



# PAEPARD



 Le **cheminement** d'une plateforme  
**d'information** vers un système de gestion  
des **connaissances**



P O L I C Y N°4  
SEPTEMBRE  
2017 B R I E F

## Enseignements acquis et recommandations

Vu la complexité et les nombreuses facettes du projet PAEPARD, toute la difficulté est de s'assurer de communiquer les informations appropriées aux utilisateurs, rapidement et sous une forme facile à comprendre.

Tout au long des différences phases de PAEPARD, la mise en œuvre d'une communication efficace, tant au niveau interne qu'externe, s'est heurtée à des problèmes. Les enseignements suivants ont pu être dégagés :

**> Différents partenaires et leur public :** un large éventail de partenaires de projet, avec différents intérêts, attentes, compétences, procédures opérationnelles et cultures institutionnelles, d'où des différences d'un acteur à l'autre quant au type d'information et au moyen privilégié pour la diffuser. Les multiples publics cibles de ces partenaires ont eux aussi des attentes et des demandes différentes en matière d'information, auxquelles il faut souvent répondre de manière personnalisée. Il y a donc lieu d'adapter de manière appropriée les messages de communication et/ou de plaidoyer.

**> Responsabilités en matière de communication :** en raison de la nature de la structure du partenariat PAEPARD, les responsabilités en matière de communication ont dû être partagées entre les organisations partenaires. Cette solution n'a pas permis d'orienter clairement les activités de communication au cours des premières phases du projet. Sans

leadership et gestion solide des activités de communication, la communication risque de se faire de manière ponctuelle, et de précieuses informations risquent de ne pas être publiées ou partagées avec d'autres consortiums.

**> Partage et échange d'informations :** au cours des premières phases du projet, les échanges d'information entre les membres des consortiums PAEPARD étaient limités, ce qui ne permettait pas d'exploiter pleinement toutes les possibilités de développement des partenariats et de synergies entre consortiums. Par ailleurs, les consortiums n'avaient que peu d'occasions et de possibilités d'assurer la visibilité de leurs activités par le biais du site internet de PAEPARD et d'autres canaux de communication. Il est essentiel de cartographier et de coordonner les flux d'information entre les utilisateurs de la plateforme, en particulier lorsque l'apprentissage conjoint est encouragé et que les partenaires s'engagent dans un processus d'apprentissage mutuel. PAEPARD a investi dans la communication et a donc aujourd'hui à sa disposition toute une panoplie d'outils pour aider les utilisateurs à partager et à publier des informations. Pour la réussite d'un projet, il reste

indispensable d'identifier les outils efficaces pour ses différents utilisateurs et de leur proposer des formations afin qu'ils puissent les utiliser.

**> Communication externe :** faute d'approche structurée visant à identifier et élaborer une série de thèmes pour les publications, les organisations extérieures n'avaient au départ pas accès aux rapports d'ateliers et d'autres événements de PAEPARD, qui incluaient de très nombreuses ressources utiles susceptibles d'intéresser un plus large public. La mise en place d'un comité de rédaction (task force publication) placé sous la direction des gestionnaires de PAEPARD a permis de produire en très peu de temps toute une série de publications.

**> Communication rapide et régulière :** veiller à ce que les informations appropriées soient communiquées aux utilisateurs, rapidement et sous une forme facile à comprendre, peut poser problème dans le cadre d'un projet aux nombreuses facettes. Pour que la plateforme de communication poste des événements plusieurs mois à l'avance, PAEPARD a effectué une veille sur une vingtaine de sites web majeurs présentant des événements RAD organisés en Afrique ou avec l'Afrique.

### Recommandations pour une stratégie de communication efficace et rationalisée

**> Sélection des outils appropriés.** Le contexte et les besoins varient d'un projet à l'autre, ce qui nécessite différents outils de communication ;

**> Réponse aux besoins des utilisateurs.** La stratégie et les outils de communication doivent être conçus pour permettre une approche participative et réactive ;

**> De la simplicité avant toute chose.** La communication doit utiliser des outils simples ne nécessitant qu'une petite formation, voire aucune ;

**> Miser sur l'open source.** Privilégier l'open source pour développer des outils pérennes qui garderont toute leur utilité une fois le projet terminé ;

**> Formation face à face.** Dans la mesure du possible, opter pour les formations face à face lors du lancement d'un nouvel outil de communication et utiliser la vidéo pour le matériel de soutien ;

**> Un solide leadership.** Pour être efficaces et bien coordonnées, les activités de communication doivent être gérées par un responsable bien identifié ;

**> Encourager l'appropriation.** Intégrer des activités de plaidoyer dans les activités de communication pour pérenniser les plateformes multi-acteurs d'innovation comme PAEPARD.

## Pourquoi la communication est-elle si importante au sein d'une plateforme de partenariat ?

Action de communication et de plaidoyer aux Journées Européennes du Développement 2017 organisées par la Commission Européenne.



La Plateforme pour un partenariat Afrique-Europe dans le domaine de la recherche agricole pour le développement (*Platform for African-European Partnership in Agricultural Research for Development, PAEPARD*) vise à promouvoir de solides partenariats multi-acteurs dans le domaine de la recherche agricole pour le développement (RAD) et de contribuer ainsi à la réalisation des Objectifs de développement durable (ODD). PAEPARD entend y arriver en :

- **Facilitant** la mise en place de partenariats entre organisations agricoles, groupes de la société civile, instituts de recherche et établissements d'enseignement, entreprises privées et réseaux politiques ;
- **Apportant** un soutien aux partenariats en renforçant les capacités des partenaires et en améliorant leur accès aux informations sur les possibilités de financement ;
- **Aidant** les partenaires à préparer de solides propositions de recherche répondant aux besoins réels au niveau de l'exploitation ou de l'entreprise ;
- **Plaidant** pour un soutien accru aux partenariats multi-acteurs, fondés sur la demande, dans le domaine de la RAD.

La stratégie de communication et de plaidoyer de PAEPARD vise à soutenir et à renforcer les partenariats multi-acteurs en RAD entre l'Afrique et l'Europe en démontrant l'efficacité d'une approche fondée sur la demande et associant un large éventail d'acteurs.

Cette approche poursuit deux objectifs stratégiques :  
**i)** Créer des synergies fortes et un engagement solide entre les partenaires de PAEPARD grâce à une communication efficace et régulière, qu'il s'agisse de la communication officielle avec la Commission européenne (CE) – et de son feedback – ou de la communication entre les partenaires et les groupes de travail.

**ii)** Améliorer la sensibilisation aux avantages offerts par les partenariats multi-acteurs Afrique-Europe dans le domaine de la RAD et encourager la participation active des parties prenantes de la RAD à ces partenariats. À cette fin, la Plateforme se propose de :

- **sensibiliser** les différents acteurs aux activités de PAEPARD ;
- **diffuser** les réalisations et les résultats des activités du projet et apprendre de l'expérience d'autrui ;
- **partager** l'information sur les possibilités de financement et promouvoir la mise en réseau ;
- **attirer** les investissements et gérer des fonds de recherche compétitifs afin de mettre en place des partenariats multi-acteurs en RAD.

Le présent document décrit comment PAEPARD s'est employé à répondre aux besoins d'information de ses utilisateurs. Il dégage aussi quelques enseignements susceptibles d'intéresser les acteurs qui mettent au point des plateformes de gestion des connaissances similaires, au bénéfice d'autres initiatives multi-acteurs et pour assurer leur viabilité.

# Des stratégies de communication qui ont évolué

La plateforme d'information PAEPARD a évolué en plusieurs phases avant de devenir un système efficace de gestion des connaissances. Durant la première phase du projet, les outils de communication ont uniquement été utilisés pour diffuser les informations par le biais d'un Dgroup (un service en ligne qui soutient les interactions et les discussions entre membres d'un même groupe d'intérêt ou projet), du blog de PAEPARD, et des sites web de PAEPARD et des membres des consortiums.

Une stratégie de communication et de plaidoyer commune en soutien à l'évolution des besoins de communication de PAEPARD a abouti au développement d'un outil sur mesure, baptisé OSIRIS (*Online System Improving Relationships by Information Sharing*, Système en ligne d'amélioration des relations par le biais du partage d'informations), qui a transformé la plateforme d'information en un véritable système d'information. Enfin, en publiant des documents de synthèse, comme des notes de politique, en offrant aux partenaires de la plateforme des sites web gratuits et des outils Web 2.0 pour l'échange d'expériences, et en se lançant à la conquête des médias sociaux (Twitter et Facebook) comme nouveaux canaux de communication, la plateforme d'information de PAEPARD a cessé de gérer essentiellement des références et des données pour devenir un véritable système de gestion des connaissances, capable de gérer des ressources plus subjectives et plus variées.

## Phase initiale

Au début de la phase de mise en œuvre de PAEPARD (2010), un projet de stratégie de communication a été développé sur la base des discussions entre parties prenantes organisées durant la phase initiale. Au cœur de cette stratégie se trouvait une plateforme

d'information et de communication répondant aux besoins des chercheurs, des organisations agricoles, de la société civile, du secteur privé, des partenaires du développement, etc. La plateforme avait alors pour principales fonctions de :

- **fournir des informations actualisées** sur les possibilités de financement de la RAD et les événements dans ce domaine ;
- **soutenir le processus de développement du partenariat** ainsi que documenter et partager les méthodes utilisées ;
- **aider les organisations** à élaborer des propositions de recherche conjointes Afrique-Europe ;
- **échanger les bonnes pratiques** dans le domaine de la RAD et promouvoir l'approche de partenariat multi-acteurs.

Toutefois, l'examen à mi-parcours de PAEPARD, réalisé en 2012, a reconnu que la communication interne et externe devait être améliorée et scindée en deux activités à la fois complémentaires et distinctes, et que ces deux types de communication exigeaient des outils différents. Les objectifs de communication de PAEPARD sont restés les mêmes mais seul le premier – fournir des informations sur la RAD – a été atteint. Pour réaliser les trois autres objectifs, il fallait donc identifier de nouvelles méthodes et moyens.

## Approche révisée

La stratégie révisée de communication et de plaidoyer (2015) de PAEPARD a défini deux objectifs stratégiques. Le premier était de renforcer les synergies et l'engagement des partenaires clés par le biais d'une communication rapide et efficace, y compris pour la communication officielle avec la CE

– qui relève des obligations contractuelles – et une communication améliorée entre les partenaires et les groupes de travail afin de renforcer l'efficacité de la mise en réseau.

Les informations à communiquer ont été différenciées comme suit :

OBLIGATOIRE	SOUHAITABLE
<b>Informations</b> sur le suivi des progrès des activités de gestion à communiquer régulièrement à la CE.	<b>Informé</b> et tenir au courant les acteurs de PAEPARD des activités de ses groupes de travail ( <i>work packages</i> ).
<b>Suivi</b> avec les acteurs de PAEPARD pour communiquer des informations de base afin de réaliser les objectifs suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutenir le processus de développement du partenariat et partager des informations sur les méthodes utilisées ;</li> <li>• Aider les organisations à rédiger des propositions de recherche conjointes Afrique-Europe.</li> </ul>	<b>Faciliter</b> les interactions entre les partenaires pour réaliser les objectifs suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aider les organisations à rédiger des propositions de recherche conjointes Afrique-Europe ;</li> <li>• Échanger les bonnes pratiques en matière de RAD et promouvoir l'approche RAD.</li> </ul>

Le second objectif stratégique s'appuie sur les objectifs de la stratégie de communication initiale visant à améliorer la sensibilisation aux avantages des partenariats multi-acteurs Afrique-Europe dans le domaine de la RAD et à encourager la participation des parties prenantes en :

- **renforçant** les capacités des acteurs extérieurs ;
- **sensibilisant** les différents acteurs aux activités de PAEPARD ;
- **diffusant** les réalisations et les résultats des activités du projet et partageant les expériences ;
- **partageant** l'information sur les possibilités de financement et en promouvant la mise en réseau ; ainsi qu'en attirant les investissements afin de consolider les partenariats multi-acteurs dans le domaine de la RAD.

## Nouvelles exigences d'information et de communication

Un processus d'apprentissage et de négociation a été mis en place pour surmonter les difficultés et les contraintes en matière de communication interne et externe :

- a) Les obligations internes ont été renforcées et leur visibilité améliorée dans la nouvelle stratégie de communication et de plaidoyer, avec notamment un suivi des progrès (rapports financiers, plans de travail) des activités ;
- b) Des mesures de gestion plus rigoureuses ont également été prises afin d'encourager le respect des obligations internes (reporting, documentation), avec notamment des réunions de gestion régulières (plus de deux fois par an, comme avant) utilisant la vidéoconférence pour le suivi des progrès des groupes de travail, ainsi qu'une nouvelle méthode de travail

avec les groupes de travail et les consortiums ;

c) Un comité de rédaction a été mis en place pour planifier et améliorer la communication externe ;

d) Des outils en ligne ont été développés dans le cadre d'un processus participatif et itératif, l'objectif étant de répondre aux besoins des membres de PAEPARD.

Le principal changement introduit par cette stratégie révisée a été le passage d'une plateforme d'information gérée par l'équipe de projet à une plateforme d'information gérée en grande partie par les partenaires du projet et les membres des consortiums.

**La plateforme PAEPARD a dû évoluer pour permettre à ses partenaires et consortiums de devenir des acteurs clés de l'information et de la communication. La plateforme devait dès lors intégrer des outils plus décentralisés pour produire des informations structurées et actualisées. Cette nécessité a marqué une nouvelle étape dans la transition vers un système de gestion des connaissances.**

Il est rapidement apparu que cette procédure de médiation de PAEPARD n'offrait pas un soutien approprié aux utilisateurs de la recherche, en particulier les organisations agricoles. Pour y remédier, un nouveau mécanisme de recherche a été mis en place : le processus guidé par les utilisateurs (PGU)<sup>1</sup>.

Durant la première phase du PGU, une organisation agricole régionale consulte les parties prenantes pour identifier un thème prioritaire qui nécessite des activités de recherche pour résoudre des problèmes ou exploiter de nouvelles opportunités. Les thèmes sont ensuite examinés de manière plus approfondie par les spécialistes, et ils sont regroupés et communiqués aux parties prenantes lors de deux ateliers menés par des facilitateurs en innovation agricole (FIA). À la fin du second atelier, les participants définissent une série de questions de recherche et chargent une petite équipe d'élaborer une proposition de recherche.

La réorientation de l'approche PAEPARD a fait apparaître de nouveaux besoins d'information pour les organisations soutenues par PAEPARD. Les partenaires des 19 consortiums ont aussi continué d'avoir besoin d'un soutien en matière de communication. De nouveaux outils d'information et de communication ont par conséquent été testés pour répondre à cet éventail de besoins.



**La stratégie et les outils de communication doivent rester flexibles et capables de s'adapter rapidement à l'évolution des besoins des parties prenantes.**



Outil OSIRIS (système en ligne pour améliorer les relations par le biais du partage d'information), page d'accueil des espaces collaboratifs des consortiums.

<sup>1</sup> Consulter la précédente publication de PAEPARD (2016). Note d'orientation N°2. Faciliter l'innovation en recherche agricole pour le développement: la médiation, un lien essentiel. Ainsi que la Note d'orientation n°3 Des partenariats inclusifs, équilibrés et axés sur la demande pour la RAD : enseignements d'un processus consultatif.

## Vers un outil de communication sur mesure

PAEPARD a décidé d'associer pleinement les consortiums et les membres du groupe de travail à la conception d'un outil collaboratif dédié, afin d'aider les acteurs à collaborer et à produire et partager des documents (propositions communes). Ce fut là une étape importante dans la transition vers un système d'information et de communication.

Le premier prototype de plateforme intégrée a été présenté aux représentants des PGU et des consortiums et aux membres de PAEPARD. Il a été baptisé OSIRIS. Il s'agit d'une plateforme de travail collaboratif bilingue (anglais et français), personnalisée à partir du Wiki utilisé pour d'autres outils, et qui offre, entre autres : un répertoire, une bibliothèque, un calendrier, des actualités, des documents partagés en ligne.

Chaque PGU, consortium et groupe de travail PAEPARD dispose de son propre espace web sur OSIRIS. Même si ces espaces sont privés, chaque

groupe peut partager une partie ou la totalité de ses informations avec les autres. Pendant la phase de développement d'OSIRIS, une nouvelle stratégie de communication et de plaidoyer PAEPARD a été définie et développée. Les consortiums et PGU ont pu ainsi échanger des informations contractuelles (réalisations, rapports) avec le coordinateur du projet OSIRIS, partager certaines informations avec d'autres consortiums ou groupes de travail (calendrier, actualités, documents), ainsi que des actualités et certains documents via le site web de PAEPARD.

La valeur ajoutée d'OSIRIS ne se limite pas à permettre la diffusion d'informations identiques via différents outils. Il permet également d'améliorer la communication interne et externe au sein des consortiums. Aujourd'hui, 15 consortiums utilisent OSIRIS, principalement comme outil de travail collaboratif entre les membres des consortiums, et quatre d'entre eux l'utilisent comme outil pour la promotion de leur consortium sur le web.

 **Il n'y a pas de communication efficace sans une solide stratégie de communication et de plaidoyer, sans un leadership et sans des outils vraiment adaptés aux besoins des partenaires.**

## Intégrer la communication et le plaidoyer

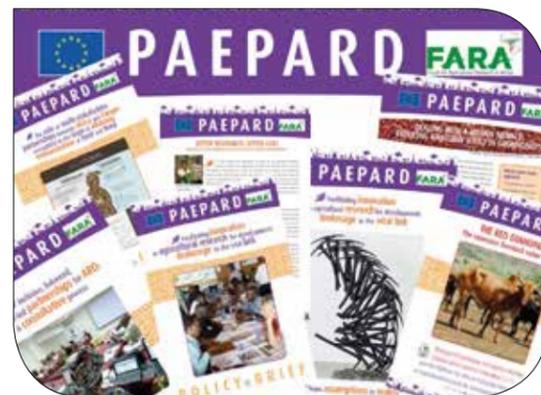
Une solide stratégie de communication est nécessaire pour identifier les publics, ainsi que les messages personnalisés à diffuser. PAEPARD estime que le plaidoyer est un volet important de sa mission. Il était donc essentiel de mettre en œuvre une stratégie de communication et de plaidoyer dont les activités relevaient d'un seul et même groupe de travail, notamment pour consolider l'objectif d'aider les organisations à préparer des propositions de recherche conjointes Afrique-Europe, à partager les bonnes pratiques en matière de RAD et à promouvoir l'approche de RAD.

Grâce à la nouvelle stratégie de communication et de plaidoyer de la phase actuelle de PAEPARD (de décembre 2013 à décembre 2017), élaborée lors de l'atelier de communication d'octobre 2014 à Bruxelles, les plans d'action sont désormais préparés une fois par an. Ils hiérarchisent les priorités en matière d'organisations et d'événements, répartissent les responsabilités et ventilent les budgets affectés à la mise en œuvre.

A l'origine du projet (2009), il avait été décidé, au niveau du projet, que les activités de plaidoyer devaient avoir essentiellement pour but d'inciter les organismes de financement européens à soutenir davantage les partenariats en RAD guidés par la demande et multi-acteurs entre l'Afrique et l'Europe. Sur les conseils des partenaires, la priorité a toutefois rapidement été donnée aux organismes

de financement influents du continent africain. Cette vision a été renforcée par l'examen à mi-parcours de PAEPARD (2012) qui a également recommandé que, dans chaque nouvelle phase du projet, les activités de plaidoyer visent davantage à associer les acteurs ne faisant pas partie du monde de la recherche et à privilégier des sources de financement davantage orientées vers le développement.

**La double stratégie de communication et de plaidoyer a permis à la plateforme de communication et d'information de PAEPARD d'acquérir de nouvelles ressources et, surtout, grâce à l'arrivée des publications PAEPARD, de lui donner accès à l'univers des systèmes de gestion des connaissances.**



Un ensemble de publications PAEPARD.

## Publications PAEPARD

La communication externe *via* Dgroup ainsi que le blog et le site web de PAEPARD a été appréciée par les différents publics de PAEPARD et a suscité énormément d'intérêt et d'engagement. Toutefois, la phase de préparation de la nouvelle stratégie de communication a mis en avant le nombre réduit de publications générées par le projet pour les acteurs externes. Les activités de PAEPARD ont certes été abondamment documentées dans les rapports d'ateliers et d'autres documents mais ceux-ci s'adressaient majoritairement à un public interne. Jusqu'en 2014, la visibilité et l'influence externes de PAEPARD ont donc été limitées.

Pour y remédier, un comité de rédaction a été mis en place, avec pour mission d'offrir un éventail complet de services d'édition dans plusieurs langues à tout consortium souhaitant publier un livret, une brochure, un rapport succinct ou un document de politique. Une nouvelle charte graphique et un nouveau *branding* ont été développés afin de donner aux publications PAEPARD une identité homogène, commune et forte. Des diapositives de présentation de PAEPARD, basées sur quelques modèles, ont été développées pour permettre aux membres de PAEPARD d'assurer sa promotion et faire son plaidoyer lors de séminaires internationaux. Le même design a été utilisé sur le web, pour les affiches et sur les réseaux sociaux afin de faire de PAEPARD une marque reconnaissable et de faciliter l'identification des projets PAEPARD.

## Réseaux sociaux

Une campagne sur les médias sociaux a été lancée à l'occasion des Journées européennes du développement (*European Development Days*, EDD17) et des objectifs spécifiques ont été définis dans un document stratégique pour la communication sur les médias sociaux de PAEPARD. L'équipe de communication de PAEPARD s'est concentrée sur Twitter et les tweets ont été synchronisés avec un compte Facebook. Avec ses 95 tweets, 37 000 avis et 1 200 visites du profil Twitter, la campagne sur les médias sociaux a contribué à améliorer la visibilité de PAEPARD. La plateforme a ainsi bénéficié d'une exposition accrue et d'un statut institutionnel renforcé, tout en étant désormais liée à des partenaires similaires sur les réseaux sociaux. Les visites sur le site web de PAEPARD ont augmenté de 25 % pendant les EDD17. Les tweets ont facilité la diffusion des avancées de PAEPARD auprès d'un plus large public, tandis que la campagne a offert l'occasion de concevoir et d'organiser une nouvelle campagne de communication pour assurer la visibilité des événements/de l'activité de PAEPARD sur les réseaux sociaux : PAEPARD doit donc continuer à utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir les partenariats multi-acteurs Afrique-Europe dans le domaine de la RAD, l'importance de l'engagement des utilisateurs et l'impact de ces partenariats sur le terrain.

**Grâce à une meilleure visibilité en ligne des publications de PAEPARD – par exemple les notes et *policy briefs*, et à la diffusion d'informations thématiques et synthétiques sur les réseaux sociaux, la plateforme d'information et de communication de PAEPARD devient peu à peu un véritable système de gestion des connaissances.**

## La pérennité comme stratégie de sortie

Toute initiative doit concevoir dès le départ une stratégie de communication bien définie, en coopération avec ses partenaires, afin d'assurer une vision commune des objectifs et des approches, ainsi qu'un sentiment d'appropriation et une bonne définition des rôles et des responsabilités. Le développement d'une charte graphique claire et distincte contribue également à améliorer la visibilité de l'initiative et son appropriation par les partenaires du projet.

Une solide stratégie de communication doit être mise en œuvre pour identifier ces publics cibles et les messages sur mesure à communiquer. Des spécialistes de la communication peuvent ici assurer un rôle de conseiller et de facilitateur (par exemple par le biais de la conception d'outils d'information et de communication, du développement de la charte graphique et des services d'édition). Il convient de bien comprendre que les besoins d'information et

de communication peuvent évoluer au fil du temps, suite aux réorientations du projet et aux retours des utilisateurs. Il peut en résulter de nouveaux systèmes d'information et de communication et, partant, une réorientation de la stratégie et la conception de nouveaux outils pour répondre à ces nouveaux besoins.

Enfin, la pérennité de la plateforme d'information et de communication au terme du projet dépend de deux facteurs. Tout d'abord, le libre accès aux outils constitutifs de la plateforme. Les outils open source sont à privilégier puisqu'ils peuvent être utilisés gratuitement et continuer d'évoluer une fois le projet terminé. Le second facteur concerne l'hébergement et l'animation de la plateforme qui devra migrer et être hébergée et animée par une institution/organisation nationale, régionale ou internationale pour continuer, durablement, à diffuser des services de médiation et de gestion des connaissances.



# PAEPARD



La Plateforme de partenariat Afrique-Europe en recherche agricole pour le développement (**PAEPARD**) est un projet sur huit ans financé par la Commission européenne (à 80%) avec la contribution de ses propres partenaires (20%). Depuis décembre 2009, elle est coordonnée par le Forum pour la Recherche Agricole en Afrique (**FARA**), et ce, jusqu'à fin 2017 suite à prorogation. Son objectif est d'établir des partenariats multi-acteurs africano-européens dans le domaine de la recherche agricole pour le développement (**RAD**) en vue de contribuer à la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement. Les partenaires européens sont les suivants : **AGRINATURA** (l'alliance européenne dans le domaine des connaissances agricoles pour le développement, qui coordonne les partenaires européens de la recherche), **COLEACP** (représentant du secteur privé), **CSA** (représentant des ONG), **ICRA** (spécialiste du renforcement des capacités en RAD) et **CTA** (le Centre technique de coopération agricole et rurale). Parmi les partenaires africains, outre le FARA, on trouve l'Organisation panafricaine des agriculteurs (**PAFO**), le Forum régional des universités pour le développement des capacités dans l'agriculture (**RUFORUM**) basé à Kampala et le Réseau pour l'analyse des politiques sur l'alimentation, l'agriculture et les ressources naturelles (**FANRPAN**) basé à Pretoria. PAFO agit à travers ses membres, qui sont la Fédération des agriculteurs d'Afrique orientale (**EAFF**) basée à Nairobi, le Réseau des organisations paysannes et de producteurs de l'Afrique de l'Ouest (**ROPPA**) basé à Ouagadougou et la Plateforme régionale des organisations paysannes d'Afrique centrale (**PROPAC**) basée à Yaoundé. La Confédération des syndicats agricoles d'Afrique australe (**SACAU**) est un partenaire associé à **PAEPARD**.



Avis de non-responsabilité : « Ce projet a été financé grâce au soutien de la Direction générale pour la Coopération internationale et le développement international de la Commission européenne (DG-DevCo). Le contenu de la présente publication n'engage que ses auteurs, et l'Union européenne ne saurait être tenue pour responsable de tout usage fait des informations contenues dans la présente ».

[paepard@dgroups.org](mailto:paepard@dgroups.org)

[www.paepard.org](http://www.paepard.org)

[twitter.com/PAEPARD](https://twitter.com/PAEPARD) [facebook.com/PAEPARD](https://facebook.com/PAEPARD)  
[paepard.blogspot.fr](http://paepard.blogspot.fr)