et avec l'AMP. Comprendre les conflits qui opposent les usagers aide les gestionnaires à concevoir des stratégies pour les mitiger.



Les données sont collectées auprès d'informateurs clés (ex : chefs de village, présidents de l'association des pêcheurs etc.) ou de groupes focaux (représentatifs des groupes d'usagers de l'AMP).

OBJECTIFS

1. Suivre l'impact des mesures de gestion de l'AMP

Suivre l'évolution des conflits permet d'alerter les gestionnaires des effets non désirés de certaines mesures de gestion de l'AMP (ex : restriction d'accès aux ressources dans certaines zones). L'indicateur sur les conflits donne une indication indirecte de l'efficacité générale de la gestion de l'AMP (respect et connaissances des règles, état des ressources, etc.).

2. Évaluer l'efficacité des mesures de gestion liées à la résolution des conflits et identifier des stratégies de mitigation des conflits

Cette information permet aux acteurs et aux gestionnaires d'évaluer l'efficacité des mesures de gestion sur la résolution des conflits au sein de l'AMP et d'identifier les bons mécanismes (formels ou informels) de résolution des conflits.

COLLECTE

Il est demandé aux informateurs de faire la liste des conflits liés aux ressources marines et côtières qui existent au sein de la communauté sur le territoire de l'AMP. Pour chaque conflit évoqué, il faut spécifier les groupes impliqués, la raison du conflit et le niveau de gravité du conflit.

> Quels conflits principaux existent au sein de la communauté (en rapport avec les ressources marines ou côtières) ?

> Pour chaque type de conflit :

- Quels sont les groupes impliqués dans le conflit ?
- Quelle est la raison du conflit ?
- Quel est de degré de conflit sur une échelle de 1 à 3 (de faible à fort) ?
- Quelle est la fréquence de ce conflit sur une échelle de 1 à 3 (de rarement à fréquemment) ?

Groupes impliqués	Raisons du conflit	Niveau de conflits (de 1 à 3)	Fréquence (de 1 à 3)
<i>Entre pêcheurs (filet à petite maille et autres pêcheurs)</i>	<i>Les filets à petites mailles détruisent les zones de reproduction des poissons</i>	2	2 (toutes les semaines, il y a un conflit)
<i>Résidents / non-résidents</i>	<i>Les non-résidents pêchent là où les règles traditionnelles l'interdisent</i>	3 (les conflits sont violents)	3 (tous les jours, il y a un conflit)
<i>Patrouille de l'AMP / Collecteurs de coquillages</i>	<i>Les collecteurs de coquillages sont arrêtés souvent dans la zone de collecte la plus productive</i>	2 (les collecteurs savent qu'ils ne peuvent pas être là mais ils n'ont pas d'autres endroits de collecte)	1 (tous les 6 mois, il y a une personne arrêtée)

> Demander aux informateurs d'expliquer comment ces conflits sont gérés et de quelle façon l'AMP contribue à la gestion de ces conflits.

> Demander aux informateurs si ces conflits ont une répercussion négative sur la situation économique et sociale de la communauté.

PARTIE 3



FICHES D'ANALYSE

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Manuel GCRMN, complémentaire du Guide de Suivi Socio-économique (anglais)

Bunce, L., P. Townsley, R. Pomeroy and R. Pollnac, 2000. Socio-economic manual for coral reef management. (Manuel GCRMN). Global Coral Reef Monitoring Network, Australian Inst. Marine Science, Townsville, Australia, 251 p.

Manuel méthodologiques de sciences humaines (en français)

Angers, M (1996). Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Montréal, C.E.C., 1996,381p.

Delpeteau, 2000. La démarche d'une recherche en sciences sociales. Buxelles. De Boeck University.

Deslauriers, J-P (1991), La recherche qualitative guide pratique, Montréal, McGraw-Hill, 142p.

Letourneau, J (1989), Le coffre à outils du chercheur débutant: Guide d'initiation au travail intellectuel, Toronto,- Oxford University press, 227p.

Quivy R etet Luc Van Canpenhoudt(1995) Manuel de Recherche en sciences sociales. Dunod.

Voyer, J-P, Élaboration et administration de questionnaires, 2e éd,

Trudel, R et Rachad Antonius (1991), Méthodes quantitatives appliquées aux sciences humaines, Montréal, Centre Éducatif et Culturel, 545p.

Schneider, D K. Méthodes qualitatives en sciences sociales - Petite introduction aux méthodes qualitatives. Version 0.9 - nov 2007; Originaux disponibles: <http://tecfa.unige.ch/guides/methodo/quali/> TECFA, Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Éducation, Université de Genève, 54 route des Acacias, CH-1227 Genève

Autres

Rizk C., Semelin J., Karibuhoye C., 2011 - Guide méthodologique pour l'élaboration des plans de gestion des aires marines protégées en Afrique de l'Ouest. FIBA / PRCM.

