



UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

(UAC)

**INSTITUT DE GEOGRAPHIE, DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE ET DE
L'ENVIRONNEMENT**

(IGATE)

MASTER INTEGRATION REGIONALE ET DEVELOPPEMENT

(MIRD)

MEMOIRE DE MASTER

Option : Communication et Relations Publiques

**MECANISME DE DIFFUSION DES RESULTATS DU
LABORATOIRE DE RECHERCHE SUR LES ZONES HUMIDES
DE L'UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI AU BENIN**

Présenté par:

Nadie Aubierge DAGBETO

Sous la direction de:

Prof Expédit W. VISSIN

Professeur Titulaire des Universités du CAMES

Soutenu le.../.../2019

Sommaire

Dédicace	3
Sigles et acronymes	4
Remerciements	5
Résumé	7
Abstract	7
Introduction	8
CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	11
1.1-Cadre théorique	11
1-2 Approche methodologique	20
CHAPITRE II : PRESENTATION DU MILIEU D’ETUDE.....	28
2.1- Historique du LRZH	28
2.2- Objectifs du LRZH	29
2.3- Organisation du LRZH	29
2.4- Environnement et mission du LRZH	33
CHAPITRE III: RESULTATS ET SUGGESTIONS	39
3.1- Strategies de communication du LRZH.....	39
3.2- Etat de la communication du LRZH	47
3.3- Stratégies pour une meilleure vulgarisation des résultats du LRZH.....	57
3-4. Analyse diagnostic des mécanismes de diffusion des résultats du LRZH.....	62
3.5- Contraintes liées à la communication du LRZH.....	64
3.6- Suggestions pour une meilleure stratégie de communication.....	65
Conclusion.....	68
Bibliographie	70
Liste des figures	76
Liste des tableaux	76
Annexes	77
Table des matieres	83

Dédicace

A mes parents

Sigles et acronymes

BAD : Banque Africaine de Développement

CCF : Centre Culturel Français

CERPA : Centre Régional de Production Agricole

CROHB : Centre de Recherche Océanographique

CRP : Communication et Relations Publiques

FAST : Facultés des Sciences et Techniques

FLASH : Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines

FSA : Faculté des Sciences Agronomiques

FUNDP: Faculté des Universités Notre Dame de la Paix

IJAAR: International Journal of Agronomy and Agricultural Research

IJAR : International Journal of Advanced Research

INRAB : Institut National de Recherche Agricole du Bénin

JICA : Japan International Cooperation Agency

KIFTC : Kanagawa International Fisheries Training Center

LRZH : Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides

MARP : Méthode Active de Recherche Participative

NTIC : Nouvelles Technologies de l' Information et de la Communication

PAG : Programme d' Action du Gouvernement

PGIPAP : Projet de Gestion des Plantes Aquatiques Proliférantes

Science PC : Science Publishing Group

SEQ' EAU : Système d' Evaluation de la Qualité de l' EAU

UAC : Université d' Abomey-Calavi

USA : Etats-Unis d' Amérique

Centre VALDERA : Centre de Valorisation des Déchets en Energie

Renouvelables de l' Agriculture

PAG : Programme d'Action du Gouvernement

Remerciements

Ce mémoire de master n'aurait pas connu son aboutissement sans la patience, les aides et les soutiens de diverses personnes. Il est donc un devoir pour nous de nous arrêter un moment et de leur manifester notre reconnaissance en leur adressant nos mots de remerciement. Le risque d'omission involontaire est grand. Que celles qui en seraient victimes nous en excusent.

Nous voudrions exprimer d'une façon toute particulière notre profonde gratitude à notre Maître de mémoire, le Professeur Expédit W. VISSIN pour sa disponibilité, ses corrections et ses conseils avisés. Nous lui attribuons volontier les quelques mérites de ce travail tout en assumant ses insuffisances.

Nos remerciements vont également à l'endroit de:

- notre maître de stage, le Professeur Didier Emile FIOGBE et tout le personnel du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides. Leur rigueur et leur amour du travail bien fait ont été pour nous sujet de méditation et motif de stimulation ;
- Professeur Guy MENSANH pour ses nombreuses instructions;
- tous les enseignants de Communication et Relations Publiques ;
- nos sœurs, Erelle, Kranisse, Carine, Emmanuella, Hermine, Christiane;
- monsieur Aubin Honon pour sa disponibilité, ses paroles d'encouragement et sa collaboration pour la saisie du présent document ;
- nos camarades Jonas Yezounmè, Amidou Saka, Jeune-Eve Assogba, Noé Dotou et Augustin Bamidélé qui nous ont prêtés mains fortes à travers leurs apports en documentations, explications et orientations diverses ;
- Père Joseph Babatoundé et sieur Sylvère Tokpanou, qui nous ont prêtés mains fortes dans nos responsabilités familiales afin et nous donner de l'espace, du temps et le moral. Votre aide nous a permis de nous

concentrer sur notre travail, voici le fruit de vos divers efforts consentis pour nous; infiniment merci.

Résumé

Dans les pays en voie de développement, la notion de communication, semble ne pas constituer encore la priorité des dirigeants des institutions. L'objectif global de cette étude est d'analyser les mécanismes de diffusion des résultats du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides de l'UAC.

L'approche méthodologique adoptée comprend quatre points essentiels à savoir: la recherche documentaire, l'enquête de terrain, le traitement des données et l'analyse des résultats. Outre les données d'enquêtes sur les moyens de communication du LRZH, les données sur la participation des populations aux actions de développement ont été utilisées. Les enquêtes socio-anthropologiques se sont déroulées suivant un échantillon de 42 personnes constitué par sondage. Il a été ensuite procédé au traitement des données et à l'analyse des résultats.

Les résultats ont révélé que la non visibilité du LRZH est due au fait que le laboratoire s'est trop concentré sur une seule stratégie de communication, les revues scientifiques. L'analyse des déterminants a indiqué que le coût, la rapidité et la facilité, la cible et la connaissance des technologies de l'information et de la communication ont été les facteurs qui ont influencé le choix des canaux de communication. Ainsi, si la communication au LRZH est jugée efficace par la plupart des agents enquêtés, elle reste cependant peu performante et non efficiente pour accroître la visibilité et rehausser l'image du laboratoire.

Mots clés: Communication, diffusion, laboratoire, valorisation, recherche, zone humide.

Abstract

In the countries in the process of development, the concept of communication, seems not to still constitute the priority of the leaders of the institutions. The total objective of this study is to analyze the mechanisms of diffusion of the results of the Research Laboratory on the Wetlands of the UAC.

The adopted methodological approach includes/understands four points essential to know: the information retrieval, the investigation of ground, processing the data and analysis of the results. In addition to the data of investigations into the means of communication of the LRZH, the data on the participation of the populations in the actions of development were used. The socio-anthropological investigations proceeded according to a sample of 42 peoples consisted survey. Was then carried out to the treatment products data and to the analysis of the results.

The results revealed that the invisibility of the LRZH is do for the fact that the laboratory concentrated too much on only one strategy of communication, the scientific reviews. The analysis of the determinants indicated that the cost, the speed and the facility, the target and the knowledge of communication and information technologies were the factors which influenced the choice of the channels of communication. Thus, if the communication with the LRZH is considered to be effective by the majority of the surveyed agents, it remains however not very powerful and inefficient to increase the visibility and to raise the image of the laboratory.

Key words: Communication, diffusion, laboratory, valorization, research, wetland.

Introduction

Facteur fondamental de transformation, de relance et de dynamisation de tout secteur d'activité, la recherche est confrontée à plusieurs contraintes parmi lesquelles figure le problème de vulgarisation et de diffusion des résultats. Cet aspect n'épargne pas les milieux universitaires qui disposent de laboratoires qui ont en leur sein de nombreuses publications. Les quelles publications peuvent être exploitées pour l'amélioration des conditions de vie des populations et alléger les dépenses de l'Etat en ce sens qu'il aura à utiliser les personnels qualifiés mis à sa disposition par le collectif de l'enseignement supérieur dans les projets de développement. Sous cet angle, **la communication s'invite dans le processus de diffusion d'information et s'appréhende comme l'interface entre l'entreprise, son personnel et son public. Cette relation prend donc une allure multidimensionnelle du fait qu'elle structure des échanges d'informations sur l'image et la culture de l'entreprise d'une part et impacte d'autre part son environnement (physique ou humain). Par conséquent, il n'y a pas de communicabilité sans conscience de soi et des autres, (Auvinet, 1991).**

La mise en œuvre diligente d'un processus de communication représente pour l'entreprise ou toute autre institution, un gage de paix sociale et de bonnes relations avec son environnement. Il pourrait influencer assez profondément et ce, de façon positive, l'organisation en termes de comportements, d'attitudes et d'image. C'est dire donc qu'une institution doit accorder une place primordiale à la communication : la structure, l'étendue et l'ampleur de ses activités sont presque entièrement déterminées par la communication, ses différentes approches ainsi que les stratégies et outils qu'elle utilise, d'autant plus que tout organisme est cohésionné dans son action grâce à la possession des moyens qui permettent d'acquérir, d'utiliser, de retenir et de transmettre l'information (Wienert, 1948).

Selon Akam et Ducasse (2002) les universités constituent des entités structurantes de la vie sociale, culturelle et économique. Par ailleurs, l'entretien des infrastructures et équipements réalisés, le financement des projets de recherche, le recrutement du personnel enseignant vacataire, l'augmentation des moyens de transport des étudiants ou du personnel, l'organisation et la gestion des examens et travaux dirigés, et autres sont de grands défis à relever par les autorités en charge de l'université.

Ces universités ont été installées dans les pays en voies de développement juste après leurs indépendances et ont pour mission principale, la formation de cadres compétents pour ces pays dans tous les secteurs d'activité humaine et scientifique afin de contribuer au développement de l'économie nationale.

Pour assurer cette mission, la quasi-totalité des appuis financiers et techniques de ces universités proviennent de l'Etat et de l'extérieur (UNESCO, 1992). Or, les différents laboratoires universitaires ne cessent de publier des résultats qui traitent de faits réels et urgents qui touchent le cœur des populations.

Toutefois, l'Université d'Abomey-Calavi dispose de laboratoires pouvant servir de centre de conception et de traitement des problèmes socio-culturels, politiques et économiques du pays pour participer à l'amélioration de la qualité de ces revenus. Au niveau du Laboratoire de Recherches sur les Zones Humides du Bénin, on traite des contours des activités de la pêche et de l'hydrobiologie mais les problèmes des plantes invasives par exemple restent de véritables casse-tête par exemple dans le pays car les informations ne quittent pas les lignes des documents pour aller servir dans les milieux réels. Ce qui fait que l'Etat ne voit pas le fruit de ses investissements dans l'éducation.

Il est donc important que les résultats issus des différentes recherches des différents laboratoires des universités soient suivis et mis en vigueur pour participer efficacement au financement des projets de formation et autres réalisations à travers des innovations sur le campus d'Abomey-Calavi en passant

par la valorisation de ces laboratoires qui représente de grandes sources de revenus à leur participation active dans le monde scientifique.

Cette étude cherche à étudier les mécanismes communicationnels de diffusion des résultats de recherches universitaires en allant des laboratoires aux milieux réels à travers : l'identification des stratégies de diffusion appliquées aux résultats des différentes recherches du LRZH et l'examen des stratégies communicationnelles de diffusion de ces derniers afin qu'ils servent en milieu réel.

Ce mémoire est structuré en trois chapitres :

- Le premier chapitre présente le cadre théorique et l'approche méthodologique adoptée ;
- Le second chapitre porte sur la présentation du cadre de l'étude ;
- La troisième présente les résultats obtenus ainsi que les suggestions.

CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE

Ce chapitre est consacré à la présentation du cadre théorique et de l'approche méthodologique utilisée dans le cadre de cette étude.

1.1-Cadre théorique

Le cadre théorique de l'étude est consacré à la justification du sujet, à la définition de quelques concepts et à la revue de littérature.

1.1.1-Problématique

Dans le monde d'hypercommunication qu'est le nôtre, saturé par la multiplicité et la diversité des messages, le recours simultané, coordonné et cohérent à l'ensemble des expertises et techniques de la communication n'est plus facultatif ou accessoire, c'est un impératif catégorique (Giuly, 2013). Cette exigence est d'autant plus vraie qu'aucune entreprise ne doit s'y dérober.

A l'instar de toutes les universités africaines (Anonyme, 2008), l'Université d'Abomey-Calavi n'échappe pas aux difficultés financières qui empêchent le bon fonctionnement des activités pédagogiques qui, au-delà des pesanteurs d'ordre structurel, des problèmes d'orientation, de politique et de moyens, empêchent la recherche d'être efficace, efficiente et compétitive.

Force est cependant de constater que dans la plupart des projets ou programmes peu de place semble être faite à la dimension institutionnelle de la communication. Tout porte à croire que ce volet n'est pas encore une priorité. Ce qui justifie bien la thèse qui prétend que dans l'élaboration de grands projets, la dimension communicationnelle a encore du mal à trouver sa place (Motuisky, 2013).

Le gestionnaire de la recherche a besoin d'informations pour programmer et faire suivre au monde extérieur les activités de recherche. Le chercheur, quant à

lui, a besoin de connaissances et d'informations permanentes pour évoluer dans ses recherches. L'état qui investit a à son tour besoin de résultats concrets et de constater les impacts de l'évolution scientifique. Dans chacune de ses actions, il devrait avoir pour objectif ultime la valorisation de ses résultats dans une perspective de développement, au sens le plus large du terme (Fournier, 2009). Cette valorisation consiste d'abord en la diffusion du résultat sous la forme d'informations simples ou de connaissances.

Or, généralement, la communication institutionnelle est aussi appelée « communication d'entreprise ». Son objet et son intérêt n'ont pas l'écho attendu auprès de nombre de chefs d'entreprise (Ntumba Manda, 2008). A cette méconnaissance s'ajoute le problème de la cible de cette discipline. Elle est à la fois interne et externe à l'entreprise. « Tout commence à l'interne et se prolonge à l'externe » (Adary *et al*, 2015). En d'autres termes, l'expression que l'entreprise ou la structure donne d'elle-même doit être conforme à la réalité pour être reconnue et approuvée par le personnel, premier "ambassadeur" de l'entreprise. Il n'est pas possible de prôner une communication externe dynamique et de négliger la communication interne. La communication interne et externe n'est pas une cerise sur le gâteau du management d'un établissement. C'est un outil stratégique qui n'est pas séparé du reste des outils mais qui intervient dans le cadre d'un mix (Auvinet, 1991).

Il est donc évident que l'un des problèmes principaux qui empêchent la recherche au Bénin d'être efficiente et compétitive pour répondre aux attentes de ces différents acteurs est l'organisation de l'information. Or dans tout pays, l'information a en effet un rôle important à jouer dans la conduite d'une recherche de qualité produisant et valorisant des résultats correspondant à une demande réelle (Anonyme, 2012).

Ceci amène à poser un certain nombre de questions à savoir :

Quelles sont les stratégies de communication employées par le LRZH dans le cadre de la diffusion de ses résultats de recherche ?

Quels sont les facteurs de diffusions des résultats du LRZH ?

Quelles sont les solutions pour améliorer la vulgarisation des résultats de recherche du LRZH ?

La réponse à toutes ces questions justifie le choix du sujet intitulé « *mécanismes de diffusion des résultats du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides (LRZH) de l'université d'Abomey-Calavi au Bénin* ».

Pour répondre à ces interrogations les hypothèses ont été formulées.

➤ **Hypothèses de travail**

Les hypothèses formulées dans le cadre de ce travail sont les suivants :

- plusieurs stratégies de communication sont employées par le LRZH dans le cadre de la diffusion de ses résultats de recherche.
- plusieurs facteurs influencent la diffusion des résultats du LRZH.
- il existe des mesures pour améliorer les mécanismes de vulgarisation des résultats de recherche du LRZH.

Pour vérifier ces hypothèses, des objectifs ont été fixés.

➤ **Objectifs de recherche**

L'objectif global de cette étude est d'analyser les mécanismes de diffusion des résultats du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides de l'UAC.

De manière spécifique, il s'agit de :

- identifier les stratégies de communication employées par le LRZH dans le cadre de la diffusion de ses résultats de recherche ;
- analyser les facteurs de diffusion des résultats du LRZH ;
- proposer des mécanismes de vulgarisation des résultats de recherche du LRZH.

1.1.2- Définitions opératoires

Pour faciliter la compréhension de ce document, la clarification de certains concepts est nécessaire.

Communication : D'origine latine ("*communicare*"), le mot communication signifie mettre en commun. C'est «l'action, le fait de communiquer, d'établir

une relation avec autrui» (Dictionnaire universel, 1995). Autrement dit, la communication est l'action d'établir une relation avec quelqu'un ou de mettre quelque chose en commun avec une autre personne ou un groupe de personnes.

Par ailleurs, selon Adamczewski (2004), l'acte de naissance de la communication porte, chronologiquement, la marque d'une première parenté à celle de Norbert Wiener. Sa vision, qui a eu des retombées dans de nombreux domaines scientifiques, est de prendre en considération prioritairement les relations entre éléments plutôt que les éléments en eux-mêmes. Autrement dit, dans cette perspective nouvelle, ce sont les relations qui définissent les éléments ou entités et qui tissent les systèmes et les relations entre systèmes.

Une seconde parenté, qui reste néanmoins la référence principale aujourd'hui, vient des ingénieurs célèbres, Shannon et Weaver (ingénieurs du domaine de la téléphonie et de la télégraphie) qui ont tenté de modéliser la communication à distance, ou plus exactement, de matérialiser ce type de liaison (schéma encore colporté de nos jours qui met en évidence l'émetteur transmettant un message à un récepteur via un canal).

Dans cette théorie, le caractère non-transportable du sens (la parole, l'audition, ...) s'avère important. La signification du sens est commune, collective ou collectivisée, tandis que le sens est toujours singulier.

D'une certaine façon le langage humain, de par sa dimension sociale, est impropre à exprimer ou à décrire ce qui n'appartient qu'à soi, à formuler ou à faire entendre une expérience intérieure ou personnelle. Et pourtant, chacun parvient au moins un peu dans sa vie à construire ou à discerner du sens au travers de la parole ou de l'écriture (Adamczewski, 2004).

Dans le cadre de cette étude, il s'agit essentiellement d'une communication institutionnelle, (au niveau du LRZH en termes de prescription) et d'une communication de développement (au niveau local en terme de participation) pour l'adhésion des populations (cible, destinataire des résultats de recherche du LRZH) aux différentes activités initiées.

Recherche : La recherche scientifique est en premier lieu, l'ensemble des actions entreprises en vue de produire et de développer les connaissances scientifiques. La recherche est entreprise en vue de produire de nouvelles connaissances indépendamment des perspectives d'application.

Il est question ici dans notre rédaction de la recherche appliquée qui est un travail dirigé vers un but ou un objectif pratique. Et dans de tel cas, la recherche scientifique est généralement inscrite dans des lieux particuliers, qui offrent aux chercheurs, les moyens d'exercer leurs activités.

La recherche vise à produire des connaissances scientifiques qui peuvent prendre de diverses formes, à savoir : les publications, les rapports, les brevets, les communications orales, etc.

Valorisation des résultats de recherche : Le Conseil National d'Evaluation de l'enseignement supérieur définit le concept de la valorisation de recherche comme le moyen de « rendre utilisables ou commercialisables les résultats, les connaissances et les compétences de la recherche » (www.cnrs.fr)

La valorisation des résultats de recherche est le processus mis en œuvre pour que la recherche universitaire puisse avoir un réel impact économique et ou social qui débouche directement ou indirectement sur des produits ou procédés exploités par des entreprises ou sociétés existantes ou créés à cet effet. Valoriser signifie ici rendre opérationnel ou commercialisable le savoir et les résultats liés à la recherche, c'est-à-dire leur fournir une valeur ajoutée.

On distingue deux types de valorisation : la valorisation financière qui est de type commercial, et la valorisation sociale, de type non marchande.

Le premier cas correspond uniquement aux activités de commercialisation et de transfert.

Information : L'information est «une connaissance qui est communiquée par le biais d'un message. C'est aussi le résultat observé d'un processus de communication ; c'est ce qui modifie ce que nous savons déjà, c'est la réduction de l'incertitude» (Jiokeng Ndountio, 2010).

D'autre part, pour le même auteur, l'information signifie : «L'inscription d'une référence socialement déterminée dans un système formel susceptible de faire l'objet d'une diffusion et d'un échange dans la communication».

Pour informer, il faut des auditeurs. Dans ce contexte, quelle serait la nature de l'information ?

Pour la présente étude, l'information revêt plusieurs caractéristiques et peut être considérée comme étant un ensemble de connaissances socio-économiques nécessaires pour insuffler le développement local. Dans cette démarche de clarification, il s'ensuit donc que l'information est bien différente de la Communication. En d'autre thème, il s'agit de la valorisation des résultats de recherche. A cet effet, la valorisation des résultats de recherche désigne toute activité qui consiste à augmenter la valeur de recherche et de développement de quelque nature que ce soit.

Zones humides : Une zone humide est une dénomination dérivant du terme anglais « wetland » qui désigne une région où le principal facteur d'influence du biotope et de la biocénose, est l'eau. Ce terme est introduit, en France, par les scientifiques et les protecteurs de la nature. Des définitions spatio-temporelles et des caractéristiques fonctionnelles multiples existent:

Selon l'article 1er de la Convention de Ramsar «les zones humides sont des étendues des marais, de fagnes, de tourbières ou d'eaux naturelles ou artificielles, permanentes ou temporaires, où l'eau est stagnante ou courante, douce, saumâtre ou salée y compris des étendues d'eau marine dont la profondeur à marée basse n'excède pas six mètres».

Dans le Dictionnaire des Sciences de la vie et de la terre (Breuil 1997), sont considérées comme zones humides tous les milieux où le plan d'eau se situe au niveau de la surface du sol ou à proximité. Ces milieux sont ainsi saturés d'eau courante ou stagnante, douce, saumâtre, ou salée et ceci de façon permanente ou temporaire. Une végétation adaptée à un engorgement plus ou moins permanent s'y développe. Les zones halophiles et saumâtres, les marais continentaux, les

tourbières, les bordures d'étangs et les berges des eaux courantes, les landes et bois humides établis sur des sols hydromorphes sont également nommés des zones humides. Les zones humides sont des zones terrestres inondées en permanence ou régulièrement.

En 1996, on retiendra la définition écologique de Bertrand Sajaloli qui stipule que «les zones humides se caractérisent par la présence, permanente et temporaire en surface ou à faible profondeur dans le sol, d'eau disponible douce, saumâtre ou salée. Souvent en position d'interface, de transition entre milieux terrestres et milieux aquatiques proprement dits, elles se distinguent par des sols hydromorphes ou non évolués, et/ou une végétation dominante composée de plantes hygrophiles au moins pendant une partie de l'année.».

Jean Drouin (1993) définit zone humide comme une zone où les précipitations excèdent l'évaporation potentielle.

Il faut donc retenir que les zones humides sont généralement désignées par tous les biotopes aquatiques marécageux ou lagunaires continentaux ou littoraux.), les terrains exploités ou non, habituellement inondés ou gorgés d'eau douce, salée ou saumâtre de façon permanente ou temporaire, sont considérés comme des zones humides. Ces derniers sont particulièrement menacés par les drainages et les assèchements pour leur mise en culture». La présence de l'eau ainsi que sa faible profondeur sont les deux caractéristiques fondamentales des zones humides.

Milieu réel : La réalité est l'ensemble des phénomènes considérés comme existant effectivement. Ce concept désigne donc ce qui est physique, concret, par opposition à ce qui est imaginé, rêvé ou fictif. Si son usage est initialement philosophique, particulièrement dans la branche ontologique, il a intégré le langage courant et donné lieu à des usages spécifiques, notamment en science. Il s'agit précisément ici, des fermes, des lacs et lagunes, des habitations, sites où sont pratiqués l'aquaculture et la pisciculture et même l'élevage et l'agriculture.

La vulgarisation en milieu réel dans notre contexte consiste à cet effet à partager les résultats de la recherche et les savoir-faire avec les agriculteurs, mais aussi à les aider à exploiter une plus large part de la chaîne des valeurs.

1.1.3- Point de connaissances

La revue de la littérature fait le point des travaux relatifs à la communication institutionnelle. Elle a permis de délimiter le champ de la présente recherche.

En effet, Fauré (2000) a montré ce qu'une analyse communicationnelle des outils de gestion et de contrôle dans les organisations peut apporter à la compréhension des mécanismes par lesquels ces outils contribuent à structurer les organisations ainsi qu'à l'analyse des communications organisationnelles en général. Pour lui, les outils de gestion apparaissent alors comme un vecteur important de la diffusion d'un nouveau modèle d'autorité et de responsabilité construit de manière performante.

Aw (1999), quant à lui, montre que la valorisation des résultats est un impératif du processus de la recherche. Il constate à travers ses recherches que la cause principale de non-accessibilité aux résultats de recherche demeure ainsi la méconnaissance de leur existence, des conditions requises pour les obtenir et des sources où l'on peut les obtenir. Il conclut que c'est par conséquent une question d'information, qu'un travail de marketing pourrait résoudre.

Schulte et Dufresne (1994) se sont consacrés à faire la pratique du journalisme au quotidien. Qu'il s'agisse de mécanisme communicationnel de diffusion, de reportages sur la vie sociale, de journalisme d'investigation, d'articles spécialisés sur les questions de politique, d'économie ou d'environnement, Schulte et Dufresne abordent ces domaines d'activités dans tous leurs états pratiques.

Cayrol (1999) quant à lui, aborde les notions de « moyens de communication de masse », « grands moyens d'information », « outils de communication sociale » et « techniques de diffusion collective ». Pour lui, parmi ces moyens

d'expression et de communication, il est clair que les journaux, la radiodiffusion et la télévision présentent entre eux un certain nombre de points communs convergents tous vers les mécanismes communicationnels de diffusion.

Pour Mucchielli (2001), communiquer c'est définir une relation, affirmer son identité, négocier sa place, influencer, partager des sentiments ou des valeurs et plus largement, des significations.

Demont et Scribetta (2006) montrent en outre que la communication institutionnelle est une communication englobante. Elle se retrouve à deux niveaux : le niveau interne constitué des actionnaires, salariés et dirigeants et le niveau externe composé des clients, fournisseurs, pouvoir public, médias. Dans cette perspective, Lindon (2000) apporte d'autres précisions. Il affirme que la communication interne se dirige vers le personnel de l'entreprise. L'objet principal de cette action devrait être de l'informer, de le motiver, de créer et d'entretenir dans l'entreprise un bon climat social. La communication externe, par contre, s'oriente vers les collectivités publiques nationales ou locales, ou encore vers les administrations avec lesquelles l'entreprise souhaite entretenir de bonnes relations. Pour lui, un organisme ne projette pas une seule et unique image. Au contraire, elle est l'objet d'images variées selon ses groupes cibles.

Billiet (2009), quant à lui estime que, la communication doit non seulement accompagner mais jouer un rôle engagé dans la réconciliation de la société avec l'entreprise. Il soutient que dans un monde de surinformation, la valeur réside moins dans l'acte de communiquer que dans la capacité à construire, de la confiance, du sens et du lien. Les relations publiques permettent à une entreprise ou ne structure de gérer efficacement ses publics et de développer une intelligence situationnelle qui la rend plus agile.

Il ressort des travaux de Gueye (2012), qu'au plan de la communication pour le développement à la base, l'élaboration de plans locaux de communication facilitera, pour les communautés locales, une bonne compréhension des missions qui leur sont adressées. Dans ce cas de figure, il s'agira de veiller sur la

démarche afin d'obtenir des produits qui répondent aux attentes. En vue d'atteindre une optimisation soutenue dans l'information et la communication avec toutes les parties prenantes, la méthodologie d'élaboration des plans locaux de communication pour le développement devra s'articuler autour d'une démarche participative et itérative par la prise en charge des quatre (volets) : le diagnostic, la planification, l'intervention et l'évaluation.

Malgré ces travaux importants dans le domaine de la communication et plus précisément dans celui de la communication institutionnelle, il reste à noter que la plupart des auteurs ont occulté le fonctionnement des institutions publiques telle que les universités et **par ricochet** le Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides en matière de communication et du choix des stratégies. Autrement dit, les stratégies adoptées par les institutions publiques pour diffuser les informations utiles et leurs acquis scientifiques sont peu élucidées. Aussi, ces travaux n'ont pas abordé les forces et les faiblesses liées aux stratégies de communication au sein de ces institutions et structures ainsi que les déterminants qui sous-tendent leur choix. La présente recherche qui s'inscrit dans un cadre académique vise donc à apporter une contribution dans ce sens.

1-2 Approche methodologique

La démarche méthodologique utilisée dans le cadre de cette étude est fondée sur la collecte des données, l'enquête de terrain, le traitement des données et l'analyse des résultats obtenus.

1.2.1- Nature et source des données

Les données utilisées dans le cadre de cette étude sont essentiellement :

- des données liées aux moyens de communication utilisés par le LRZH ;
- des informations qualitatives obtenues lors des investigations auprès de divers acteurs du LRZH ;

1.2.2- Outils et techniques de collecte des données

1.2.2.1- Outils de collecte des données

Les outils de travail utilisés pour l'obtention de ces résultats portent sur le guide d'entretien, le questionnaire et un appareil photo numérique. Ceci a permis d'accéder aux informations nécessaires ; d'avoir un point de vue globale sur les activités du LRZH.

1.2.2.2- Techniques de collecte des données

La collecte des données a consisté en la recherche documentaire et aux enquêtes de terrain.

➤ Recherche documentaire

La recherche documentaire s'est spécifiquement basée sur la documentation au LRZH et au département de Zoologie pour les activités et les résultats du laboratoire (tableau 1).

Tableau I: Centres de documentation parcourus et informations recueillies

Centres de documentation parcourus	Nature des documents utilisés	Types d'informations recueillies
Centre de documentation de la FLASH	Thèses et articles	Technique de l'élaboration de la démarche méthodologique
Internet	Mémoires, thèses et articles	Informations sur les mécanismes communicationnels de diffusion et leur utilité
Bibliothèque Centrale de l'UAC	Mémoires et ouvrages	Informations générales sur l'eau, les mécanismes de diffusion et les études sur les recherches en milieu universitaire
Rectorat	Ouvrages, Articles et publications	Informations sur les stratégies déjà disponibles sur le campus sur le positionnement des laboratoires de recherche de l'UAC dans le monde scientifique
Département de zoologie	Mémoires et thèses	Informations sur les activités du LRZH
LRZH	Ouvrages, mémoires et thèses	Informations générales sur les zones humides et informations générales sur le LRZH et ses activités

Source : Travaux de terrain, 2018

Cette recherche a permis de consulter les différents travaux effectués sur les mécanismes de diffusion et leur implication dans la création de richesse. Elle a été complétée par les enquêtes de terrain et des observations en milieu réel.

➤ **Travaux de terrain**

Les travaux de terrain, se sont déroulés en deux phases pour la réalisation de cette étude : la pré collecte et la collecte proprement dite.

Pré-collecte

La pré-collecte consiste à explorer les différents documents scientifiques issus des recherches ayant lieu sur le site du LRZH mais aussi à aller sur des sites de recherches internet pour explorer la visibilité de ce laboratoire et **de ses** activités sur les moteurs de recherche afin d'évaluer la croissance de ce dernier depuis sa création et son poids dans les différents centres de documentation et de recherche de l'UAC.

Collecte proprement dite

La collecte proprement dite a consisté à identifier les types d'activités et les différentes **de formations** disponibles au LRZH, la prise de contact avec le milieu, l'identification des différents mécanismes de communication et de diffusion pour une meilleure organisation dans leur disposition et la classification de chaque information par rapport aux types de mécanisme d'information à utiliser.

La Méthode Active de Recherche Participative MARP a permis d'avoir une meilleure connaissance du LRZH et des types de formations qui y sont donnés. Cette technique de collecte consiste à faire une observation directe des réalités que sont, une visite guidée sur le site en tenant compte des dispositions stratégiques des locaux et l'entretien avec les personnes et groupes ciblés. L'observation a permis d'avoir un point de vue global sur les revenus en matière de documents scientifiques que peut gagner l'Université voir même l'Etat dans la mise à disposition de ce genre de laboratoire, les différentes informations qui peuvent être diffusées par ce dernier et leurs importances pour l'amélioration des cadres et des conditions de vie des populations que représentent les différents centres de recherche.

Les entretiens ont permis d'avoir une idée générale sur les mesures stratégiques mises en place par l'équipe du laboratoire et quelques personnes ressources dans le but d'obtenir leurs perceptions sur cet état de chose.

✓ Echantillonnage

Pour les besoins de l'enquête, la population cible considérée est composée d'un ensemble de personnes ressources au niveau du LRZH, du corps enseignant pour recueillir leurs perceptions sur la thématique, les étudiants pour avoir un point de vue globale sur leur besoin et les autres personnels afin d'avoir un point de vue générale sur l'importance de la diffusion des résultats de recherche issus des laboratoires de recherche en milieu universitaire.

A cet effet, l'accent est mis particulièrement sur : le directeur du laboratoire compte tenu de sa place dans la hiérarchie, de son personnel compte tenu de leur aptitude à identifier ce qui va et ce qui peut être au besoin amélioré au sein de la structure, certains enseignants compte tenu de leur maîtrise du sujet, les étudiants compte tenu de leurs besoins et les populations qui sont considérées ici comme les groupes cibles visés.

L'échantillonnage a donc été constitué en fonction de la taille de chaque groupe-cible; il est réparti comme l'indique le tableau II.

Tableau II : structure de l'échantillon

Groupes cibles	Effectif enquêté
Directeur du LRZH	01
Enseignants	08
Doctorants	03
Etudiants	30
Total	42

Source : Travaux de recherche, Octobre 2018

Au total, 42 personnes ont été rencontrées dans le cadre de cette enquête.

Les données recueillies lors des enquêtes de terrain ont été traitées.

1.2.3- Méthodes de traitement des données

Plusieurs étapes ont été nécessaires pour aboutir à l'exploitation des données recueillies.

D'abord, il a été procédé au nettoyage des données qualitatives obtenues auprès des personnes interrogées, à la codification des fiches d'enquêtes valides puis à leur dépouillement en vue de constituer une base de données. Les informations ou perceptions recueillies ont été saisies dans le logiciel SPSS.21 et traitées avec le tableur Excel pour générer des graphes et tableaux. Aussi, les enregistrements des entretiens réalisés avec les différents acteurs **ont été écoutés** et les perceptions synthétisées.

Des extraits de ces différents enregistrements ont été traités avec les logiciels Word 2010 puis Excel 2010 pour la réalisation des graphiques, tableaux, histogrammes et figures afin de vérifier ou de conforter les perceptions issues des enquêtes.

Les indices pondérés ont été calculés par la formule: $[(rang1*4) + (rang2*3) + (rang3*2) + (rang4*1)]$. Le canal ayant l'indice le plus élevé représente le canal le plus important.

Ainsi, les données traitées ont permis d'obtenir des résultats qui ont été analysés.

1.2.4-Méthode d'analyse des résultats

Le modèle d'analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats/ Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) a été utilisé pour l'analyse intégrée des facteurs physiques, humains, internes et externes qui influencent les mécanismes de communication au sein des institutions. Il a permis de fournir des informations conformément à la matrice SWOT présentée par la figure 1.

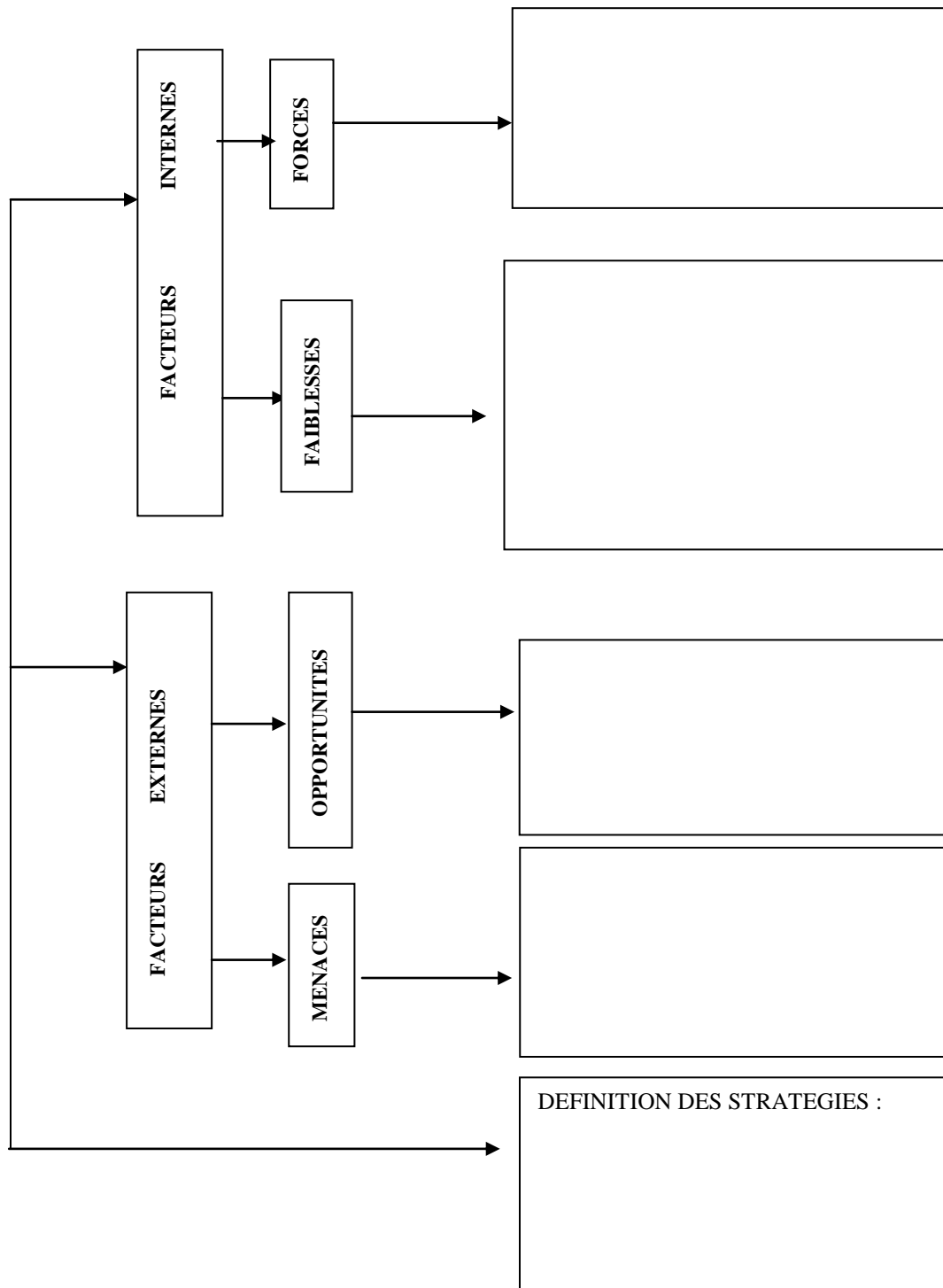


Figure 1: Matrice d'analyse SWOT

A partir des données obtenues et des acquis scientifiques relatifs au sujet de recherche, il a été choisi une méthodologie qui répond aux objectifs fixés. Ces

différentes méthodes choisies ont permis de comprendre les différentes stratégies de communication pour le développement du LRZH. Le chapitre II est consacré à la présentation du cadre d'étude.

CHAPITRE II : PRESENTATION DU MILIEU D'ETUDE

Ce chapitre présente le LRZH à travers son historique et ses objectifs

2.1- Historique du LRZH

Le Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides est un laboratoire créé en 1998 dans le Département de Zoologie et Génétique de la Faculté des Sciences et Techniques de l'Université d'Abomey-Calavi Bénin et mis à disposition de ce Département par son Fondateur, Monsieur Emile Didier FIOGBE, diplômé des Facultés Universitaires Notre Dame de la Paix (FUNDP) de Namur Belgique. Les expériences accumulées par ce Docteur Ingénieur en Hydrobiologie et Aquaculture, dans la Gestion des Pêches et de la Biodiversité à la Direction des Pêches au Bénin, à la Mer du Nord au Danemark et au Centre Océanographique de Tiaroye à Dakar au Sénégal, en Aquaculture Générale à « Kanagawa International Fisheries Training Centre » au Japon, en Enzymologie digestive du poisson à l'OHIO State University, School of Natural Resources USA, en Evaluation de la qualité de l'eau des Ecosystèmes Aquatiques, en Culture d'algues, de zooplancton et de larves de poisson et dans la Détermination des besoins nutritionnels chez les poissons aux FUNDP, Namur Belgique; l'ont guidé à mettre très tôt en place ce laboratoire qui au départ portait le nom d'Unité de Recherche sur les Zones Humides (URZH).

L'ambition du fondateur de ce laboratoire, avec la collaboration de l'Unité de Recherche en Biologie des Organismes des FUNDP qui l'a diplômé, a été de rallier toutes les compétences locales au tour d'un thème intégrateur « Etudes, Gestion et Exploitation des Zones Humides du Sud Bénin ».

Le Laboratoire de Recherches sur les Zones Humides est situé à l'Université d'Abomey-Calavi (UAC) sur la ferme de la FSA entre le Laboratoire d'Ecologie Appliquée et le centre de Valorisation des Déchets en Energie Renouvelable et l'Agriculture (VALDERA).

2.2- Objectifs du LRZH

L'Unité de Recherche sur les Zones Humides s'est fixée pour objectifs de faire un inventaire des organismes végétaux et animaux des Ecosystèmes Aquatiques (mer, lagunes, lacs, marécages, rivières, ruisseaux etc.) de son pays, de faire une évaluation de la qualité des eaux de surface et de faire la promotion de l'Aquaculture à travers la domestication des espèces locales à bonnes performances de croissance, la valorisation des installations traditionnelles de production de poissons et l'utilisation optimale des sous produits agricoles et industriels dans l'alimentation du poisson et ou du petit élevage.

2.3- Organisation du LRZH

2.3.1- Ordre hiérarchique

Le LRZH dispose de mémorants et de stagiaires qui travaillent sous la direction des doctorants, les doctorants travaillent en collaboration avec les assistants et les maîtres assistants eux, travaillent sous la supervision des professeurs de rang magistral.

Il est à noter au passage, que le laboratoire fonctionne sur un ordre hiérarchique. Ainsi, nous avons dans l'ordre, à partir du bas de l'échelle : le gardien, l'animalier, la technicienne du laboratoire, les doctorants, les assistants, les maîtres assistants, les maîtres conférences, et enfin les professeurs titulaires qui sont au sommet de l'échelle. La figure 2 présente l'organigramme du LRZH.

Organigramme de la hiérarchie au LRZH

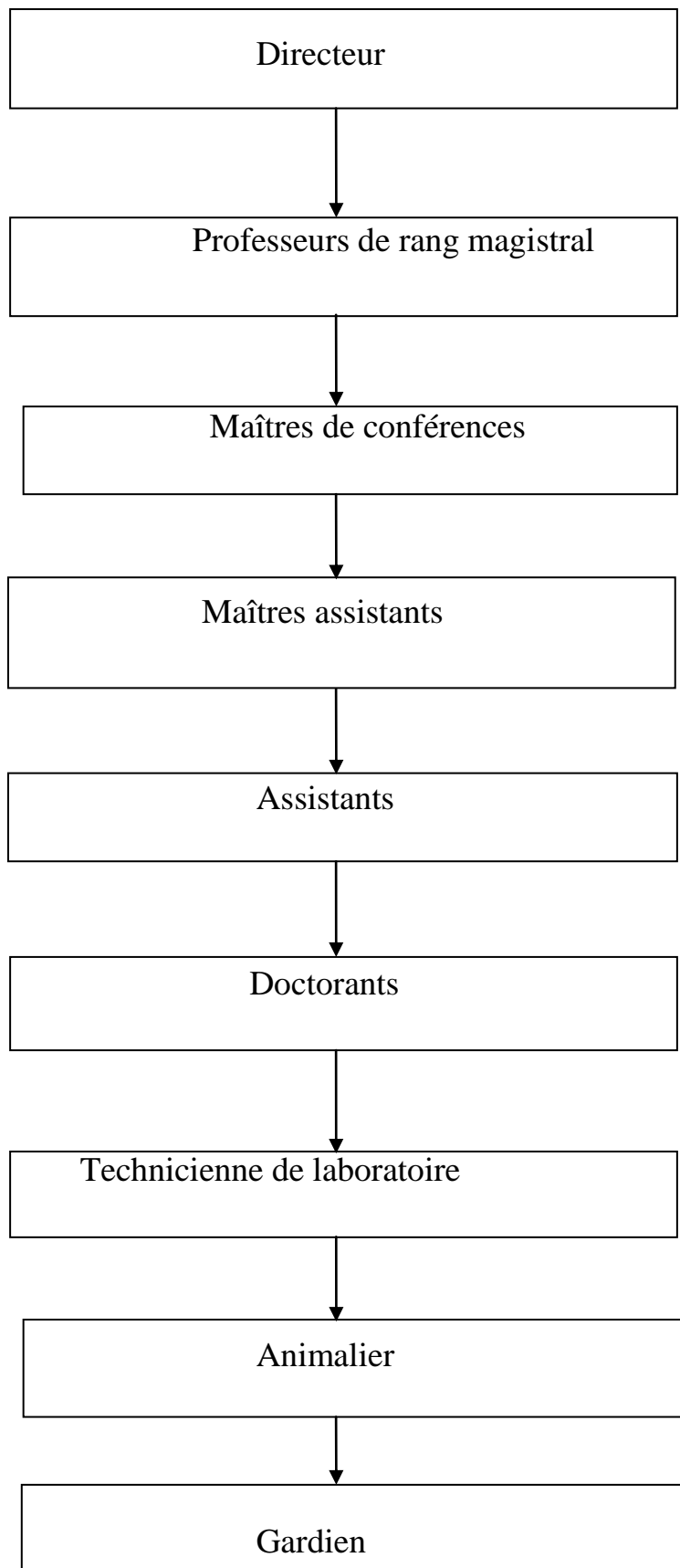


Figure 2: Schéma de l'ordre hiérarchique du LRZH

La communication au LRZH est donc de type descendant, du haut vers le bas.

2.3.2- Activités du LRZH

Au niveau du LRZH, on distingue deux (2) types d'activités : les activités d'enseignement et les activités de recherche.

Activités d'enseignement du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides

- Former à la Gestion des zones côtières,
- Former pour des Entreprises aquacoles, des Fermes Agro piscicoles,
- Former à la gestion Eco systémique et de la Biodiversité des Plans et Cours d'Eau,
- Former à la maîtrise du Système d'Evaluation de la Qualité de l'Eau (SEQ'EAU).

Notons que les laboratoires de l'Université d'Abomey-Calavi et de Parakou coordonnent des Formations de Licence, Master et Doctorat en Hydrobiologie Appliquée ou Aquaculture.

Activités de recherche du LRZH

- Qualité des Eaux des Ecosystèmes Aquatiques (Evaluation physicochimique et biologique);
- aquaculture et Agropisciculture;
- production des aliments sans farine de poisson;
- production d'aliments vivants pour larves et alevins;
- mise au point des techniques de luttés contre les plantes aquatiques invasives.

2.3.3- Ressources matérielles du LRZH

2.3.3.1- Infrastructures de Recherche et de production d'alevins

- Laboratoire d'Ecologie de l'eau;

- Laboratoire de nutrition de poissons et de crustacés;
- des écloseries pour la reproduction artificielle et l'élevage des larves de poisson;
- des forages équipés de pompe pour l'approvisionnement en eau des stations de recherche;
- bassins hors sol : (par exemples pour le LRZH, il y a 42 circulaires de 1 m³, 18 circulaires de 1.5 m³ et 36 bassins rectangulaires de 0.5 m³ pour la production de zooplancton et de vers de terre;
- des Etangs de 0.5 are à 10 ares;
- Une porcherie équipée de 12 loges de 2.5 m² , Quarante cages de 50 cm² pour l'élevage de lapins pour l'agropisciculture;

2.3.3.2 Autres infrastructures de production d'alevins chez les partenaires privés

- des bassins de différentes dimensions (1 à 50 m³) et de différentes natures (hors sol, bâches et en terre);
- des châteaux d'eau;
- de petites écloseries;
- des forages.
- Espèces domestiquées

En générale, on note deux espèces: le tilapia *Oreochromis niloticus* et le clarias *Clarias gariepinus*. Mais dans les centres de recherche, on a d'autres espèces en expérimentation telle que:

- **Poissons**

Heterobranchus longifilis;

Heterotis niloticus;

Parachanna obscura;

Schilbe intermedius.

- **Crevette**

Macrobrachium vollehovenii

2.4- Environnements et mission du LRZH

2.4.1- Environnement du LRZH

On distingue ici, le microenvironnement et le macro-environnement.

2.4.1.1- Le microenvironnement

Il regroupe tous les acteurs du marché tels que la clientèle, les partenaires, les concurrents, les fournisseurs... dont les décisions restent contrôlables et modifiables.

La clientèle

Il s'agit des consommateurs actuels et potentiels, précisément ici des étudiants qui s'intéressent aux différentes formations du LRZH.

Le concurrent

Le Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides n'est pas le seul laboratoire sur l'Université D'Abomey-Calavi. Dans le département de zoologie comme dans la Faculté des Sciences et Techniques il y a aussi des laboratoires de recherche. Il y en a également dans les autres facultés de l'université.

Notons que l'UAC elle-même concoure avec l'Université de Parakou qui est aussi une Université publique sans citer toutes les autres universités privées qui offrent les mêmes formations que le LRZH.

Les fournisseurs

Les fournisseurs sont les personnes physiques et morales qui procurent des ressources nécessaires à la distribution et à la promotion des offres du laboratoire. Il s'agit de l'UAC et des enseignants qui y dispensent les cours.

2.4.1.2- Le macro-environnement

Ce sont des facteurs incontournables auxquels les structures doivent s'adapter. Le laboratoire n'a aucune influence sur eux mais ils ont un impact sur son développement et son maintien sur le marché.

Environnement démographique

Il concerne les données relatives à la population (catégorie de personnes pouvant consommer les services du LRZH). La croissance démographique de la population béninoise est de 6,5 % d'accroissement selon le dernier recensement de l'Habit RGPH4. Cet accroissement a eu un impact remarquable sur la population du LRZH.

Environnement économique

L'éducation et la formation professionnelle sont des pans cruciaux de la vie active d'une jeunesse indépendante et consciencieuse. Pour suivre les formations au LRZH, les aspirants prévoient un budget potentiel pour le coût de formation. Ces frais de formation contribuent directement ou indirectement au développement de l'UAC d'une part et du LRZH d'autre part.

Environnement technologique

Les innovations technologiques constituent une opportunité pour les entreprises. L'ère des Nouvelles Technologies d'Information et de Communication (NTIC) est une aubaine qui permet aux entreprises d'être à la pointe de la technologie et d'utiliser les nouveaux procédés pour mieux satisfaire la clientèle.

Environnement institutionnel

L'environnement institutionnel regroupe les institutions publiques, les lois et règlements qui régissent le marché de l'éducation et du développement des

activités du milieu agricole et rural. Ces marchés sont régis par le Ministère de l'Enseignement Supérieur.

Les partenaires

Ce sont les personnes morales ou physiques qui sont ou ont été en relation avec le LRZH pour développer des projets de développement avec ce dernier. Il peut donc s'agir de partenaires financiers comme de partenaires techniques.

2.4.2- Mission du LRZH

Avec les catastrophes climatiques récurrentes de ces dernières années, préserver et restaurer les espaces sensibles tels que les zones humides est devenu une priorité. En outre, plusieurs pays se sont dotés ou sont en train de se doter d'instruments nationaux comme des politiques ou des stratégies pour remédier aux problèmes de conservation et d'utilisation durable.

Le cheval de bataille des parlementaires pour la protection de l'environnement qui célèbrent la Journée mondiale des zones humides, chaque année reste : informer, sensibiliser et éveiller les consciences sur la nécessité de préserver ces écosystèmes fragiles que constituent les zones humides.

Les activités du LRZH sont péjoratives avec le réchauffement climatique et le changement à temps et à contre temps de la saison sèche et de la saison pluvieuse ; une recharge des nappes phréatiques s'avère indispensable. Le drainage des eaux polluées par les engrais, les pesticides, les herbicides car les épandages des produits chimiques contre les ravageurs ont un impact négatif certain sur l'environnement. Il est donc cruciale qu'une ou des structure(s) spécialisée(s) œuvre(nt) pour régulariser cet état de chose.

Le Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides quand à lui, traite d'un certain nombre de problématiques tant scientifiques que sociales.

On note entre autres, la gestion efficiente de déjections animales en agriculture pour la restauration des sols tropicaux et pour les systèmes de culture (Bokossa, 2016).

Production intensive d'alevins de *Clarias gariepinus* et de *Heterobranchus longifilis* avec des aliments vivants produits exclusivement par fertilisation organique à base de crottes de lapin (Adandé, 2017).

La pêche, l'élevage industriel de poulet et la rizerie rejettent leurs déchets dans la nature, créant une pollution environnamentale nuisible aux populations.

Pour remédier à cela, la valorisation de ces déchets en alimentation animale est souhaitée. « Mise au point d'aliment de Tilapia (*Oreochromis niloticus*) sans farine de poisson à base des produits locaux (d'origine animale et végétale) » (Godomé, 2014). L'utilisation des viscères de poulets et de poissons qui au lieu d'être rejetés dans l'environnement pourront être des alternatifs à exploiter pour remplacer la farine de poisson industriel (Hèdji, 2014) dans un travail de thèse dont la majorité des recherches a eu lieu au LRZH.

Le manque de promotion au Bénin de la pisciculture des espèces autochtones afin de réduire l'importation de poissons congelés et de diminuer la pression de pêche qui constitue une menace pour la survie de plusieurs espèces de poisson (Vodonou, 2017), (Tossavi, 2017).

Dans le but d'élaborer les bases d'une nouvelle vague de technologies agricoles capables de s'adapter au changement climatique et d'assurer un haut niveau de rendement biologique tout en ayant une haute qualité environnementale, on note également certains sujets assez pertinents qui ont déjà fait objet de recherche au LRZH:

«La diversité planctonique et qualité des eaux de la rivière de Djonou à son embouchure avec le lac Nokoué» (Kpodo, 2017);

«Potentialités nutritives et performances des eaux usées d'une brasserie dans la production de plancton pour la pisciculture» (Goussanou, 2017);

«Optimisation de la production plurispécifique du zooplancton à partir de la dose optimale de déjections de porcs: milieu renouvelé partiellement» (Adandé, 2013), sont autant de sujets traités au Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides. Le LRZH a donc pour mission essentielle, de produire des

technologies pour le monde rural en harmonie avec la préservation des ressources naturelles et de contribuer ainsi à l'avancement de la science. Le chapitre III présente les résultats obtenus et les suggestions.

CHAPITRE III: RESULTATS ET SUGGESTIONS

Ce chapitre présente les différents résultats obtenus ainsi que solutions préconisées pour améliorer les mécanismes de diffusion des résultats du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides.

3.1- Stratégies de communication du LRZH

Dans cette partie, il est question de mettre en exergue les mécanismes et ou canaux employés par le Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides pour faire sortir les différents résultats issus des diverses expériences qui ont eu lieu dans les locaux ou sur le site dudit laboratoire pour aller prendre corps en milieux réels. Les stratégies utilisées par les institutions en vue de communiquer sont diversifiées et varient d'une structure à une autre. Le LRZH en tant que structure d'enseignement de recherche n'échappe pas à cette règle. Ainsi, les différents canaux et moyens utilisés au sein de cette structure pour communiquer avec le public et pour se rendre visible, feront l'objet d'analyse dans cette section.

3.1.1 Relations médias

Les relations du LRZH avec les médias sont de divers ordres. En effet, que ce soit dans le cadre de la communication, de la sensibilisation ou de la diffusion des activités ou résultats de recherches du laboratoire, le directeur et son personnel traitent aussi bien avec les acteurs de la presse écrite que ceux de la presse audiovisuelle.

➤ Les mass médias

Les principaux moyens de communication de masse sont la presse, l'affiche, le cinéma, la radiodiffusion et la télévision.

Les mass media peuvent être définis comme « l'ensemble des moyens capables de transmettre des messages visuels ou auditifs » (Gbaguidi, 2008). Au LRZH,

les canaux utilisés pour la diffusion des acquis de recherche sont entre autres: la télévision, la radio et la presse écrite. Dans l'ensemble, quatre enquêtés sur dix, ont affirmé que le LRZH dispose des plages de discussions sur des émissions télévisées et radiodiffusées. Par contre, certains enquêtés, notamment les chercheurs et les agents techniques, estiment que le LRZH ne dispose pas d'une programmation de temps de discussions régulières. Toutefois, le LRZH est parfois invité pour apporter des informations sur le plan agricole, piscicole, halieutique ou des explications sur un fait d'actualité dans le domaine de l'élevage, de l'agriculture et de l'agropisciculture.

➤ **Les revues scientifiques**

Les scientifiques utilisent plusieurs canaux pour partager les résultats avec leurs pairs ou avec un public averti. Les publications sont soumises à l'épreuve de la validation scientifique, avec des comités de lecture, et à la stricte observance de la méthode scientifique. Ainsi, l'une des manières pour les chercheurs du LRZH de valoriser leurs travaux de recherche, est la publication de leurs travaux dans les revues scientifiques nationales et internationales. A cet effet, on peut citer, « Les Annales des sciences agronomiques » et « International Journal of Fisheries and Aquatic Studies », qui sont les revues citées par presque tous les chercheurs enquêtés.

En effet, en 2016, le LRZH a publié dans la périodique « International Journal of Fisheries and Aquatic Studies », une revue internationale ainsi que dans « International Journal of Advanced Research » (IJAR) et « International Journal of Innovation and Applied Studies »

Mais un peu avant, c'est-à-dire en 2014, c'est dans les revues telles que « Science Publishing Group » (Science PC), « Journal of Applied Biosciences et Science Research » que le laboratoire a eu à publier dans le cadre de la publication des articles de thèse.

En 2015, c'était dans « Sjournals », un journal scientifique des avancées vétérinaires, « International Journal of Biological and Chemical Science et

International Journal of Multidisciplinary and Current Research » et « International Journal of Agronomy and Agricultural Research » (IJAAR) que le laboratoire a publié.

Ces revues scientifiques précitées abordent dans l'ensemble, les sciences agronomiques et les disciplines apparentées ainsi que les disciplines du développement rural et on peut donc estimer que le LRZH sait bien faire le tri dans le cadre de la vulgarisation de ses résultats de recherche. Notons que, ces publications scientifiques pour la plupart sont assurées par un comité de rédaction et un comité de publication appuyés par un conseil scientifique qui réceptionne les articles et décide de l'opportunité de leur parution. Toutefois, il est à préciser que tous les numéros de ces revues scientifiques sont mis en ligne sur des sites web. Aussi, faut-il noter que des contributions financières y sont associées selon le service demandé. C'est ce qu'affirme la quasi-totalité des enquêtés.

On comprend alors que les résultats de recherche du LRZH sont majoritairement valorisés. Toutefois, il se pose la question de savoir pourquoi avec toutes ces publications, le LRZH est peu connu du public?

➤ **Le bulletin périodique d'informations**

Le bulletin d'informations est une publication qui donne une vue d'ensemble des activités et des perspectives d'une institution. Il présente également les initiatives des membres qui contribuent à l'atteinte des objectifs de ladite institution.

A la question de savoir si le LRZH dispose d'un bulletin d'informations, les réponses des enquêtés sont mitigées.

Ainsi, dans leur ensemble, 56 % des agents enquêtés ont répondu par l'affirmatif. Seulement que lors des enquêtes, l'accès à ce bulletin n'a pas été possible. Car ce n'est pas d'un bulletin en tant que tel dont il s'agit ici mais plutôt, d'un prospectus communément appelé prospectus ou fiche d'information. Cette fiche d'information apparaît chaque année en édition rééditée pour

renseigner les étudiants sur les différentes offres d'enseignement, les options disponibles la durée de formation suivant le niveau d'apprentissage, les dossiers à fournir et les coûts de formation.

➤ **Le site web**

Le site Web est l'un des moyens les plus utilisés par les entreprises et institutions pour se faire valoriser et donner ainsi de la valeur à leurs activités sur le marché de la concurrence.

L'ensemble de pages Web du LRZH hyper-liées entre elles et accessibles à une adresse Web (Google, consultée le, 02 octobre 2018). Dans l'ensemble, la plupart des enquêtés ont déclaré l'existence de sites Web sur lesquels on peut découvrir les offres du LRZH. Il s'en suit alors qu'en raison d'une mauvaise diffusion des informations, certains agents ignorent l'existence de site Web au LRZH. Par ailleurs, l'année de création de ces sites est méconnue par la quasi-totalité des enquêtés qui en ont confirmé l'existence.

Toutefois, il est à préciser que ce fonctionnement est très limité. En effet, les informations diffusées sur ce site concernent exclusivement la présentation du LRZH et quelques une de ses activités. Les informations afférentes au volet scientifique et technique du LRZH sont encore mises en veille et différées.

Le point de vue des enquêtés par rapport à la présence de l'Internet dans les structures du LRZH est encore mitigé. Si tous les agents s'accordent sur l'existence de l'Internet, les avis divergent par contre pour le cas des étudiants. Le faible débit de la connexion et le manque de moyens financiers sont les principales raisons avancées pour justifier l'absence d'Internet dans ces structures de recherche. Aussi, certains affirment-ils que cela ne fait pas partie des priorités des responsables de l'UAC qui alimentent le laboratoire. Ainsi, le fonctionnement de l'Internet apparaît très défaillant dans l'ensemble. Ce qui oblige les agents à utiliser les clés de connexion Internet privées. Cependant, malgré la sécurisation de l'Internet au niveau de la direction générale et au niveau des structures déconcentrées qui en disposent, son accessibilité ne pose

pas trop de problème aux usagers. Il ressort de ces résultats que l'Internet, même s'il n'est pas toujours fonctionnel, est tout de même accessible à tous les usagers du laboratoire.

3.1.2- Communication interne au LRZH

Au nombre des moyens de communication utilisés au sein du laboratoire, on a : le centre de documentation, le téléphone, le tableau d'affichage et la communication informelle d'information.

➤ Centre de documentation

Un centre de documentation est un service qui est chargé de collecter, d'organiser, de traiter et de mettre à la disposition des usagers les documents fondamentaux qui apportent une réponse à leur demande d'information. De ce fait, il apparaît comme un dispositif très important au sein d'une entreprise ou d'une structure.

A la question de savoir s'il existe un centre de documentation au niveau du LRZH, 88 % des enquêtés ont confirmés l'existence de centre de documentation. Cette existence n'est confirmée que par 61% des étudiants dans cette part de 88 %. On se demande comment cela peut-il être s'expliquer que les étudiants, première cible du laboratoire de recherche quel que soit leur statut, méconnaissent l'existence d'un tel dispositif d'informations.

Les raisons évoquées pour la non existence de centre de documentationsont multiples. On note en général, la mauvaise gestion de l'information, le manque de local et la mauvaise gestion des documents. Mais la raison principale de cette mauvaise circulation de l'information est dû en grande au fait que c'est dans le bureau du directeur que se font les consultations de la documentation. Le centre de documentation n'est donc rien d'autre que le directeur de laboratoire.

Par ailleurs, un certain nombre des enquêtés, étudiants comme enseignants expliquent le processus d'accès aux documents en trois phases à savoir,

- faire la demande du document par écrit et remettre au directeur,

- émarger dans le « cahier de sortie et d'entrée » des documents pour emmener le document demandé,
- émarger à nouveau au moment où le document est ramené.

➤ **Téléphone**

Le téléphone, l'un des moyens de communication les plus anciens, est utilisé aujourd'hui dans toutes les entreprises et institutions. Dans l'ensemble, 92 % des agents enquêtés respectivement ont confirmé l'existence de téléphone à la direction du LRZH. La réponse de négativité des 8 % après entretien avec son directeur se traduit par le fait que depuis environ 1 an, la ligne téléphonique a été coupée et pour cause facture impayée.

➤ **Existence de tableaux d'affichage**

Le tableau d'affichage est le moyen de communication privilégié entre l'administration et les apprenants. Sur ces tableaux, on y retrouve : les résultats des étudiants et les emplois de temps des cours et des évaluations, les activités estudiantines comme les sorties pédagogiques par exemple.

➤ **Réseau informel d'informations**

Les Réseaux informels d'informations sont constitués des réseaux d'agents spontanément établis pour le partage des informations ou d'expériences.

Au LRZH, l'existence des réseaux informels d'information est reconnue dans l'ensemble par la majorité du personnel et des apprenants comme le moyen de communication le plus pratique et le fréquemment utilisé.

« Les réseaux informels sont inhérents à toute institution. Ce sont des réseaux qui se créent par affinité, par appartenance à de mêmes réseaux sociaux, par des liens de parenté, etc. Donc, si quelqu'un a l'information, il préfère la diffuser à son ami, à son réseau tout simplement au lieu de la partager avec tout le monde. Même si le réseau formel est très bien organisé, les réseaux informels s'imposent toujours », a affirmé un doctorant.

Les principales raisons fondant l'existence de ce moyen de communication sont la forte défaillance du réseau formel, la mauvaise gestion des ressources

humaines et la marginalisation de certaines couches par des supérieurs. En témoigne l'assertion de quelques enquêtés qui s'exclament : « *Le processus de transmission de l'information au LRZH par le circuit formel est long ; donc, les étudiants se voient obligés de communiquer entre eux par téléphone ou par Internet dans les groupes de réseaux sociaux. De plus, c'est la mauvaise circulation de l'information et la mauvaise gestion des relations* ».

A travers toutes ces déclarations, l'on s'aperçoit que la transmission des informations de « bouche-à-oreille », loin d'être un fait social, se sont érigés en maître au LRZH et ont pris le dessus sur le réseau formel. Ainsi, si malgré le fait que les responsables en sont conscients, aucune action n'est menée pour régulariser la situation, il faudra donc penser dynamiser le circuit formel de transmission de l'information aux fins de permettre à chaque agent, quel que soit son statut d'être informé suffisamment et à temps.

A tous ces moyens de communication s'ajoutent les correspondances administratives et les réunions.

3.1.3- Relations externes du LRZH

La recherche étant donc au service du développement durable, le LRZH s'efforce de nouer des relations et des collaborations aussi bien scientifiques que stratégiques.

Le LRZH est un laboratoire de recherche sous la direction du Département de Zoologie qui est couronné par la FAST. Les autres laboratoires sous la direction de ce département tels que le Laboratoire de Parasitologie et le Laboratoire d'Entomologie ainsi que ceux de la FAST (laboratoire de biologie cellulaire, Laboratoire de biochimie, Laboratoire de Parasitologie des Poissons, Laboratoire de Génétique..) constituent donc les partenaires immédiats du LRZH.

Mis à part le Département de Zoologie et la FAST, nous avons entre autres, le département de géographie (Laboratoire de Cartographie, l'Ecole Doctorale

Pluridisciplinaire qui sont les partenaires du laboratoire de l'ex-FLASH (Faculté des Arts et Sciences Humaines) notons qu'il y a beaucoup de laboratoires de recherche et de centres de recherche du domaine de l'agriculture, de la zoologie, de la pisciculture et de l'azoliculture entre autres, l'Ecole Polytechnique d'Abomey-Calavi de la FAST, Laboratoire de l'Hydrobiologie et de l'Aquaculture, Laboratoire de Biologie Appliquée.

En dehors de l'UAC, il y a entre autres, la Direction de la Production Halieutique, Institut National de la Recherche Agronomique du Bénin (INRAB), Centre de Recherche Océanographique et Halieutique du Bénin (CROHB), CERPA Atlantique et CERPA Ouémé notamment. Dans le cadre d'un projet initié par le PGIPAP: Projet Gestion des Plantes Aquatiques Proliférantes, le LRZH a travaillé en collaboration avec en collaboration avec le Laboratoire de Biogéographie et d'Expertise Environnementale, l'ex Direction des Pêches, l'université de Namur en Belgique et l'université d'Abomey-Calavi au Bénin sur financement de la BAD et en est ressorti l'article, Les moyens de lutte contre la jacinthe d'eau dans les plans et cours d'eau de la basse vallée de l'Ouémé au Bénin (Fiogbé *et al.*, 2010).

Dans la sous-région, nous avons entre autres, l'Université Lagone au Ghana, les Universités nationales de la Côte d'Ivoire (Université Félix-Houphouët-Boigny d'Abidjan, l'Université Alassane Ouattara de Bouaké), l'Université des Sciences de Technologie du Togo (UST-TG), au Sénégal, nous avons le Centre de Recherche Océanographique de Dakar.

A l'international, nous avons au Japon, l'Université de Kagoshima, l'Université de Tokyo par le biais des Laboratory de Fish Nutrition, Kanagawa International Fisheries Training Center (KIFTC), Japan International Cooperation Agency (JICA) avec laquelle collabore ledit laboratoire. En Belgique, nous avons l'Université Catholique de Louvain, l'Université de Liège, le Campus d'Arlon, l'Université de Namur. En France, on a l'Université

de Metz. Aux Etats Unis d'Amérique, l'OHIO University en Colombie par le biais de School Naturaly Resource ; Texas A&M University au Texas.

3.2- Etat de la communication du LRZH

Deux niveaux permettent d'analyser l'état de la communication au LRZH. Il s'agit de la communication externe et celle interne.

3.2.1- Facteurs internes de la communication au LRZH

3.2.1- Analyse du mécanise de communication

Le tableau III présente les principaux canaux (Le canal est utilisé ici comme une stratégie de communication puisque visant à transmettre un message à une cible bien déterminée) utilisés dans la stratégie de communication pour la diffusion des informations au sein du LRZH.

Tableau III : Principaux canaux utilisés au LRZH

Canaux de diffusion des informations Canaux	Chercheurs		Agents administratifs		Agents techniques		Ensemble	
	Indice de rang (1)	Ordre	Indice de rang (2)	Ordre	Indice de rang (3)	Ordre	Indice de rang (4)	Ordre
Communication informelle d'information	19,25	1	8,87	1	6,95	1	39,87	1
Internet	9,62	2	3,62	4	3,37	3	16,31	2
Téléphone	5	5	3,37	2	5,75	2	13,37	3
Tableau d'affichage	9,12	3	2,87	5	1,37	4	12,87	4
Correspondance administrative	5,87	4	3,75	3	1,25	5	10,5	5
Web	2,87	6	2,62	6	0,62	6	6,12	6

Source: Travaux de terrain, décembre 2018

Il ressort de la lecture de ce tableau III que le web, la correspondance administrative, le téléphone, l'internet et la communication informelle d'information constituent dans l'ensemble par ordre croissant les principaux canaux de diffusion des informations. Si toutes les catégories d'enquêtés sont unanimes sur l'importance accordée à la communication informelle dans la stratégie de communication du LRZH, les avis sont partagés quant au positionnement des autres canaux. En effet, pour les chercheurs du laboratoire, la correspondance administrative, l'Internet, le tableau d'affichage et le téléphone viennent par la suite. Par contre, le téléphone apparaît prioritaire devant les autres canaux selon le personnel. Par ailleurs, le rang attribué au tableau d'affichage est corrélé avec celui de la correspondance administrative.

En d'autres termes, la plupart des affiches sont avant tout des correspondances administratives. Mais, il faut déplorer que ce canal ne soit fonctionnel qu'à un certain niveau donné. Le classement du téléphone, au 3ème rang dans l'ensemble ne traduit pas la réalité vécue au LRZH. En effet, le téléphone utilisé comme moyen de communication au LRZH, relève beaucoup plus de la propriété privée des agents même si cela participe de la stratégie communicationnelle. Il en est de même de l'utilisation faite de l'Internet dans le dispositif communicationnel du LRZH.

3.2.2- Etat de la communication interne

3.2.2.1- Appréciation de la qualité d'accueil

La bonne communication entre le laboratoire et la population dépend en premier lieu de l'accueil que réserve le laboratoire à ses usagers. La figure 3 présente l'appréciation des étudiants de la qualité d'accueil.

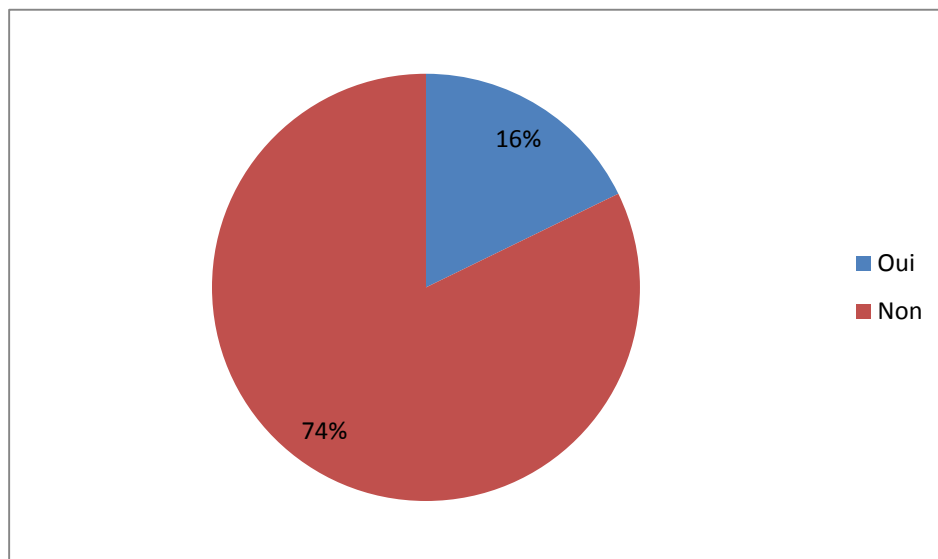


Figure 3 : Connaissance des séances d'entretien

Source : Travaux de terrain, Décembre 2018

Bien que les autorités du LRZH affirment qu'ils organisent des séances d'entretien sur leur organisation, près du trois quart de la population interviewée soit 74 % disent ne pas être au courant de l'existence d'une telle séance.

Seulement 16 % reconnaissent avoir participé régulièrement à des séances d'entretien.

Les séances d'entretien renforcent la confiance entre le personnel, les étudiants et le directeur. Au nom de la réédition des comptes, on ne doit en aucun cas négliger ce côté. C'est à ce niveau qu'intervient le rôle incontournable de la communication. Cette manière de communiquer avec le public renforce non seulement l'image de la structure mais aussi celle de l'équipe administrative du laboratoire. La prise en compte des doléances faites par les populations permettrait de renforcer la confiance entre les étudiants et le personnel.

3.2.2.2- Prise en compte des doléances des étudiants

Les étudiants émettent parfois des doléances à l'endroit aux autorités soit par la voie de la boîte à suggestion ou par la voie des responsables de classe.

La figure 4 présente les taux d'appréciation de la prise en compte des doléances des étudiants.

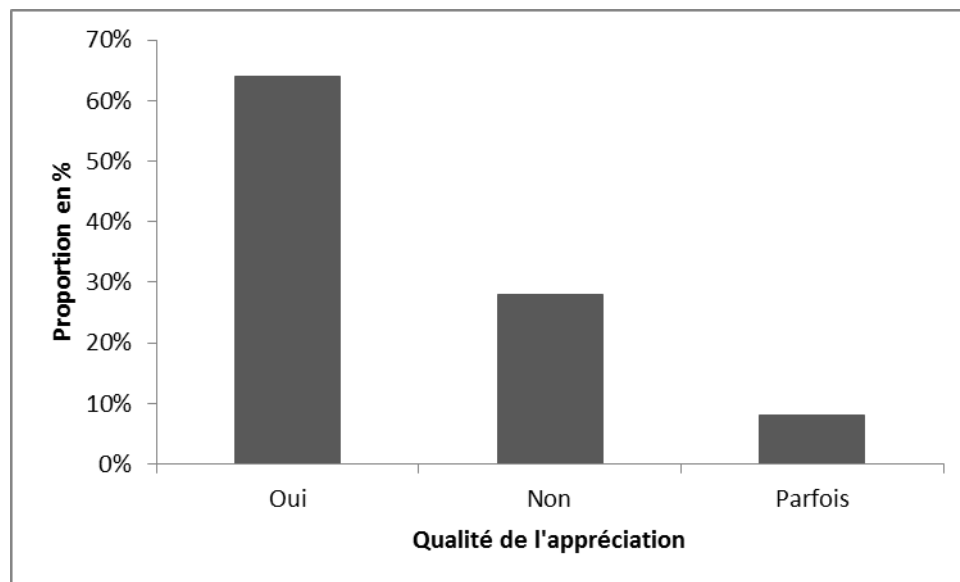


Figure 4: Appréciation de la prise en compte des doléances par les autorités

Source : Tavaux de terrain, Novembre 2018

Il ressort de l'analyse de la figure 4 que 64 % des étudiants ont estimé que le laboratoire tient compte de leurs préoccupations et 28 % ont estimé que les autorités font la sourde oreille contre 8 % qui ont reconnu que le laboratoire répond des fois à leurs préoccupations.

La communication peut amener à convaincre les demandeurs sans lui donner satisfaction. Pour ce faire, le laboratoire doit échanger avec les étudiants qui constituent pour lui le plus grand public.

3.2.2.3- Appréciation de la qualité de l'accueil

La bonne communication entre le laboratoire et la population dépend en premier lieu de l'accueil que réservé aux usagers. En effet, un usager mal accueilli peut constituer un oiseau de mauvais augure dans le rang des publics.

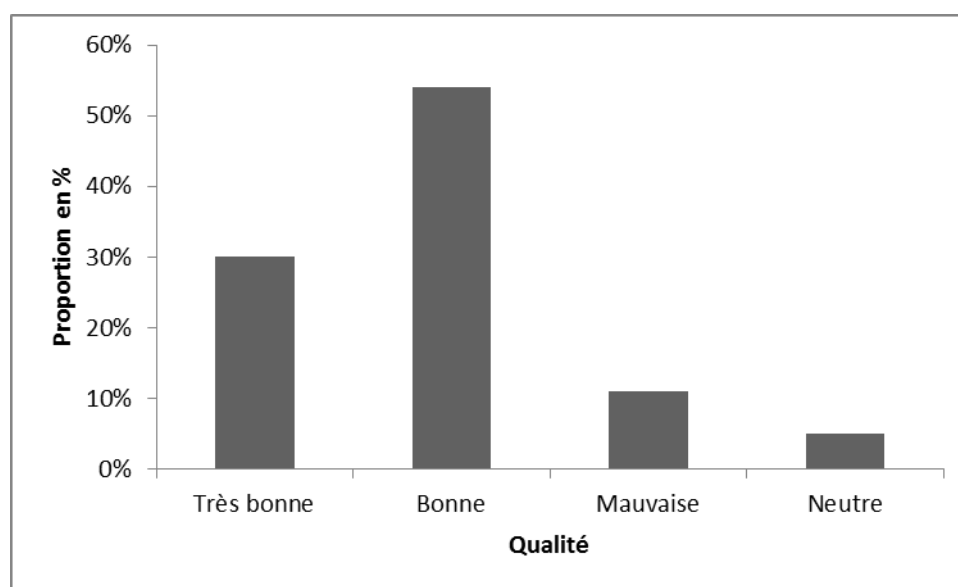


Figure 5: Qualité de l'accueil au LRZH

Source : Travaux de terrain, Décembre 2018

De l'analyse de la figure 5, on retient que 54 % du public jugent bonne la qualité de l'accueil, alors que 30 % estiment très bon l'accueil au LRZH. Par contre, 11 % de la population affirment que l'accueil est mauvais et 5 % des populations rencontrées sont restées neutres.

3.2.2.4- Appréciation de la qualité du travail interpersonnel

La figure 6 présente l'appréciation faite de la qualité du personnel du LRZH.

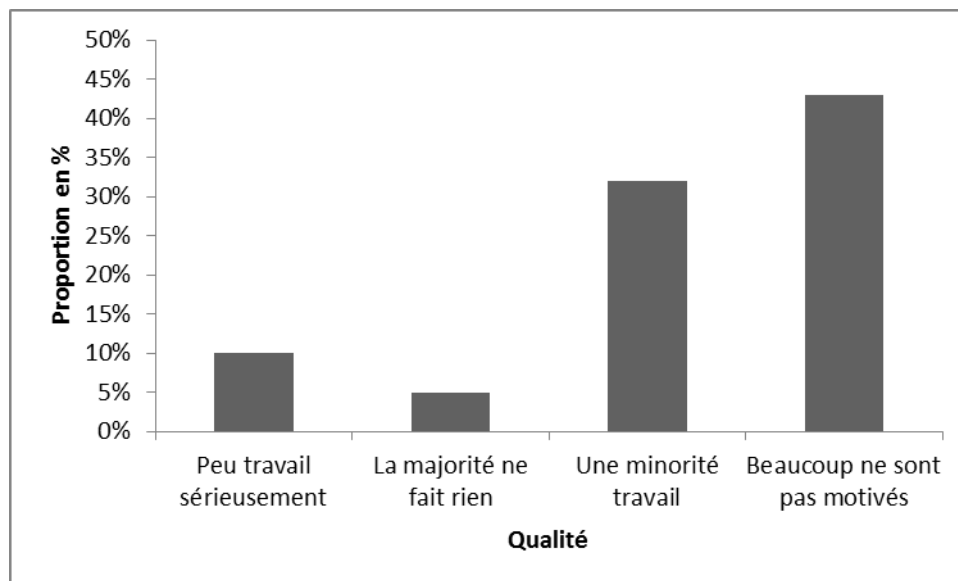


Figure 6: Appréciation de la qualité du personnel

Source : Travaux de terrain, Décembre 2018

A la lecture de cette figure, on peut dire qu'il y a des agents qui travaillent sérieusement pour la bonne marche des activités du laboratoire ; par contre certains ne sont pas du tout motivés.

En effet, les chercheurs et les stagiaires doivent être considérés de façon prioritaire dans les démarches de communication. Ce public interne présente certaines particularités. Tout d'abord, les chercheurs sont plus faciles à joindre que les autres publics. Par la suite, les chercheurs ont un grand intérêt pour l'organisation du laboratoire étant donné que leurs diplômes et leurs avenir dépendent de celui-ci. C'est pourquoi ceux-ci sont généralement plus réceptifs à l'information diffusée par ce dernier. Le directeur doit donc prévoir l'impact à l'interne dans le plan de communication lors de la diffusion d'une information aux publics externes. Le succès d'une structure dépend, en grande partie, du dialogue établi entre celle-ci et les employés.

Il est à souligner que a bonne relation interpersonnelle favorise la confiance entre agents.

3.2.2.5 - Rapport entre les employés et la hiérarchie

La figure 7 présente l'appréciation faite de la collaboration entre la hiérarchie et les employés du LRZH.

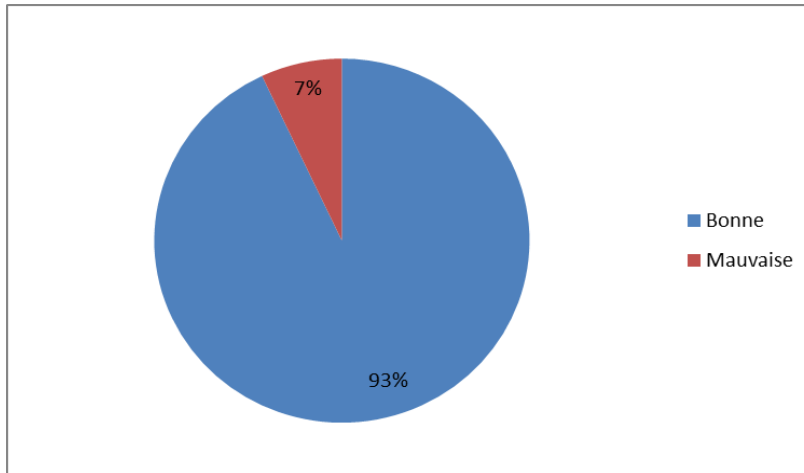


Figure 7: Schématisation du rapport au LRZH

Source : Travaux de terrain, Octobre 2018

Il ressort de l'analyse de la figure 7 que, 93 % des enquêtés du laboratoire ont estimé que le directeur accorde à chaque agent le respect qui est dû à son rang contre 7 % qui ont déploré la qualité de la mauvaise relation entre eux et la hiérarchie.

Malgré leur effectif réduit, les propos des 7 % ont un impact considérable sur l'état de la communication du LRZH.

3.2.2.7- Prise en compte des préoccupations du personnel

Les agents d'une structure sont les mieux placés pour dire ce qui va et ce qui reste à améliorer dans la structure. Ainsi, la prise en compte ou non de leurs préoccupations est déterminant pour le développement du laboratoire. La figure 8 présente l'appréciation de la prise en compte des doléances du personnel.

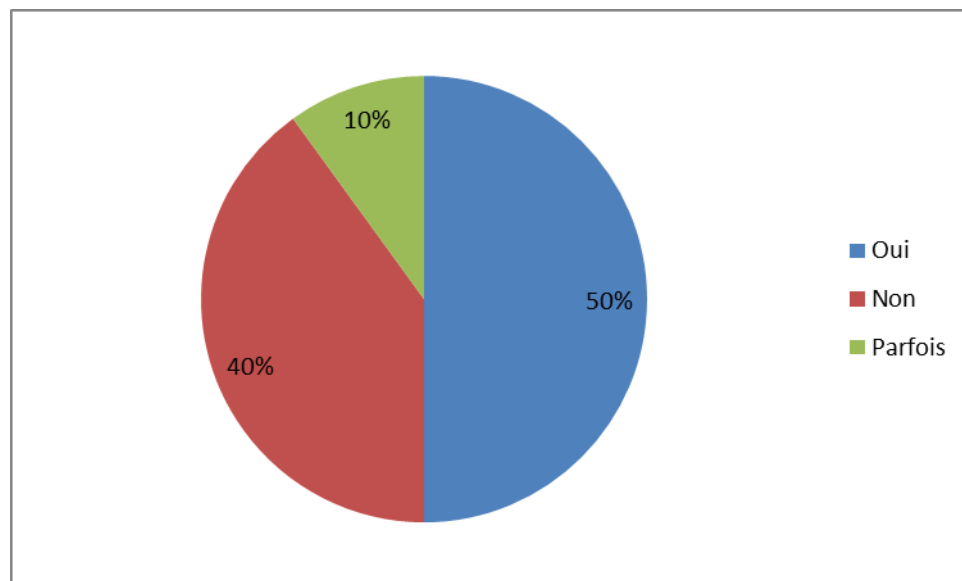


Figure 8: Appréciation de la pris en compte des préoccupations au LRZH

Source : Tavaux de terrain, Décembre 2018

Pour la bonne marche des activités du LRZH, le directeur a le devoir d'écouter ses administrés, les étudiants et les enseignants afin que ses derniers se sentant proches de lui, le tiennent informer à temps et en tout temps des disfonctionnements. C'est ainsi qu'il pourra intercepter les problèmes et les appréhender.

3.2.3- Facteurs externes de la communication au LRZH

Les différentes expériences de capitalisation des programmes de développement local faites par le LRZH sont basées sur la vulgarisation en milieu réel qui définit les rapports du laboratoire de recherche avec la population visée par les résultats de ses recherches.

Il est à noter que le processus de développement de l'activité de communication est composé de quatre étapes indispensables à observer pour pouvoir faire le point sur l'activité qui a été menée (planification de la phase opérationnelle de la stratégie, mise en œuvre de la stratégie, suivi et évaluation de la stratégie). L'analyse de la démarche adoptée par le LRZH dans le cadre du processus de

communication pour effectuer les travaux des projets gagnés dans le but de réaliser des rapports scientifiques est comparable à celle énumérée par Cohen (1992). Sylvie Cohen, dans « Développement Information, Education and Communication Stragies for Populations programmes » schématise le processus de développement et de mise en œuvre d'une stratégie de communication, ce qui se traduit par la figure 9.

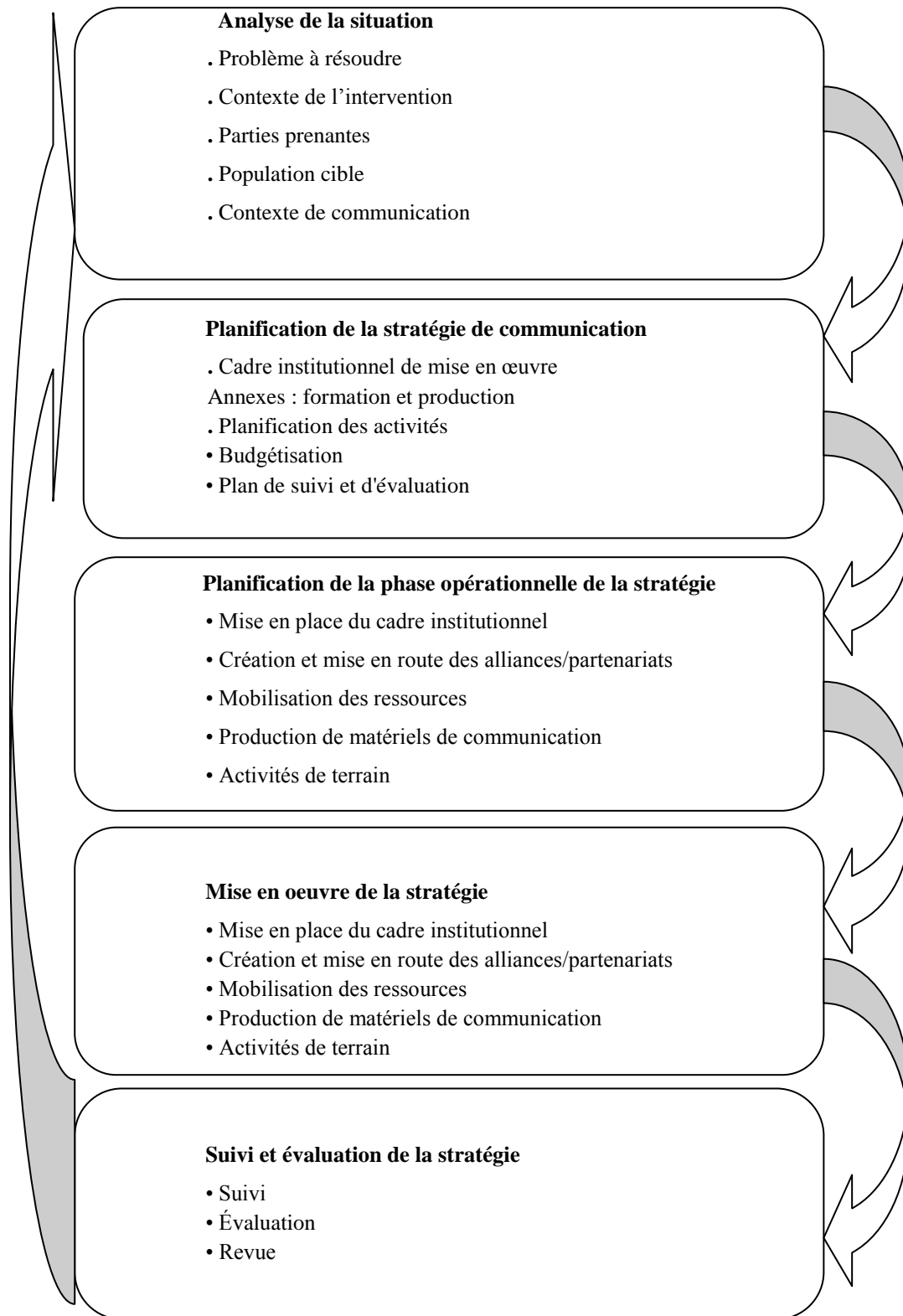


Figure 9: Représentation d'un processus d'élaboration et de mise en oeuvre de la stratégie de communication externe selon Cohen.

Il est à noter que le processus adopté par le LRZH exempte les phases « suivi et évaluation » car une fois le projet arrivé à terme, les scientifiques retournent à leur laboratoire et le pêcheur est livré à lui-même ; rare sont les projets gagnés par le LRZH qui offrent des moyens à long terme au laboratoire afin de rendre effective les phases de suivi et d'évaluation des activités effectuées.

3.3- Stratégies pour une meilleure vulgarisation des résultats du LRZH

3.3.1. Les mass medias

Le scientifique cherche et pose des questions, la solution pour lui c' est de trouver d' autres questions toujours pointues. Le journaliste cherche des réponses du concret, des explications simples des réponses sans trop d' exceptions. Le scientifique vit dans le doute et dans le conditionnel ce que le journaliste comprend mal. Le scientifique voit trop volontiers le journaliste comme le porte-voix qui devait clamer haut et fort les hauts faits de la science au moment où il le demande et dans les conditions qu'il a choisit.

Le scientifique veut une « communication », le journaliste à l' opposé du scientifique veut pouvoir faire de « l' information ». Alors que le journaliste analyse la science, la remet en question, discute les enjeux qui ne sont pas toujours nobles, le scientifique se sent défenseur d' une image de la science un peu malmenée et de plus en plus menacée par des coupures de crédits de recherche. Les caractéristiques même des médias n' aident pas ce dialogue déjà difficile. Les citations radio ou télévisuelles ou les articles doivent être courts pour expliquer et mettre en contexte des phénomènes complexes. La langue utilisée doit avoir évacué tout terme trop spécialisé pour le grand public mais considéré comme précis pour le scientifique. Le besoin d' images de la télévision rend difficile l' explication de phénomènes abstraits.

3.3.2- Vulgarisation en milieu réel

Les activités de vulgarisation entreprises pour la diffusion des résultats de recherche en milieu réel, se traduisent par une approche de proximité et d'assistance en direction des producteurs, des éleveurs et des bénéficiaires à travers des actions de proximités basées sur les méthodes d'information et de sensibilisation, de visites-conseils, de démonstration sur sites et d'assistances multiformes aux agriculteurs et aux pêcheurs.

3.3.2.1- Méthode de communication simple

Ce modèle illustre les connaissances et les idées qui passent directement des chercheurs aux pêcheurs. Le chercheur a une information ou une idée qu'il veut transmettre au pêcheur. Il présente cette information sous une forme qui permet au pêcheur de la comprendre rapidement, en utilisant par exemple la parole (*un code*). Il parle au pêcheur, et le pêcheur écoute et réfléchit à ce qu'on lui dit; il comprend le message (*il le décode*). Ainsi l'idée passe du chercheur au pêcheur.

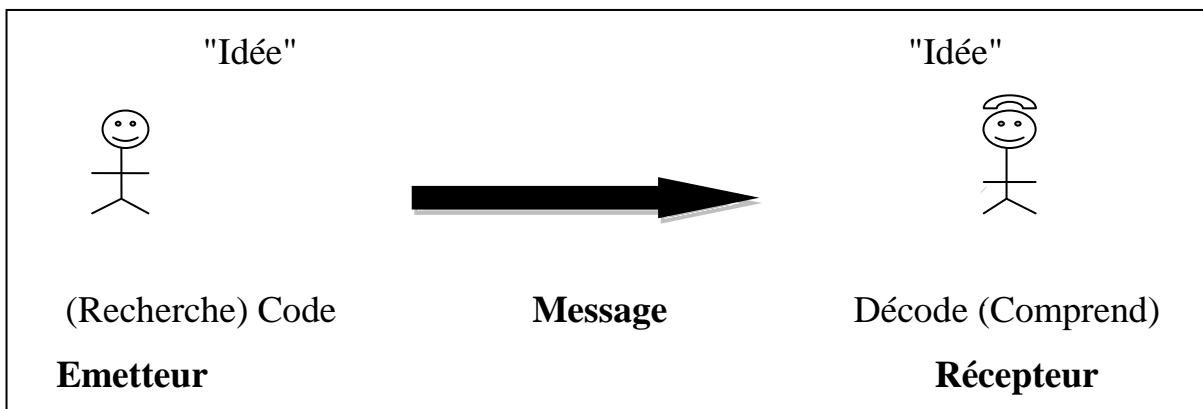


Figure 10 : Modèle de communication

Source : Berlo (1960)

Il faut retenir dans le cadre de ce modèle que :

- C'est une communication à sens unique comme dans une classe avec un professeur qui parle à des élèves;

- le modèle suppose que l'idée sera acceptée si elle est présentée sous une forme appropriée à un bon moment, et que le pêcheur est motivé pour apprendre;
- il suppose que les médias, par exemple la radio, la télévision ou les journaux, peuvent influencer les pêcheurs d'une manière efficace et amener des changements dans leur comportement ;
- le modèle suppose un enchaînement logique : les idées et les techniques naissent après des périodes de recherches intensives; elles sont mises au point de manière à pouvoir être communiquées aisément à tous les pêcheurs qui les utilisent à la fin du processus;
- ce modèle implique des coûts initiaux de recherche et de développement relativement élevés, et nécessite une planification minutieuse avant la diffusion. Toutefois, il suppose que les bénéfices à long terme sont plus importants que les coûts, grâce à l'adoption de ces nouvelles idées ou techniques.

Les défauts évidents de ce modèle simple de communication ont conduit les chercheurs à élaborer un modèle différent qui décrit la propagation des idées à l'intérieur d'une communauté.

3-3.2.2 Méthode de diffusion **transversale**

Puisque les chercheurs ne peuvent pas transmettre toutes leurs idées par le biais des médias ou du contact personnel (dialogue), on a conçu un modèle de diffusion pour disséminer l'information.

Dans ce modèle, on suppose que les pêcheurs qui ont le plus de compétences et le plus de contacts en dehors du village transmettraient plus facilement les idées nouvelles (les innovations) et les informations qu'ils obtiennent des chercheurs à leurs confrères pêcheurs ayant des compétences et/ou des contacts limités. Les idées des chercheurs sont donc transmises aux pêcheurs par l'intermédiaire de

l'animateur aux premiers groupes puis des pêcheurs du premier groupe à toute la communauté de pêcheurs.

3-3.2.3- Le processus d'adoption

Les études sur le processus d'adoption ont permis de résoudre certains problèmes du modèle de diffusion.

Le modèle s'intéresse principalement au pêcheur comme « individu » plutôt que comme « membre d'une communauté ».

Le processus d'adoption décrit le cheminement intellectuel que suit l'individu depuis sa découverte d'une idée nouvelle jusqu'à la décision d'adoption (ou de rejet) de cette idée.

Les individus ont été classés en cinq catégories, en fonction de leur facilité à adopter des idées nouvelles. Ce processus peut être revisité en 5 étapes :

- *la sensibilisation.* Le pêcheur apprend l'existence d'une idée nouvelle, mais manque d'information à son sujet ;
- *l'intérêt.* L'intérêt du pêcheur grandit, et il cherche des informations ;
- *l'évaluation.* Le pêcheur réfléchit à l'idée, et évalue son potentiel d'utilisation présente et future ce qui lui permettra alors de décider de l'essayer (ou de ne pas l'essayer) ;
- *l'essai.* Le pêcheur essaie effectivement l'idée nouvelle, généralement à petite échelle, pour vérifier qu'elle est bien adaptée à sa situation ;
- *l'adoption.* Le pêcheur utilise l'idée nouvelle à l'échelle commerciale.

L'insuffisance de cette méthode est qu'on distingue plusieurs groupes d'individus qu'on pourrait classer selon la personnalité, l'âge, le sexe ou la classe sociale.

Il est donc évident qu'on classe les pêcheurs en un certain nombre de catégories selon notre contexte. Nous distinguons à cet effet cinq catégories de pêcheurs en fonction de l'aisance à adopter des idées nouvelles :

- *les innovateurs*. Ce sont les pêcheurs ouverts aux idées nouvelles et, prêts à prendre des risques. Ils ont généralement fait des études, ont un statut social élevé et ont effectué des voyages d'étude. Ils sont susceptibles d'être des notables ou des dirigeants au niveau local ou national. Ils sont à l'écoute de toutes informations provenant de la recherche et des autres innovateurs.
- *les progressistes*. Ils ont souvent confiance dans le progrès, ont fait des études plus longues que la moyenne, et sont reconnus comme notables dans la communauté. Ils sont respectés, ils ont un statut social élevé, et on les considère comme de bons pêcheurs. Ils cherchent à s'informer auprès de différentes sources.
- *la majorité, rapide et tardive*. Ses membres ont une éducation moyenne ou en dessous de la moyenne. Ils ne voyagent pas souvent. Ils sont généralement hostiles aux innovations, préfèrent la tradition, et dépendent de leurs familles et de leurs amis pour leurs informations.
- *les traditionalistes*. Ce sont des pêcheurs attachés à la tradition et qui ont un statut social peu élevé. Ils ont peur des dettes et des changements, et dépendent principalement de leurs familles et de leurs amis pour les informations.

3-3.2.4 Méthode d'interaction sociale

Modèle d'interaction sociale étudie la façon dont les idées circulent au sein d'une communauté ou d'un système social ce qui permet de comprendre d'une manière générale, comment le tissu social, le développement d'idées et de concepts nouveaux évoluent.

Tout individu fait parti d'un groupe formel (organisé) et informel (non structuré) et l'information circule dans les communautés tant par des voies officielles que non officielles. Il faut donc retenir que les formes informelles de communication sont un outil de communication très efficace qu'il faut mettre à profit.

3-4. Analyse diagnostic des mécanismes de diffusion des résultats du LRZH

La synthèse des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces de l'ensemble des moyens et canaux ont été précédemment inventoriés dans le processus de communication du LRZH. L'analyse par le modèle FFOM encore appelé SWOT (figure 11) est basée sur les différents canaux et moyens mis en oeuvre dans la stratégie de communication adoptée par le LRZH.

-

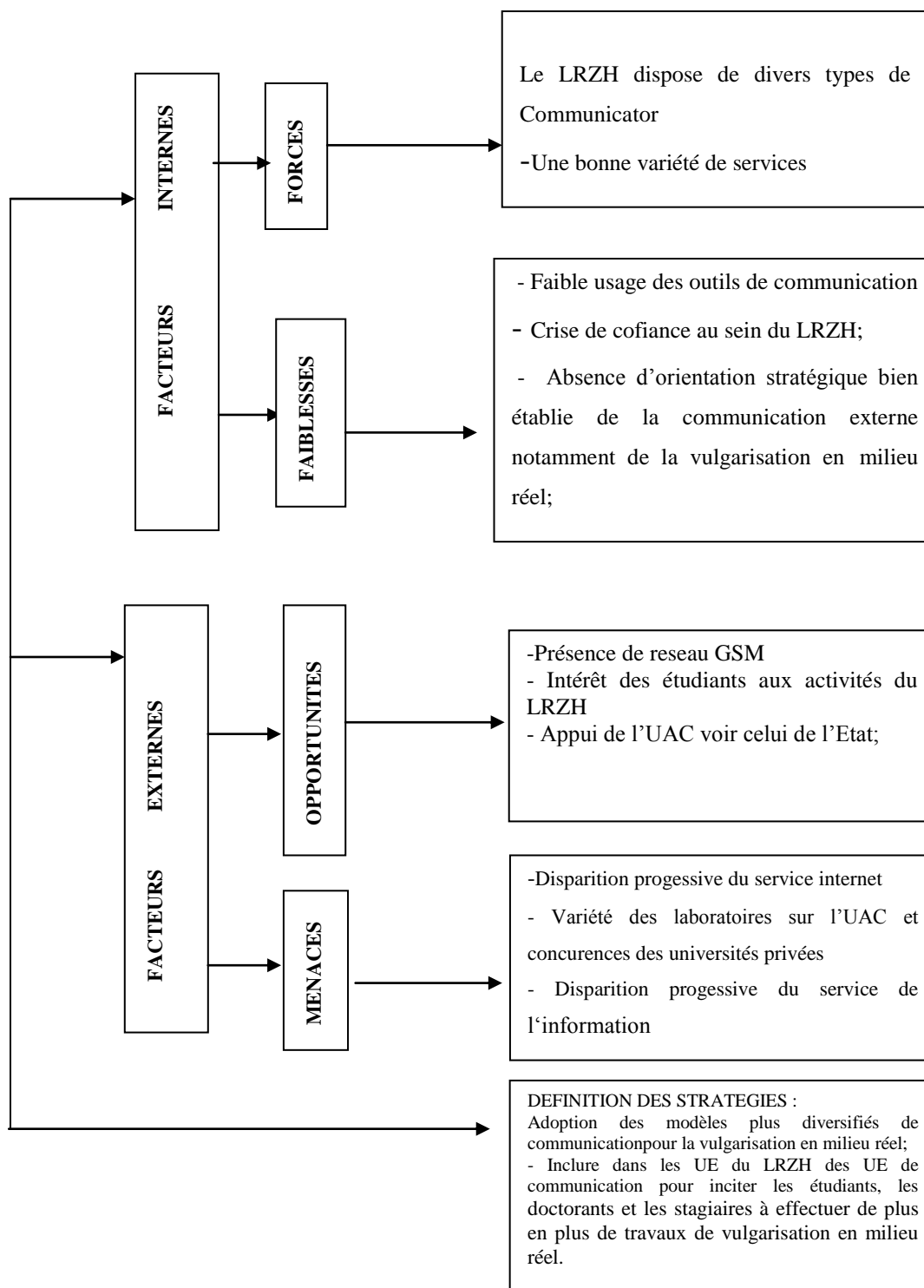


Figure 11: Modèle d'analyse SWOT du mécanisme de diffusion des résultats du LRZH

Il s'observe une certaine dichotomie des perceptions relatives aux forces et faiblesses énumérées. Cette situation dénote de l'appréhension que chacun des

agents enquêtés, a de la stratégie de communication adoptée par le LRZH. Mais dans l'un ou l'autre des cas, on constate qu'entre la communication par le biais des médias de masse, la vulgarisation en milieu réel et la publication scientifique, la publication scientifique est le type de communication le plus utilisé au LRZH. C'est ce qui statue la non atteinte du LRZH de ses objectifs de création: agir sur le comportement de la population des milieu rural et agricol.

3.5- Contraintes liées à la communication du LRZH

Le LRZH a quelques problèmes dans le cadre de son fonctionnement. En effet, ces difficultés se traduisent par:

- le manque de matériel informatique ;
- le manque de moyens financiers ;
- le flux internet instable ;
- les supports d'information où ceux valorisant les expériences faites avec les communautés locales presque inexistant;
- la coalition forte avec les producteurs impulsant des initiatives de manière permanente inexistante;
- la plupart des expériences ou collaborations en milieu réel n'ont été possible que par le biais de projets;
- le LRZH ne dispose d'aucune ligne budgétaire lui permettant d'effectuer des travaux avec les producteurs;
- faible niveau de conscience environnementale exacerbé au niveau des communautés de base par la faible participation /adhésion aux initiatives des projets et programmes des producteurs;
- l'inexistence d'un programme de suivie et d'évaluation à long terme en milieu réel fait que, à la fin du projet quand les scientifiques sont retournés à leur laboratoire, le producteur ne reprend plus les nouvelles techniques qui lui ont été enseignées après récolte des fruits pendant les activités du projet ;

- efforts contributifs au développement local effrités de plus en plus sous l'effet des difficultés financières et de la persistance de la pauvreté ;
- l'insuffisance de la capacité technique des acteurs locaux à appréhender les enjeux du développement local ;

Inéluctablement, la résolution de la problématique du développement local et de la pêche nationale passe par une mise en place maîtrisée d'un système d'information et de communication performant. Celui-ci requiert une démarche et une stratégie souple et simple, compte tenu de la pluralité d'acteurs qui s'y intéressent et de la complexité des problèmes identifiés. Il urge alors pour un changement effectif et possible de trouver des solutions à ces différents problèmes et surtout à ceux d'entre eux qui ont trait à la communication.

3.6- Suggestions pour une meilleure stratégie de communication

Les entretiens avec les acteurs et les observations directes au LRZH ont permis de comprendre qu'il est une nécessité de bâtir une stratégie de communication reposants sur deux axes (visibilité institutionnelle et participation des usagers) pour une vulgarisation plus efficace en milieu réel.

La prise en compte de l'élaboration de plans locaux de communication facilitera une bonne redirection des mécanismes de communication des résultats de recherche qui s'est un peu trop dirigée vers la communauté scientifique au détriment des pêcheurs, premiers et principaux bénéficiaires de ces résultats.

Pour obtenir une telle redirection, il faudra veiller à la suivie d'une méthodologie d'élaboration des plans locaux de communication dont la démarche est monnayée en 4 volets. Les volets se succèdent comme suit: diagnostic, planification, intervention et évaluation. Les trois premières phases sont déjà existantes aux LRZH même si les deux dernières parmi elles sont presque invisible. La quatrième phase sur laquelle repose la vulgarisation et le feedback des activités menées en milieu doit constituer pour le laboratoire l'une

des principales activités qu' elle devra confier à la classe estudiantine. Nous proposons dans ce sens que le laboratoire liste à la fin de chaque année les milieux dans les quels il a eu à intervenir et qu'il y envoie ses étudiants en stage à la fin des années académiques. Cette méthode lui permettra d' avoir un compte rendu sur l' état des lieux des activités jadis menées, sur leur évolution et surtout de garder le contact avec les pêcheurs avec qui il a eu à travailler et facilitera de ce fait les évaluations à divers niveau.

➤ **Autres suggestions**

Le mécanisme de vulgarisation et de diffusion des travaux scientifiques du LRZH requiert des recommandations suivantes:

- Signature d'un patenariat avec les départements proposant des formations de communication (licence, master ou directement aux doctorants) des disciplines de la communication et ou de l'information afin de faire suivre les résultats de recherche du laboratoire;
- Signer des contrats de communication avec les organes de presses (radio, télévision, journal écrit) pour donner de la visibilité aux travaux du laboratoire;
- Organiser des colloques scientifiques pour exposer à travers des communications la pertinence des résolutions nées des travaux de recherches du laboratoire;
- Organisation de journées portes ouvertes et de sensibilisation au profit des étudiants chercheurs et si possible des communautés rurales;
- Production périodiques de magazines audiovisuels et ou écrits;
- Initiation des débats médiatiques;
- Participation aux foires pour l'exposition des productions halieutiques issues du laboratoire;
- Créer un réseau de journalistes ou d'experts communicateurs pour la vulgarisation des résultats de recherches;

- Renforcer la stratégie de communication du laboratoire avec des outils numériques de communication (pages facebook, twiter, viber...).

Conclusion

Toutes disciplines confondues, qu'il s'agisse des sciences dites humaines, naturelles, pures ou appliquées, sèches ou humides, les chercheurs ou les organisations de recherches tiennent à archiver l'innovation. Le scientifique se rend compte qu'il est de sa responsabilité sociale de communiquer mais se sent menacé quand il est mis en évidence. La diffusion des résultats de recherche sont d'une importance capitale pour le développement des activités estudiantine et pour l'innovation scientifique. L'UAC régorge, un grand nombre de laboratoires mais c'est la visibilité des activités de ces laboratoires et leur impact dans le monde scientifique qui cause problème. Les populations qui sont censées être les bénéficiaires des résultats issus des recherches de ces divers laboratoires sont à peine au courant de ce qui se fait pour améliorer leur qualité de vie. La relation qui lie le chercheur et le bénéficiaire doit être consolider par les divers types de communication pour une vulgarisation efficace et bénéfique pour la population et l'Etat.

La communication "grand public" évolue très peu dans le domaine d'avancée scientifique à l'université. Il est claire que les scientifiques et les organismes de recherche veulent garder le contrôle de leur visibilité. Il ya des chercheurs qui acceptent ce risque. Certains, souvent des chercheurs dont la réputation est très bien établie, écrivent des livres de vulgarisation disciplinaire, thématique.

Le sujet de recherche qui vise de façon générale l'amélioration des rapports entre le LRZH et sa clientèle (étudiants et chercheurs) aussi q'entre ses consommateurs (pêcheurs) a d'abord permis de faire un état des lieux de ces rapports et d'évoluer par la suite les mécanismes adoptés au LRZH pour la diffusion des résultats de recherche.

Les pêcheurs qui devraient être les premiers bénéficiaires du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humaines ne sont pas réellement informés de ses recherches, ce qui constitue de véritables obstacles à l' amélioration du cadre

de vie des populations à la base et à l' amélioration de la chaîne alimentaire de la population béninoise.

Notons que la concentration des ressources du LRZH sur un seul mode de communication (publications scientifiques) est le principal facteur de sa faible représentation en milieu réel et de la vulgarisation limitée de certains résultats innovants de ses activités de recherche. Il s'impose alors une politique de développement pour promouvoir les valeurs de dialogue et de solidarité afin de mettre les associations des pêcheurs en relation avec les laboratoires qui traitent des sujets de gestion de l'environnement, des techniques de pêche respectueuses de l'environnement, de l'aquaculture et autres activités génératrices de revenus. En effet, le modèle de communication proposé ainsi que les suggestions faites peuvent constituer de grands avantages si les autorités du LRZH en tiennent compte.

Bibliographie

- 1- ADAMCZEWSKI, G. (2004) : Qu'est-ce que communiquer ? EISTI, [En ligne], <http://www.biblioconcept.com/textes/concept.htm>, consulté le 15/10/2018
- 2- ADANDE R. (2013): Optimisation de la production plurispécifique du Zooplancton à partir de la dose optimale de déjections de porcs: Milieu renouvelé partiellement, Mémoire de maîtrise, UAC, Cotonou, 58p.
- 3- ADANDE R. (2017): Production intensive d'alevins de *Clarias gariepinus* (Burchell, 1822) et de *Heterobranchus longifilis* (Valenciennes, 1840) avec des aliments vivants produits exclusivement par fertilisation organique à base de crottes de lapin, thèse de doctorat, UAC, 292p.
- 4- ADARY A., LIBARET Th., MAS C, WESTPHALEN M-H, *Communicator*, Dumont, 7^{ème} édition, Paris, 2015, 670p.
- 5- AKAM N., DUCASSE R, (2002) « Quelle université pour l'Afrique ? » ouvrage collectif, éd MSHA, 320p.
- 6-Anonyme (2008): Réformes de l'enseignement supérieur en Afrique: Eléments en cadrage, UNESCO-BREDA, Dakar, 48p.
- 7- Anonyme, (2012): Stratégie institutionnelle de recherche, Faculté des études supérieures et de la recherche, Université de Moncton, 22p.
- 8- Auvinet J. (1991): *Organiser la communication en milieu industriel*, Editions d'organisation, Paris. In, NASSARA L., *Rôle des relations publiques dans les sociétés d'Etats au Bénin: Cas de la SOMEBAP*, mémoire de master, UAC, 2017, 81p.
- 9- AW S. (1999): Les systèmes d'information intégrés pour une recherche agricole efficace en Afrique de l'Ouest : premiers éléments d'intégration régionale dans un contexte de mondialisation, thèse de doctorat nouveau régime en science de l'information et de la communication soutenue à l'Université Lumière de Lyon II, France, 228 p.

- 10- BOKOSSA H. K. J. (2016): Evaluation de la minéralisation des déjections de porcs dans l'eau et dans le sol pour la production écologique du riz de bas-fonds, IR 841 au Bénin, thèse de doctorat, UAC, 155p.
- 11- BREUIL M. (1997): Dictionnaire des sciences de la vie et de la terre, Nathan, Paris, 479p.
- 12- CAYROL R. (1999) A propos de la télévision politique, Revue française de science politique, Paris, pp 1317-1328.
- 13- COHEN S. (1992): Développement Information, Education and Communication Strategies for Populations programmes, Hammarion, Paris, 193p.
- 14- DEMONT K., SCRIBETTA R. (2006): *Communication des entreprises: stratégies et pratiques*, édition Nathan, Armand COLLINS.
- 15- DICTIONNAIRE UNIVERSEL (1995). Dictionnaire de la langue française, Hachette édicef, Paris, 1505 p.
- 16- DROUIN J-M. (1993): L'écologie et son histoire: Réinventer la nature, Hammarion, Paris, 213p.
- 17- FIOGBE D. E., ESSOU S., VODOUNOU J-B. (2010): Impacts des luttes manuelle et biologique contre les plantes aquatiques proliférantes sur l'écologie des plans d'eau du Bénin. Rapport final, Cotonou, 158p.
- 18- FAURE B. (2000): Contribution à l'étude de l'environnement et de la dynamique des mangroves de Guinée. Données de terrain et apport de la télédétection. Paris: ORSTOM, Collection Etudes et thèses, 201p.
- 19- FOURNIER, B. (2009). L'enseignement supérieur à l'épreuve de la communication: Le premier livre blanc sur les enjeux de la communication dans l'enseignement supérieur et la recherche, 84p, consulté le 08 octobre 2018, www.case.org/Documents/Browsebyprofessionalinterest/HigherEdandCommunicationFrench.pdf.

- 20- GBAGUIDI, J. E. (2008) Médias audiovisuels et construction démocratique au Bénin: De la nécessité de deux niveaux de lecture. ISBN 99919-45-69-5, éditions Culturêmes, 102p.
- 21- GIUILY (2013) *in* Gamai L., *Pratique de la communication politique sur les réseaux sociaux: Facebook lors de la présidentielle de mars 2016 au Bénin, mémoire de master, UAC, 2017, 62p.*
- 22- GODOME, T. (2014), Mise au point d'aliment de Tilapia (*Oreochromis niloticus*) sans faire de poisson à base des sous-produits locaux (d'origine animale et végétale), mémoire de master, UAC, Cotonou, 2014, 60p.
- 23- GOUSSANOU, B. K. (2017) Potentialités nutritives et performances des eaux usées d'une brasserie dans la production de plancton pour la pisciculture, mémoire de master, UAC, Cotonou, 57p.
- 24- GUEYE, (2012) *in* Dangbamè R. *Communication publicitaire de richesse à Etisalat Bénin (rétorique publicitaire et analyse sémiotique des supports), mémoire de master UAC, 2016.*
- 25- HEDJI, C. Ch. (2016): Valorisation des ressources alimentaires non conventionnelles dans un système d'agropisciculture intégré sans intrants au Bénin, thèse de doctorat, UAC, 246p.
- 26- HENRY S., DUFRESNE M. (1994): *Pratique du journalisme*, Nouveaux Horizons, 346p.
- 27- IRCOM (1991): *Le guide pratique de la communication*, 4ème édition, Eyrolles, revue corrigée et complétée de nouvelles fiches techniques, 193 p.
- 28- JIOKENG N. (2010): *La problématique de la gouvernance locale dans la région de l'est-Cameroun: une analyse de la perception du maire par les populations de la ville de Bertoua*, Université Catholique d'Afrique Centrale, Institut Catholique de Yaoundé, Faculté de Sciences Sociales et de Gestion, Mémoire de Master en Gouvernance, 67 p.
- 29- KPODO J. J. (2003) *Diversité planctonique et qualité des eaux de la rivière Djonou à son embouchure avec le lac Nokoué*, UAC, Cotonou, 58p.

- 30- MOTULSKY, H. (2013) in Berate, C., *Stratégie de communication participative et réduction du braconnage dans la réserve de biosphère de la Pendjari, mémoire de maîtrise, 2012.*
- 31- MUCCHIELLI, A. (2001): *la communication interne: les clés d'un renouvellement*, Armand Colin, 206p.
- 32- NTUMBA MANDALA, H. (2008): *Communication et journalisme. In Banon, H. Problématique de l'environnement et de changement climatique dans la presse écrite au Bénin, mémoire de master, UAC, 2016, 80p.*
- 33- SAJALOLI B. (1996): *Les zones humides: Une nouvelle vitrine pour l'environnement*, URA CNRS, Paris, 196p.
- 34- SHANNON, C. E. et WEAVER W. (1949): *Théories mathématiques de la communication*, Urbana, University Illinois Press. Consulté le 23 novembre 2018. http://fr.wikipedia.org/wiki/Warren_Weaver.
- 35- TOSSAVI C. E. (2017): *Domestication de Schilbe intermedius (Siluriformes : Schilbeidae): Transfert, Reproduction et Besoins nutritionnels*, thèse de doctorat, UAC, Cotonou, 216 p.
- 36-UNESCO. (1992): *Enseignements supérieur en Afrique: Défis et enjeux au 21ème siècle*.UNESCO-BREDA, p10.
- 37-VODONOU D. S. J. V. (2017): *Développement d'une pisciculture intensive de Parachanna obscura (Günther, 1861) à base de vers de terreau comme outil de traitement écologique des déchets organiques*, Thèse de doctorat, UAC, Cotonou, 361p.
- 38- WIENER N. (1948) *Cybernetics or control and communication in animal and machine*, 161p.

Webographie

- <http://www.google.fr>; Consulté le samedi 06 octobre 2018 à 18h45min
- <http://www.wikipédia.org>, Consulté le jeudi 15 novembre 2018 à 20h33min

- www.ramsar.org, Consulté le dimanche 09 décembre 2018 à 11h10min
- www.cta.int, Consulté le 31 janvier 2019 à 13h20

Liste des figures

Figure 1: Matrice d'analyse SWOT.....	26
Figure 2: Schéma de l'ordre hiérarchique du LRZH.....	30
Figure 3 : Connaissance des séances d'entretien.....	48
Figure 4: Appréciation de la prise en compte des doléances par les autorités.....	49
Figure 5: Qualité de l'accueil au LRZH.....	50
Figure 6: Appréciation de la qualité du personnel.....	51
Figure 7: Schématisation du rapport au LRZH.....	52
Figure 8: Appréciation de la pris en compte des préoccupations au LRZH...	53
Figure 9: Représentation d'un processus d'élaboration et de mise.....	56
Figure 10 : Modèle de communication.....	57
Figure 11: Modèle d'analyse SWOT du mécanisme de diffusion des résultats du LRZH.....	52

Liste des tableaux

Tableau I: Centres de documentation parcourus et informations recueillies.....	22
Tableau II: structure de l'échantillon.....	24
Tableau III: Principaux canaux utilisés au LRZH.....	47

Annexes

Questionnaire

Ce travail s'inscrit dans le cadre de notre mémoire de Master en Communication et Relations Publiques et nous avons choisis de réfléchir sur le thème « Mécanismes de diffusion des résultats du Laboratoire de Recherche sur les Zones Humides ». Les informations qui seront recueillies ne feront objet d'aucune diffusion personnelle. Elles seront traitées avec toute confidentialité. Merci d'avance pour votre franche collaboration.

I- Caractéristiques générales Rubriques

Rubriques	Codes	Réponses
1. Nom et prénom de l'informateur	Inscrire la réponse	
2. Age de l'informateur	Inscrire la réponse	
3. Sexe de l'informateur	1=Masculin ; 2=Féminin	
4. Formation académique reçue	Préciser la formation professionnelle que vous avez suivie (production animale, secrétariat, etc)	
5. Niveau d'étude	0=Aucun ; 1=Primaire ; 2=Secondaire (6è à 3è) ; 3=Lycée (2nde à Tle) ; 3=Universitaire	
6. Dernier diplôme académique obtenu	Préciser le diplôme obtenu (ex. DEAT ; Licence ; Ingénieur ; etc)	
7. Unité de recherche	Préciser le programme	

8. Fonction/Poste occupé	1=Chercheur ; 2=Assistant de recherche ; 3=Technicien de recherche ; 4=Agent administratif; 5=Agent de soutien (Animalier, chauffeur, gardien) ; 6=Stagiaire ; 7=Autre (à préciser)	
9. Depuis combien d'années travaillez-vous au LRZH?	Préciser le nombre d'années	
10. Contact téléphonique	Inscrire la réponse	

II- Fonctionnement du LRZH

Rubriques	Codes	Réponses
11. Qu'elles sont les activités et/ou prestations du LRZH?	1=Recherche ; 2=Production et vente ; 3=Formation ; 4=Prestation de services ; 5=Autre (à préciser)	
12. Quels sont les principaux événements qui animent la vie au LRZH ?	1=Journées portes ouvertes ; 2=Ateliers ou Séminaires ; 3=Ateliers scientifiques 4=Journées récréatives; 5=Autre (à préciser)	

13. Quels sont les événements externes auxquels le LRZH participe au cours d'une année ?	1=Journées portes ouvertes ; 2=Ateliers ou Séminaires ; 3=Ateliers scientifiques ; 4= Autre (à préciser)	
14. Quelles sont les types de relations (institutionnelles) que le LRZH entretient avec l'UAC ?	1=Echange d'expérience ; 2=Prestation de services ; 3=Renforcement des capacités ; 4=Mise à disposition des résultats de recherche ; 5=Recherche collaborative ; 6=Autre (à préciser)	
15. Quelle est votre appréciation sur ces relations existantes ?	1=Très bonne ; 2=Bonne ; 3=Mauvaise ; 4=Conflictuelle ; 5=Autre (à préciser)	
16. Quels sont les types de relations (institutionnelles) que le LRZH entretient avec les vulgarisateurs ?	1=Echange d'expérience ; 2=Prestation de services ; 3=Renforcement des capacités ; 4=Mise à disposition des résultats de recherche ; 5=Autre (à préciser)	
17. Quelle est votre appréciation sur ces relations existantes ?	1=Très bonne ; 2=Bonne ; 3=Mauvaise ; 4=Conflictuelle ; 5=Autre (à préciser)	
18. Quels sont les types de relations (institutionnelles) que le LRZH entretient avec les producteurs ?	1=Echange d'expérience ; 2=Prestation de services ; 3=Renforcement des capacités ; 4=Mise à disposition des résultats de recherche ; 5=Autre (à préciser)	
19. Quelle est votre appréciation sur ces relations existantes ?	1=Très bonne ; 2=Bonne ; 3=Mauvaise ; 4=Conflictuelle ; 5=Autre (à préciser)	
20. L'INRAB est-il en partenariat avec d'autres Institutions de recherche ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
21. Si non, pourquoi ?		
22. Si oui, quelles sont les principales institutions partenaires du LRZH?		

23. Si oui, quel genre de partenariat existe-t-il entre le LRZH et ces Institutions ?	1=Financement ; 2=Prestations de service ; 3=Collaboration technique, 4=Autre (à préciser)
---	--

III- Stratégie de communication au LRZH

Rubriques	Codes	Réponse
24. Existe-t-il de centre de documentation au niveau central (à la direction générale de l'INRAB) ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
25. Si non, pourquoi ?		
26. Si oui, comment fonctionne-t-il ?		
27. Tout le monde, y compris les personnes externes ont-ils accès ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
28. Tout le monde, y compris les personnes externes ont-ils accès ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
29. Quelle est la contribution (rôle) du LRZH aux foires agricoles ?		
30. Le LRZH dispose-t-il d'un site Web ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
31. Si non, pourquoi ?		
32. Si oui, quelle est sa date de création ?	Inscrire la date	
33. Est-il opérationnel ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
34. Si non, pourquoi ?		
35. Si oui, quelles sont les informations ou éléments diffusés sur ce site ?		

36. Qui sont ceux qui ont accès à ce site ?	1=Personnel technique uniquement ; 2=Personnel administratif uniquement ; 3=Personnes externes ; 4=Tout le monde ; 5=Autre (à préciser)	
37. Expliquez votre réponse.		
38. L'internet est-il disponible au LRZH?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
39. Si non, pourquoi ?		
40. Si oui, quel est le type de connexion ?	1=Wiffi ; 2=Avec fil	
41. Est-il accessible à tout le monde ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
42. Si non, pourquoi ?		
43. Y-a-t-il de téléphone pour le LRZH ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
44. Si non, pourquoi ?		
45. Est-il accessible à tout le monde ?	0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non	
46. Si non, pourquoi ?		
Diffusion des informations circulaires:		

Rubriques	Codes
47. Quels sont les canaux de communication utilisés au sein de l'Institut pour la diffusion des informations circulaires (informations internes, adressées à tout le personnel à la fois) ?	1=Correspondance administrative (note de service, note d'information, etc) ; 2=Tableau d'affichage ; 3=Réunion hebdomadaire ; 4=Cérémonial des couleurs ; 5=Téléphone ; 6=Interphone ; 7=Internet ; 8=Table du secrétariat ; 9=Courrier électronique ; 10=Autre (à préciser)

<p>49. Combien de jour (s) minimum met l'information pour parvenir aux destinataires?</p>		
<p>50. Quels sont les canaux de communication utilisés au sein de l'Institut pour la diffusion des acquis de recherche ?</p>	<p>1=Correspondance administrative (note de service, note d'information, etc) ; 2=Affichage ; 3=Réunion hebdomadaire ; 4=Cérémonial des couleurs ; 5=Téléphone ; 6=Interphone ; 7=Internet ; 8=Table du secrétariat ; 9=Publicité ; 10=Débats et émissions radiodiffusés et télévisés ; 11=Production et diffusion des séries documentaires ; 12=Revue scientifique ; 13= Livres (ouvrages collectifs) ; 14=Autre (à préciser)</p>	
<p>52. Si oui, sont elles régulières?</p>	<p>0=Ne sait pas ; 1=Oui ; 2=Non</p>	

Table des matieres

Sommaire	2
Dédicace	Erreur ! Signet non défini.
Sigles et acronymes	Erreur ! Signet non défini.
Remerciements	Erreur ! Signet non défini.
Résumé	Erreur ! Signet non défini.
Abstract	Erreur ! Signet non défini.
Introduction	Erreur ! Signet non défini.
CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	Erreur !
Signet non défini.	
1.1-Cadre théorique	Erreur ! Signet non défini.
1.1.1-Problématique	11
1.1.2- Définitions opératoires	13
1.1.3- Point de connaissances.....	18
1-2 Approche methodologique	Erreur ! Signet non défini.
1.2.1- Nature et source des données	20
1.2.2- Outils et techniques de collecte des données	21
1.2.2.1- Outils de collecte des données	21
1.2.2.2- Techniques de collecte des données	21
1.2.3- Méthodes de traitement des données	25
1.2.4-Méthode d'analyse des résultats	25
CHAPITRE II : PRESENTATION DU MILIEU D'ETUDE.....	Erreur ! Signet non défini.
2.1- Historique du LRZH	Erreur ! Signet non défini.
2.2- Objectifs du LRZH	Erreur ! Signet non défini.
2.3- Organisation du LRZH	Erreur ! Signet non défini.
2.3.1- Ordre hierachique.....	29
2.3.2- Activités du LRZH.....	31
2.3.3- Ressources matérielles du LRZH.....	31
2.3.3.1- Infrastructures de Recherche et de production d'alevins.....	31
2.3.3.2 Autres infrastructures de production d'alevins chez les partenaires privés	32
2.4- Environnement et mission du LRZH	Erreur ! Signet non défini.
2.4.1- Environnement du LRZH	33
2.4.1.1- Le microenvironnement	33
2.4.1.2- Le macro-environnement	34
2.4.2- Mission du LRZH	36
CHAPITRE III: RESULTATS ET SUGGESTIONS	Erreur ! Signet non défini.
3.1- Strategies de communication du LRZH.....	Erreur ! Signet non défini.
3.1.1 Relations medias	39
3.1.2- Communication interne au LRZH	43
3.1.3- Relations externes du LRZH.....	45
3.2- Etat de la communication du LRZH	Erreur ! Signet non défini.
3.2.1- Facteurs internes de la communication au LRZH.....	47
3.2.1- Analyse du mécanisme de communication	47
3.2.2- Etat de la communication interne.....	49
3.2.2.1- Appréciation de la qualité d'accueil	49
3.2.2.2- Prise en compte des doléances des étudiants	50
3.2.2.3- Appréciation de la qualité de l'accueil.....	51
3.2.2.4- Appréciation de la qualité du travail interpersonnel	52
3.2.2.5 - Rapport entre les employés et la hiérarchie	53

3.2.2.7- Prise en compte des préoccupations du personnel	53
3.2.3- Facteurs externes de la communication au LRZH	54
3-3- Stratégies pour une meilleure vulgarisation des résultats du LRZH	Erreur ! Signet non défini.
3.3.1. Les mass medias	57
3.3.2- Vulgarisation en milieu réel	58
3.3.2.1- Méthode de communication simple	58
3-3.2.2 Méthode de diffusion	59
3-3.2.3- Le processus d'adoption.....	60
3-3.2.4 Méthode d'interaction sociale	61
3-4. Analyse diagnostic des mécanismes de diffusion des résultats du LRZH	Erreur ! Signet non défini.
3.5- Contraintes liées à la communication du LRZH.....	Erreur ! Signet non défini.
3.6- Suggestions pour une meilleure stratégie de communication..	Erreur ! Signet non défini.
Conclusion.....	Erreur ! Signet non défini.
Bibliographie	Erreur ! Signet non défini.
Liste des figures	Erreur ! Signet non défini.
Liste des tableaux	Erreur ! Signet non défini.
Annexes	Erreur ! Signet non défini.
Table des matieres	Erreur ! Signet non défini.