



**Le pouvoir de l'humanité**

Conseil des Délégués du Mouvement international  
de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge

10-11 novembre 2017, Turquie



## **Réveiller le Géant rouge**

### **Communication du Mouvement – Harmonisation et importance stratégique**

(Atelier 5)

Aperçu

#### **Point principal**

Le paysage des médias et de la communication a radicalement changé ces dernières années. Les personnes touchées, les journalistes, les publics nationaux, les donateurs et les groupes d'intérêt attendent et exigent tous une communication, une information et une mobilisation plus rapides et plus ciblés. Ces changements sont à la fois une opportunité et un défi.

Cet atelier examinera où et comment nous devrions investir de façon stratégique dans tout le Mouvement pour répondre aux attentes nouvelles dans un paysage de la communication en mutation et pour renforcer notre position en tant que marque et voix humanitaire de premier plan au niveau tant local que mondial.

#### **Contexte**

La communication est devenue un outil essentiel et stratégique dans tous les secteurs, y compris le secteur humanitaire. Les recherches conduites en 2017 montrent que les entreprises mondiales les plus connues du public ont toutes donné la priorité aux stratégies de communication et à l'investissement dans la communication<sup>1</sup>. Dans le secteur humanitaire, la communication a un impact direct sur la sécurité, l'acceptation, l'accès et la crédibilité. Investir dans la communication stratégique, c'est investir dans la confiance du public, démontrer notre valeur, faire preuve de transparence et de redevabilité. La confiance sous-tend toutes les interactions de notre personnel et de nos volontaires. De la rencontre avec une personne touchée par une crise, un acteur armé ou un gouvernement donateur, au recrutement, l'investissement dans la confiance est essentiel<sup>2</sup>.

Ces dernières années, le paysage des médias et de la communication a profondément changé. Les secteurs de la technologie de l'information et de la communication, les réseaux et le contenu des productions médiatiques, auparavant distincts, se sont rapprochés, estompant les distinctions entre les opérations du Mouvement, la mobilisation des communautés et la communication traditionnelle. De même, le paysage médiatique est de plus

<sup>1</sup><https://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2017/02/28/the-worlds-most-reputable-companies-in-2017/#1b82b9322fe3>.

<sup>2</sup> <http://www.edelman.com/trust2017/>

en plus caractérisé par des limites géographiques, des frontières technologiques et un rayonnement qui s'estompent.

L'essor de la technologie en ligne peut, certes, réduire le coût de l'accès à des publics plus vastes, mais il rend le processus plus complexe. Un modèle de communication « one-to-many », ou « un vers tous », a été supplanté par le paradigme « many-to-many », ou « beaucoup vers beaucoup ». Cette évolution rapide, tant de la technologie que de la culture de la consommation de communication, ne semble pas ralentir. Tandis que la convergence numérique continue de remettre en question les modèles d'affaires traditionnels, de nouvelles entreprises et de nouveaux groupes innovent et deviennent des leaders du marché – y compris dans le secteur humanitaire.

Le pouvoir de proximité et de rapidité que confèrent les outils numériques signifie que des publics différents se chevauchent et deviennent eux-mêmes des influenceurs de la communication et des faiseurs d'opinion – des publics nationaux et des communautés locales aux groupes criminels et aux autorités locales. Plus que jamais, la communication est devenue un nouveau champ de bataille, où différents intérêts et différents groupes se livrent concurrence pour exercer une influence et obtenir un soutien.

### **Qu'est-ce que cela signifie pour le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge ?**

Surmonter le vacarme et s'imposer en tant que voix et influenceur humanitaires de premier plan, aux niveaux local et mondial, est un défi stratégique clé pour le Mouvement.

Si la communication a toujours été un élément transversal dans tout le Mouvement, on n'insistera jamais trop, dans le paysage humanitaire complexe d'aujourd'hui et de demain, sur le rôle décisif et stratégique de la communication – dans les opérations, la collecte de fonds, la mobilisation des communautés, la diplomatie et la sensibilisation du public. La communication n'est plus un élément facultatif dans lequel les composantes du Mouvement décident d'investir ou de ne pas investir.

La manière dont nous mobilisons, influençons, formons et soutenons nos publics et les environnements dans lesquels nous communiquons continueront d'évoluer selon des modèles que nous pourrions ne pas être à même de prévoir. Par exemple, si dans le passé, les organisations mondiales possédant un riche héritage, comme le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, pouvaient se reposer sur la seule valeur historique de leur identité, tel n'est plus le cas. Ensuite, bien que les acteurs n'aient jamais été aussi nombreux dans l'espace humanitaire, les ressources restent limitées. Dans un environnement aussi concurrentiel, le Mouvement doit s'employer activement à investir dans notre avenir et à créer une capacité de communication qui soit agile et réactive.

En 2014, des responsables de la communication du monde entier ont participé au Forum mondial de la communication du Mouvement. Des délégués représentant 64 Sociétés nationales, la Fédération internationale et le CICR ont défini les défis et les opportunités qui se présenteront à nous au cours des prochaines années et élaboré la [Déclaration de Nairobi](#). La Déclaration appelle le Mouvement à donner la priorité à l'investissement stratégique dans la collecte de fonds et la communication. Tel est le minimum requis pour que les composantes du Mouvement puissent élargir leur rayonnement et réaliser plus pleinement leurs visions et leurs missions, tant individuellement que collectivement.

Prenant appui sur la Déclaration, l'atelier explorera, examinera et définira l'harmonisation et des stratégies pour le Mouvement, en vue d'encourager la mobilisation et d'exploiter son potentiel de communication en tant que voix humanitaire de premier plan. Il sera l'occasion de mieux comprendre l'importance stratégique et multisectorielle de la communication pour les opérations, la crédibilité, la collecte de fonds et le positionnement du Mouvement, tout en

recherchant des secteurs d'investissement et d'étude pour les prochaines années en vue de renforcer son rayonnement, son impact et sa réputation, et la confiance qu'il suscite.

### Objectifs de l'atelier

1. Comprendre les opportunités et défis qui se présentent actuellement au Mouvement en matière de communication, y compris la visibilité et la réputation.
2. Convenir des engagements et des mesures que le Mouvement prendra et mettra en œuvre au cours des deux prochaines années pour renforcer et harmoniser la communication stratégique.
3. Approuver une définition commune de ce que les différentes composantes entendent par communication.

### Questions-guides

1. Comment pouvons-nous mettre à profit le pouvoir et le potentiel du réseau collectif du Mouvement pour assurer son leadership humanitaire dans le monde à travers une communication stratégique coordonnée ?
2. Comment pouvons-nous aider les différentes composantes du Mouvement à jouer un rôle actif et de premier plan dans le monde en évolution constante et rapide de la communication et de l'échange d'informations ?
3. Quelles mesures pouvons-nous prendre pour mettre à profit le pouvoir et le rayonnement du Mouvement en tant que réseau mondial ?
4. Dans quels secteurs de la communication les composantes du Mouvement devraient-elles investir au cours des dix prochaines années pour veiller à ce que le Mouvement puisse continuer d'apporter une assistance humanitaire vitale ?

### Références à des documents de travail officiels et des résolutions précédentes du Conseil des Délégués, de la Conférence internationale, etc.

- Déclaration de Nairobi, Forum mondial du Mouvement sur la communication (disponible sur FedNet) : <https://fednet.ifrc.org/fr/ressources-et-services/communications/workshops-conferences--meetings/forum-mondial-de-la-communication-2014-/>
- Doctrine du CICR en matière de communication externe (Doctrine 7) : <https://www.icrc.org/fr/document/icrcs-external-communication-doctrine>