



Le pouvoir de l'humanité

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

10-11 novembre 2017, Turquie



FR

CD/17/15

Original : anglais

Pour information

CONSEIL DES DÉLÉGUÉS

DU MOUVEMENT INTERNATIONAL

DE LA CROIX-ROUGE ET DU CROISSANT-ROUGE

Antalya, Turquie
10-11 novembre 2017

**Initiative du Mouvement international de la Croix-Rouge et du
Croissant-Rouge relative à la marque – Adoption du logo du
Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge**

RAPPORT INTÉRIMAIRE

**Document préparé par le Comité international de la Croix-Rouge et la
Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge,
en consultation avec les Sociétés nationales de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge**

Genève, septembre 2017

RÉSUMÉ

Le présent rapport fait suite à la résolution 2 intitulée « Initiative du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge relative à la marque – Adoption du logo du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge » (résolution relative au logo du Mouvement), adoptée par le Conseil des Délégués en décembre 2015 ([CD/15/R2](#)). Il recense les activités qui ont été menées depuis en vue de mettre en œuvre cette résolution qui porte adoption du logo du Mouvement, ainsi que les cas dans lesquels le logo du Mouvement a été utilisé. Il passe également en revue les résultats qui ont été obtenus et les difficultés qui ont été rencontrées dans ce contexte. Enfin, il rend compte des progrès réalisés dans la mise en œuvre de la résolution 6 intitulée « Initiative du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge relative à la marque » (résolution relative à la marque), adoptée par le Conseil des Délégués de 2013 ([CD/13/R6](#)).

À la suite de l'adoption du logo du Mouvement, la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (Fédération internationale) et le Comité international de la Croix-Rouge (CICR) ont élaboré une série de procédures et d'outils destinés à compléter les *Conditions et règles régissant l'utilisation du logo du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge* (Conditions et règles) afin de garantir l'utilisation correcte du logo du Mouvement (telle que prévue aux paragraphes 1, 2 et 3 du dispositif de la résolution relative au logo du Mouvement). Conformément aux engagements pris dans la résolution relative au logo du Mouvement, plus particulièrement au paragraphe 5 du dispositif, la Fédération internationale et le CICR ont également travaillé en collaboration avec un consultant externe pour évaluer les cas dans lesquels le logo du Mouvement a été utilisé. Le présent rapport expose les conclusions et résultats de cette évaluation.

Entre son adoption en décembre 2015 et juin 2017¹, le logo du Mouvement a été utilisé dans le cadre de dix initiatives, essentiellement pour représenter le Mouvement et à des fins de communication. Un certain nombre de conclusions et d'enseignements ont pu être tirés de l'évaluation de ces cas et des activités qui ont été menées ces deux dernières années pour mettre en œuvre les engagements pris en lien avec la marque et le logo du Mouvement, notamment :

1. Respect des Conditions et règles : dans les dix cas où l'utilisation du logo du Mouvement a été approuvée et où le logo a effectivement été utilisé, les Conditions et règles ont été respectées, en particulier en ce qui concerne le caractère exceptionnel de cette utilisation. Seul un petit nombre de cas distincts d'utilisation abusive ont par ailleurs été recensés.
2. Primauté des logos des composantes du Mouvement : la plupart des Sociétés nationales de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (Sociétés nationales ou SN) qui ont participé à des activités en lien avec le 8 mai ont choisi de n'afficher que leur propre logo ou d'afficher leur logo aux côtés de celui du Mouvement, ce qui démontre bien que le logo du Mouvement, comme énoncé dans les Conditions et règles, n'amointrit en rien la force et la primauté des logos individuels des composantes du Mouvement.

¹ Le présent rapport se fonde sur les données de suivi recueillies jusqu'au 1^{er} juin 2017, date à laquelle l'exercice d'évaluation a pris fin.

3. Sensibilisation aux Conditions et règles : les séances d'information ainsi que les outils de communication sur le logo du Mouvement et autres produits de communication élaborés spécialement pour le 8 mai ont aidé dans une certaine mesure les Sociétés nationales à mieux comprendre les Conditions et règles et les situations spécifiques dans lesquelles le logo du Mouvement peut être utilisé. Bien que beaucoup de Sociétés nationales connaissent le logo du Mouvement et l'aient vu affiché, il n'en demeure pas moins nécessaire de poursuivre les efforts pour mieux faire connaître les Conditions et règles ainsi que les procédures s'y rapportant.
4. Avantages procurés par le logo : la majorité des Sociétés nationales interrogées ont indiqué que le logo du Mouvement avait amélioré le positionnement et la visibilité du Mouvement, qu'il avait favorisé les partenariats et la solidarité et qu'il n'avait pas amoindri la force et la primauté de leur propre logo. Un nombre conséquent d'entre elles (plus d'un quart) ont cependant déclaré n'être « Ni d'accord ni pas d'accord » avec ces affirmations, tandis qu'un petit nombre n'étaient « Pas d'accord » avec celles-ci.
5. Considérations juridiques : l'utilisation du logo du Mouvement n'a donné lieu à aucun problème juridique. Dans certains pays, le logo ne bénéficie toutefois d'aucune protection juridique contre les utilisations abusives.

Le présent rapport formule, en guise de conclusion, un ensemble de recommandations à l'intention du CICR, de la Fédération internationale et des Sociétés nationales, dont l'objectif est de faire en sorte que le logo du Mouvement soit affiché et utilisé correctement.

1) Introduction

Depuis 2009, la Fédération internationale, le CICR et les Sociétés nationales examinent un certain nombre de questions liées aux marques individuelles des composantes du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (Mouvement) et à la marque collective du Mouvement dans le but de :

- 1) gérer et renforcer la position et la réputation du Mouvement et de ses différentes composantes (à savoir les 190 Sociétés nationales, la Fédération internationale et le CICR) en tant qu'organisations humanitaires de référence ;
- 2) améliorer notre capacité collective à lever des fonds.

Ces discussions concernant la marque ont été engagées essentiellement en reconnaissance du fait que les composantes du Mouvement opèrent dans un environnement humanitaire en rapide évolution et de plus en plus concurrentiel en termes de positionnement et de collecte de fonds. Il s'agissait aussi de veiller à ce que l'emblème soit utilisé correctement par les composantes du Mouvement dans leurs activités de promotion de la marque.

Les discussions ont porté avant tout sur le développement et le renforcement de l'identité du Mouvement, ainsi que sur la création d'un logo mondial unique pour améliorer sa visibilité et son positionnement en tant que réseau humanitaire solidaire et homogène, de manière à multiplier les possibilités de collecte de fonds à l'échelle du Mouvement pour des campagnes, des thèmes et des contextes de portée mondiale.

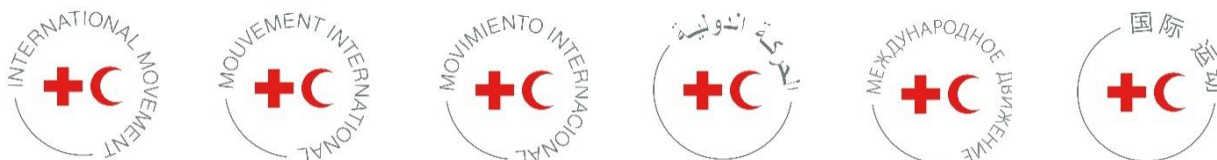
Aux paragraphes 5 et 7 du dispositif de la résolution relative à la marque, le Conseil des Délégués salue l'élaboration du Guide pratique² et du document d'orientation intitulé « Les emblèmes et logos de la croix rouge et du croissant rouge dans la communication, le marketing et la collecte de fonds », et reconnaît l'intérêt manifesté par les composantes du Mouvement d'examiner plus avant la possibilité d'adopter un logo pour le Mouvement, tout en recommandant que les conditions et les règles qui régiraient l'utilisation d'un tel logo soient définies plus précisément.

Entre 2013 et 2015, la Fédération internationale, le CICR et les Sociétés nationales ont mené des consultations en vue de clarifier les questions en suspens mentionnées au paragraphe 5 du dispositif concernant l'utilisation des logos existants. Ces consultations ont également été l'occasion d'examiner la possibilité d'élaborer un logo pour le Mouvement et de définir les conditions et règles qui régiraient son utilisation, comme recommandé au paragraphe 7 du dispositif³. Les questions en suspens soulevées dans le document d'orientation intitulé « Les emblèmes et logos de la croix rouge et du croissant rouge dans la communication, le marketing et la collecte de fonds » ont ainsi pu être clarifiées, et le Guide pratique finalisé. Parallèlement,

² Le Guide pratique a été élaboré dans le cadre de l'Initiative internationale relative à la marque en vue du Conseil des Délégués de 2013 ; la résolution relative à la marque y fait référence. Le Guide vise à aider les Sociétés nationales à renforcer leur image de marque et à gérer leur réputation de façon à se positionner en tant qu'acteurs humanitaires de premier rang et à se maintenir à la pointe de l'action humanitaire dans un monde en évolution rapide. Il comprend des orientations sur les points suivants : développement de la marque ; utilisation des logos et emblèmes dans les activités de communication, de marketing et de collecte de fonds ; développement de la marque sur Internet et les réseaux sociaux ; gestion des relations avec les médias pendant une crise de réputation ; gestion des crises nationales et élaboration de propositions de réponse et réactions ; modèles de marques ; gestion des cas d'emploi abusif des emblèmes ; promotion de la marque auprès des jeunes. Le Guide pratique ainsi que d'autres documents d'information relatifs à la marque sont disponibles à l'adresse : <https://fednet.ifrc.org/branding>

³ Pour plus d'informations sur le processus de consultation, voir le [Rapport intérimaire et document de référence](#) concernant l'adoption du logo du Mouvement.

des travaux ont été entrepris en vue de créer un logo pour le Mouvement, qui ont conduit à l'adoption de la résolution relative au logo du Mouvement. Le nouveau logo vise à renforcer la marque collective du Mouvement par une identité visuelle utilisable à titre indicatif, et à aider ainsi le Mouvement à mieux communiquer, se positionner et collecter des fonds à l'échelle mondiale en tant qu'entité unique pour soutenir son action humanitaire ainsi que les personnes et les communautés qu'il sert.



Entre décembre 2015, lorsqu'il a été adopté, et juin 2017, le logo du Mouvement a été utilisé dans le cadre de dix initiatives, principalement pour représenter le Mouvement et à des fins de communication. Le présent rapport présente les cas dans lesquels le logo a été utilisé depuis son adoption et rend compte des résultats obtenus et des enseignements tirés, conformément au paragraphe 5 du dispositif de la résolution relative au logo du Mouvement.

L'Initiative relative à la marque et l'adoption du logo du Mouvement viennent compléter les activités définies et mises en œuvre dans le suivi des résolutions 4 et 1 adoptées par le Conseil des Délégués respectivement en 2013 et en 2015 sur le thème « Renforcer la coordination et la coopération au sein du Mouvement ». La résolution 1 portait adoption d'un plan d'action spécifique visant notamment à améliorer la coordination et la coopération en matière de communication et de mobilisation des ressources dans le cadre des opérations de grande ampleur. En aspirant à une communication mieux coordonnée et plus cohérente et en l'inscrivant parmi les objectifs du processus de renforcement de la coordination et de la coopération internes, le Mouvement souligne l'importance d'adopter une approche globale pour communiquer et promouvoir la mission et l'action du Mouvement et de ses composantes dans des contextes de portée mondiale. Au moment de la rédaction du présent rapport, une nouvelle résolution sur le renforcement de la coordination et de la coopération au sein du Mouvement, prenant appui sur les objectifs énoncés en 2013 et en 2015, était en cours d'élaboration pour examen et adoption par le Conseil des Délégués de 2017.

2) Contexte et procédures

À la suite de l'adoption du logo du Mouvement, la Fédération internationale et le CICR ont élaboré des procédures et des outils destinés à compléter les Conditions et règles et à faire en sorte que le logo du Mouvement ne soit utilisé que conformément aux dispositions des paragraphes 1, 2 et 3 du dispositif de la résolution relative au logo du Mouvement. Ci-après quelques-uns des outils et procédures élaborés :

- **Procédure d'approbation** : conformément aux Conditions et règles, une procédure a été mise en place en vue de gérer les demandes d'utilisation du logo du Mouvement. Il a fallu notamment définir le mandat du Comité d'approbation du logo du Mouvement, chargé d'examiner les demandes (facilitées grâce à un formulaire élaboré sur la base des Conditions et règles) et de prendre dans les meilleurs délais les décisions concernant l'utilisation du logo. Une adresse électronique (MovementLogo@ifrc.org) a

également été créée pour centraliser les demandes d'utilisation et les questions émanant des composantes du Mouvement.

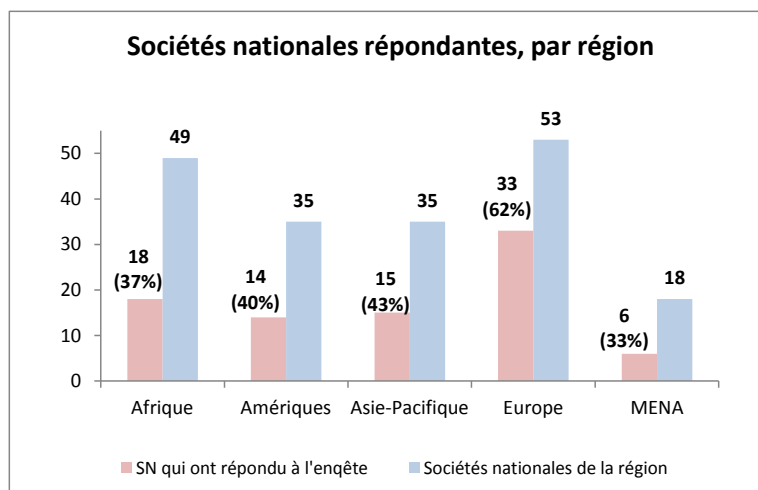
- **Outils de communication** : des outils de communication (messages clés, foire aux questions, document d'orientation sur l'affichage du logo du Mouvement sur les sites Web des Sociétés nationales, présentation, formulaire de demande d'utilisation, formulaire d'autorisation anticipée) ont été conçus pour faire connaître le logo du Mouvement et faire en sorte qu'il soit utilisé et affiché conformément aux modalités prévues.
- **Acceptation anticipée** : en février 2016, soit peu après l'adoption du logo, les Sociétés nationales ont été informées qu'elles avaient la possibilité d'accepter à l'avance que le logo du Mouvement soit utilisé sur leur territoire pour les futures initiatives de collecte de fonds. À cette fin, elles se sont vu remettre un formulaire d'autorisation qu'elles pouvaient signer à l'avance si elles le souhaitaient.
- **Planification d'initiatives mondiales de collecte de fonds** : des travaux préparatoires ont été réalisés en vue de concevoir des scénarios détaillés pour des collectes de fonds d'urgence précisant les différentes étapes à suivre ainsi que le rôle et les responsabilités de chacun. En mars 2016, la Fédération internationale et le CICR ont effectué un exercice de simulation de campagne mondiale de collecte de fonds utilisant le logo du Mouvement avec un partenaire extérieur. L'exercice a permis de mettre en lumière plusieurs éléments nécessitant un suivi (élaboration/finalisation d'un courriel type à envoyer aux Sociétés nationales pour solliciter leur accord concernant la participation à des initiatives mondiales de collecte de fonds, de plans de coordination pour les campagnes mondiales de collecte de fonds, d'un accord type pour la collecte de fonds avec un partenaire extérieur, d'un formulaire relatif au devoir de diligence pour les partenaires extérieurs et d'une proposition pour l'attribution des fonds). Ces éléments ont depuis été élaborés en consultation avec plusieurs Sociétés nationales.
- **Suivi** : un système a été mis en place pour opérer un suivi des cas d'utilisation et d'emploi abusif du logo du Mouvement. Il repose sur les indications fournies par les composantes du Mouvement elles-mêmes et sur une surveillance en ligne réalisée en utilisant la recherche d'image inversée.

En collaboration avec un consultant externe, la Fédération internationale et le CICR ont également procédé à une évaluation des cas dans lesquels le logo du Mouvement a été utilisé, comme prévu au paragraphe 5 du dispositif de la résolution relative au logo du Mouvement. Cette évaluation⁴ a été effectuée sur la base des quatre principales sources d'informations ci-dessous.

- **Données de suivi collectées par la Fédération internationale et le CICR** : ces données comprennent les demandes formelles et informelles concernant l'utilisation du logo du Mouvement, les cas d'utilisation abusive ou incorrecte ainsi que les demandes d'information générales concernant le logo, les possibilités de le faire connaître et les engagements pris en la matière. Elles contiennent aussi les noms des Sociétés nationales qui ont accepté à l'avance que le logo du Mouvement soit utilisé sur leur territoire.

⁴ Le présent rapport se fonde sur les données de suivi recueillies jusqu'au 1^{er} juin 2017, date à laquelle l'exercice d'évaluation a pris fin.

- **Rapports de suivi des activités réalisées sur les réseaux sociaux et Internet à l'occasion des journées du 8 mai 2016 et 2017** : la Fédération internationale et le CICR ont suivi séparément l'utilisation que les Sociétés nationales ont faite du logo du Mouvement à l'occasion de la Journée mondiale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge de 2016 et de 2017.
- **Enquête auprès des Sociétés nationales** : une enquête sur l'utilisation du logo du Mouvement a été réalisée auprès des Sociétés nationales, qui pouvaient y répondre en ligne à l'aide du logiciel SurveyMonkey ou hors ligne au format Word. L'enquête était disponible en cinq langues (anglais, arabe, espagnol, français et russe) pendant une période de cinq semaines (du 27 mars au 4 mai 2017). Au total, 86 réponses complètes ont été reçues, ce qui signifie que 45 % des 190 Sociétés nationales reconnues ont répondu à l'enquête. On trouvera les conclusions détaillées de celle-ci dans un rapport distinct disponible sur FedNet⁵.
- **Outils de communication et autre documentation concernant le logo du Mouvement** : les messages clés, la foire aux questions, le document d'orientation sur l'affichage du logo du Mouvement sur les sites Web des Sociétés nationales, la présentation, le formulaire de demande d'utilisation du logo du Mouvement, le formulaire d'autorisation anticipée et les autres documents connexes ont également été examinés dans le cadre de l'évaluation.



Il convient de souligner que l'adoption du logo du Mouvement par le Conseil des Délégués de 2015 a immédiatement été portée à la connaissance des États et des Hautes Parties contractantes aux Conventions de Genève de 1949, par le biais du paragraphe 4 du dispositif de la résolution 7 adoptée par la XXXII^e Conférence internationale et intitulée « Le renforcement de la réponse du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge à des besoins humanitaires croissants ».

Par ailleurs, le paragraphe 6 du dispositif de la résolution relative au logo du Mouvement engageait les composantes du Mouvement « à faire preuve collectivement d'initiative afin de tirer pleinement parti de la capacité du Mouvement à lever des fonds, dans un esprit de collaboration et de bon partenariat, et appel[ait] le CICR et la Fédération internationale à engager avec les Sociétés nationales un processus participatif en vue d'élaborer des principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l'ensemble du Mouvement, qui ser[ai]ent soumis pour adoption au Conseil des Délégués de 2017 ». D'importants travaux ont été réalisés à cet égard. Toutes les informations sur le processus et les activités concernés figurent dans le

⁵ Le rapport complet sur les conclusions de l'enquête relative à l'utilisation du logo du Mouvement est disponible sur FedNet à l'adresse : <https://fednet.ifrc.org/movementlogo>

document de référence sur les principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l'ensemble du Mouvement et le projet de résolution 6DR, lequel sera présenté pour adoption par le Conseil des Délégués de 2017⁶.

3) Analyses et progrès

La présente section porte sur les constatations, analyses et progrès réalisés en lien avec la résolution relative au logo du Mouvement, plus particulièrement les paragraphes 1, 2, 3 et 5 du dispositif. La majorité de ces informations sont issues de l'évaluation indépendante dont il a été fait mention plus haut.

3.1. Mise en œuvre et utilisation du logo du Mouvement

Entre le 7 décembre 2015, date à laquelle le logo du Mouvement a été adopté, et le 1^{er} juin 2017⁷, 34 demandes d'utilisation ont au total été formulées : 19 demandes informelles et 15 demandes formelles. Parmi les demandes formelles, 12 ont été soumises à la procédure d'approbation⁸, à l'issue de laquelle 11 ont été approuvées et une a été rejetée⁹. Le logo du Mouvement n'a toutefois été utilisé au final que dans dix cas¹⁰. Le tableau 1 ci-dessous fournit des informations plus détaillées concernant toutes ces demandes, tandis que le tableau 2 énumère les dix cas dans lesquels la demande d'utilisation a été approuvée et le logo du Mouvement effectivement utilisé.

Tableau 1 – Données relatives aux demandes d'utilisation du logo du Mouvement	
Nombre de demandes informelles et formelles	34 (19 informelles et 15 formelles)
Source des demandes informelles	Fédération internationale : 8 Sociétés nationales : 7 Demandes conjointes Fédération/CICR : 2 CICR : 2
Source des demandes formelles	Demandes conjointes Fédération/CICR : 7 Fédération internationale : 5 Sociétés nationales : 2 CICR : 1
Nombre de demandes formelles soumises pour approbation	12
Nombre de demandes approuvées	11
Nombre de demandes rejetées	1
Demandes approuvées ayant donné lieu à une utilisation	10
Demandes approuvées n'ayant pas donné lieu à une utilisation	1

⁶ Le rapport et le projet de résolution sont disponibles à l'adresse : <http://rcrcconference.org/resolutions-and-reports-cod-2017/?lang=fr>

⁷ Le présent rapport se fonde sur les données de suivi recueillies jusqu'au 1^{er} juin 2017, date à laquelle l'exercice d'évaluation a pris fin.

⁸ Trois des demandes formelles ne satisfaisaient pas aux Conditions et règles et n'ont donc pas été soumises au processus d'approbation.

⁹ Une demande d'utilisation a été rejetée, car il a été jugé que l'utilisation prévue du logo du Mouvement ne faisait pas partie des cas exceptionnels définis dans les Conditions et règles.

¹⁰ Dans le onzième cas, le logo du Mouvement devait être utilisé sur la plateforme musicale iTunes pour collecter des fonds à la suite d'une catastrophe. Du fait d'un problème de délai lié au système interne d'iTunes, le logo du Mouvement n'a pas pu être téléchargé à temps pour la campagne. Le logo de la Fédération internationale, déjà enregistré dans le système d'iTunes, a donc été utilisé pour cette campagne mondiale.

Tableau 2 – Données relatives aux cas dans lesquels l'utilisation du logo du Mouvement a été approuvée et le logo effectivement utilisé				
Date d'approbation	Composante ayant formulé la demande d'utilisation	Motif	Initiative	Utilisation récurrente
15 mars 2016	Demande conjointe	Communication	Couverture du magazine <i>Croix-Rouge Croissant-Rouge</i>	Oui
15 mars 2016	Demande conjointe	Communication	8 mai – Journée mondiale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge	Oui
15 mars 2016	Demande conjointe	Représentation, communication	Documents pour les réunions statutaires de 2017	Non
15 mars 2016	Demande conjointe	Représentation, communication	Sommet humanitaire mondial	Oui
15 mars 2016	Demande conjointe	Communication	Sites Web officiels des composantes du Mouvement concernées	Oui
4 octobre 2016	Fédération internationale	Représentation, communication	Conférence des Nations Unies sur le logement et le développement urbain durable (Habitat III)	Non
21 février 2017	Demande conjointe	Représentation, communication	Forum mondial de la communication	Oui
23 mars 2017	Demande conjointe	Représentation, communication	Forum CR ² qui se tiendra à l'occasion des réunions statutaires de 2017	Non
21 avril 2017	Fédération internationale	Représentation, communication	Exposé du Mouvement sur la sécheresse et la crise alimentaire en Afrique centrale et orientale	Non
19 mai 2017	Fédération internationale	Communication, promotion et collecte de fonds pour un thème d'intérêt général	Préservation et numérisation des films d'archives de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge	Non

Utilisation à des fins de communication et de représentation

Le tableau 2 ci-dessus fournit des informations plus détaillées sur les dix cas (au 1^{er} juin 2017) dans lesquels l'utilisation du logo du Mouvement a été approuvée et le logo effectivement utilisé. Dans neuf de ces cas, le logo a été utilisé à des fins de communication ou de représentation. Dans la majorité d'entre eux, le logo du Mouvement a été affiché sur du matériel lié à une manifestation ou à une réunion. Dans les autres cas, il s'est agi d'une utilisation récurrente du logo, par exemple sur la couverture du magazine *Croix-Rouge Croissant-Rouge* ou sur les sites Web de composantes du Mouvement. Selon l'évaluation, dans tous ces cas, l'exigence selon laquelle le logo doit être utilisé de manière exceptionnelle et pour représenter collectivement les composantes du Mouvement dans le cadre d'initiatives de portée mondiale ou d'intérêt général a été respectée.



Utilisation du logo à des fins de collecte de fonds

Jusqu'ici, il n'y a eu qu'un seul cas où l'utilisation du logo du Mouvement a été approuvée et où le logo a effectivement été utilisé pour une initiative de collecte de fonds liée à un thème

d'intérêt général : la préservation et la numérisation des films d'archives de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (utilisation approuvée le 19 mai 2017). Bien qu'il s'agisse d'une initiative mondiale, fondée sur la résolution 6 du Conseil des Délégués de 2011 intitulée « Préservation du patrimoine historique et culturel du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge », elle n'implique pas de partenaire extérieur, et le logo sera essentiellement utilisé sur le matériel de communication du Mouvement destiné à lever des fonds dans le cadre de cette initiative (site Web, vidéo et brochure). Si elles le souhaitent, les Sociétés nationales participantes peuvent utiliser leur propre logo pour ces activités de collecte de fonds. L'utilisation du logo du Mouvement avait également été approuvée pour un autre cas de collecte de fonds, destinée cette fois à une urgence humanitaire, mais le logo n'a finalement pas été utilisé (voir note de bas de page n° 10).

Au total, 19 demandes informelles portant sur une éventuelle utilisation du logo du Mouvement n'ont pas donné lieu à des demandes formelles. Quatre d'entre elles, émanant toutes de Sociétés nationales, concernaient des initiatives de collecte de fonds. Dans les quatre cas, la Société nationale concernée, la Fédération internationale et le CICR ont examiné ensemble l'utilisation envisagée et conclu qu'elle ne correspondait pas aux critères énoncés dans les Conditions et règles en matière de collecte de fonds.

Le logo du Mouvement n'a encore jamais été utilisé pour une initiative mondiale de collecte de fonds impliquant un partenaire extérieur, qui nécessiterait le recours au mécanisme d'acceptation ou de refus prévu pour les Sociétés nationales.

Journée mondiale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge

À l'occasion de la Journée mondiale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, les 8 mai 2016 et 2017 (deuxième ligne du tableau 2 ci-dessus), la Fédération internationale et le CICR ont fourni des orientations supplémentaires¹¹ sur la façon dont le logo du Mouvement devrait être utilisé.

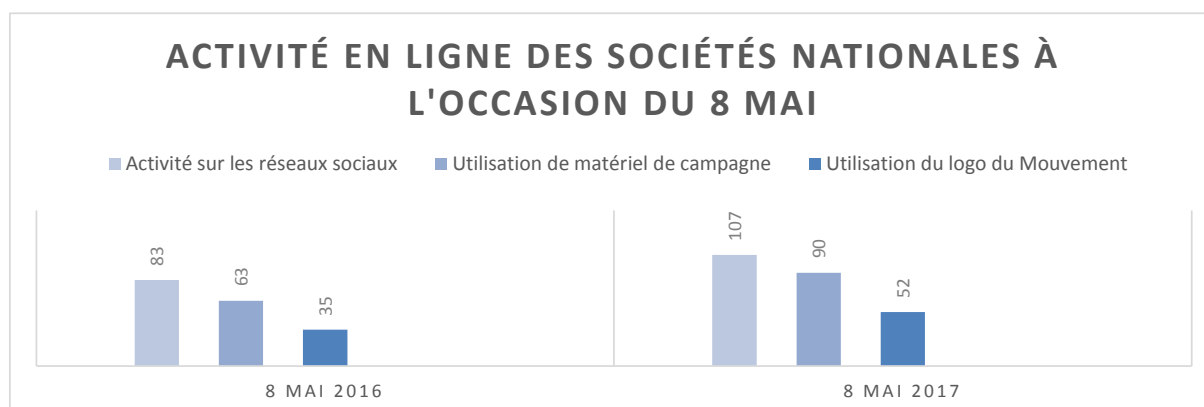
Il est ressorti de l'enquête menée auprès des Sociétés nationales que 34 % d'entre elles (soit 29 SN) ont utilisé le logo à l'occasion du 8 mai 2016, les 66 % restants (soit 57 SN) ne l'ayant pas utilisé. Pour le 8 mai 2017, 44 % (38 SN) avaient déclaré avoir prévu d'utiliser le logo, 27 % (23 SN) ne pas avoir prévu de l'utiliser et 29 % (25 SN) ne pas avoir encore décidé si elles allaient l'utiliser ou non.

Les activités de suivi menées séparément par la Fédération internationale et le CICR concernant la journée du 8 mai ont révélé qu'en 2016, 35 Sociétés nationales ont utilisé le logo du Mouvement parmi les 63 Sociétés nationales qui ont été actives sur les réseaux sociaux et ont utilisé du matériel produit à Genève (qui prévoyait la possibilité d'afficher le logo du Mouvement). Dans le cas du 8 mai 2017, sur les 90 Sociétés nationales qui ont utilisé du matériel produit à Genève, 52 ont affiché le logo du Mouvement d'une manière ou d'une autre



¹¹ Chaque année, en prévision de la campagne du 8 mai, la Fédération internationale et le CICR conçoivent du matériel de communication que les Sociétés nationales peuvent utiliser et adapter à leur contexte. Le matériel conçu pour les Journées mondiales 2016 et 2017 comprenait des directives spécifiques sur l'utilisation du logo du Mouvement dans le cadre des activités liées au 8 mai (voir sous « Visual Identity Guidelines » dans la section du site [FedNet](#) consacrée au 8 mai).

sur les réseaux sociaux ou sur leur site Web. Le graphique ci-dessous montre l'évolution de la situation entre 2016 et 2017.



Utilisation sur le site Web de composantes du Mouvement

Dans le cadre de l'enquête, 19 % des SN répondantes (16 SN) ont déclaré avoir fait figurer le logo du Mouvement sur leur site Web. Parmi les 81 % qui ont déclaré ne pas l'avoir fait (70 SN), 30 Sociétés nationales ont dit prévoir ou envisager de le faire. Il ressort cependant des activités de suivi de la Fédération internationale et du CICR que, le 1^{er} juin 2017, le logo du Mouvement n'était affiché sur le site Web que de six Sociétés nationales (ainsi que sur ceux de la Fédération et du CICR).

3.2. Connaissance du logo

Dans la mesure où il a été jugé indispensable que les composantes du Mouvement connaissent le logo du Mouvement et comprennent son utilité pour l'utiliser en tout temps conformément aux Conditions et règles, l'exercice d'évaluation indépendante s'est aussi penché sur la connaissance que les composantes du Mouvement ont du logo et sur les activités destinées à faire connaître la marque et le logo du Mouvement.

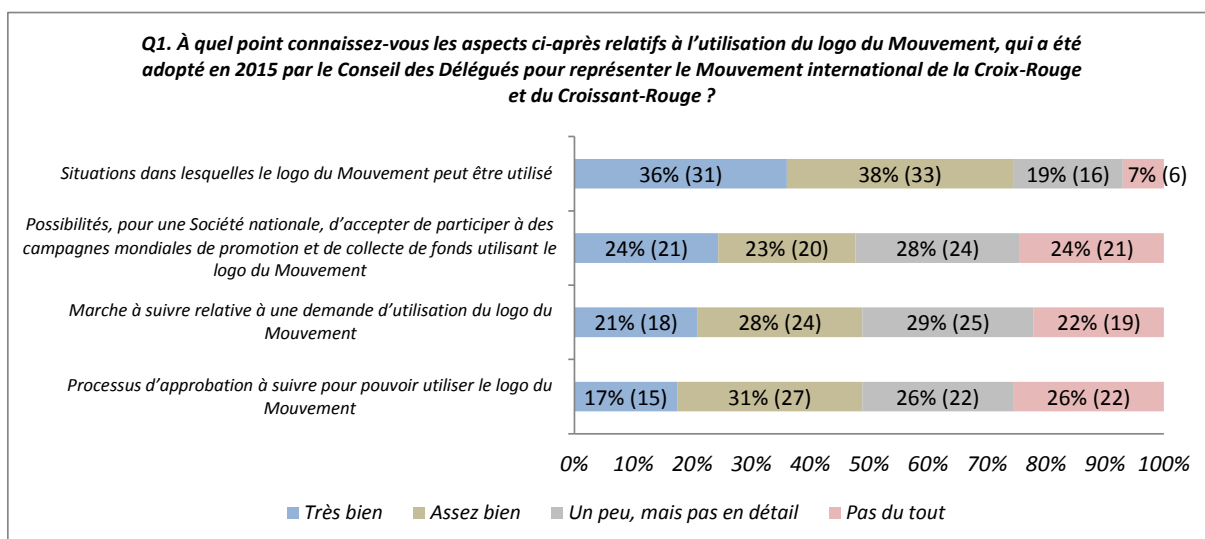
Des informations sur le logo et les outils de communication y relatifs (voir section 2 ci-dessus) ont été mises à la disposition des composantes du Mouvement par différents canaux, notamment [FedNet](#) et un article dans le magazine *Croix-Rouge Croissant-Rouge*. Plus d'une douzaine de séances d'information ont par ailleurs été organisées à l'intention des dirigeants et du personnel du Mouvement lors de conférences et d'ateliers mondiaux, régionaux et spécialisés¹². Les composantes du Mouvement qui avaient des questions ou préoccupations spécifiques concernant le logo ont également pu contacter directement les coordonnateurs de la Fédération internationale et du CICR chargés de l'initiative relative à la marque.

Les activités visant à faire connaître le logo aux composantes du Mouvement étaient essentiellement destinées au personnel et aux responsables chargés de la communication, des questions juridiques et de la collecte de fonds, et comprenaient généralement des informations supplémentaires sur la question de la marque du Mouvement, le Guide pratique

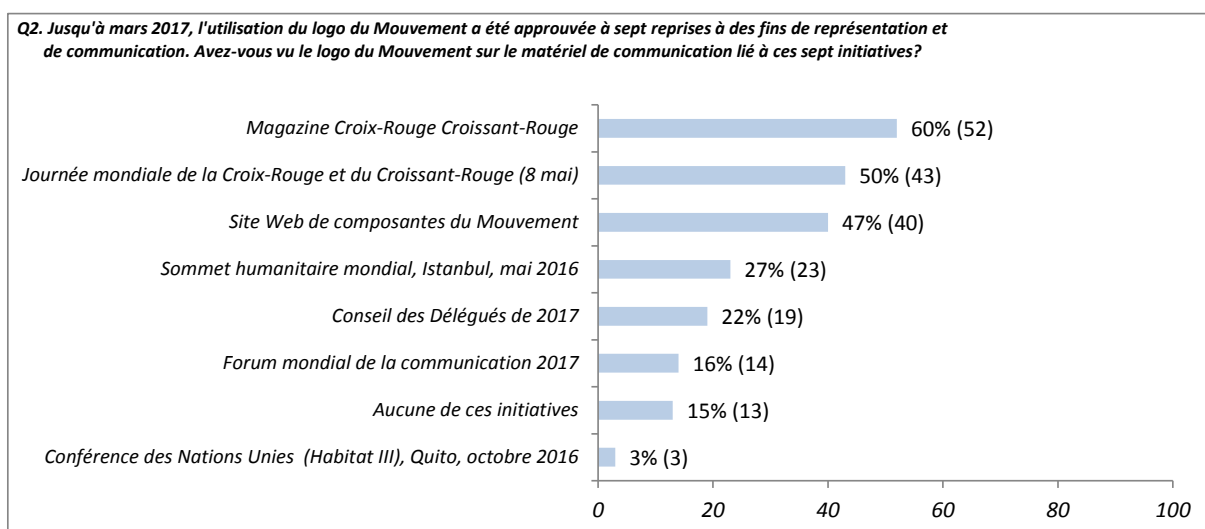
¹² Par exemple, à l'occasion du cours d'intégration organisé par le Mouvement à l'intention des nouveaux dirigeants de Société nationale, d'un forum consacré à la communication au sein du Mouvement tenu dans la région Asie-Pacifique et de la réunion 2016 des conseillers juridiques des Sociétés nationales.

et le document d'orientation « Les emblèmes et logos de la croix rouge et du croissant rouge dans la communication, le marketing et la collecte de fonds ». Ces documents ont été remis aux composantes du Mouvement pour les aider à gérer leur propre marque et identité visuelle, ainsi que la marque collective du Mouvement, et pour veiller à ce qu'elles utilisent les emblèmes correctement.

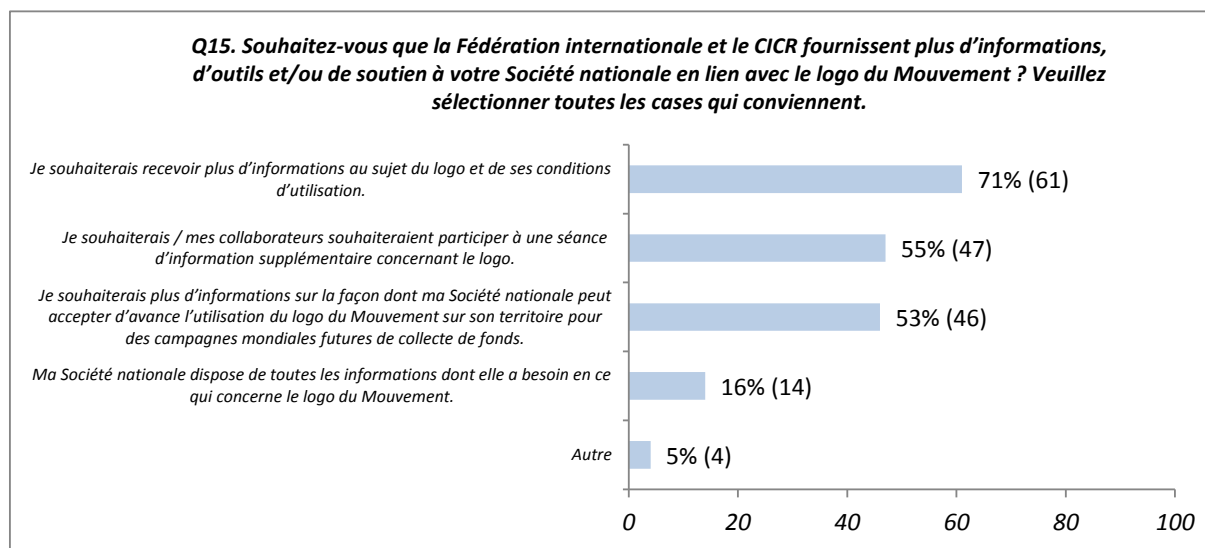
Les Sociétés nationales qui ont répondu à l'enquête ont globalement déclaré connaître les situations dans lesquelles le logo peut être utilisé, 74 % d'entre elles (64 SN) ayant estimé les connaître « Très bien » ou « Assez bien ». Les Sociétés nationales connaissaient par contre moins bien la procédure d'approbation à suivre, 48 % d'entre elles (42 SN) ayant répondu « Très bien » ou « Assez bien » sur ce point.



La plupart des SN répondantes ont dit avoir vu le logo sur la couverture du magazine *Croix-Rouge Croissant-Rouge* (60 % ou 52 SN) et sur le matériel de communication lié au 8 mai 2016 (50 % ou 43 SN). Seulement 15 % (13 SN) ont déclaré n'avoir jamais vu le logo affiché où que ce soit.



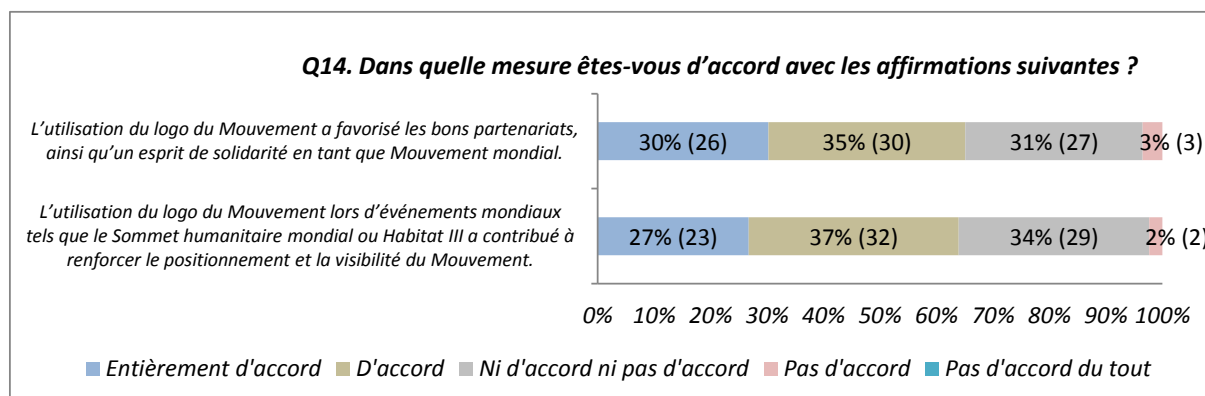
Comme on peut le constater dans le graphique ci-dessous, 71 % des SN répondantes (61 SN) ont indiqué souhaiter plus d'informations sur le logo du Mouvement et ses conditions d'utilisation.



Il convient de préciser que la majorité des SN répondantes (69 % ou 59 SN) ont déclaré avoir informé leurs membres, leurs employés ou leurs volontaires de l'existence du logo du Mouvement, tandis que 22 % (19 SN) ont dit en avoir informé le grand public et 21 % (18 SN) les autorités gouvernementales¹³. Reste que 24 % (21 SN) ont déclaré n'avoir informé personne de l'existence de ce logo.

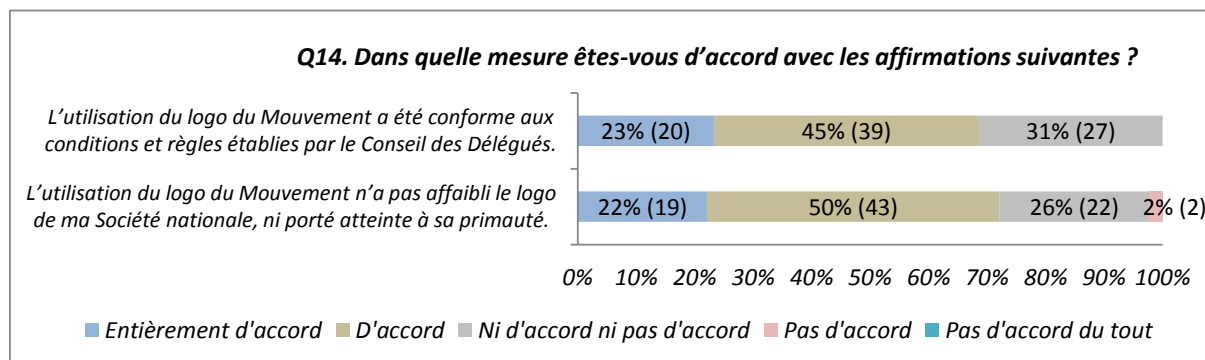
Impact du logo et commentaires

Comme le montre le graphique ci-dessous, 65 % des SN répondantes (56 SN) ont estimé que l'utilisation du logo du Mouvement avait favorisé les bons partenariats ainsi qu'un esprit de solidarité. Environ un tiers (31 % ou 27 SN) se sont dites « Ni d'accord ni pas d'accord » et 3 % (3 SN) « Pas d'accord » avec cette affirmation. De façon comparable, 64 % (55 SN) ont estimé que le logo du Mouvement avait contribué à renforcer le positionnement et la visibilité du Mouvement lors d'événements mondiaux, tandis qu'un tiers environ (34 % ou 29 SN) ont déclaré n'être « Ni d'accord ni pas d'accord » et 2 % (2 SN) « Pas d'accord » avec cette nouvelle affirmation.



¹³ Le rapport complet sur les conclusions de l'enquête relative à l'utilisation du logo du Mouvement est disponible sur FedNet à l'adresse : <https://fednet.ifrc.org/movementlogo>

Comme on le voit ci-dessous, 68 % des SN répondantes (59 SN) se sont dites « D'accord » avec l'affirmation selon laquelle l'utilisation du logo du Mouvement avait été conforme aux Conditions et règles, tandis que 31 % (27 SN) n'étaient « Ni d'accord ni pas d'accord ». De plus, 72 % (62 SN) ont estimé que le logo du Mouvement n'avait pas affaibli leur propre logo, ni porté atteinte à sa primauté, 26 % (22 SN) n'étant « Ni d'accord ni pas d'accord » avec cette affirmation, et 2 % (2 SN) n'étant « Pas d'accord ».



La majorité des Sociétés nationales qui ont participé à l'enquête (77 % ou 66 SN) ont déclaré n'avoir pas reçu de questions ou commentaires concernant le logo du Mouvement. En revanche, 10 % ou moins des SN répondantes ont dit avoir reçu des commentaires ou questions de la part du grand public, des médias, des autorités gouvernementales, d'organisations non gouvernementales internationales ou nationales, de donateurs, d'institutions des Nations Unies ou d'autres acteurs.

Commentaires ponctuels

Aucune objection formelle à l'utilisation du logo du Mouvement n'a été soulevée au sein du Mouvement ou à l'extérieur de celui-ci. Une Société nationale a demandé s'il était légitime que le logo du Mouvement ait été utilisé à l'occasion du Sommet humanitaire mondial en 2016. Une autre Société nationale a fait savoir lors de l'enquête qu'elle estimait que l'utilisation du logo du Mouvement sur le site Web de composantes du Mouvement n'entraînait pas dans le champ des possibilités prévues, renvoyant à cet égard à la section 4 a) des Conditions et règles. Globalement, les questions posées par les Sociétés nationales à la Fédération internationale et au CICR concernant l'utilisation du logo du Mouvement touchaient à ce qui est autorisé et à ce qui ne l'est pas en vertu des Conditions et règles et ne remettaient pas en cause l'utilité ou la valeur du logo.

3.3. Problèmes et défis

Bien que les composantes du Mouvement se soient heurtées à différents problèmes et défis, l'évaluation a conclu qu'aucun ne constituait un obstacle majeur empêchant l'utilisation correcte du logo du Mouvement.

Collecte de fonds à l'aide du logo du Mouvement

Comme cela a été dit plus haut, la Fédération internationale et le CICR ont établi des procédures et processus qu'ils ont mis en œuvre à titre expérimental pour veiller à ce que le

logo du Mouvement soit utilisé en tout temps conformément aux Conditions et règles – notamment celles relatives à l’obtention de l’autorisation préalable des Sociétés nationales pour la participation à des initiatives mondiales de collecte de fonds utilisant le logo du Mouvement sur leur territoire, comme prévu au paragraphe 3 du dispositif de la résolution relative au logo du Mouvement.

Si 17 Sociétés nationales ont rempli le formulaire d’autorisation anticipée, nombreuses sont celles qui ont fait savoir à la Fédération internationale et au CICR qu’elles ne formuleraient pas d’acceptation anticipée, préférant prendre la décision de participer ou non avant le lancement de chaque initiative spécifique, comme prévu à la section 7 b) des Conditions et règles.

À ce jour, le logo du Mouvement n’a encore jamais été utilisé pour collecter des fonds pour une urgence humanitaire, ni pour collecter des fonds avec un partenaire extérieur. Par conséquent, bien que les processus et procédures, y compris les mécanismes d’acceptation et de refus, aient été mis en place, ils n’ont pas encore été utilisés dans la pratique.

À cet égard, le groupe de référence chargé du processus d’élaboration des principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l’ensemble du Mouvement¹⁴ a notamment pour objectif d’évaluer et de promouvoir les initiatives mondiales de collecte de fonds utilisant le logo du Mouvement et de suivre les résultats obtenus et les enseignements tirés afin d’améliorer les initiatives futures. Les membres du groupe issus de Sociétés nationales ont été régulièrement informés des cas d’utilisation du logo du Mouvement à des fins de communication et de représentation. Toutefois, comme le logo du Mouvement n’a jusqu’ici jamais été utilisé dans le cadre d’initiatives mondiales de collecte de fonds, il n’a pas encore été possible de remplir cet objectif.

Le groupe de référence a cependant exprimé la nécessité de clarifier la situation quant à la façon dont les fonds seront attribués entre les composantes du Mouvement si le logo du Mouvement est utilisé dans le cadre de campagnes mondiales de collecte de fonds (section 8 b) des Conditions et règles). La Fédération internationale et le CICR ont par conséquent élaboré une proposition pour l’attribution des fonds collectés dans ces situations, laquelle devra être appliquée au cas par cas sur la base des principes spécifiques de la collecte de fonds et des critères d’attribution définis dans les Conditions et règles. La proposition prévoit une fourchette de pourcentages basée sur plusieurs variables, notamment la présence opérationnelle des composantes du Mouvement et le contexte (conflit, catastrophe naturelle ou urgence complexe). Elle a été présentée à la dernière réunion du groupe de référence chargé des principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l’ensemble du Mouvement, en avril 2017, et a été bien accueillie par les participants. Ceux-ci ont encouragé la Fédération internationale, le CICR et les Sociétés nationales à poursuivre les discussions sur la proposition dans les mois suivants et, dans le cadre de ces discussions, à tenir compte des données relatives à la collecte de fonds recueillies auprès des composantes du Mouvement.

Utilisation incorrecte du logo du Mouvement

Depuis décembre 2015, 18 cas d’utilisation incorrecte du logo du Mouvement ont été recensés sur la base d’une surveillance en ligne et d’autres activités de suivi. La majorité de ces cas (12)

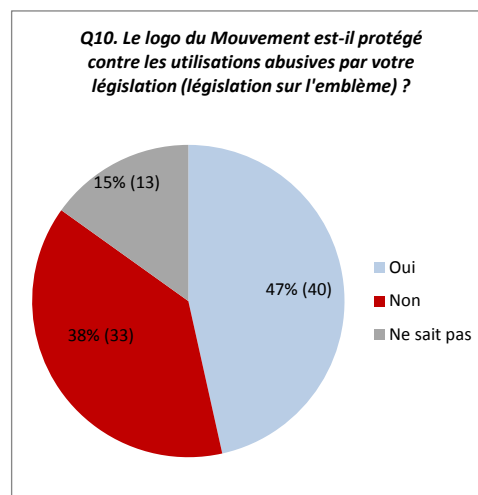
¹⁴ On trouvera plus d’informations sur ce groupe dans le document de référence sur les principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l’ensemble du Mouvement, à l’adresse : <http://rcrcconference.org/resolutions-and-reports-cod-2017/?lang=fr>

concernaient l'utilisation du logo du Mouvement sur le site Web de tiers aucunement liés au Mouvement ou à l'une de ses composantes (en lien par exemple avec des publicités, des vidéos, des jeux vidéo ou des logos). De plus, dans ces 12 cas, le logo du Mouvement semblait avoir été utilisé au hasard – sans lien avec un texte ou du contenu associé au Mouvement –, et il s'agissait souvent d'une copie ou d'une version déformée.

La plupart des autres cas connus concernaient des Sociétés nationales qui avaient utilisé le logo de façon inappropriée, par exemple en le faisant figurer sur un document ou une page Web ou dans le cadre d'une initiative qui n'avait pas fait l'objet d'une demande ou d'une approbation. Un cas d'utilisation incorrecte s'est produit dans le cadre d'une utilisation approuvée du logo pour la Journée mondiale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge du 8 mai 2016 : il est apparu que trois Sociétés nationales avaient traduit le texte du logo dans des langues autres que les six langues officielles de la Conférence internationale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (le logo peut être affiché dans d'autres langues, mais une telle utilisation doit être approuvée, et aucune demande n'avait été formulée dans ce cas précis). Ces trois Sociétés nationales ont à nouveau utilisé le logo du Mouvement l'année suivante à l'occasion du 8 mai, cette fois dans l'une des six langues de la Conférence internationale. Il ressort des activités de suivi que ce cas, de même que d'autres cas d'utilisation inappropriée par des Sociétés nationales, était vraisemblablement dû à une méconnaissance des Conditions et règles et qu'il ne s'agissait pas d'un emploi abusif délibéré. Le dernier cas était celui d'un média qui a utilisé le logo sur son site Web pour illustrer un article sur le CICR.

Considérations juridiques relatives à l'utilisation du logo du Mouvement

La grande majorité des Sociétés nationales qui ont participé à l'enquête (94 % ou 81 SN) ont répondu ne pas avoir rencontré d'obstacles ou de difficultés juridiques en lien avec l'affichage du logo du Mouvement. Près de la moitié des SN répondantes (47 % ou 40 SN) ont déclaré que le logo du Mouvement était protégé dans leur pays contre une utilisation abusive, 38 % (33 SN) qu'il ne l'était pas, et 15 % (13 SN) qu'elles ignoraient s'il l'était ou non. Pour les 33 Sociétés nationales qui ont déclaré que le logo du Mouvement n'était pas protégé contre une utilisation abusive, le principal problème était que le logo n'avait pas encore été approuvé ou n'était pas reconnu par la législation nationale. Certaines ont précisé que leur législation devait être actualisée ou que seuls les emblèmes ou leurs propres logos, noms et/ou sigles étaient protégés. Deux Sociétés nationales ont fait savoir que la protection du logo du Mouvement était sur le point d'être incluse dans leur législation.



4) Conclusions et recommandations

En résumé, les conclusions et enseignements ci-après peuvent être tirés de l'évaluation des cas d'utilisation du logo du Mouvement depuis son adoption par le Conseil des Délégués de 2015.

- a) **Respect des Conditions et règles** : dans les dix cas où l'utilisation du logo du Mouvement a été approuvée et où il a effectivement été utilisé, les Conditions et règles ont été respectées, en particulier en ce qui concerne le caractère exceptionnel de cette utilisation. Seul un petit nombre de cas distincts d'utilisation abusive ont par ailleurs été recensés.
- b) **Connaissance du logo du Mouvement** : la majorité des Sociétés nationales qui ont répondu à l'enquête ont déclaré avoir vu le logo du Mouvement affiché, et plus d'un quart des 190 Sociétés nationales reconnues ont utilisé le logo à l'occasion du 8 mai 2017 (contre un peu moins d'un cinquième en 2016).
- c) **Primauté des logos des composantes du Mouvement** : la plupart des Sociétés nationales qui ont participé à des activités en lien avec le 8 mai ont choisi de n'afficher que leur propre logo ou d'afficher leur logo aux côtés de celui du Mouvement, ce qui démontre bien que le logo du Mouvement, comme énoncé dans les Conditions et règles, n'amointrit en rien la force et la primauté des logos individuels des composantes du Mouvement.
- d) **Sensibilisation aux Conditions et règles** : les séances d'information ainsi que les outils de communication sur le logo du Mouvement et autres produits de communication élaborés spécialement pour le 8 mai ont aidé dans une certaine mesure les Sociétés nationales à mieux comprendre les Conditions et règles et les situations spécifiques dans lesquelles le logo du Mouvement peut être utilisé. La plupart des Sociétés nationales connaissent les circonstances dans lesquelles le logo du Mouvement peut être utilisé, mais sont moins au fait de la procédure d'approbation, qui est plus technique et ne fait souvent pas intervenir toutes les Sociétés nationales. Aussi, bien que beaucoup de Sociétés nationales connaissent le logo du Mouvement et l'aient vu affiché, il n'en demeure pas moins nécessaire de poursuivre les efforts pour mieux faire connaître les Conditions et règles ainsi que les procédures s'y rapportant.
- e) **Gestion des questions et des demandes** : une procédure complète a été mise en place pour gérer les questions relatives au logo du Mouvement et les demandes d'utilisation, qui s'est révélée efficace. Les demandes informelles d'utilisation du logo formulées par des Sociétés nationales concernaient essentiellement des cas de figure sortant du cadre des utilisations exceptionnelles prévues par les Conditions et règles.
- f) **Collecte de fonds à l'aide du logo** : les préparatifs nécessaires ont été effectués pour que, si une occasion d'utiliser le logo du Mouvement dans le cadre d'une initiative mondiale de collecte de fonds se présente, une réponse rapide puisse être donnée quant à la possibilité d'utiliser le logo. Le cas échéant, la procédure de coordination établie sera engagée. Le logo n'ayant encore jamais été utilisé pour une initiative mondiale de collecte de fonds avec un partenaire extérieur, il n'a pas été possible d'évaluer le niveau d'acceptation des activités de collecte de fonds menées à l'aide du logo du Mouvement. Néanmoins, dans le cadre des consultations sur les principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l'ensemble du Mouvement, il a été reconnu

que le logo du Mouvement est un outil qui peut permettre au Mouvement de saisir davantage d'occasions de lever des fonds pour soutenir son action, mais qu'il doit être accompagné d'une approche stratégique à l'échelle du Mouvement, car il ne suffit pas à lui seul à garantir plus de financements. C'est pourquoi, dans le cadre des consultations en cours sur les principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l'ensemble du Mouvement et sur les résultats attendus, il conviendra de continuer à examiner comment les composantes du Mouvement peuvent coopérer pour tirer pleinement parti de leur capacité à lever des fonds.

- g) **Avantages procurés par le logo** : la majorité des Sociétés nationales interrogées ont indiqué que le logo du Mouvement avait amélioré le positionnement et la visibilité du Mouvement, qu'il avait favorisé les partenariats et la solidarité et qu'il n'avait pas amoindri la force et la primauté de leur propre logo. Un nombre conséquent d'entre elles (plus d'un quart) ont cependant déclaré n'être « Ni d'accord ni pas d'accord » avec ces affirmations, tandis qu'un petit nombre n'étaient « Pas d'accord » avec celles-ci.
- h) **Considérations juridiques** : l'utilisation du logo du Mouvement n'a donné lieu à aucun problème juridique. Dans certains pays, le logo ne bénéficie toutefois d'aucune protection juridique contre les utilisations abusives.

Des recommandations spécifiques ont été formulées à partir de l'évaluation des cas d'utilisation du logo du Mouvement et des activités générales menées ces deux dernières années pour mettre en œuvre les engagements pris dans le cadre de l'initiative relative à la marque. Aux fins de la mise en œuvre de ces recommandations :

1. La Fédération internationale et le CICR continueront :
 - a) de veiller à ce que le logo du Mouvement soit utilisé correctement et conformément aux Conditions et règles ;
 - b) de mieux faire connaître le logo du Mouvement et les Conditions et règles auprès des membres de leur personnel et des Sociétés nationales en s'employant à promouvoir les outils de communication relatifs au logo du Mouvement et en organisant de nouvelles séances d'information. Ils veilleront tout particulièrement à faire en sorte que les Sociétés nationales soient au fait du processus d'approbation ;
 - c) d'assurer un suivi de l'utilisation qui est faite du logo du Mouvement, d'intervenir et de prendre les mesures adéquates en cas d'utilisation abusive ou incorrecte, et d'encourager les Sociétés nationales à prendre les dispositions nécessaires pour que le logo soit efficacement protégé dans leur pays (par exemple en adaptant la législation nationale) ;
 - d) d'évaluer comment les Sociétés nationales perçoivent les avantages apportés par le logo du Mouvement et d'examiner les moyens de mesurer et de maximiser la valeur ajoutée que procure l'utilisation de ce logo ;
 - e) de développer l'identité visuelle du Mouvement et d'élaborer tous les outils d'orientation qui pourraient s'avérer nécessaires ultérieurement pour les composantes du Mouvement ;
 - f) de promouvoir, diffuser et utiliser le Guide pratique, en particulier le document d'orientation « Les emblèmes et logos de la croix rouge et du croissant rouge dans

la communication, le marketing et la collecte de fonds », pour favoriser une gestion cohérente des logos individuels des composantes du Mouvement ;

- g) d'examiner avec les Sociétés nationales, lors de la prochaine phase du processus de mise en place des principes relatifs à la mobilisation de ressources pour l'ensemble du Mouvement, la proposition relative à l'attribution des fonds collectés qui devra être appliquée au cas par cas dans le cadre des initiatives mondiales de collecte de fonds.

2. Les Sociétés nationales :

- a) veilleront à ce que le logo du Mouvement soit utilisé correctement et conformément aux Conditions et règles ;
- b) feront mieux connaître le logo du Mouvement et les Conditions et règles auprès de leurs employés, de leurs volontaires et de leurs membres ainsi que de tout public externe pertinent, afin que le logo du Mouvement ne soit utilisé que conformément aux modalités prévues ;
- c) assureront un suivi de l'utilisation qui est faite du logo du Mouvement, interviendront et prendront les mesures adéquates en cas d'utilisation abusive ou incorrecte, et prendront les dispositions nécessaires pour que le logo soit efficacement protégé dans leur pays (par exemple en adaptant la législation nationale).