



Le pouvoir de l'humanité

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

22-23 juin 2022, Genève

RAPPORT DE SYNTHÈSE DE L'ATELIER

L'investissement dans la communication : Zéro risque, des bénéfices importants

Date et heure : 19 mai 2022, 9 h 00 et 17 h 00 CET

Présidence/facilitation/modération : Veronica Pedrosa

Rapporteuses : Reeni Aminchua (Fédération internationale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge)
et Corinne Bahizi (Comité international de la Croix-Rouge)

Interventions :

- Nena Stoilkovic, sous-secrétaire générale, Relations mondiales, diplomatie humanitaire et numérique, Fédération internationale
- Sébastien Carliez, directeur, Communication et gestion de l'information, CICR
- Hoda Abdel-Hamid, correspondante internationale principale, Al Jazeera
- Adam Johnston, consultant en développement organisationnel
- Dr Assel Tastanova, directrice générale, Société du Croissant-Rouge du Kazakhstan
- Patricia Rey, cheffe, Communication stratégique, CICR
- Benoit Carpentier, directeur par intérim, Communication, Fédération internationale

Résumé

Cela ne fait plus aucun doute : le renforcement des capacités de communication au sein du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (Mouvement), à la fois au niveau local et au niveau mondial, est crucial si nous voulons asseoir la confiance, l'acceptation et la crédibilité à tous les niveaux.

Pour y parvenir, les composantes du Mouvement doivent exploiter la puissance de notre réseau et tirer profit de notre présence locale et ce, malgré les défis qui accompagnent la promotion de notre marque dans le monde de plus en plus complexe et interconnecté d'aujourd'hui.

L'objectif de cet atelier du Conseil des Délégués est de mobiliser l'engagement, le soutien et l'investissement des dirigeants du Mouvement dans l'identification et la mise en œuvre de solutions visant à renforcer les compétences et les systèmes de communication à travers le Mouvement, en particulier aux niveaux national et local, afin de mieux soutenir notre mission humanitaire collective.

Observations générales et faits saillants

Les intervenants du CICR et de la Fédération internationale ont souligné la nécessité d'intensifier les activités de renforcement des capacités de communication au sein du Mouvement afin de bâtir des

Sociétés nationales et, par extension, un Mouvement plus forts qui jouissent de la confiance des communautés, des donateurs et des partenaires, des gouvernements, des médias et du public. Ils ont insisté sur l'importance de la communication pour la protection et le renforcement des efforts de positionnement et de collecte de fonds locaux et mondiaux du Mouvement et expliqué en quoi l'amélioration de nos capacités de communication nous permettrait d'anticiper, d'atténuer et de réagir à tout risque pour la réputation, dans un monde où s'intensifient la concurrence en matière de visibilité, la pression en faveur de la transparence et de la redevabilité et les risques liés à des tendances telles que la désinformation.

Hoda Abdel-Hamid, correspondante principale d'Al Jazeera, a souligné la réputation positive dont jouit le Mouvement auprès des journalistes et des médias. Elle a également mis en évidence la nécessité pour les composantes du Mouvement de mieux communiquer au sujet de la mission et du mandat de ce dernier, d'en améliorer la visibilité et d'œuvrer à une meilleure compréhension du travail accompli, en particulier dans les situations de crise.

Les conclusions d'un récent exercice d'auto-évaluation, mené par un consultant en développement organisationnel avec un échantillon de vingt Sociétés nationales, ont été partagées lors de l'atelier, fournissant un aperçu des forces et des faiblesses en matière de communication au sein du Mouvement. À l'aide d'un modèle de maturité, plusieurs Sociétés nationales des différentes régions géographiques ont cartographié et auto-évalué leurs capacités de communication dans trois domaines : les personnes, les processus et la technologie. Les résultats reflètent la diversité de capacités entre les Sociétés nationales. La corrélation dans les scores entre les domaines a également montré l'interdépendance entre la stratégie et les processus, les personnes et les capacités en matière d'infrastructure et d'équipement, démontrant ainsi que l'objectif de construire et de sauvegarder la marque et l'image de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge demeure une tâche ardue pour beaucoup, à moins qu'un investissement approprié dans le personnel, les compétences, la stratégie et l'équipement ne soit consenti.

Les conclusions ont également mis en évidence des possibilités d'amélioration au niveau de la collaboration entre les Sociétés nationales, la Fédération internationale et le CICR, notamment lorsqu'il est question de partage des connaissances et d'apprentissage collectifs ou de diriger le soutien financier là où le manque de ressources constitue un obstacle.

Le Dr Assel Tastanova, directrice générale du Croissant-Rouge du Kazakhstan, a présenté le cas de son organisation, expliquant comment cette Société nationale relativement petite a réussi à améliorer ses résultats en matière de collecte de fonds et est devenue un partenaire humanitaire de choix dans le pays. La Société nationale y est parvenue grâce à une approche plus stratégique de la communication, une vision claire et un leadership fort, un soutien et un engagement quant au développement de la communication, plaçant cet élément au centre de la stratégie, des systèmes et de la structure de l'organisation.

Points clés soulevés

Les principaux risques et conséquences d'un manque de compétences et de capacités de communication ad hoc identifiés par les participants sont les suivants :

- 1) **Impact opérationnel** : manque d'accès et d'acceptation, incapacité à fonctionner et à soutenir les personnes vulnérables, manque de collaboration et manque de confiance de la part des communautés touchées.
- 2) **Impact sur le soutien reçu par le Mouvement pour sa mission** : possibilités de financement/de mobilisation de ressources manquées, difficultés à recruter de nouveaux volontaires, perte d'intégrité et manque de visibilité.
- 3) **Impact sur la perception et la réputation** : manque de confiance, fausses informations/désinformation, manque de compréhension du mandat et des principes de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, entraînant une confusion et une perte d'influence.

Les principales solutions identifiées par les participants pour investir dans la communication et qui méritent d'être plus amplement explorées sont les suivantes :

- 1) **Assurer une meilleure coordination** : se coordonner de manière plus efficace pour ce qui est des messages communs et s'assurer que ces derniers soient cohérents.
- 2) **Investir dans les capacités de communication** : professionnaliser le métier de communicant, développer le soutien entre pairs et partager les compétences, élaborer des plans stratégiques, développer des compétences clés et intégrer la communication dans le programme de développement des Sociétés nationales.
- 3) **Mettre sur pied une plateforme/un groupe de travail dédié afin de coordonner les investissements et le développement des capacités en matière de communication** : instituer une académie/un groupe de coordination/un pôle chargé de la communication du Mouvement, organiser des événements réguliers dans le cadre du Forum mondial de la communication, développer les formations à la communication et créer un système de formation du personnel.
- 4) **S'assurer de l'engagement des dirigeants** : intégrer la communication en tant que composante stratégique structurelle des Sociétés nationales et prévoir un budget dédié à un département autonome en charge de la communication.
- 5) **Développer des outils dédiés** : créer une plateforme média numérique et une bibliothèque de messages clés.

Plusieurs Sociétés nationales se sont proposées pour travailler, au cours des prochains mois, à l'identification de solutions pour investir dans la communication de manière durable au sein de notre Mouvement :

- Laurent Amiand – Croix-Rouge française
- M. Matsuda – Société de la Croix-Rouge du Japon
- Zsofia Cseri – Croix-Rouge hongroise
- Efrosina Stoycheva – Croix-Rouge bulgare
- Jamal Altwaity – Croissant-Rouge du Yémen
- Muhammad Ghazi – Croissant-Rouge du Yémen
- Elfadir Eltahir – Croissant-Rouge soudanais
- Rindra Rakotomalala – Croix-Rouge monégasque
- PJ Raquel – Croix-Rouge philippine
- Mikee Latores – Croix-Rouge philippine
- Joycel Vincent V Dabalos – Croix-Rouge philippine
- JP Lagado – Croix-Rouge philippine
- Belen Viloría – Croix-Rouge espagnole
- Teresa (Tre) Goncalves – Croix-Rouge britannique
- Maude Froberg – Croix-Rouge suédoise
- Gerald Czech – Croix-Rouge autrichienne
- De-Jon Liburd – Croix-Rouge de Saint-Kitts-et-Nevis
- Alice Szél – Croix-Rouge hongroise
- Mahmudul Hasan – Croissant-Rouge du Bangladesh
- Katharina Schindler – Croix-Rouge suisse
- Bessy Valle – Croix-Rouge du Honduras
- Andrés Lemus – Croix-Rouge du Guatemala
- Luc Scheer – Croix-Rouge luxembourgeoise
- Christine Pretto – Société canadienne de la Croix-Rouge
- José Mario Mora Bogantes – Croix-Rouge costaricienne
- Diego Castellanos – Croix-Rouge équatorienne
- Geir Arne Bore – Croix-Rouge de Norvège
- Nabih Jabr – Croix-Rouge libanaise

Conclusions et recommandations

De nombreuses idées intéressantes pour un meilleur investissement dans la communication au sein du Mouvement ont été soulevées par les Sociétés nationales et appellent à être explorées de manière plus approfondie au cours des années à venir, et des personnes de quelque 23 Sociétés nationales se sont portées volontaires pour faire partie d'un groupe de travail chargé d'explorer de telles solutions au cours des prochains mois. Cependant, nombreuses d'entre elles sont en charge de la communication, et le défi consistera à présent à faire valider un tel processus par la direction de leurs Sociétés nationales respectives.