

LA COMMUNICATION DANS LES ORGANISATIONS D'APPUI AU DEVELOPPEMENT





A titre de rappel, une organisation d'appui au développement est souvent une ONGD locale ou internationale qui vient en appui aux efforts du gouvernement pour le développement des populations. C'est le cas d'une présence massive des ONGD nationales et internationales dans plusieurs états africains.

Tour à tour, ce récit va présenter succinctement l'importance et le rôle de la communication dans les ONG locales et internationales. Ensuite, il évoquera la question des préjugés autour de la présence et de l'action des OAD dans un pays en développement. Enfin, il abordera la problématique de « comment évaluer la performance de la communication dans les ONG tant locales qu'internationales.



(ii) Mais pourquoi les ONG devront-elles communiquer?

Face aux multiples préjugés dus à l'ignorance autour de l'action des organisations d'appui au développement, « communiquer » va ainsi contribuer à éclairer l'opinion sur les interventions des ONG internationales ou locales, sur leur impact quant au développement des populations. Aussi est-il vrai, la communication est un des moyens mis en œuvre pour atteindre des objectifs que s'est fixé l'organisation. Bref, la communication sera responsable de présenter l'action ou les résultats des activités menées par les ONGD, ou même l'état d'avancement des projets mis en œuvre.



(iii) Des préjugés autour des OAD ou ONG nationales et internationales

Des préjugés sont tels que quelques nationaux ne trouvent pas importante la présence des OAD dans tel ou tel autre pays. Disent-ils, ce sont des informateurs, des colons dans une autre forme, des pillards des ressources naturelles nationales, des créateurs des conflits et guerres, des chômeurs d'autres lieux déversés dans le pays du tiers-monde, etc.

Ces préjugés sont causés par l'ignorance. Car, très souvent, tout essai de communication des OAD est fait en français ou en anglais. D'autres séquences de communication, à notre avis, devraient être montées en langues nationales.





Pourtant, la présence des OAD est très importante par les thématiques de leur travail, qui sont, par exemple, la lutte contre le réchauffement climatique, le genre (condition féminine), lutte contre l'émergence des conflits et guerres sous-régionales et internes, la bonne gouvernance, la démocratie, la sécurité alimentaire, etc.

Savez-vous, par exemple, que le PNUD, créé en 1965, est le principal organe d'assistance technique des Nations Unies dont l'action est d'aider, en collaboration avec des gouvernements et des organisations de mise en œuvre, les pays en développement à élaborer leurs propres stratégies de développement ? Il publie chaque année un rapport mondial sur le développement humain suivant l'IDH (Indicateur de Développement Humain) et émet des propositions de politique à suivre.

(iv) Quelques OAD ou ONG internationales et leur mission

Les ONGD internationales - comme SNV, Cordaid, Acted, Care, WWF, Adam Smith International, IMA World Health, EGPAF, Save the Children, Concern WW, DKT, FHI360, Magna, Handicap International, IEDA, RCN, SFCG, FINCA, ACIDI, HPP Congo, AECID, NORAD, ACF, ASF, CESVI, pour ne citer que celles-ci - travaillent dans le renforcement des capacités, dans l'appui technique, appui conseil, et autres thématiques très intéressantes, dans le seul objectif du développement, et ce, en collaboration d'avec les institutions locales d'appui au progrès et des gouvernements.



(iv) Rôles de la communication



D'un côté, la communication dans les OAD ou ONGD nationales ou internationales crée un esprit d'entreprise et accompagne une politique de changement. En plus, elle favorise la participation active de tous les agents ou membres, en partageant les enjeux, et en améliorant l'efficacité de l'équipe. De l'autre côté, la communication dans les ONG développerait la notoriété, et ferait la promotion des services et des institutions, tout en augmentant le nombre des contacts. Par ailleurs, elle fidélise les partenariats, et peut stimuler la confiance des bailleurs.

Rappelons que la communication donne du sens à l'action de l'organisation. En rendant notoire l'ONGD ou l'OAD, la communication facilite le travail du chargé des mobilisations des ressources, dit « Business Development Officer » et du chargé des relations publiques.

Enfin, par la communication, une opinion peut être libérée face à une communication de telle ou telle autre organisation. D'où communiquer engendre une série ou un champ d'échanges. Il s'agit de l'intercommunication, qui peut aider l'OAD à donner une image positive de soi-même, sinon, à l'améliorer.

(v) Chargé de communication et Plan-Com

Le chargé de communication devra savoir qu'une communication réussie, exécutée depuis un plan de communication bien élaboré, est un formidable outil de motivation, de fidélisation et d'innovation, dans tous les sens.

Un plan de communication partagé à l'équipe peut réorienter et booster le sens ou même le plan des activités de l'organisation ou association.

Il se dégage que le chargé de communication, concepteur du plan-com, responsable des informations à rendre accessibles à tous et aussi responsable des mises à jour, devra donc être un agent outillé, présent dans les réunions, documenté et éclairé. En plus, quelques tâches du communicateur sont, par exemple, réaliser des plans-com dans une période fixée, concevoir des brochures, des kakemonos, des flyers, etc. Ensuite, il devra organiser des événements dans la zone d'action, rédiger des articles spécifiques aussi pour le site web, collaborer avec les médias locaux, etc. Bref, un communicateur aujourd'hui devra associer à la plume, l'infographie, le web design, la culture générale, l'usage d'autres langues comme l'anglais, les langues nationales, etc.



(vi) Evaluation de la performance de la communication

L'évaluation de la communication dans les OAD représente un enjeu important d'analyse et d'amélioration de l'efficacité de la communication.

Cette efficacité recherchée devra répondre à différents niveaux d'interrogations comme :

Notre OAD ou ONG est-elle connue ? Notre action, nos stratégies, nos approches sont-elles contextuelles et bien comprises ? Avons-nous de l'impact ? L'information utile pour tous est-elle libérée à toute l'équipe et à l'externe ? Les moyens et outils de communication utilisés sont-ils les meilleurs ? Que dit-on déjà à l'interne sur notre système de communication ? L'exécution de notre plan-com est-il facilité par les services compétents (direction et finances) ? Que disent les bénéficiaires sur notre méthode d'intervention ? Quelle est l'opinion des bailleurs vis-à-vis de notre action ? Nos outils sont-ils modernes, contextuels et accessibles à nos cibles ?

Par Didier VEKA, Communicateur – didierveka@yahoo.fr

