

Guide pratique des Services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

Un ensemble d'outils pour aider les interlocuteurs et interlocutrices en première ligne à fournir des informations aux personnes touchées par une crise

Remerciements

Ce guide pratique a été élaboré, piloté et publié grâce au soutien généreux du Bureau des affaires humanitaires (Bureau of Humanitarian Affairs, BHA) de l'Agence américaine pour le développement international (United States Agency for International Development, USAID). Il a été rendu possible grâce aux contributions inestimables d'un groupe d'experts et d'expertes issus de plusieurs agences tout au long de son élaboration et de son pilotage, qui sont cités ci-après.

Ce guide pratique et son contenu sont l'aboutissement d'années de travail effectué par les équipes Signpost et Protection et État de droit (Protection and Rule of Law, PRoL) de l'IRC, qui ont conçu, testé et amélioré ces approches et ces outils. Il a été élaboré à partir d'une cartographie, d'une compilation et d'une incorporation approfondies des bonnes pratiques, des enseignements tirés, des outils et des approches d'un ensemble diversifié de parties prenantes inter-agences qui ont été les acteurs pionniers du mouvement « info is aid » et qui ont défendu l'importance des informations vitales pour obtenir des résultats en matière de protection, de responsabilité et de reconstruction significative et autonome pour les personnes touchées par une crise.

Élaboration du guide pratique RISE de l'IRC et membres de l'équipe de rédaction :

Jenna Mote (spécialiste des services d'informations réactifs dans les situations d'urgence), Dionne Akiyama (conseillère technique senior pour la prévention et la réponse à la violence dans les situations d'urgence), Briana Orr (conseillère technique pour les informations réactives)

Équipe technique RISE de l'IRC : Jane Mogeni (conseillère technique senior en matière de protection et d'État de droit), Nicole Constantine (spécialiste de la prévention et de la réponse à la violence dans les situations d'urgence), Aline Bazerly et Pauline

Thivillier (spécialistes de la prévention et de la réponse à la violence), Ezgi Emre (coordinateur de la protection d'urgence), Indu Chelliah (conseiller en équité des données et relatives à l'apprentissage), Vicky Samara (conseillère en mesure de la prévention et de la réponse à la violence), Geoffrey Arum (spécialiste Suivi, évaluation, responsabilisation et apprentissage Suivi, évaluation, responsabilisation et apprentissage (Monitoring, Evaluation, Accountability

and Learning, MEAL) en mesure de la prévention et de la réponse à la violence), Emily Krehm et Naima Iqbal Chohan (conseillères techniques en protection et État de droit), Sarah Munyua (responsable des subventions).

Groupe consultatif RISE : Alyssa Thurston (CDAC Network), Gergey Pasztor and Rebeca Lucia Galindo Miranda (ICRC), Sara Wahedi (Ehtesab), Qaabata Boru (Kanere Refugee Free Press), Storm Lawrence (BBC Media Action), Adrienne Brooks and Harriet Ahokpossi (Mercy Corps), Giovanna Federici (NRC), Gordon Rattray (Forum européen des personnes en situation de handicap)

Équipes RISE de l'IRC en charge du pilotage : Obilor Izuchukwu Treasure, Mike Daniel Okaba, Inna Bashir Mohammed, Patience James, Sadiq Alkali, Joshua Chinda, Yusuf Kadala, Blessing Salihi, Rahila Andi Manasseh, Halidu Mohammed, Zainab Oluwabukola Atta, Rinkat Oswald; Han Min Soe, Saw Bo Bo Htwe, Thazin Khaing, Naw Khin Zar Chi, Kyaw Si Thu, Tun Lwin, Naw Paw Say, Naw San Cho, Naw Phaw Thay Khu, Tin Mar Oo, Naing Ye Htut, Zar Kyi Thein, Khin Htet Htet Kyaw, Saw He Htoo, Saw Nay Kaw Htoo, Chit Su Wai Aung, Dilip Giri, Joe Antoun



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

signpost

Modèle de programme relatif aux Services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

SI LES PERSONNES TOUCHÉES PAR UNE CRISE DISPOSENT D'INFORMATIONS QUI...

- Répondent aux besoins et préoccupations immédiats des personnes concernées, en se concentrant sur ce qu'elles veulent savoir pour réaliser leurs priorités en matière de sécurité et de bien-être
- Sont pertinentes par rapport à leur contexte et à leurs réalités vécues
- Sont exactes, vérifiées, fiables
- Sont accessibles par le biais des canaux ou des plateformes qu'elles préfèrent et peuvent utiliser, et sont communiquées dans des formats compréhensibles

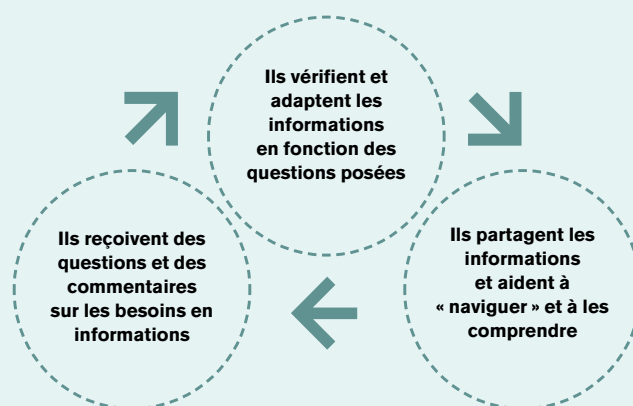


ALORS ELLES SONT PLUS À MÊME DE...

- Prendre des décisions
- Exercer leurs droits
- Accéder aux services
- Rester en sécurité

COMMENT LES SERVICES FONCTIONNENT-ILS

Les services d'informations réactifs sont constamment à l'écoute, s'adaptent et répondent aux besoins en informations identifiés par les personnes touchées par une crise.



PERCEPTION CLÉ

Les informations sont un catalyseur essentiel d'une reconstruction digne, autonome et significative et d'un bien-être psychosocial en cas de crise. Les informations sont synonymes de pouvoir.



Apprentissage fondamental

Hierarchiser et établir le profil d'un public cible, en déterminant des objectifs



Coordination et partenariats
Utilisation des canaux de communication
bidirectionnelle et unidirectionnelle
Évaluations des risques



Communication bidirectionnelle
en première ligne



Enquête sur les informations et
élaboration du contenu



Cartographie des services



Adaptation continue

Vue d'ensemble du guide pratique

CONSULTER LE MENU COMPLET
DU GUIDE PRATIQUE

Module 1. Démarrage

- 1.1 Orientation relative aux services d'informations réactifs dans les situations d'urgence
- 1.2 Leadership et plaidoyer pour RISE
- 1.3 Concepts fondamentaux à des fins d'inclusion
- 1.4 Concepts fondamentaux à des fins de participation

Module 2. Conception

- 2.1 Se coordonner avec les autres acteurs dès le départ
- 2.2 Évaluer le paysage de la communication, les besoins en informations, les obstacles et les préférences
- 2.3 Définir la réussite
- 2.4 Élaborer des stratégies pour atteindre votre public

Module 3. Mise en œuvre

- 3.1 Créer votre équipe
- 3.2 Établir des directives et des procédures opérationnelles standard (Standard operating Procedures, SoP), former votre équipe
- 3.3 Lancer et faire connaître le service d'informations réactif
- 3.4 Surveiller et s'adapter
- 2.2 Évaluer le paysage de la communication, les besoins en informations, les obstacles et les préférences

Table des matières

Introduction au guide pratique 8

Pourquoi se concentrer sur la réactivité aux besoins en informations des personnes touchées par une crise ?	9
À quelles difficultés ce guide pratique apporte-t-il des réponses ?	10
À quoi sert ce guide pratique ?	11
À qui ce guide pratique s'adresse-t-il ?	13
Comment utiliser ce guide pratique	15

Module 1. Démarrage..... 19

1.1 Orientation relative aux services d'informations réactifs dans les situations d'urgence	21
● Outil 1. Formation à l'intégration RISE	
● Vidéo. Orientation relative aux services d'informations réactifs dans les situations d'urgence	
1.2 Leadership et plaidoyer pour des services d'information réactifs dans les situations d'urgence.....	25
● Outil 18. Modèle relatif au plaidoyer et à la stratégie RISE	
1.3 Concepts fondamentaux à des fins d'inclusion	26
● Outil 2. Formation aux concepts de base en matière d'inclusion	
1.3.1 Commencer par l'identification des obstacles et la conception pour répondre aux normes d'accessibilité dès le départ	28

1.3.2 Si, en dépit d'une conception universelle, les obstacles à l'accessibilité persistent, prévoir des aménagements raisonnables	29
--	----

1.4 Concepts fondamentaux à des fins de participation.....30

1.4.1 Lorsque les capacités, le temps et les ressources sont limités, veiller à garantir des normes minimales à des fins de participation	32
1.4.2 Lorsque les capacités, le temps et les ressources sont plus importants, prendre des mesures avancées à des fins de participation	32

Module 2. Conception..... 33

2.1 Se coordonner avec les autres acteurs dès le départ	36
2.2 Évaluer le paysage de la communication, les besoins en informations, les obstacles et les préférences	38
2.2.1 Collaborer avec votre équipe pour rédiger une série de questions d'apprentissage.....	39
2.2.2 Identifier les données secondaires existantes	39
2.2.3 Collecter les données dont vous avez besoin	41
● Outil 3. Orientations relatives à l'enquête INA et aux analyses	
● Outil 4. Questionnaire à l'intention de la personne responsable de l'intervention humanitaire	
● Outil 5. Questionnaires relatifs au profil de la station médiatique	
● Outil 6. Guide à l'intention des groupes de discussions INA	
● Outil 7. Modèle de rapports INA	

2.2.4 Effectuer une analyses des parties prenantes.....42

- **Outil 8.** Modèle pour l'animation des réunions d'analyse des parties prenantes
- **Outil 9.** Modèle de matrice d'analyse des parties prenantes
- **Outil 10.** Modèle de plan d'engagement des parties prenantes

2.3 Définir la réussite43

- **Outil 35.** Exemple de cadre logique pour RISE

2.4 Élaborer des stratégies pour atteindre votre public46

- **Outil 11.** Modèle pour l'animation des réunions de conception et d'analyse

2.4.1 Définir votre public cible47

2.4.2 Réfléchir à la manière de s'appuyer sur les initiatives locales et de constituer les bons partenariats49

- **Outil 9.** Modèle de matrice d'analyse des parties prenantes
- **Outil 10.** Modèle de plan d'engagement des parties prenantes

2.4.3 Déterminer les canaux et les formats que vous utiliserez à des fins de communication52

- **Outil 12.** Orientations relatives aux canaux et aux formats de communication

2.4.4 Effectuer un audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité ..53

- **Outil 13.** Audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité RISE

2.4.5 Effectuer une évaluation des risques du projet53

- **Outil 14.** Note d'orientations relative à l'évaluation des risques et guides pour les discussions
- **Outil 15.** Modèle pour l'animation des réunions d'évaluation des risques
- **Outil 16.** Modèle de matrice des risques du projet

2.4.6 Déterminer les ressources humaines dont vous avez besoin54

- **Outil 19.** Exemples de descriptifs de postes dans le cadre de RISE

2.4.7 Formaliser et financer votre stratégie.....58

- **Outil 17.** Exemple de modèle de budget RISE
- **Outil 18.** Modèle relatif au plaidoyer et à la stratégie RISE

Module 3. Mise en œuvre 59

3.1 Créer votre équipe63

- **Outil 19.** Exemples de descriptifs de postes dans le cadre de RISE

3.2 Établir des directives et des procédures opérationnelles standard, former votre équipe64

3.2.1 Établir des directives et des SoP à des fins de production d'informations65

- **Outil 20.** Modèle de flux de travail relatif à la production des informations
- **Outil 21.** Modèle de calendrier relatif au contenu
- **Outil 22.** Orientations et exemples de liste de contrôle dans le cadre de la publication
- **Outil 23.** Modèle de carte relatif aux sources de vérification des informations

3.2.2 Établir des directives et des SoP à des fins de cartographie des services.....65

- **Outil 24.** Modèle de formulaire de saisie des données pour la cartographie des services
- **Outil 25.** Modèle de matrice de cartographie des services

3.2.3 Établir des directives et des SoP à des fins de communication en première ligne66

- **Outil 26.** Modèle de « voie » d'escalade et d'orientation à haut risque dans le cadre de RISE
- **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle
- **Outil 28.** Tableau de bord et tracker des données de communication bidirectionnelle

3.2.4 Doter votre équipe d'orientations pratiques66

- **Outil 29.** Manuel de production des informations
- **Outil 30.** Manuel de cartographie des services
- **Outil 31.** Manuel à l'intention de la personne en charge des communications en première ligne

3.2.5 Former votre équipe67

- **Outil 1.** Formation à l'intégration RISE
- **Outil 2.** Formation aux concepts de base en matière d'inclusion
- **Outil 32.** Formation relative à la production des informations
- **Outil 33.** Formation relative à la cartographie des services
- **Outil 34.** Formation relative à la communication en première ligne

3.3 Lancer et faire connaître le service d'informations réactif.....68

3.4 Surveiller et s'adapter.....69

- **Outil 35.** Exemple de cadre logique pour RISE

3.4.1 Surveiller les communications bidirectionnelles71

- **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle
- **Outil 28.** Tableau de bord et tracker des données de communication bidirectionnelle

3.4.2 Surveiller la satisfaction des clients et des clientes71

- **Outil 36.** Modèle des enquêtes de satisfaction des clients et des clientes
- **Outil 37.** Tableau de bord des enquêtes de satisfaction des clients et des clientes
- **Outil 38.** Guide à des fins de discussion avec le groupe en charge de la satisfaction des clients et des clientes

3.4.3 Surveiller la cartographie des services et la production de contenu.....72

- **Outil 21.** Modèle de calendrier relatif au contenu
- **Outil 25.** Modèle de matrice de cartographie des services

3.4.4 Surveiller les communications unidirectionnelles73

3.4.5 Réfléchir et agir sur les données relatives à l'évaluation et à la surveillance.....73

Ressources complémentaires 74



Introduction au guide pratique

INTRODUCTION

Pourquoi se concentrer sur la réactivité aux besoins en informations des personnes touchées par une crise ?

Un accès sûr et utile à des informations précises est nécessaire pour que les populations sinistrées puissent faire des choix qui réduisent l'exposition aux préjudices, accéder aux services, connaître et faire valoir leurs droits, demander des comptes aux autorités, participer aux décisions qui les concernent, localiser leurs proches, et identifier et définir leur propre voie vers la reconstruction.¹ L'accès aux informations appropriées au bon moment a également un impact psychologique sur les personnes sinistrées, en favorisant un sentiment de sécurité, d'efficacité personnelle, d'interconnexion et d'espoir.² Dans une situation d'urgence, les informations sont souvent considérées comme un besoin essentiel, avec une forte demande de la part des populations sinistrées à tous les stades d'une crise.³ Comme toute autre personne, les personnes sinistrées prennent des décisions sur la base des meilleures informations possibles dont elles disposent à ce moment-là.

Toutefois, les situations d'urgence peuvent fracturer, politiser ou détruire les écosystèmes d'informations normaux, ce qui signifie que les informations deviennent souvent moins accessibles aux personnes les plus touchées. L'absence d'un accès sûr aux informations appropriées au bon moment peut exacerber les préjudices – ou les causer. Le refus d'accès aux informations et la désinformation dans les situations de crise sont souvent considérés comme des moyens de priver les communautés sinistrées de l'accès aux services publics et humanitaires, d'encourager les mécanismes d'adaptation négatifs et d'exacerber d'autres risques liés à la protection, tels que la violence fondée sur le genre, la discrimination, la traite des êtres humains ou la restriction des déplacements.⁴

En outre, l'accès aux informations est un droit en soi – il est considéré comme fondamental pour la réalisation de tous les droits humains, est reconnu dans les traités internationaux relatifs aux droits humains, est une norme du droit international coutumier et est inscrit dans les engagements mondiaux, tels que les ODD, le Grand Bargain, les engagements de l'IASC, ainsi que les engagements stratégiques du Global Protection Cluster.

**Consulter la vidéo explicative « *Communication is Aid* »
(la communication est synonyme d'aide) ici :**

<https://www.youtube.com/watch?v=Q6bB0y8DdYY>

1. **ODD 16 Paix, justice et institutions efficaces :** Garantir l'accès du public aux informations et protéger les libertés fondamentales, conformément à la législation nationale et aux accords internationaux.⁵
2. **Norme humanitaire de base sur la qualité et la responsabilité :** Les personnes et les communautés peuvent exercer leurs droits et participer aux actions et aux décisions qui les concernent.⁶
3. **Engagements de l'IASC en matière de Responsabilité envers les populations sinistrées (*Accountability to Affected Populations, AAP*) et de Protection contre l'exploitation et les abus sexuels (*Protection from Sexual Exploitation and Abuse, PSEA*) :** Adopter des mécanismes d'agence qui alimentent et soutiennent des approches collectives et participatives, qui informent et écoutent les communautés, prennent en compte les commentaires et conduisent à des actions correctives.⁷
4. **Cadre en matière d'AAP collective de l'IASC :** En utilisant les commentaires obtenus grâce aux actions menées dans le cadre du Résultat 2, déployer un large éventail de systèmes de fourniture d'informations, en s'appuyant sur des approches collectives localisées et en utilisant un langage et des canaux de communication appropriés, afin de veiller à ce que les communautés connaissent les objectifs de la réponse humanitaire, ses acteurs, ses programmes et ses critères de ciblage, ainsi que l'endroit où elles peuvent se rendre pour obtenir des informations supplémentaires ou pour fournir des commentaires et déposer des plaintes.⁸
5. **Cadre stratégique du groupe sectoriel de protection mondiale – Priorité 4 :** Développement d'approches inter-agences pour des services d'informations réactifs, bidirectionnels et orientés vers les usagers, axés sur l'amélioration de la prise de décision sur les questions prioritaires pour les populations touchées.⁹

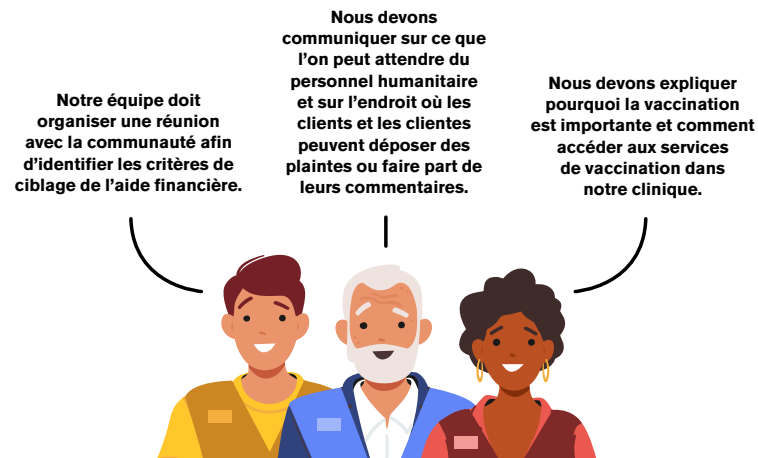
À quelles difficultés ce guide pratique apporte-t-il des réponses ?

Bien que l'importance des informations pour les personnes touchées par une crise soit de plus en plus reconnue, les approches collectives et réactives des services d'informations et de l'engagement communautaire peinent encore à s'imposer dans les réponses humanitaires en général, et plus encore dans les situations d'urgence. Le pouvoir des informations pour une reconstruction digne et significative est certes de plus en plus reconnu, toutefois la satisfaction des besoins en informations n'a jamais été considérée comme une priorité absolue pour les intervenants dans les situations d'urgence.

Lorsque le travail de communication apparaît dans les plans de préparation et de réponse aux situations d'urgence (le cas échéant), les allocations sont généralement faibles, liées à un secteur particulier et axées sur la « sensibilisation » ou le renforcement de la prise de conscience. Les objectifs de la communication sont souvent axés sur l'amélioration de

l'efficacité et/ou de la responsabilité de l'aide, notamment par le biais d'un changement de comportement et d'une participation accrue des communautés touchées.

Cela crée une dynamique dans laquelle les différents secteurs disposent de lignes de communication disparates avec les communautés touchées, mais ne sont pas en mesure de répondre aux besoins en informations au-delà de leurs messages sectoriels. En revanche, les besoins en informations des personnes touchées par une crise peuvent être complexes, nuancés et étendus, et concernent presque toujours plusieurs secteurs et agences. En l'absence d'approches spécifiques et délibérées permettant aux intervenants en première ligne de solliciter des informations plus globales et d'y répondre rapidement et efficacement, les messages génériques descendants ne parviendront souvent pas à refléter les réalités vécues et à y répondre.



La communication et l'engagement communautaire liés à des objectifs et des programmes sectoriels spécifiques sont essentiels à l'efficacité et à la responsabilité de l'aide.



Pourtant, la communication axée sur les priorités des prestataires d'aide est souvent insuffisante pour répondre aux besoins en informations holistiques et dynamiques des personnes touchées par une crise.

À quoi sert ce guide pratique ?

Plutôt que de procéder à une évaluation initiale des besoins et d'élaborer une série de messages clés à diffuser à grande échelle, le modèle de programme RISE propose une approche complémentaire qui investit dans les commentaires, sur une base *continue*, des communautés en ce qui concerne leurs besoins en matière d'informations par le biais d'une communication bidirectionnelle, et dans la mise en place de systèmes équipés pour fournir des réponses adaptées et opportunes à ces commentaires. Les programmes RISE demandent d'abord aux personnes touchées par une crise « Qu'avez-vous besoin de savoir ? » et mobilisent des ressources pour trouver et communiquer les réponses à ces questions.

L'objectif principal des services d'informations réactifs vise à autonomiser les personnes touchées par une crise en leur fournissant des informations qui peuvent leur sauver la vie. Ce guide pratique fournit un ensemble consolidé de conseils pour la conception et la mise en œuvre de mécanismes visant à garantir que les personnes touchées par une crise aient accès aux informations dynamiques et holistiques dont elles ont besoin pour prendre des décisions éclairées sur leur vie, connaître et revendiquer leurs droits, accéder aux services dont elles ont besoin et rester en sécurité. Il rassemble les meilleures pratiques et les ressources opérationnelles – en s'alignant sur les approches existantes en matière de communication et d'engagement communautaire et de Communication sur les risques et l'engagement communautaire (CREC) – afin de proposer un modèle de programme opérationnel pour des services d'informations dédiés et réactifs dans les situations d'urgence.

La communication est un élément essentiel de la réponse intersectorielle aux situations d'urgence, et ces approches peuvent être mises à profit pour mettre en place un service d'information à grande échelle ou simplement pour rendre vos efforts de communication plus réactifs et plus efficaces.

Qu'est-ce que le modèle de programme RISE peut compléter, mais pas toujours accomplir seul ?

- **Le comportement modifie la communication :** Les services d'informations réactifs peuvent avoir, et ont souvent, des effets d'entraînement sur le comportement

des personnes. Mais l'autonomisation est l'objectif principal de ces approches. Il est possible, par exemple, de mesurer si les informations reçues par un client ou une cliente l'ont aidé(e) à accéder à un service. L'objectif n'est toutefois pas de leur dire ce qu'ils doivent faire, mais de leur fournir les informations dont ils nous disent avoir besoin pour prendre eux-mêmes des décisions éclairées.

- **Faciliter la participation à la conception de projets humanitaires pour d'autres services d'aide ou mettre en place un Mécanisme de plaintes et de commentaires (*Complaints and Feedback Mechanism, CFM*) :**

Les services d'informations réactifs cherchent constamment à obtenir des commentaires sur les besoins en informations et sur la manière dont le service lui-même répond à ces besoins, garantissant ainsi des normes de responsabilité comme tout autre service d'aide humanitaire. Les questions posées par les personnes touchées dans le cadre d'un service d'informations réactif peuvent fournir des renseignements utiles et continus sur leurs priorités et leurs besoins, et sur les domaines dans lesquels les services ou l'aide pour répondre à ces besoins font défaut, ce qui peut avoir des effets sur l'amélioration de la réponse humanitaire. Bien que ces commentaires puissent certainement être exploités à cette fin, l'objectif principal consiste à créer des canaux de communication avec les intervenants d'urgence qui ne demandent rien aux clients et aux clientes, mais qui constituent plutôt une source d'informations opportunes et exploitables. Ce guide pratique ne contient pas de conseils sur la mise en place d'un CFM qui nécessite un ensemble unique de protocoles et d'approches. Toutefois, les faits démontrent que les CFM sont souvent débordés par des questions auxquelles ils ne sont pas équipés pour répondre. C'est pourquoi vous pouvez réfléchir à la manière d'intégrer les approches des services d'informations réactifs dans le cadre d'un Mécanisme de plaintes et de commentaires. Par ailleurs, lorsqu'un service d'informations réactif reçoit des plaintes ou des commentaires sur une intervention humanitaire plus large, il fournit généralement des informations sur l'accès au CFM établi, comme il le ferait pour tout autre service.

- **Responsabilité exclusive afin de veiller à la sensibilisation de la communauté aux objectifs de la réponse humanitaire, à ses acteurs, aux programmes et**

aux critères de ciblage, à la conduite attendue, etc. : Dans la mesure où il s'agit souvent de besoins en informations essentiels identifiés par la communauté en situation d'urgence, un service d'informations réactif dans les situations d'urgence *partagera* des informations sur les agences d'aide, les principes auxquels elles adhèrent, la manière dont elles attendent des membres du personnel qu'ils se comportent, les programmes qu'elles mettent en œuvre et les droits lors de l'accès aux services. Les services d'informations réactifs sont une composante essentielle des engagements pris à l'égard de la responsabilité envers les populations sinistrées et renforcent inextricablement la communication avec les communautés sur la réponse humanitaire. Toutefois, un service d'informations réactif est centré sur la production et le partage d'informations adaptées sur des sujets que les personnes touchées par une crise *demandent*, et qui n'identifient pas toujours ces sujets comme étant leurs besoins en informations prioritaires pour prendre des décisions concernant leur sécurité et leur bien-être. Par conséquent, il convient de noter que les services d'informations réactifs ne sont pas

censés remplacer une communication solide et un engagement communautaire de la part des intervenants de l'aide sectorielle, mais plutôt compléter et combler les lacunes qui, comme les faits l'ont démontré à maintes reprises, ne peuvent être comblées par ces seuls efforts.

Si les objectifs de responsabilisation représentent un objectif, les services d'informations réactifs peuvent – bien entendu – communiquer de manière proactive sur ces sujets. Mais les services d'informations réactifs ne doivent pas perdre de vue l'importance des informations réactives en tant que ressource vitale.¹⁰ Un service d'informations *réactif* peut également aider les agences ou les équipes sectorielles à comprendre s'il est nécessaire d'intensifier ces efforts de communication axés sur la Responsabilité envers les populations sinistrées et la Protection contre l'exploitation et les abus sexuels (PSEA), et les partenaires pour le faire, si des questions sont fréquemment posées sur ces sujets, par exemple.

À qui ce guide pratique s'adresse-t-il ?

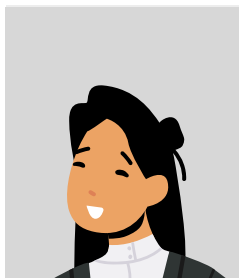
Ce guide pratique est destiné aux acteurs en première ligne qui se préparent à une situation d'urgence ou qui y répondent, et qui souhaitent aider les personnes touchées par une crise à accéder aux informations utiles dont elles ont besoin pour faire des choix éclairés, connaître et exercer leurs droits, accéder aux services et rester en sécurité.

Le modèle de programme de services d'informations réactifs a été mis au point dans le secteur de la protection, mais les approches peuvent être appliquées à toute une série de secteurs et de domaines de travail. Il peut s'appliquer aux acteurs travaillant au renforcement de la Responsabilité envers les populations sinistrées (AAP), de la Communication avec les communautés (CAC) ou de la Communication sur les risques et l'engagement communautaire

(CREC), aux médias et/ou aux acteurs du développement des médias, ou à d'autres acteurs sectoriels axés sur la fourniture d'informations susceptibles de sauver des vies.

Bien que ce guide pratique ait été créé dans le cadre de l'aide humanitaire, il est destiné à fournir un point de départ pour des idées et des outils auprès d'un ensemble varié d'acteurs potentiels. Que vous soyez une agence d'aide, un groupe communautaire, un ou une journaliste, un média, un créateur de contenu, un citoyen ou une citoyenne concerné(e) ou autre, ce guide pratique est destiné à vous aider à mettre rapidement en place un service d'informations réactif pour aider les personnes touchées par une crise à obtenir les informations dont elles ont besoin pour prendre des décisions concernant leur sécurité et leur bien-être, ou à renforcer la réactivité des informations que vous fournissez déjà.

Exemples



Je suis producteur d'une émission de radio locale. Cette région est sujette aux catastrophes naturelles, et notre équipe de journalistes est bien équipée pour fournir des informations à notre communauté à la suite d'une catastrophe. Mais lors du dernier tremblement de terre, nous n'étions pas préparés. Je souhaite recueillir les données disponibles sur les besoins et les préférences en matière de communication, former mon équipe, établir des relations avec les acteurs humanitaires et mettre en place des systèmes pouvant être rapidement

déployés en cas d'urgence afin d'écouter les besoins en informations les plus pressants et de créer rapidement des programmes radiophoniques pour y répondre.

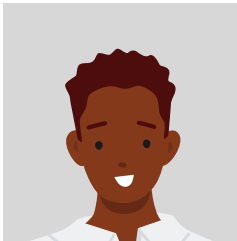


Je fais partie d'une organisation communautaire qui répond à une urgence soudaine dans mon pays. Mon équipe fait partie de quelques groupes WhatsApp où les membres de notre communauté posent des questions et échangent des informations. Nous avons essayé de partager autant d'informations que possible par l'intermédiaire de ces groupes, mais nous aimerions avoir une approche plus organisée et mieux nous équiper pour répondre aux personnes en détresse

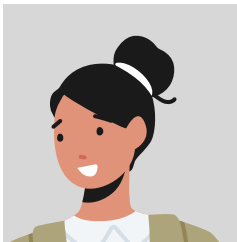
émotionnelle ou confrontées à des problèmes de protection aigus.

D'autres exemples sont fournis à la page suivante →

Exemples (suite)



Je suis un coordinateur en charge de la protection et l'un des programmes de mon portefeuille est un service d'informations réactif. Notre équipe est composée de responsables de la production d'informations, qui rédigent et mettent à jour le contenu informatif, et de personnes en charge de la communication en première ligne, qui répondent aux questions au sein de la communauté. Le programme a été mis en place dans une phase d'urgence aiguë et je cherche désormais à renforcer les approches, à établir de nouveaux partenariats, à démontrer l'impact et à trouver des moyens efficaces de parler du programme aux donateurs.



Nous avons mis en place une stratégie de sensibilisation de la communauté pour partager des informations sur les programmes de subsistance et l'assistance financière, mais il existe néanmoins beaucoup de frustration au sein de la communauté et de nombreuses rumeurs circulent. Je souhaite explorer des approches permettant de mieux répondre aux questions et aux préoccupations des membres de la communauté, plutôt que de me contenter de diffuser des messages clés génériques.



Je gère un Mécanisme de commentaires pour les clients et les clientes (CFM). Bien que nous disposions de systèmes performants pour gérer les commentaires des clients et des clientes sur les services fournis par mon organisation, environ la moitié des communications que nous recevons par l'intermédiaire du CFM sont des questions pour lesquelles nous ne sommes pas équipés à l'heure actuelle pour fournir des réponses complètes. J'essaie de voir comment nous pourrions commencer à fournir des réponses de qualité à ces questions, y compris des processus pour recueillir les informations, les valider et les tenir à jour.

Comment utiliser ce guide pratique

Ce document d'orientation a pour objectif d'aider les usagers à choisir les méthodes appropriées à leur contexte et de présenter les éléments clés de la conception et de la diffusion d'informations adaptées. Ce document devrait vous aider à comprendre les concepts de base et les meilleures pratiques, et à identifier ce que vous devez faire.

Ce guide est organisé en trois modules, qui peuvent être utilisés individuellement en fonction des besoins :

Module 1 : La section **Démarrage** fournit les connaissances fondamentales nécessaires pour utiliser le guide pratique. Elle favorise une bonne compréhension des services d'information réactifs, notamment les concepts fondamentaux en matière de participation et d'inclusion, et la manière de les appliquer.

Module 2 : La section **Conception** fournit les orientations et les outils nécessaires pour évaluer les besoins et le contexte, et pour utiliser ces résultats afin d'élaborer une stratégie permettant d'atteindre efficacement votre groupe cible, en mettant l'accent sur les facteurs d'inclusion, de coordination et de renforcement des initiatives locales existantes.

Module 3 : La section **Mise en œuvre** fournit les orientations et les outils dont vous avez besoin pour mettre en œuvre, gérer, contrôler et adapter votre projet de service d'informations réactif avec un personnel prêt à répondre aux questions et à gérer les interactions de manière sûre et efficace, à développer un contenu inclusif et réactif, et à cartographier les services.

Quelques éléments à garder à l'esprit :

Il est inutile de tout utiliser. Ce guide pratique étant destiné à soutenir un ensemble diversifié d'acteurs, il est possible que tout ce qu'il contient ne soit pas pertinent pour vous et vos objectifs en matière de services d'informations réactifs. Utilisez ce qui est pertinent pour vous.

Il est inutile de tout utiliser dans l'ordre. Ce guide pratique étant principalement destiné à être utilisé dans les situations d'urgence, les usagers sont encouragés à utiliser ce dont ils ont besoin au moment où ils en ont besoin, plutôt que de le considérer comme un guide étape par étape. Vous pouvez utiliser une partie de chaque module pour commencer, puis revenir à chaque module au fur et à mesure que vous disposez de plus de temps ou de capacités, ou pour renforcer l'ampleur ou la qualité de votre intervention.

Adapter, adapter, adapter. Les services d'informations réactifs ne seront jamais une approche « universelle ». Les orientations et les outils inclus ici constituent un ensemble consolidé de meilleures pratiques dérivées d'une communauté de pratiques croissantes et d'une base de données factuelles sur la fourniture d'informations en tant qu'aide aux personnes touchées par une crise. Ce guide pratique fournit des normes « a minima », des bonnes pratiques, des idées et des outils pour vous aider à démarrer, mais vous pouvez adapter ses conseils et ses outils pour répondre à vos besoins. Considérez les outils de ce guide pratique comme un point de départ et un guide pour répondre à vos besoins, au contexte, aux ressources et au temps dont vous disposez.



Ce guide s'accompagne d'outils pratiques et de modules de formation, auxquels il est fait référence tout au long du document. L'ensemble des outils doit vous aider à identifier comment faire ce que vous devez faire. Tous les outils de ce guide sont disponibles sur le lien suivant : <https://rise-toolkit.zendesk.com/hc/en-us>

Définitions et acronymes

Terme	Définition
Services d'informations réactifs dans les situations d'urgence (RISE)	Les services d'informations réactifs fournissent des informations sous forme d'aide aux personnes touchées par une crise. De la même manière que les intervenants en première ligne fournissent des denrées alimentaires, des abris et des services de santé, ce guide pratique décrit comment fournir des informations en tant que service humanitaire. Les informations donnent du pouvoir aux populations. Elles sont essentielles à la protection dans les situations d'urgence et constituent un catalyseur essentiel pour une reconstruction digne et significative dans les situations d'urgence. Dans ce guide pratique, le terme « information(s) » désigne des faits vérifiés sur une série de sujets que les personnes touchées par une crise considèrent comme nécessaires pour prendre des décisions éclairées, rester en sécurité, accéder aux services essentiels et faire valoir leurs droits. Ces sujets sont presque toujours liés à plusieurs secteurs et agences. Être « réactif » signifie faire quelque chose en réaction ou en réponse à quelque chose. Dans ce guide pratique, cela signifie que nous fournissons des informations en réaction aux questions et aux commentaires des personnes touchées par une crise qui nous font part de leurs besoins en matière d'informations. Un service d'informations réactif accepte les questions des personnes touchées par une crise et y répond directement en apportant les réponses vérifiées, en temps opportun et utiles dont elles ont besoin – en faisant de nos clients et de nos clientes les moteurs de la production d'informations.
Client et cliente	Un client ou une cliente est une personne à laquelle l'IRC a fourni, ou a l'intention de fournir, une assistance ou des services. L'IRC utilise le terme « client » ou « cliente » (plutôt que « bénéficiaire » ou « victime ») pour indiquer que nous estimons que les personnes que nous aidons ont le droit de décider de quel type d'aide et services elles ont besoin ou elles souhaitent bénéficier. Dans ce guide pratique, le terme « client » ou « cliente » sera utilisé indifféremment de celui de « public cible », qui est un terme fréquemment utilisé dans le domaine de la communication pour identifier à qui s'adressent certaines informations ou stratégies de communication.
Communication, engagement communautaire et responsabilité (CECR)	D'autres termes peuvent inclure : « Communication avec les communautés », « Engagement et responsabilité des communautés/communautaires », « Responsabilité envers les populations sinistrées », entre autres. Il existe de nombreuses définitions de ces termes, mais pour faire simple, la Communication, l'engagement communautaire et la responsabilité (CECR) est une façon de travailler dans le cadre de l'action humanitaire qui garantit que les personnes touchées par une crise qui bénéficient de nos services sont en mesure d'exercer leurs droits visant à : 1. Participer aux décisions qui ont un impact sur leur vie 2. Recevoir les informations dont elles ont besoin pour faire des choix éclairés (y compris rester en contact les unes avec les autres et avec le monde extérieur). 3. Être entendues si elles estiment que l'aide qu'elles reçoivent n'est pas adéquate ou a des conséquences indésirables 4. Savoir ce que les agences font dans leurs communautés et comment l'argent est dépensé. Comme pour tout autre service humanitaire, l'engagement communautaire et la responsabilité sont intégrés dans les programmes d'informations réactifs. Il s'agit d'instaurer la confiance, la satisfaction des clients et des clientes et de répondre à leur demande en ce qui concerne les types et les canaux de diffusion des informations, notamment en garantissant la responsabilité à tous les stades de la conception et de la mise en œuvre. Les services d'information réactifs contribuent par ailleurs de manière inhérente à l'engagement et à la responsabilisation de l'ensemble de la communauté en améliorant l'accès aux informations vitales et en sensibilisant la communauté aux options, aux droits et aux services intersectoriels et inter-agences. En outre, les commentaires que les services d'informations réactifs recueillent sur les besoins en informations peuvent naturellement servir de riche source de données sur les besoins et les souhaits de la communauté. Toutefois, le principal objectif des services d'information réactifs consiste à fournir des informations vitales, et non à remplacer les communications transparentes sur la réponse, les mécanismes de plaintes et de commentaires, ou la participation à la conception des programmes sectoriels. Au contraire, les services d'informations réactifs amplifient ces efforts, s'y réfèrent et en renforcent l'accès.

Terme	Définition
Communication des risques et engagement communautaire (CREC)	La communication des risques est l'échange en temps réel des informations, de conseils et d'opinions entre des spécialistes ou des fonctionnaires et des personnes confrontées à un danger ou à une menace pour leur survie, leur santé ou leur bien-être économique ou social. L'objectif de la communication des risques est de permettre aux personnes exposées à un risque de prendre des décisions éclairées afin d'atténuer les effets d'une menace (danger) – une épidémie par exemple – et de prendre des mesures de protection et de prévention. L'engagement communautaire est le processus d'établissement de relations et de structures qui engagent les communautés en tant que partenaires égaux dans la création de solutions d'intervention d'urgence qui sont acceptables et réalisables pour ceux qu'elles affectent. L'objectif de l'engagement communautaire est de donner aux communautés les moyens de partager en toute confiance la direction, la planification et la mise en œuvre d'initiatives tout au long du cycle de réponse aux urgences sanitaires. Ensemble, les activités de CREC ciblent les individus, les groupes/réseaux sociaux et les organisations au niveau des ménages et de la communauté afin d'atténuer le risque/l'impact des épidémies en prévenant l'exposition, en arrêtant la transmission et en prévenant l'infection, ainsi qu'en gérant les conséquences sociales et économiques des mesures d'atténuation des risques et en y réagissant. Lorsqu'ils sont mis en œuvre parallèlement à un engagement fort de la communauté pour élaborer des solutions de réponse participatives, les services d'informations réactifs constituent un canal essentiel pour la communication des risques, la gestion des rumeurs et l'amplification des capacités de la communauté.
Protection	Au fond, les services d'informations réactifs constituent une intervention de protection. La protection est définie comme « toutes les activités visant à obtenir le plein respect des droits des individus conformément à la lettre et à l'esprit des organismes de droit pertinents » (c'est-à-dire le Droit international des droits humains, le Droit international humanitaire, le Droit international des personnes réfugiées). La protection est un objectif, une responsabilité juridique et une activité multisectorielle qui vise à prévenir ou à faire cesser les violations des droits, à garantir un recours en cas de violation et à promouvoir le respect des droits et de l'État de droit. On considère qu'une activité a un résultat en matière de protection lorsque le risque pour les personnes concernées est évité ou réduit. La réduction des risques se produit lorsque les menaces et la vulnérabilité sont évitées ou minimisées et que, dans le même temps, les capacités des personnes concernées sont renforcées.
Inclusion	L'inclusion consiste à permettre aux personnes de diverses origines et aux communautés traditionnellement marginalisées de participer pleinement aux processus collectifs, notamment à la prise de décision et au partage du pouvoir, tout en s'investissant pleinement dans ces processus sur la base de l'égalité avec les autres. Les « obstacles » sont les facteurs qui empêchent une participation pleine et égale, tandis que les « éléments facilitateurs » soutiennent la participation. Ce guide pratique s'appuie sur une approche intersectionnelle de l'inclusion fondée sur les droits, ce qui signifie qu'au-delà de la satisfaction des besoins immédiats de la population touchée, vous devez considérer le rôle de votre service d'informations réactif dans la lutte contre les causes profondes de l'exclusion (et la manière dont les multiples formes de discrimination ont un impact sur les groupes de personnes ou les individus), plutôt que les besoins résultant du déni de droits. Dans les situations d'urgence, les informations ont une valeur intrinsèque – lorsque certaines personnes ont accès aux informations et que d'autres n'y ont pas accès, des dynamiques de pouvoir risquées peuvent apparaître. Cela signifie que nous veillons à ce que les canaux, les formats et le contenu des informations que nous fournissons soient accessibles aux personnes – dans toute leur diversité - dès le départ (conception universelle). Lorsque des obstacles à l'accès subsistent, nous nous attachons à élaborer des stratégies ciblées (aménagements raisonnables) afin de mettre en œuvre des solutions facilitatrices et d'atténuer les risques d'exclusion.
Participation	La participation consiste à impliquer les personnes touchées par une crise dans l'évaluation, la conception, la mise en œuvre, le suivi ou l'évaluation de votre projet de service d'informations réactif. La participation est au cœur du modèle de programme des services d'information réactifs et est intégrée de manière unique, les informations produites étant constamment alimentées par les commentaires des clients et des clientes. Les services d'informations réactifs sont plus efficaces lorsqu'ils sont conçus, dirigés et mis en œuvre par la communauté concernée elle-même.

Terme	Définition
Écosystème des informations	Il s'agit de la façon dont les informations circulent au sein de la communauté. Un écosystème des informations englobe les relations entre les besoins en matière d'informations d'une communauté, son paysage de communication (canaux de communication, acteurs et ressources), la production et la circulation des informations au sein de cette communauté, la dynamique de l'accès aux informations, l'utilisation des informations, la confiance sociale et les personnes influentes. Il est important de comprendre l'écosystème des informations dans un contexte d'urgence afin d'élaborer des stratégies efficaces pour des services d'informations réactifs.
Communication bidirectionnelle	La communication bidirectionnelle est une discussion entre deux personnes ou groupes, où les deux peuvent échanger des informations. Elle se distingue de la communication unidirectionnelle, où seul(e) une personne ou un groupe est en mesure d'échanger avec l'autre. La communication bidirectionnelle établit les bases de la mise à disposition d'un service d'informations réactifs.
Production d'informations	La production d'informations décrit un processus « éditorial », c'est-à-dire la planification et la préparation de documents et supports pour la publication. Ce guide pratique utilise le terme « production d'informations » pour englober toutes les activités liées à la vérification, à la préparation, à l'adaptation et au partage d'informations réactives, exactes, en temps opportun, pertinentes, exploitables et accessibles. Ce terme est lié à d'autres termes utilisés dans ce guide pratique, tels que : « contenu » ou « produits d'informations ». Ces termes désignent les résultats de ce processus éditorial. Le contenu informatif est utilisé pour communiquer des informations aux clients et aux clientes, et pour aider les personnes en charge de la communication en première ligne à répondre aux questions des clients et clientes.
Communication en première ligne	La communication en première ligne fait référence aux discussions bidirectionnelles entre les clients et clientes et l'équipe en charge du service d'informations réactif. Au cours de ces discussions, des réponses sont apportées aux questions des clients et clientes en utilisant des informations vérifiées, en les aidant à naviguer dans les informations disponibles, en les aidant à faire des choix éclairés et en les mettant en contact avec les services qui peuvent les aider. Les personnes en charge de la communication en première ligne sont celles qui font vivre les services d'informations réactifs.
Cartographie des services	La cartographie des services englobe toutes les activités liées à la collecte et au partage d'informations sur les services disponibles pour les personnes touchées par une crise, y compris l'instauration de relations avec les prestataires de services et d'autres acteurs de la réponse, la collecte d'informations importantes sur l'accessibilité et afin de veiller à la cohérence, et la mise à jour d'une cartographie des services.



MODULE 1

Démarrage

Ce module fournit les connaissances fondamentales dont vous avez besoin pour utiliser ce guide pratique. Il permet une solide compréhension des services d'informations réactifs, du plaidoyer, et inclut des concepts de base sur la participation et l'inclusion, et la façon de les utiliser.

Comment utiliser ce module

1.1 Orientation relative aux services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

Vous familiariser, vous ou votre équipe, avec le modèle de programme et les normes minimum en matière de services d'informations réactifs dans les situations d'urgence, avec des exemples de services d'informations réactifs, et des orientations, à titre illustratif, sur le déploiement à grande échelle et par étapes de la programmation dans les situations d'urgence.

● **Outil 1.** Formation à l'intégration RISE

● **Vidéo.** Orientation relative aux services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

1.2 Leadership et plaidoyer pour des services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

Examiner les données probantes à l'appui de ce modèle et élaborer un plan de plaidoyer stratégique à l'intention des personnes qui prennent des décisions dans votre organisation.

● **Outil 18.** Modèle relatif au plaidoyer et à la stratégie RISE

1.3 Concepts fondamentaux à des fins d'inclusion

Comprendre les concepts de base pour les approches fondées sur les droits en matière d'inclusion, y compris l'accessibilité, la conception universelle et les aménagements raisonnables.

● **Outil 2.** Formation aux concepts de base en matière d'inclusion

1.3.1 Commencer par l'identification des obstacles et la conception pour répondre aux normes d'accessibilité dès le départ.

Dans tout ce que vous faites, vous arrêter et évaluer les facteurs susceptibles d'empêcher l'accès plein et identique d'une personne, ou sa participation, à une activité, et veillez à la conception universelle à des fins d'inclusion.

1.3.2 Si, en dépit d'une conception universelle, les obstacles à l'accessibilité persistent, prévoir des aménagements raisonnables.

Lorsque les personnes continuent à rencontrer des difficultés pour accéder aux services d'informations réactifs, des aménagements raisonnables doivent être immédiatement mis en place dans l'attente d'une solution d'accessibilité durable.

1.4 Concepts fondamentaux à des fins de participation

Comprendre les concepts de base et les conseils, afin de veiller à ce que les personnes touchées par une crise soient impliquées dans l'évaluation, la conception, la mise en œuvre, le suivi ou l'évaluation de votre projet de service d'informations réactif.

1.4.1 Lorsque les capacités, le temps et les ressources sont limités, veiller à garantir des normes minimales à des fins de participation.

Dans les premières phases d'une intervention, pour les urgences de moindre ampleur ou de courte durée, lorsque l'expérience et les capacités de votre organisation en matière d'engagement et de responsabilisation des communautés sont limitées, ou lorsque les fonds et les ressources humaines disponibles pour l'intervention sont limités – se concentrer sur l'adoption d'actions minimales pour la participation en utilisant ce guide pratique.

1.4.2 Lorsque les capacités, le temps et les ressources sont plus importants, prendre des mesures avancées à des fins de participation.

À un stade ultérieur de l'intervention, pour des urgences plus importantes, prolongées ou plus longues, avec une expérience et des capacités solides en matière d'engagement et de responsabilisation des communautés au sein de votre organisation, ou lorsque l'intervention dispose de ressources financières et humaines plus importantes – en plus des normes minimales (1.4.1), essayer de prendre des mesures avancées pour la participation en utilisant ce guide pratique.

1.1 Orientation relative aux services d'informations réactifs dans les situations d'urgence



Apprendre

Les services d'informations réactifs peuvent être déployés par le biais de différentes approches et échelles en fonction du contexte, des ressources et des besoins.

Au minimum, un service d'informations réactif satisfait aux normes suivantes ([Voir la Figure 1](#)) :

1. **Un canal de communication « bidirectionnelle »** : Au moins un canal de communication permettant des discussions bidirectionnelles, c'est-à-dire que les personnes touchées par la crise qui ont besoin d'informations peuvent poser des questions et que vous pouvez répondre à ces questions en utilisant ce canal. Les services d'informations réactifs peuvent également utiliser des canaux de communication « unidirectionnelle » pour partager de manière proactive des informations sur les tendances en matière de besoins en informations.
2. **La collecte d'informations et les analyses sur les besoins en informations sur une base continue** : Les programmes sont conçus sur la base des preuves relatives aux besoins en informations, des obstacles et des préférences de communication, et la production d'informations est inspirée par les commentaires des clients et des clientes. Les questions des clients et clientes par

le biais des canaux de communication bidirectionnelle sont suivies et analysées – potentiellement en association avec les évaluations en matière de besoins en informations ou avec d'autres données – afin d'identifier les questions fréquemment posées, les besoins en informations urgents, et de suivre les rumeurs, avec pour objectif d'informer une stratégie de production de contenu informationnel itérative.

3. **Les ressources humaines à des fins de communication bidirectionnelle, de cartographie des services et de production de contenu :**

- Les personnes en charge de la communication en première ligne, qui écoutent les questions posées par les clients et les clientes par le biais de canaux de communication bidirectionnelle et qui y répondent, en ayant des discussions pour aider les clients et les clientes à parcourir les informations que vous fournissez et faire remonter en toute sécurité les inquiétudes réelles en matière de protection ;
- Les référents en matière de cartographie des services qui cartographient les services essentiels disponibles à propos desquels les clients et les clientes ont besoin d'informations ; et
- Les référents pour la production d'informations qui travaillent à la recherche de réponses aux questions des clients et des clientes, et qui produisent du contenu informatif dans les formats

les plus appropriés à votre contexte (par exemple, des articles, des vidéos, des fiches explicatives/FAQ, des infographies, des vidéos, des émissions de radio, etc.), à la fois pour préparer les personnes en charge de la communication en première ligne à répondre aux questions posées par les clients et les clientes, et pour partager de manière proactive des informations sur ces sujets avec votre public.

L'ampleur et la qualité des services d'informations réactifs au début d'une crise dépendent entièrement de la préparation, des capacités et des ressources existantes. Il n'existe pas de modèle universel de mise à l'échelle, et ce modèle peut être différent pour les différents types d'acteurs en première ligne qui utilisent ce guide pratique et dans différents types de contextes d'urgence.

Quel que soit le contexte, les équipes doivent s'efforcer de respecter les normes minimales susmentionnées à l'échelle et par le biais d'approches possibles à mettre en œuvre de manière sûre et efficace, tout en s'efforçant de renforcer l'inclusion, la coordination et la confiance. Pour un exemple à titre d'illustration, veuillez consulter le [Tableau 1](#).

● **Outil 1.** Formation à l'intégration RISE

● **Vidéo.** Orientation relative aux services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

Figure 1. À quoi ressemble un service d'informations réactif ?

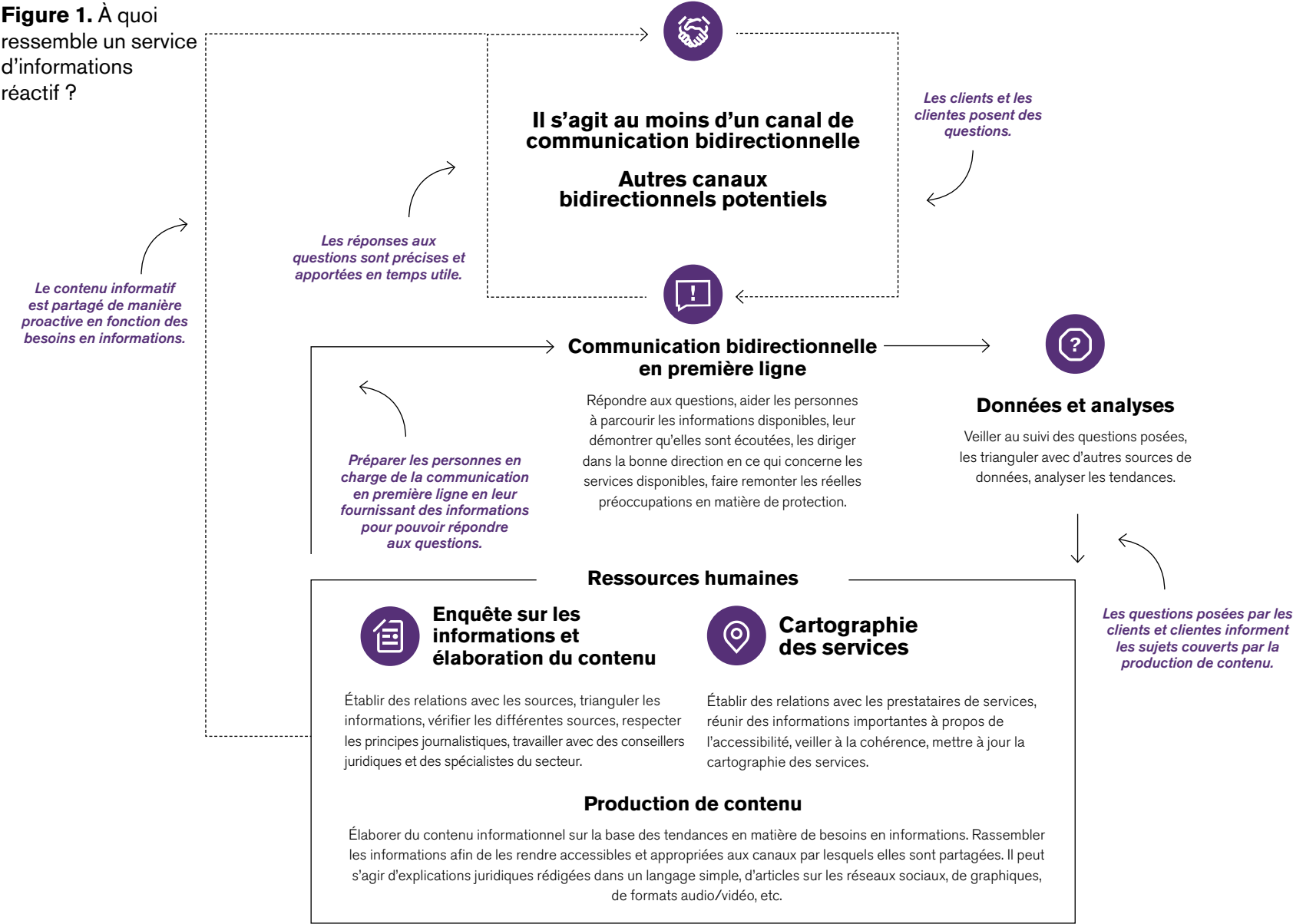


Tableau 1. Exemple de renforcement des services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

Exemples : Services d'informations réactifs dans les situations d'urgence	
Signpost – Un consortium ouvert et mondial pour les services d'informations réactifs dirigé par l'IRC	Signpost (https://www.signpostngo/) est un projet inter-agences qui crée des centres d'assistance numériques afin d'autonomiser les personnes touchées par les conflits, les catastrophes, la pauvreté et la violence. Répondant aux besoins des communautés, ces centres d'aide permettent aux clients et clientes d'accéder à des services essentiels et de prendre des décisions éclairées sur les questions qui leur tiennent le plus à cœur. Ce guide pratique s'inspire largement des approches, des outils et des enseignements tirés de Signpost. La crise humanitaire de 2015 en Grèce a reflété un défi humanitaire courant : l'arrivée rapide de réfugiés provenant de différents endroits, parlant plusieurs langues, traumatisés et essayant de rester en sécurité dans un nouvel environnement. Alors que les personnes étaient arrivées avec des smartphones et leurs propres stratégies et capacités, elles ont été accueillies par des mégaphones, du jargon politique et un vide d'information. Des modèles d'information et de communication non coordonnés et assortis de ressources insuffisantes ont provoqué des émeutes, affaibli l'adhésion à des politiques bénéfiques, accentué la détresse et l'exploitation, et ont semé la méfiance et la discorde entre les populations réfugiées, l'État et les prestataires d'aide humanitaire. L'IRC et Mercy Corps se sont réunis pour tenter quelque chose de nouveau : centrer l'expertise en matière de journalisme et de réseaux sociaux pour élaborer des informations orientées vers l'action et faciles à comprendre, basées sur les tendances des questions et des commentaires des clients et des clientes, déployer ces informations rapidement à travers les canaux de communication préférés des clients et des clientes, et recruter les personnes réfugiées elles-mêmes pour aider les autres à naviguer dans les informations dont elles avaient besoin avec empathie, en toute sécurité et en toute confiance. Signpost a également commencé à définir la réussite différemment : il ne s'agissait plus de savoir si les informations que nous fournissions amenaient une personne à accéder à un service que nous proposions ou à adopter un comportement que nous recommandions, mais si les informations que nous fournissions étaient utiles pour prendre des décisions éclairées sur les questions qui comptaient le plus pour les clients et les clientes. Au fil du temps, cette initiative a fini par toucher des centaines de milliers de personnes réfugiées, de personnes migrantes et de demandeurs d'asile et s'est étendue à l'Italie, à la Serbie et à la Bulgarie. Exemples d'initiatives Signpost à l'échelle mondiale : • Refugee.Info (https://www.refugee.info/) est un service européen d'informations pour les migrants et les demandeurs d'asile. • Gidan Bayani (https://www.facebook.com/GidanBayani) est un service d'informations dans le nord-est du Nigeria au service des personnes déplacées et des communautés d'accueil. • ImportaMi (https://www.importami.org/locale-select?target=%2F) aide les enfants non accompagnés aux États-Unis à avoir accès aux services juridiques et aux ressources locales.
Communications d'urgence en Haïti – Radio 1	Avant le tremblement de terre de 2010, Radio 1 était l'une des principales stations de radio d'Haïti, l'une des rares à émettre dans tout le pays et à destination de la diaspora haïtienne. Elle était également l'une des rares à avoir été épargnée par le tremblement de terre : sa connexion internet avait incroyablement survécu. L'un des premiers membres de l'équipe à revenir à la station quelques heures après le tremblement de terre a été le DJ Carel Pedre, un animateur bien connu et un passionné des réseaux sociaux avec une forte présence sur Facebook et un compte Twitter suivi par des milliers de personnes. La visibilité de Carel sur les réseaux sociaux et les émissions de radio a permis d'indiquer à ses auditeurs qu'il était vivant et que la station fonctionnait. En conséquence, Radio 1 a été assiégée par des auditeurs qui voulaient partager leurs histoires, dire à leurs proches qu'ils étaient en vie ou demander des informations. Carel a également commencé à recevoir des centaines de messages de tout Haïti et depuis l'étranger sur Facebook et Twitter, lui demandant de l'aide pour localiser des amis et des familles. Pour y répondre, Carel a mis en place un système d'information multi-plateforme capable de consolider toutes les demandes reçues, en essayant d'y répondre systématiquement et en partageant les informations recueillies avec ses auditeurs et les réseaux sociaux. Le système impliquait quatre amis équipés d'ordinateurs portables, tous connectés aux comptes Facebook (qui recevait plus de 100 messages par jour) et Twitter de Carel, qui compilaient les demandes et répondaient aux messages. Ces personnes s'ajoutaient à une équipe de producteurs qui interviewaient toutes les personnes arrivant à la station (une moyenne de 50 personnes par heure). Chaque jour, la liste compilée des personnes recherchées était remise au coursier du bureau qui partait à leur recherche en moto. Simultanément, les équipes téléchargeaient ces informations sur Facebook, les relayaient sur Twitter et les diffusaient à l'antenne. Tout ce système a fonctionné pendant plusieurs semaines sans aucun soutien de l'aide internationale. (BBC Policy Briefing – Still left in the dark? How people in emergencies use communication to survive – and how humanitarian agencies can help, 2012) Note d'informations relatives à la Politique de la BBC – Toujours dans l'obscurité ? Comment les personnes dans des contextes d'urgence utilisent la communication pour survivre – et comment les agences humanitaires peuvent y contribuer)

Tableau 1. Exemple de renforcement des services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

Exemples : Services d'informations réactifs dans les situations d'urgence (suite)	
Centre d'appel pour les tsunamis au Sri Lanka – TAFREN	Au Sri Lanka, un organisme gouvernemental créé pour coordonner la réponse au tsunami de 2004 – la Task Force for Rebuilding the Nation (TAFREN) – a mis en place un centre d'appel dans les semaines qui ont suivi la catastrophe. Cette opération a été confiée à Bates, une société de publicité locale ayant de l'expérience dans les centres d'appel. Pendant une semaine, Bates a formé une équipe de cinq personnes pour répondre aux questions les plus courantes posées par les survivants et a fait de la publicité dans les journaux locaux et les stations de radio. Le centre a reçu des centaines d'appels, dont l'analyse a révélé que la plupart étaient liés au logement et aux moyens de subsistance et concernaient des demandes d'assistance de base. Bien qu'aucune évaluation indépendante n'ait été réalisée, Bates a indiqué qu'elle était en mesure de fournir des réponses satisfaisantes à plus de trois quarts des personnes qui les appelaient sans qu'il ne soit nécessaire de les orienter vers d'autres services. Le projet était financé par la Banque mondiale. (BBC Policy Briefing – Left in the dark, The unmet need for information in humanitarian responses, 2008 Note d'informations relatives à la Politique de la BBC – Toujours dans l'obscurité ? Le besoin en matière d'informations non satisfait dans les interventions humanitaires)
Cox's Bazar, les plateformes d'informations et les centres d'informations au Bangladesh – Groupe de travail sur les communications avec les communautés	De 2017 à 2019, le Bangladesh a accueilli près d'un million de ressortissants du Myanmar déplacés de force, qui ont eu besoin de services humanitaires immédiats et à grande échelle pour répondre à leurs besoins fondamentaux. Les évaluations multipartites des besoins ont permis de constater que la majorité des nouveaux arrivants ne savaient pas comment et où accéder aux services ou n'étaient pas au courant des services disponibles ou qui leur étaient fournis. Ils avaient également besoin d'informations rapides et complètes ainsi que de connaissances sur les pratiques essentielles pour sauver des vies et les pratiques prioritaires. Dans le cadre de la réponse, les membres du groupe de travail « Communications avec les communautés » ont géré environ 90 « plateformes d'informations (Info Hub)/centres de services d'informations » et ont exploité des centres d'information multi-sectoriels, qui visaient à fournir des informations aux personnes touchées et à permettaient aux membres de la communauté de poser des questions, de faire part de leurs commentaires ou de déposer des plaintes concernant les services qu'ils recevaient. (Communication with Communities Working Group Cox's Bazar – Standard Operating Procedures for Information Hub and Information Service Center, 2019 Communication avec le groupe de travail sur les communications avec les communautés – Procédures opérationnelles standard pour les plateformes et les centres d'informations.)
Service d'informations humanitaires au soudan du Sud « Boda Boda Talk Talk » – Internews	En février 2014, soit quelques semaines après le début du conflit au Soudan du Sud, Internews a lancé Boda Boda Talk Talk (BBTT). BBTT est un programme audio bihebdomadaire dirigé par la communauté et produit selon les normes de la radiodiffusion. Cependant, plutôt que d'être diffusé sur les ondes à un large public, le programme de 25 minutes est enregistré sur des dispositifs tels que des clés USB ou des cartes SD et diffusé sur des haut-parleurs qui tournent autour du site des personnes déplacées à l'arrière de quads. Les programmes restent ainsi locaux par rapport à leur environnement en termes de contexte, de contenu et de portée géographique. Les quads se rendent à des points d'écoute publics où les personnes peuvent écouter les programmes tout en vaquant à leurs occupations quotidiennes. Les programmes sont également écoutés par des groupes d'écoute communautaires spécialisés et diffusés dans des dispensaires et autres sites d'écoute statique gérés par la communauté elle-même ou par des organisations d'aide partenaires. Le service d'informations humanitaires du BBTT est réalisé par des correspondants communautaires recrutés, formés et encadrés par les communautés déplacées elles-mêmes, par des formateurs qualifiés en journalisme humanitaire. Cela permet de s'assurer que le langage des informations humanitaires vitales est communiqué de manière efficace et que le contenu est précis et pertinent. Les responsables de l'information, également recrutés au sein de la communauté déplacée, ne se contentent pas de contrôler la qualité de la production, mesurée par les audiences de la population déplacée, mais ils gardent également les « yeux et les oreilles » sur le terrain pour s'assurer qu'un large éventail de voix de la communauté influence le nouveau contenu du programme à venir. Les correspondants communautaires du service d'informations humanitaires du BBTT travaillent comme des journalistes citoyens ; ils créent un contenu attrayant en recueillant les voix, les questions et les préoccupations de la communauté au sujet de la réponse de l'aide humanitaire – en les transformant en articles et en reportages. (Internews South Sudan Humanitarian Learning Collection – Boda Boda Talk Talk Module, 2017 Collection d'apprentissage humanitaire d'Internews au Soudan du Sud)

1.2 Leadership et plaidoyer pour des services d'informations réactifs dans les situations d'urgence

Apprendre

Les décideurs considèrent souvent que les services d'information réactifs, inclusifs et en temps opportun dans les situations d'urgence ne sont pas une priorité absolue parmi les autres services humanitaires, ce qui fait que des mesures de préparation adéquates ne sont pas prises et que les ressources ne sont pas allouées lorsqu'une situation d'urgence survient, et ce qui constitue l'un des principaux obstacles à la fourniture de ces services.

[Adapté du Guide-pratique du réseau CDAC pour les leaders et les intervenants](#)¹¹

Les dirigeants des organisations sont essentiels pour veiller à ce que l'engagement communautaire soit opportun et durable. Ils sont les seuls à pouvoir garantir que les équipes disposent des capacités humaines, du temps, du financement et de l'espace nécessaires pour l'intégrer correctement. Un leadership fort est nécessaire pour s'assurer que la communication et l'engagement communautaire évoluent d'un « ajout » à une partie non négociable de notre façon de travailler.

- Identifier le cadre. Identifiez les politiques, les orientations, les plans et les valeurs de votre organisation qui favorisent la communication et l'engagement communautaire, et les utiliser comme cadres de référence pour suggérer de nouvelles approches et activités. Faites

absents des politiques, des orientations et des pression pour qu'ils soient inclus là où ils sont protocoles – en particulier pour la préparation aux situations d'urgence.

- Sensibiliser. Entamez une discussion avec vos collègues et collaborateurs sur ce qui pourrait être fait de plus pour promouvoir – préparer, budgétiser et coordonner – la participation de la communauté à la satisfaction des besoins en matière d'informations en cas de crise. Demandez que l'engagement de la communauté soit inscrit en permanence à l'ordre du jour des réunions, de la planification stratégique et opérationnelle et des examens. Obtenez l'adhésion de votre responsable et de vos collègues et transmettez des messages communs.
- Partagez les informations et les réussites auprès de vos collègues et collaborateurs. Quels sont les avantages pour l'organisation et pour la réponse humanitaire collective ? Comment cela contribue-t-il à la mise en œuvre des engagements de la communauté ou à l'échelle mondiale, tels que la [Norme humanitaire de base, les engagements de l'IASC en matière de responsabilités envers les personnes sinistrées et les cadres de protection](#) ? Qu'est ce qui vous a incité à en faire plus en matière de communication et d'engagement communautaire ? Vous pourriez le faire dans le cadre de réunions, de bulletins d'informations ou en organisant un événement ou une formation.

- IRC. (2020). Un examen des données probantes du projet Signpost, Autonomiser par le biais des informations réactives.
- BBC Media Action. (2012). Toujours dans l'obscurité ? Comment les personnes dans des contextes d'urgence utilisent la communication pour survivre – et comment les agences humanitaires peuvent y contribuer.
- CDAC. (2017). Document de politique. Le rôle des plateformes, services et outils collectifs pour soutenir la communication et l'engagement de la communauté dans l'action humanitaire.
- CDAC. (2019). Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants. Pages 7-8.
- BBC Media Action. (2015). La radiodiffusion humanitaire dans les situations d'urgence : une synthèse des conclusions de l'évaluation.
- Initiative humanitaire Harvard. (2017). Le code de signal : une approche des droits humains en matière d'informations pendant les crises et les obligations conformes à l'éthique pour les activités d'information humanitaire

1.3 Concepts fondamentaux à des fins d'inclusion



Apprendre

Le Module 1.3 est adapté du [Guide pratique de l'IRC sur la réactivité inclusive des clients et des clientes](#).¹²

Les services d'informations inclusifs s'efforcent d'identifier et d'éliminer les obstacles systémiques (et les risques associés à ces obstacles) lorsqu'ils fournissent une assistance. Cela signifie promouvoir l'égalité des droits et la participation des clients et des clientes que vous ciblez au sein d'une communauté.

Principaux concepts à comprendre :

- L'**inclusion** consiste à permettre aux personnes de diverses origines et aux communautés traditionnellement marginalisées de participer pleinement aux processus collectifs, y compris à la prise de décision et au partage du pouvoir, tout en apportant leur entièreté à ces processus sur la base de l'égalité avec les autres.
- Une **approche « basées sur les droits »** signifie qu'au-delà de la satisfaction des besoins immédiats de la population touchée, vous considérez le rôle de votre service d'informations réactif dans le traitement des causes fondamentales de l'exclusion, plutôt que les besoins résultant du déni de droits. Cette approche se distingue de l'approche « caritative », qui s'apitoie sur le sort des personnes considérées comme dépendantes ou sans défense, ou qui vise à les « aider ». Au contraire, un état d'esprit fondé sur les droits dit plutôt que « c'est la société qui est le problème » et se concentre sur l'élimination

des obstacles qui bloquent l'inclusion, plutôt que sur « l'aide » aux personnes exclues.

- L'**intersectionnalité** est la façon dont plusieurs formes de discrimination ont un impact sur des groupes de personnes ou des individus. Par exemple, la discrimination des femmes basée sur le sexe et le genre est inextricablement liée à l'oppression et la marginalisation, basées sur d'autres systèmes discriminatoires, notamment ceux basés sur l'ethnie, la religion ou la croyance, la santé, le statut, l'âge, la classe, la caste, l'orientation sexuelle et l'identité de genre.
- Les **obstacles** sont les facteurs qui empêchent une personne d'avoir un accès total et identique, et sa participation à la société. Les obstacles doivent être identifiés dès le départ afin de veiller à l'accessibilité. Il existe trois types d'obstacles que vous devriez prendre en compte : les obstacles environnementaux (physiques ou informationnels), les attitudes et les institutions (notamment sur le plan financier). Voir le [Tableau 2](#) pour de plus amples informations sur les obstacles.
- Les **éléments facilitateurs** sont des facteurs qui peuvent être mis en place pour soutenir la participation au sein de la société. Parmi les exemples d'éléments facilitateurs, nous pouvons citer la fourniture d'informations par le biais ou au sein de canaux, de formats, de langues et de lieux accessibles ; la sensibilisation du personnel aux capacités inhérentes des personnes en situation de handicap ; la garantie d'une variété d'options pour accéder au service d'informations ; et la

garantie d'un suivi approprié et accessible aux questions posées par les clients et les clientes.

- La **conception universelle** désigne la conception de services, de communication et d'informations utilisables par toutes les personnes, dans la mesure du possible, sans nécessiter d'adaptation ni de conception spécialisée. L'accessibilité est une condition préalable à l'inclusion. Un environnement conçu de manière universelle permet la participation des personnes en situation de handicap, des personnes âgées et d'autres groupes marginalisés. Donner la priorité à la conception universelle peut sembler une contrainte importante, mais elle profitera en fin de compte à tous les clients et clientes, et constitue l'approche la moins coûteuse – la mise à niveau de l'accessibilité est toujours plus onéreuse.
- Les **aménagements raisonnables** sont des solutions qui facilitent l'accès lorsqu'une personne continue à être confrontée à des difficultés ou à des obstacles spécifiques, en dépit de la conception universelle, pour accéder aux services. Un aménagement raisonnable doit être efficace (la solution est tangible et durable), indépendant (le client ou la cliente n'a pas besoin de l'aide d'une tierce personne), sûr (il ne met pas le client ou la cliente en danger) et faciliter l'égalité (le service que vous fournissez ou l'activité que vous menez peut être utilisé(e) facilement et sans entrave). Voir le [Tableau 3](#) pour de plus amples informations sur les aménagements raisonnables.

- **Outil 2.** Formation aux concepts de base en matière d'inclusion

Tableau 2. Types d'obstacles

Référence : [Directives de l'IASC sur l'inclusion des personnes en situation de handicap dans l'action humanitaire](#)

Type	Description
Physique	Obstacles physiques dans l'environnement naturel ou bâti qui empêchent l'accès et affectent les possibilités de participation. Cela comprend également l'absence de services ou les problèmes liés à la prestation de services.
Informationnel	Systèmes de communication inaccessibles. Par exemple, ils ne permettent pas aux personnes en situation de handicap d'accéder aux informations ou aux connaissances et limitent ainsi leurs possibilités de participation.
Comportemental	Attitudes négatives qui peuvent être enracinées dans des croyances culturelles ou religieuses, la haine, la répartition inégale du pouvoir, la discrimination, les préjugés, l'ignorance, la stigmatisation et la partialité, entre autres raisons. Les obstacles comportementaux sont à l'origine de la discrimination et de l'exclusion.
Institutionnel	Lois, politiques, stratégies ou pratiques institutionnalisées qui discriminent les personnes en situation de handicap ou que les empêchent de participer à la société.

Tableau 3. Les sept principes de la conception universelle

Référence : [Politique CBM en matière d'accessibilité](#)

Type	Description
Utilisation équitable	La conception est utile et « commercialisable » (elle rend la conception attrayante envers tous les usagers) envers un large éventail de clients et de clientes.
Flexibilité d'utilisation	La conception tient compte d'un large éventail de préférences et d'aptitudes individuelles.
Utilisation simple et intuitive	L'utilisation de la conception est facile à comprendre, quels que soient l'expérience, les connaissances, les compétences linguistiques ou le niveau de concentration du client ou de la cliente.
Informations perceptibles	La conception communique efficacement les informations nécessaires auprès du client ou de la cliente, quelles que soient les conditions ambiantes ou les capacités sensorielles du client ou de la cliente.
Tolérance à l'erreur	La conception minimise les risques et les conséquences négatives des actions accidentelles ou involontaires, et fournit des avertissements en cas de risques et d'erreurs.
Faibles efforts physiques	La conception peut être utilisée efficacement et confortablement avec un minimum de fatigue.
Dimensions et espace pour l'approche et l'utilisation	Des dimensions et un espace appropriés sont prévus pour l'approche, l'atteinte, la manipulation et l'utilisation, indépendamment de la taille, de la posture ou de la mobilité des usagers.

Accessibilité/conception universelle

+

Aménagements raisonnables

=

Accès identique

Agir

1.3.1 Commencer par l'identification des obstacles et la conception pour répondre aux normes d'accessibilité dès le départ.

Dans tout ce que vous faites – y compris les évaluations, la conception et la mise en œuvre de votre programme – arrêtez-vous et évaluez les facteurs qui peuvent empêcher une personne d'avoir un accès et une participation pleins et identiques à cette activité (voir le Tableau 2). Idéalement, les obstacles potentiels devraient être identifiés lors de la conception de services d'informations adaptés afin de garantir une conception universelle des canaux et formats de communication (voir le Tableau 3).

Comment évaluer les obstacles et concevoir un programme accessible :

- Examiner les données existantes – ou collecter les données – relatives aux obstacles que les différents groupes sont susceptibles de rencontrer, et leurs préférences pour accéder à cette activité. Lors de la [collecte de données](#), utiliser l'ensemble de questions [Washington Group Short Set](#) afin de ventiler les données par handicap, outre l'âge et le genre. Inclure des questions spécifiques sur les obstacles et les préférences en matière de communication. Solliciter le soutien d'organisations représentatives afin de veiller à ce que ces groupes soient inclus dans les consultations. Former le personnel à la mise en place d'aménagements raisonnables pour que les personnes en situation de handicap et d'autres groupes puissent participer à la collecte de données.

RESSOURCE – Consulter les [Orientations de l'IRC relatives à la réactivité inclusive des clients et des clientes](#) pour des conseils sur la collecte et l'analyse de données ventilées par handicap (page 29), pour des conseils et des exemples d'aménagements raisonnables (pages 25 et 47), et pour des conseils pour mener des discussions de groupe accessibles ou des entretiens avec les personnes interrogées clés (page 48).

- Lors de la conception de toute activité, faire participer les enfants, les femmes, les personnes en situation de handicap, les personnes âgées et les autres groupes concernés par le contexte à la conception de services d'informations adaptés, soit directement, soit par l'intermédiaire d'organisations d'engagement ou de représentation.

RESSOURCE – Voir le [Guide pratique humanitaire de l'UNICEF sur les handicaps inclusifs](#) pour obtenir des conseils ou nouer des liens avec des organisations de personnes en situation de handicap dans l'action humanitaire.

- Lors de la [conception](#) des services d'informations, établir une ligne budgétaire flexible pour l'accessibilité et les aménagements raisonnables, dans la mesure où les coûts sont susceptibles de dépendre du contexte (estimation de 0,5 à 7 % du budget global). Envisager la mise en place de [partenariats](#) avec des organisations représentatives pour soutenir les efforts de sensibilisation, et utiliser [plusieurs formats et canaux de communication accessibles](#). Effectuer un [audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité](#) afin d'évaluer le niveau d'accessibilité et de sécurité de ces approches, et identifier les obstacles existants des différents canaux de communication à l'aide d'une liste de contrôle (qui peut également identifier le budget nécessaire). Inclure des considérations sur les risques et les obstacles relatifs à la protection qui entraînent une sous-représentation, un isolement et une marginalisation dans les [évaluations des risques](#). Définir explicitement les mesures proactives qui seront prises pour nouer des relations avec les personnes en situation de handicap, les femmes, les enfants et les personnes âgées afin d'améliorer l'accessibilité des canaux de communication et de s'attaquer aux obstacles et aux risques identifiés dans les évaluations.
- Lors de la [mise en œuvre](#) des services d'informations réactifs, veiller à ce que tous les membres du personnel soient [formés](#) à l'inclusion et à l'accessibilité – les personnes en charge de la communication en première ligne doivent comprendre le modèle basé sur les droits en matière d'inclusion et de production d'informations, et les référents doivent comprendre l'élaboration de contenu accessible.

● Outil 2. Formation aux concepts de base en matière d'inclusion

- Lors du [suivi et de l'évaluation](#) du programme, collectez des données qui peuvent être ventilées par handicap, âge et genre. Vérifier, par exemple, si les personnes en situation de handicap bénéficient d'approches en matière d'information et de communication. Accorder une attention particulière aux expériences des personnes qui sont confrontées à des obstacles multiples, croisés ou accrus en raison de leur handicap, de leur genre, de leur âge ou de leur statut social.

Dans le cadre de l'inclusion, à qui devrions-nous prêter une attention particulière ?

**En fonction du contexte, d'autres groupes seront marginalisés et cette liste ne doit pas conséquent pas vous limiter.*

- Les personnes en situation de handicap :** Aux fins de la présente orientation, les personnes en situation de handicap sont celles qui présentent des déficiences physiques, mentales, intellectuelles ou sensorielles durables qui, associées à divers obstacles, peuvent empêcher leur participation pleine et effective à la société de manière égalitaire.¹³ L'accès aux informations est souvent un obstacle pour les personnes en situation de handicap qui présentent des besoins spécifiques en matière de communication. Elles sont souvent exclues des espaces de décision et ont un accès inégal aux informations et à la disponibilité des services. Elles peuvent être socialement isolées si elles n'accèdent pas régulièrement à la communauté par le biais de l'emploi ou de l'éducation, par exemple.¹⁴
- Les femmes et les filles :** La diversité des femmes et des filles est présente dans tous les contextes humanitaires. Elles sont confrontées à de multiples formes d'oppression, qui réduisent encore leur pouvoir, leur choix et leur protection et augmentent les obstacles à l'accès aux services.¹⁵
- Personnes âgées :** Le terme « personne âgée » désigne une personne qui a atteint un âge avancé. Dans toutes les sociétés et cultures, il est courant de diviser notre vie en différents stades, l'âge avancé étant le dernier stade et une personne âgée étant quelqu'un qui se trouve à ce stade.¹⁶ Les personnes âgées peuvent être confrontées à des obstacles dans l'accès et la compréhension des informations ou des services en raison de contraintes physiques ou de procédures compliquées.
- Les personnes ayant des orientations sexuelles, des identités de genre, des expressions de genre et des caractéristiques sexuelles diverses :** L'expression « personnes ayant des orientations sexuelles, des identités de genre, des expressions de genre et des caractéristiques sexuelles diverses » est utilisée pour décrire les personnes lesbiennes, homosexuelles, bisexuelles, transgenres, queers et/ou interrogatives, intersexuelles, asexuelles, bispirituelles et les innombrables façons affirmatives dont les personnes choisissent de s'identifier. Les personnes ayant des orientations sexuelles, des identités de genre, des expressions de genre et des caractéristiques sexuelles diverses peuvent être marginalisées au sein des ménages, des communautés, des institutions, des services publics, des lois et d'autres aspects de la vie, ce qui les empêche de développer leur résilience et de reconstruire leur vie, d'accéder aux services, et peuvent s'exclure elles-mêmes parce qu'elles s'attendent à être victimes de violence et de discrimination.¹⁷
- Les enfants :** Les jeunes enfants peuvent ne pas avoir accès aux informations accessibles au public ou avoir du mal à les comprendre. Les enfants non accompagnés et séparés peuvent avoir des difficultés particulières à accéder à des informations pertinentes et opportunes.¹⁸ Les enfants sont généralement incapables d'exprimer leurs craintes et leurs angoisses.¹⁹
- Autres groupes marginalisés pertinents en fonction du contexte :** Il peut s'agir de personnes ayant un certain statut juridique (par exemple, résidents, demandeurs d'asile enregistrés, non enregistrés ou sans statut juridique), de groupes ethniques, de groupes religieux, etc.

1.3.2 Si, en dépit d'une conception universelle, les obstacles à l'accessibilité persistent, prévoir des aménagements raisonnables.

La mise en œuvre de l'accessibilité peut prendre du temps et certaines personnes peuvent encore rencontrer des difficultés pour accéder aux services d'informations réactifs, quel que soit le niveau d'accessibilité. Dans un cas comme dans l'autre, des aménagements raisonnables doivent être mis en œuvre immédiatement, en attendant qu'une solution plus pérenne en matière d'accessibilité puisse être trouvée. Ils sont généralement mis en œuvre sur une base individuelle, par le biais d'un dialogue interactif avec le client ou la cliente, dans le but de faciliter l'accès ponctuel à un service ou à une situation particulière.

EXEMPLE – Un client de la communauté rencontrait des problèmes de mobilité et ne pouvait pas physiquement accéder à un bureau d'information statique. L'équipe a alors demandé à ce client de quel manière il souhaitait bénéficier d'un soutien. Le client disposait d'un téléphone, et l'équipe a proposé de l'appeler pour lui poser des questions, lui offrant ainsi un autre moyen de soutien confidentiel.

Comment fournir des aménagements raisonnables :

- Identifiez ce dont le client ou la cliente a besoin pour participer. Par exemple, posez la question suivante : « Savez-vous comment nous faire part de vos questions et accéder aux informations dont vous avez besoin ? Auriez-vous besoin d'une adaptation ou d'un soutien pour accéder à notre service d'informations et communiquer avec nous ? »
- Identifiez des solutions pour faciliter la participation, en fonction des ressources disponibles. Vérifiez avec le client ou la cliente si la solution proposée répond à son objectif.
- Si aucune solution n'est trouvée ou appropriée, justifiez objectivement le refus de l'aménagement raisonnable. Cela signifie que vous avez envisagé toutes les ressources disponibles pour répondre à la demande du client ou de la cliente. Si la solution proposée ou les autres options disponibles ne répondent pas aux besoins du client ou de la cliente, le fait de ne pas répondre à ses besoins n'est pas discriminatoire. Informez le client ou la cliente en temps utile de votre incapacité à répondre à sa demande d'aménagement en raison de contraintes opérationnelles.

RESSOURCE – Voir la page 11 des [Orientations de l'IRC relatives à la réactivité des clients et des clientes](#) pour de plus amples informations sur la mise à disposition d'aménagements raisonnables.

1.4 Concepts fondamentaux à des fins de participation

Apprendre

Le Module 1.4 « Apprendre » est adapté du [Guide pratique du réseau CDAC](#).²⁰

La participation consiste à ce que vous impliquiez les personnes touchées par une crise dans l'évaluation, la conception, la mise en œuvre, le suivi ou l'évaluation de votre projet de service d'informations réactif. La participation est au cœur du modèle de programme des services d'informations réactifs et est intégrée de manière unique, les informations produites étant constamment alimentées par les commentaires des clients et des clientes. Les populations locales sont les premières à réagir en cas de crise – surtout si vous n'appartenez pas aux communautés que vous ciblez – et vous devez solliciter leur avis sur la manière de fournir en permanence des services d'informations adaptés.

L'engagement de la communauté doit aller au-delà d'une participation passive, par laquelle la population touchée est simplement tenue informée. Les personnes doivent pouvoir participer aux décisions qui les concernent. Elles doivent avoir la possibilité de déterminer et de façonner les services, y compris lors de la préparation, et de jouer un rôle de leader (par exemple, en siégeant au sein des communautés de gestion). Le degré d'implication variera en fonction des circonstances, et il y aura toujours un débat sur ce qui constitue une participation « réelle » ou « significative ».

Conseils pour faciliter la participation dans les situations d'urgence :

- **Quand ?** Différents niveaux de participation peuvent être appropriés en fonction des périodes. Par exemple, dans les premières phases d'une réponse, la consultation peut n'être possible qu'avec un nombre limité de personnes, mais au fil du temps, les possibilités d'un engagement plus approfondi se multiplieront (voir le [Tableau 4](#)). S'engager tôt permet de gagner beaucoup plus de temps que d'essayer de réparer des décisions inappropriées. Il convient de garder à l'esprit que l'impact physique et psychologique d'une catastrophe ou d'un conflit sur les communautés, la fracture sociale et l'expérience antérieure de l'aide influencent la manière dont les efforts en matière d'engagement peuvent être satisfaits. Les communautés doivent être activement impliquées dans le suivi et l'évaluation des réponses, et toutes les étapes du cycle doivent viser à permettre aux communautés d'assumer la pleine responsabilité des ressources et des réponses, en donnant la parole à ceux qui seraient habituellement privés de pouvoir ou de droits (femmes, enfants, jeunes, personnes en situation de handicap, personnes âgées).
- **Qui ?** Veillez à ce que la représentation de la communauté soit inclusive, en impliquant les personnes à tous les stades du travail. Vous devrez peut-être travailler avec les structures existantes, plaider en faveur de leur restructuration si elles ne sont pas représentatives ou en développer de nouvelles ou complémentaires afin que les

personnes, y compris les plus marginalisées et vulnérables, soient représentées de façon équitable. En raison du contexte ou de différences de pouvoir préexistantes (fondées sur le genre, l'origine ethnique, la classe, la caste ou d'autres caractéristiques), la participation n'est généralement pas spontanée. Favorisez un processus d'apprentissage et de dialogue mutuels pour stimuler une participation plus importante. Accordez une attention particulière aux groupes ou aux individus traditionnellement exclus du pouvoir et des processus décisionnels. N'oubliez pas que les enfants ont également le droit de participer. Il existe des organisations spécialisées (telles que Save the Children) avec lesquelles vous pouvez établir des partenariats afin que tout travail entrepris avec des enfants le soit de manière appropriée et avec les bonnes mesures de protection en place.

- **Comment ?** Déterminez si la participation directe ou la participation par représentation (c'est-à-dire par l'intermédiaire de représentants de la communauté, de comités ou d'organisations communautaires) est appropriée, en gardant à l'esprit les dynamiques de pouvoir et les préjugés. Évaluez les risques encourus par la communauté et le personnel lors de la participation des communautés et veillez à ce qu'il n'y ait pas de préjudice. Tenez compte des facteurs liés à la sécurité, à la sûreté, à la culture et à la société. Obtenez un consentement éclairé, c'est-à-dire une autorisation accordée en toute connaissance des conséquences, des risques et des avantages possibles.

Tableau 4. Référence : Autres systèmes de demande de renseignements pour une agriculture durable, dans le *Bulletin des études de développement de l'institut*, vol. 25, (*Brighton Institute of Development Studies*, 1994), pages 37-48. Adapté de J. Pretty

« L'échelle de la participation »	
Participation passive	La population touchée est informée de ce qui va se passer ou de ce qui s'est produit. Bien qu'il s'agisse d'un droit fondamental des personnes concernées, il n'est pas toujours respecté.
Participation par le biais de la mise à disposition d'informations	Les populations touchées fournissent des informations en réponse aux questions, mais cela n'a aucune influence sur le processus dans la mesure où les résultats de l'enquête ne sont pas partagés et où leur exactitude n'est pas vérifiée.
Participation par le biais de la consultation	L'avis des personnes touchées sur un sujet donné est demandé, mais cela n'a aucune incidence sur la prise de décisions et aucune garantie quant à la prise en compte de leur avis.
Participation par le biais d'incitations importantes	Les personnes touchées font part des documents/supports et/ou de leurs besoins en main-d'œuvre nécessaires pour mener à bien une opération, en échange d'un paiement en espèces ou en nature de la part de l'organisation qui fournit l'aide.
Participation par le biais de la mise à disposition de documents/supports, d'espèces ou de main-d'œuvre	Les personnes touchées font part des documents/supports et/ou de leurs besoins en main-d'œuvre nécessaires dans le cadre d'une intervention. Cela inclut les mécanismes de recouvrement des coûts.
Participation interactive	Les personnes touchées participent à l'analyse des besoins et à la conception du programme, et disposent de pouvoirs en matière de prise de décision.
Initiatives locales	Les personnes touchées prennent des initiatives, agissent indépendamment des organisations ou institutions externes. Bien qu'elle puisse faire appel à des organismes extérieurs pour soutenir ses initiatives, le projet est conçu et géré par la communauté : c'est l'organisation en charge de l'aide qui participe aux projets de la population.

Agir

Le Module 1.4 « Apprendre » est adapté du [Guide CEA de l'IFRC](#).²¹

1.4.1 Lorsque les capacités, le temps et les ressources sont limités, veiller à garantir des normes minimales à des fins de participation.

Dans les premières phases d'une intervention (à savoir les premiers mois), pour les urgences de moindre ampleur ou avec une durée plus courte (à savoir moins de six mois), ou lorsque l'expérience et les capacités de votre organisation en matière d'engagement et de responsabilisation des communautés sont limitées, ou lorsque les fonds et les ressources humaines disponibles pour l'intervention sont limités – veillez à respecter les normes minimum ci-après à mesure que vous utilisez ce guide pratique.

Actions minimum à des fins de participation :

- **Évaluations** : Comprenez les besoins et les capacités de la communauté, et le contexte en effectuant un [examen des données secondaires](#) et des [évaluations des besoins en matière d'informations rapides dans les situations de crise \(INA\)](#). Si vous n'évaluez pas les besoins, les capacités et le contexte, vous risquez de ne pas répondre aux besoins des personnes, d'affaiblir les capacités locales ou de faire plus de mal que de bien. Cela nuit à la crédibilité et entraîne une perte de temps et de ressources pendant que les erreurs sont corrigées. Discutez de l'évaluation en amont avec les personnes clés de la communauté, notamment avec les dirigeants, les responsables de groupes et d'associations communautaires et les autorités locales. Demandez des conseils sur la manière de mener l'évaluation et si d'autres organisations ont déjà procédé à des évaluations. Fournissez des informations sur l'objectif de l'évaluation, sur ce qui se passe une fois qu'elle est terminée, sur les codes de conduite et de comportement du personnel et sur la manière dont les personnes peuvent poser des questions ou faire part de leurs préoccupations (en veillant à ce que le personnel soit informé de la manière de répondre aux questions sans susciter d'attentes).
- **Conception** : Discutez avec un ensemble de représentants de la communauté, notamment les dirigeants, les responsables de groupes et d'associations, et les autorités locales, des plans d'intervention et de la manière dont votre organisation devrait collaborer avec eux afin de [concevoir votre programme](#). A minima, effectuez une [consultation indirecte auprès du personnel en charge de la conception du programme en première ligne design](#)²² afin de lui donner les moyens de veiller à la participation des personnes touchées, et veillez à ce [qu'au moins une personne au sein de votre équipe](#) soit locale envers la communauté. Dans toute la mesure du possible, les [partenariats](#) visant à renforcer les efforts des groupes locaux doivent toujours être votre première options afin de renforcer et de soutenir les canaux de communication existants à l'échelle locale, avant de développer votre propre canal ou mécanisme de communication. Vérifiez que les activités répondent aux besoins et aux priorités de la communauté et interrogez-vous sur les meilleurs moyens de les mettre en œuvre. Si possible, discutez de ce qui devrait se passer à la fin du programme et de la façon dont la communautés et/ou d'autres parties

prenantes pourraient poursuivre les activités. [Coordonnez](#) en interne et en externe pour éviter de susciter des frustrations au sein des communautés.

- **Mise en œuvre** : Communiquez clairement quant aux [personnes auxquelles votre service d'informations réactif fournit un soutien](#), et pourquoi, afin de gérer les attentes. Il s'agit notamment des langues dans lesquelles vous fournissez une assistance et des zones géographiques pour lesquelles vous pouvez fournir des informations (en particulier en ce qui concerne la cartographie des services). [Formez](#) les personnes en charge de la communication en première ligne à gérer les questions, les commentaires et les critiques. Établissez les priorités en ce qui concerne la production de contenu informationnel sur la base des évaluations et de [l'analyse des tendances quant aux demandes de renseignements dans le cadre des communications bidirectionnelles](#).
- **Suivi et évaluation** : Discutez des commentaires reçus dans le cadre de la [communication bidirectionnelle](#) de façon régulière et recueillez des commentaires de façon proactive sur la [satisfaction des clients et des clientes](#) en ce qui concerne vos services d'informations réactifs.

1.4.2 Lorsque les capacités, le temps et les ressources sont plus importants, prendre des mesures avancées à des fins de participation.

Plus tard au cours de l'intervention (à savoir à partir du troisième mois), pour les urgences plus importantes ou prolongées, avec un calendrier plus long (à savoir plus de six mois), lorsque votre organisation dispose d'un bon niveau d'expérience et de capacité en matière d'engagement communautaire et de responsabilité, ou lorsque l'intervention dispose d'un bon niveau de financement et de ressources humaines – en plus des normes minimales (1.4.1), essayez de respecter les normes avancées ci-dessous lorsque vous utilisez ce guide pratique.

Actions avancées à des fins de participation :

- **Évaluations** : Effectuez des [évaluations détaillées en matière de besoins en informations \(INA\) et prenez en compte les évaluations conjointes inter-agences](#). Participez à des réunions de coordination externes pour recueillir des informations sur ce que font les autres et discutez des plans d'évaluation et des résultats, afin d'identifier les domaines de collaboration et d'éviter les doublons. Il s'agit notamment de participer aux groupes de coordination en matière d'engagement et de responsabilisation communautaires. Partagez les résultats de l'évaluation auprès des représentants de la communauté, vérifiez leur exactitude et discutez de tout ce qui n'est pas clair le cas échéant.
- **Conception** : Utilisez des approches de planification participatives, telles que des ateliers et des réunions communautaires, une conception centrée sur l'humain, des évaluations de la capacité de vulnérabilité ou des activités telles que le classement, les arbres décisionnels, la cartographie, etc. Impliquez tous les groupes de la communauté dans la planification de l'intervention. Effectuez une [consultation plus approfondie ou collaborez avec le personnel en première ligne](#)²³ pour concevoir le programme. Envisagez de vous mettre d'accord avec la communauté sur les personnes que votre service d'informations réactif devrait cibler, compte tenu des ressources dont vous disposez. Recoupez les plans avec la communauté avant de commencer à les mettre en œuvre.



MODULE 2

Conception

Ce module fournit les orientations et les outils nécessaires pour évaluer les besoins et le contexte, et pour utiliser ces résultats afin d'élaborer une stratégie permettant d'atteindre efficacement votre groupe cible, en mettant l'accent sur les facteurs d'inclusion, de coordination et de renforcement des initiatives locales existantes.

Comment utiliser ce module

2.1 Se coordonner avec les autres acteurs dès le départ

Cartographiez les principales parties prenantes auprès desquelles vous engager, en vous concentrant tout particulièrement sur les plateformes de coordination établies dans votre contexte. Engagez-vous dès le début et tout au long du cycle du programme afin d'éviter les doublons et d'identifier les possibilités d'efforts conjoints et de gains d'efficacité, de financement, etc.

2.2 Évaluer le paysage de la communication, les besoins en informations, les obstacles et les préférences

Évaluez l'écosystème de communication dans votre contexte, les obstacles, les besoins, les principales parties prenantes et les risques pour vous assurer que vous savez qui vous pouvez atteindre au sein d'une communauté et comment l'atteindre efficacement et éviter de lui nuire.

2.2.1 Collaborer avec votre équipe pour rédiger une série de questions d'apprentissage.

Dans les premières phases d'une situation d'urgence, vous serez peut-être surtout préoccupé(e) par l'identification des principaux besoins en matière d'informations et des canaux de communication existants que vous pouvez utiliser pour atteindre les communautés. Au fil du temps, les évaluations devenant plus nuancées, les questions liées à la communication et à l'engagement des communautés pour améliorer les services d'informations doivent l'être également.

2.2.2 Identifier les données secondaires existantes

Commencez toujours par une étude documentaire du paysage des informations, des besoins, des obstacles et des risques, et tirez les leçons des urgences antérieures similaires pour anticiper l'évolution des écosystèmes des informations.

2.2.3 Collecter les données dont vous avez besoin

Le moment et la capacité à mener des évaluations spécifiques dépendront toujours du contexte et des ressources. Compte tenu des données dont vous disposez et de l'urgence de la situation, utilisez des outils pour collecter des données auprès de la population touchée, d'autres intervenants en première ligne et/ou des médias. Ne procédez à une évaluation distincte que s'il n'est pas possible de l'intégrer dans les évaluations prévues.

● **Outil 3.** Orientations relatives à l'enquête INA et aux analyses

● **Outil 4.** Questionnaire à l'intention de la personne responsable de l'intervention humanitaire

● **Outil 5.** Questionnaire relatif au profil de la station médiatique

● **Outil 6.** Guide à l'intention des groupes de discussions INA

● **Outil 7.** Modèle de rapports INA

2.2.4 Effectuer une analyses des parties prenantes

Effectuez ou mettez à jour une analyse des parties prenantes existante afin de déterminer comment travailler et avec qui établir un partenariat, une coordination ou un engagement afin d'obtenir le meilleur résultat possible, ainsi que des évaluations des risques.

● **Outil 8.** Modèle pour l'animation des réunions d'analyse des parties prenantes

● **Outil 9.** Modèle de matrice d'analyse des parties prenantes

● **Outil 10.** Modèle de plan d'engagement des parties prenantes

2.3 Définir la réussite

Les programmes de services d'informations réactifs doivent être guidés par un cadre de résultats et un plan de suivi et d'évaluation. Sur la base de données probantes et avant de concevoir le programme, déterminez le(s) résultat(s) attendu(s) des services d'informations réactifs.


Outil 35. Exemple de cadre logique pour RISE

2.4 Élaborer des stratégies pour atteindre votre public

Appuyez-vous sur les données disponibles ainsi que sur le jugement, les compétences et l'expérience des principales parties prenantes pour décider d'une stratégie adaptée au contexte.


Outil 11. Modèle pour l'animation des réunions de conception et d'analyse

2.4.1 Définir votre public cible

En raison des contraintes de financement et de capacité, il est possible que vous deviez établir des priorités quant aux personnes que votre service d'informations doit cibler. Si tel est le cas, posez une série de questions pour guider votre réflexion.

2.4.2 Réfléchir à la manière de s'appuyer sur les initiatives locales et de constituer les bons partenariats

Passez en revue votre analyse des parties prenantes et voyez si vous pouvez travailler avec d'autres acteurs qui mènent déjà des activités qui font partie du modèle RISE (par exemple, la communication avec les communautés ou le partage d'informations, la cartographie des services ou d'autres formes de création de contenu, la vérification des informations, la traduction ou l'interprétation), ainsi qu'avec d'autres types d'acteurs qui ont la confiance, l'accès ou la connaissance des besoins de groupes particuliers.


Outil 9. Modèle de matrice d'analyse des parties prenantes


Outil 10. Modèle de plan d'engagement des parties prenantes

2.4.3 Déterminer les canaux et les formats que vous utiliserez à des fins de communication

En examinant les données dont vous disposez, réfléchissez à la manière dont vous vous engagerez auprès de votre public cible en fonction de ses préférences et de ses habitudes, des canaux et des formats auxquels il a accès et des obstacles auxquels il est confronté, des réalités opérationnelles et de la faisabilité dans le contexte de l'urgence, ainsi que des risques potentiels. Réfléchissez d'abord aux canaux existants qui fonctionnent déjà ou qui pourraient être adaptés dans la communauté.


Outil 12. Orientations relatives aux canaux et aux formats de communication

2.4.4 Effectuer un audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité

Réalisez un audit pour évaluer les niveaux d'accessibilité et identifier les obstacles potentiels ainsi que les mesures à prendre à des fins d'inclusion.


Outil 13. Audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité RISE

2.4.5 Effectuer une évaluation des risques du projet

Travailler sur un exercice visant à identifier, planifier et surveiller les risques potentiels et les dommages involontaires causés à votre public, votre personnel et vos communautés à la suite de vos activités.


Outil 14. Note d'orientations relative à l'évaluation des risques et guides pour les discussions


Outil 15. Modèle pour l'animation des réunions d'évaluation des risques


Outil 16. Modèle de matrice des risques du projet

2.4.6 Déterminer les ressources humaines dont vous avez besoin

Examinez les fonctions essentielles – ou les rôles – nécessaires à la gestion d'un service d'informations réactif et déterminez si ces fonctions peuvent être assurées par votre équipe actuelle – ou si elles sont assurées par d'autres acteurs en charge de l'intervention – ou si vous devez recruter ou former des partenariats pour obtenir un soutien supplémentaire.

2.4.7 Formaliser et financer votre stratégie

Établissez un budget, documentez ou mettez à jour votre stratégie et élaboriez des propositions pour obtenir des fonds d'urgence auprès du gouvernement ou des donateurs.


Outil 17. Exemple de modèle de budget RISE


Outil 18. Modèle relatif au plaidoyer et à la stratégie RISE

2.1 Se coordonner avec les autres acteurs dès le départ

Apprendre

La coordination avec d'autres acteurs est essentielle pour fournir un service d'informations de qualité. Collaborer avec d'autres acteurs tout au long du cycle du programme est important pour éviter les doublons et identifier les possibilités d'efforts conjoints et de gains d'efficacité, de financement, etc.

Par exemple, pour mener des évaluations conjointes inter-agences, pour collaborer à la fourniture de services d'informations afin d'atteindre différents segments de la population. La coordination est également particulièrement importante pour renforcer les efforts de cartographie des services et de production d'informations et éviter les doublons. Pour la cartographie des services, il sera nécessaire d'identifier et de recueillir des informations auprès d'un éventail de prestataires de services, et la collaboration avec d'autres intervenants en première ligne peut vous aider à obtenir des informations sur les prestataires de services qui ont déjà été recueillies. Lors de la production d'informations, vous devrez collaborer avec différentes acteurs intersectoriels afin d'élaborer et de valider rapidement le contenu des informations, et la collaboration avec d'autres intervenants en première ligne peut vous aider à obtenir des informations existantes ou des messages clés qui ont déjà été vérifiés ou obtenir du contenu qui a déjà été préparé et qui peut être immédiatement partagé auprès de votre public.

Conseils à des fins de coordination :

- Engagez-vous dans des mécanismes de coordination afin de veiller à une coordination efficace avec un éventail de parties prenantes inter-agences. Veuillez consulter le [Tableau 5](#)

pour obtenir une liste des structures potentielles susceptibles d'exister dans votre contexte.

- Commencez par identifier un large éventail de parties prenantes dès le début, et et communiquez avec elles. La cartographie des services et la production d'informations reposent toutes deux sur l'établissement de relations solides avec d'autres parties prenantes. Il est essentiel d'établir ces liens dès le début et d'expliquer clairement ce que vous faites pour assurer la réussite des services d'informations réactifs, car ces facteurs peuvent être ceux qui prennent le plus de temps lors de la mise en œuvre.
- Une fois que vous avez défini les forums avec lesquels vous souhaitez vous engager, utilisez ces plateformes pour [introduire RISE en tant que modèle de programme](#) et votre [stratégie RISE spécifique au contexte](#), à mesure qu'elle est élaborée. Ces espaces peuvent également permettre de recueillir les commentaires d'autres acteurs sur les besoins et les préférences de la communauté en matière d'informations, de collaborer aux efforts de cartographie des services et d'élargir votre cartographie des sources d'informations afin de vérifier les informations. Souvent, vous pouvez demander l'inscription de points à l'ordre du jour pour présenter et solliciter l'engagement.
- Souvent, les plateformes de coordination nationales procèdent à un exercice de cartographie de qui fait quoi, où, quand pour savoir quelles agences travaillent sur la communication et l'engagement communautaires, et quels sont leurs référents afin d'informer l'analyse des opportunités et des besoins intégrés dans la coordination globale. Utilisez ceci comme une ressource et veillez à ce que les efforts RISE de votre équipe soient représentés.

- Ne sous-estimez pas le pouvoir de la coordination avec des acteurs extérieurs au gouvernement ou à l'espace humanitaire, tels que les médias. Les médias locaux jouent un rôle clé dans la communication avec les communautés et ont généralement des relations de confiance positives bien établies avec leurs communautés.²⁴ Ils ont également une large portée, qui peut également s'étendre aux régions éloignées que vous ne pouvez pas atteindre. Établissez des relations avec les journalistes locaux, les réseaux de journalistes et les agences de développement des médias pour partager des informations sur votre programme – votre équipe peut être une source d'informations précieuse pour eux, et ils peuvent être une source d'informations précieuse pour vous.

RESSOURCE – Pour de plus amples informations, veuillez consulter « Collaborer avec les diffuseurs au-delà des partenariats » dans les [BBMA Lifeline Guidance on Working with Broadcasters in Humanitarian](#)²⁵ (Orientations BBMA Lifeline sur la collaboration avec les diffuseurs dans les crises humanitaires) et [Internews' The Space Between Us: Understanding trust, communication and collaboration between media and humanitarian organizations in public health emergencies](#)²⁶ (Internews – L'espace entre nous : comprendre la confiance, la communication et la collaboration entre les médias et les organisations humanitaires dans les situations d'urgence en matière de santé publique).

Tableau 5. Plateformes de coordination pertinentes courantes

RISE ne s'intègre pas parfaitement dans un mécanisme de coordination unique, car les informations sont importantes pour tous les secteurs, mais ne sont souvent pas systématiquement hiérarchisées ou financées, de sorte que la coordination peut manquer de clarté. Cela peut être à la fois une opportunité et un défi lorsqu'il s'agit de réfléchir à la manière de collaborer avec les plateformes de coordination dans votre contexte. La structure et les fonctions des plateformes nationales varieront selon le contexte, en fonction des besoins et des capacités, mais elles constituent toutes un service de coordination complémentaire de l'architecture humanitaire existante et émergente.²⁷ Quelques exemples : Les Clusters sont des organes de convocation d'organisations liés à des secteurs spécifiques de l'action humanitaire. Le système des clusters est activé dans les situations d'urgence ne concernant pas les personnes réfugiées par le Bureau de la coordination des affaires humanitaires des Nations unies. Si les services d'informations – ou les efforts de communication et d'engagement communautaires connexes – ne disposent pas de groupe sectoriel dédié, ils sont intégrés dans un certain nombre de secteurs différents et dans leurs groupes sectoriels correspondants. Les informations vitales sont souvent une priorité particulière pour le Cluster Protection (dirigé par le HCR des Nations Unies), le Cluster Télécommunications d'urgence (dirigé par le PAM, qui se concentre sur la fourniture d'infrastructures de télécommunications, la connectivité, l'accès aux dispositifs, la recharge des téléphones portables, etc.) et le Cluster Santé (dirigé par l'OMS). Les groupes de coordination/travail inter-clusters peuvent porter différents noms en fonction du contexte, mais leur objectif principal est de créer un espace permettant aux responsables des clusters de partager des informations et de discuter de questions transversales (généralement sous la houlette du Bureau de la coordination des affaires humanitaires des Nations unies²⁸. Dans certains contextes, il s'agit des groupes au sein desquels la communication et l'engagement de la communauté sont coordonnés. Les groupes de travail sont des systèmes de coordination qui peuvent exister en parallèle ou indépendamment du système de cluster. Les services d'informations peuvent exister en tant que (sous-)groupe de travail spécifique, sous différents noms. Des exemples de groupes de travail pertinents pourraient inclure Communication avec les communautés (<i>Communicating with Communities</i>, CwC), Communication et engagement communautaire (<i>Communication and Community Engagement</i>, CCE), ou Responsabilité envers les populations sinistrées (<i>Accountability to Affected People</i>, AAP). Les priorités liées aux services d'informations peuvent faire partie du mandat d'autres groupes de travail, tels que le groupe sur la protection (y compris la protection de l'enfant/la violence basée sur le genre) ou un groupe équivalent, ou encore le groupe sur les espèces.
Plateformes de coordination dirigées par le gouvernement Les forums d'ONG intergouvernementales (ONGI), qui existent dans certains contextes coordonnent la réponse des ONGI. Ils font souvent le lien avec le mécanisme de coordination dirigé par l'ONU. Les forums des ONG ou des organisations basées sur la communauté, qui peuvent être des organismes de coordination distincts dirigés par des ONG locales ou nationales ou des organisations basées sur la communauté.
Communautés de pratiques Les services courants, par exemple un mécanisme courant de commentaires ou une ligne d'assistance téléphonique. Le service collectif Communication des risques et engagement de la communauté (<i>Risk Communication and Community Engagement</i>, RCCE), qui est un groupe spécifique pour les message liés à la santé et l'engagement de la communauté, avec une attention toute particulière que les objectifs sociaux et relatifs au changement de comportement. Dirigés conjointement en partenariat avec l'OMS, l'UNICEF et l'IFRC
Équipes en charge des tâches ou sous-groupes d'une équipe en charge des tâches
Réseaux
Réseaux et forums de médias et de journalisme

2.2 Évaluer le paysage de la communication, les besoins en informations, les obstacles et les préférences

Apprendre

Pour fournir un service d'informations efficace et adapté, il est primordial d'évaluer régulièrement l'écosystème de la communication dans votre contexte, les obstacles, les besoins, les principales parties prenantes et les risques. Il est important de comprendre ces facteurs, non seulement pour veiller à savoir qui vous pouvez atteindre au sein d'une communauté, et comment l'atteindre efficacement, mais aussi pour éviter de faire du tort.²⁹

S'il est important d'évaluer les besoins et de cartographier l'écosystème des informations lors de la phase de conception, ce processus doit être répété fréquemment pour déterminer si vous continuez à répondre aux besoins de la communauté. Les besoins en matière d'informations et leurs utilisations ne sont jamais statiques et, en particulier dans un contexte humanitaire, ils peuvent évoluer rapidement. Il est donc important d'évaluer, d'analyser et d'adapter en permanence.

Dans le cadre des phases de préparation et d'urgence, il est utile d'évaluer fréquemment les facteurs suivants :

- **Le profil et le contexte de la communauté :**
La communication et l'engagement communautaire nécessitent une bonne compréhension de

la communauté : ses langues, sa culture, ses conditions économiques, ses réseaux sociaux, ses structures politiques et de pouvoir, ses normes et valeurs, ses tendances démographiques, son histoire et son expérience des efforts d'engagement par des groupes extérieurs.³⁰

- **La dynamique de l'accès aux informations :**
Il convient de vérifier si des groupes particuliers (tels que les femmes, les enfants, les personnes en situation de handicap ou les personnes âgées, les interlocuteurs de langues minoritaires) rencontrent des difficultés spécifiques pour accéder aux informations ou les fournir. Veuillez consulter le [Module 1.3 pour de plus amples informations sur les obstacles](#).
- **Le paysage de la communication :**
Les zones qui ont perdu leur couverture, leur pouvoir, la manière dont les personnes accèdent actuellement aux informations et les principales parties prenantes susceptibles d'influencer votre travail ou avec lesquelles vous pourriez travailler pour le renforcer. Une bonne compréhension de l'environnement des médias et des télécommunications est importante si vous envisagez de travailler avec un partenaire pour faciliter la communication bidirectionnelle, en particulier dans les situations de conflit.

- **Les canaux que les personnes préfèrent et auxquels elles ont accès pour communiquer avec vous :** Les personnes préfèrent communiquer et accéder aux informations de différentes manières (« canaux ») : radio, journaux ou télévision, bouche-à-oreille, théâtre participatif, dépliants ou réunions publiques avec les dirigeants de la communauté. Les préférences varient en fonction de facteurs tels que langue maternelle, le niveau d'alphabétisation, l'âge, le groupe ethnique, la vulnérabilité sociale ou économique, le handicap, le genre ou la religion, et peuvent évoluer au fil du temps, en particulier lorsque les canaux habituels sont perturbés.
- **Besoins en matière d'informations :**
Les besoins en matière d'informations et les préférences en matière de communication varient dans le temps. Après un tremblement de terre, les personnes peuvent vouloir des informations sur la recherche de parents disparus, sur la manière d'accéder à l'aide, sur la possibilité de pénétrer dans les maisons endommagées et sur ce qu'il convient de faire des corps retrouvés. Mais plus tard, elles peuvent vouloir des informations sur le remplacement des documents perdus, les droits à l'indemnisation et les questions juridiques.

Agir

2.2.1 Collaborer avec votre équipe pour rédiger une série de questions d'apprentissage.

Dans les premières phases d'une situation d'urgence, vous serez peut-être surtout préoccupé(e) par l'identification des principaux besoins en matière d'informations et des canaux de communication existants que vous pouvez utiliser pour atteindre les communautés. Au fil du temps, les évaluations devenant plus nuancées, les questions liées à la communication et à l'engagement des communautés pour améliorer les services d'informations doivent l'être également.³¹

EXEMPLE – Les questions d'apprentissage courantes sont notamment les suivantes :

- Quel est le profil de la communauté (langues parlées à la maison, alphabétisation, statut juridique, autres facteurs de marginalisation) ?
- Quels sont, selon la communauté, les problèmes, les risques et les préoccupations les plus urgents identifiés ? De quelles informations la communauté a-t-elle besoin pour résoudre ces principaux problèmes ?
- Quels sont les principaux obstacles et risques auxquels la communauté est confrontée lors de l'accès aux informations ? En quoi les obstacles diffèrent-ils selon les groupes communautaires, en particulier les groupes marginalisés ? Existe-t-il des sujets sur lesquels il est particulièrement difficile pour certains groupes d'accéder aux informations ? Quels sont les risques en matière de protection liés aux informations auxquels la communauté est confrontée (refus d'accès aux informations, présence de fausses informations, de désinformation, de rumeurs) ?
- À quoi ressemble aujourd'hui l'écosystème de la communication (comment les personnes partagent-elles et reçoivent-elles des informations) ? Comment a-t-il évolué depuis la situation d'urgence ? Existe-t-il des groupes qui sont particulièrement laissés pour compte dans la situation actuelle ? Quelles sont les principales parties prenantes susceptibles d'influencer l'accès aux informations ?
- Quels sont les principaux canaux de communication auxquels les différents groupes ont accès ? Quels sont les principaux canaux de communication préférés par les différents groupes ? Quelles sont les principales sources d'informations auxquelles les différents groupes de la communauté font le plus confiance ? Dans quelles langues et sous quels formats les différents groupes préfèrent-ils recevoir des informations ?

2.2.2 Identifier les données secondaires existantes.

Les données secondaires sont les données collectées par quelqu'un d'autre de par le passé. Commencez toujours par une étude documentaire du paysage des informations, des besoins, des obstacles et des risques, et tirez les leçons des urgences antérieures similaires pour anticiper l'évolution des écosystèmes des informations. Dans les premières phases de l'urgence, il est possible que vous n'ayez pas le temps d'effectuer un exercice de collecte de données détaillé et que vous deviez vous appuyer sur les informations existantes. Si vous ne disposez pas de données sur la préparation que vous pouvez utiliser, il serait judicieux d'établir rapidement un profil de l'environnement de communication et de la communauté en utilisant les ressources publiques disponibles et les enseignements tirés des situations d'urgence antérieures³²

Coordination – Contactez les parties prenantes intersectorielles pour savoir s'il existe déjà des informations qui répondent à vos questions en matière d'apprentissage ou si des évaluations ont été menées lors d'une phase de préparation.

S'il s'agit d'une phase de préparation, identifiez les lacunes dans les données secondaires existantes et prenez des mesures pour combler ces lacunes. La préparation des données peut faire gagner un temps précieux en cas d'urgence. Plus vous serez informé(e) sur l'écosystème des informations et de la communication d'une communauté – en sachant comment et quand les personnes reçoivent et partagent les informations, et en anticipant la façon dont cela peut évoluer pendant une situation d'urgence – plus vous serez en mesure de décider des canaux de communication et des initiatives à privilégier dans votre réponse. Les données antérieures à la crise sur le profil d'une communauté, ses canaux de communication préférés et l'environnement des médias et des télécommunications vous donneront une idée de l'endroit et du type de soutien dont vous pourriez avoir besoin pendant et après une situation d'urgence.

Tableau 6. Évaluations courantes au sein desquelles vous êtes susceptibles de trouver des données secondaires pertinentes

Type	Description
Données de réponse transversales	Évaluations des besoins intersectoriels (par exemple, analyse rapide de la protection), analyse du contexte, plans de préparation aux situations d'urgence, projections de scénarios et planification de la réponse, évaluations de l'accès, évaluations de la sûreté et de la sécurité, évaluations de la capacité de réponse, commentaires existants de la part des communautés, etc.
Évaluations des besoins en informations (Information Needs Assessment, INA)	Évaluer les canaux de communication disponibles, les obstacles à l'accès aux informations, la confiance dans les sources d'informations, les besoins en informations, les canaux de communication préférés. Les évaluations intersectorielles réalisées par les ONGI, les Nations unies et les organisations de développement des médias posent souvent des questions sur les besoins en informations et la communication, par exemple dans le cadre de la surveillance de la protection, des programmes de changement social et comportemental (<i>Social and Behavior Change</i> , SBC) de l'UNICEF ou des évaluations réalisées par Internews, le réseau CDAC ³³ , ou BBC Media Action ³⁴ , les clusters Télécommunications d'urgence. Clear Global propose également des cartes dans des langues différentes pour de nombreux pays. ³⁵
Guides relatifs au paysage médiatique	Il s'agit d'un rapport qui rassemble des informations sur tous les canaux et ressources de communication d'un pays, y compris des informations sur le paysage des médias et des télécommunications, les profils des canaux médiatiques, les coordonnées, la couverture mobile, les langues et les habitudes. Plusieurs guides existent déjà pour un ensemble de pays ou vous pouvez en élaborer un en tant qu'activité de préparation précieuse. Veuillez consulter les guides existants du réseau CDAC ici . ³⁶ Les organismes nationaux de régulation, les sociétés de téléphonie mobile, les réseaux de journalistes (par exemple les syndicats), les radios et télévisions d'État, toute agence de développement des médias dans le pays ou les annonceurs du secteur privé peuvent également disposer d'informations pertinentes. ³⁷
Évaluations de l'écosystème des informations	Pour évaluer la façon dont les informations sont générées et diffusées au sein d'une communauté. Une évaluation de l'écosystème des informations peut déjà exister dans votre contexte ou vous pouvez en élaborer une en tant qu'activité de préparation précieuse. Veuillez consulter mes orientations d'Internews sur la Cartographie des écosystèmes d'informations en soutien à la résilience ici . ³⁸ et des exemples d'évaluations de l'écosystème des informations existantes ici . ³⁹
Analyse relative à la protection	Orienter les analyses des situations spécifiques à la protection et l'organisation des données et des informations afin de fournir une base factuelle pour la programmation, le plaidoyer et le dialogue dans le but d'influencer les comportements et les politiques en faveur d'un environnement de protection plus favorable. Veuillez consulter les analyses relatives à la protection existantes ici . ⁴⁰
Profils de la communauté	Illustrer les caractéristiques socioéconomiques, le mode de vie, les habitudes de consommation des médias et les obstacles à l'accès aux informations des groupes cibles. Si vous ne trouvez pas d'informations sur la manière dont les communautés reçoivent et partagent les informations, envisagez de réaliser un exercice de profilage de la communauté. Veuillez consulter des exemples d'orientations sur le profilage de la communauté ici . ⁴¹
Analyse relative au genre	Comprendre les obstacles et les risques en matière de sécurité et d'accès, en particulier pour les femmes et les filles, et élaborer des stratégies pour atténuer ces risques. Veuillez consulter les orientations relatives à la conduite des analyses relatives au genre ici . ⁴²
Analyse des parties prenantes	Identifier les acteurs et les relations qui influencent l'accès à des informations réactives, pertinentes et exactes pour la sécurité, la dignité et le bien-être des personnes touchées par une crise, déterminer comment travailler et avec qui établir un partenariat, une coordination ou un engagement afin d'atteindre au mieux le résultat. Se coordonner avec d'autres acteurs afin d'identifier les analyses des parties prenantes existantes dans votre contexte.
Analyse de sensibilité aux conflits	Analyser de manière approfondie la dynamique d'un conflit afin de concevoir et de mettre en œuvre des projets en tenant compte des conflits. L'analyse de sensibilité aux conflits consiste à s'assurer que toute activité ou tout service que nous fournissons est conçu et mis en œuvre de manière à minimiser les impacts négatifs (ne pas nuire) et à maximiser les impacts positifs. Veuillez consulter les orientations relatives à la conduite des analyses de sensibilité aux conflits ici . ⁴³
Analyse de l'économie politique	Analyser les relations de pouvoir, la répartition des ressources et le rôle des institutions formelles et informelles dans l'accès à des informations réactives, pertinentes et exactes pour la sécurité, la dignité et le bien-être des personnes touchées par une crise. Dans une phase de préparation, l'Analyse de l'économie politique peut être utilisée pour informer les plans d'urgence et/ou pour renforcer les systèmes d'informations et de communication. Veuillez consulter les orientations relatives à la conduite d'Analyses de l'économie politique ici . ⁴⁴

Agir (suite)

2.2.3 Collecter les données dont vous avez besoin.

Le moment et la capacité à mener des évaluations spécifiques dépendront toujours du contexte et des ressources. Faites ce que vous pouvez avec les ressources et le temps dont vous disposez pour vous faire une idée aussi précise que possible du contexte, des besoins et de la manière d'y répondre efficacement. Si vous êtes dans une phase de démarrage, avant de commencer à collecter des données, vous devrez commencer à réfléchir au groupe cible de votre service d'informations. Il s'agit de veiller à ce que vos évaluations recueillent réellement des données sur la ou les population(s) que vous allez servir, plutôt que sur un groupe plus large. Vous pouvez recueillir des données préliminaires à partir d'évaluations des besoins et les utiliser pour déterminer qui en a le plus besoin, en affinant ensuite vos évaluations pour comprendre les besoins de ce groupe. Établissez des priorités et dressez le profil de votre groupe cible au fur et à mesure que le tableau de la crise se précise.

Coordination – Vérifiez si quelqu'un d'autre prévoit de mener des évaluations qui répondent à vos besoins en matière de données afin d'éviter les doublons et préconisez des évaluations conjointes comprenant des enquêtes sur les besoins en matière d'informations et de communication. Ne procédez à une évaluation distincte que s'il n'est pas possible de l'intégrer dans les évaluations prévues. Si vous prévoyez une évaluation, collaborez avec d'autres prestataires de services pertinents pour concevoir l'évaluation et veillez à ce que toutes les données ou analyses réalisées pour RISE soient partagées avec les structures/ mécanismes humanitaires concernés dans le pays (au niveau national et international).

Inclusion – Établissez des plans afin de veiller à ce que les personnes en situation de handicap, les personnes âgées ou d'autres groupes marginalisés participent à toute évaluation et à recueillir des données significatives auprès de ces groupes. Recherchez le soutien [d'organisations représentatives](#)⁴⁵ afin de veiller à inclure ces groupes dans toute consultation, et effectuez des évaluations qualitatives ciblées le cas échéant. Dans la mesure du possible, discutez de l'évaluation avec les principales parties prenantes ou les représentants des groupes potentiellement marginalisés afin d'adapter votre approche et d'identifier les données existantes. Utilisez l'ensemble de questions du Washington Group Short Set afin de ventiler les données recueillies lors de l'évaluation des besoins, en plus de l'âge et du genre (des traductions supplémentaires sont disponibles). [ici](#)). Incluez des questions spécifiques sur les obstacles et les préférences en matière de communication. Formez le personnel à la mise en place d'aménagements raisonnables pour que les personnes en situation de handicap et d'autres groupes puissent participer à la collecte de données. Veuillez consulter les [Orientations de l'IRC relatives à la réactivité inclusive des clients et des clientes](#)⁴⁶ pour des conseils sur la collecte et l'analyse de données ventilées par handicap (page 29), des conseils et des exemples d'aménagements raisonnables lors de la communication avec des personnes en situation de handicap et les personnes âgées afin de soutenir la formation des personnes en charge de la collecte des données (pages 25 et 47), et pour des conseils pour mener des discussions de groupe accessibles ou des entretiens avec les personnes interrogées clés (page 48).

Guide-pratique de l'évaluation des besoins en informations (Information Needs Assessment, INA)

Que contient ce guide-pratique ?

- **Outil 3.** Orientations relatives à l'enquête INA et aux analyses
- **Outil 4.** Questionnaire à l'intention de la personne responsable de l'intervention humanitaire
- **Outil 5.** Questionnaires relatifs au profil de la station médiatique
- **Outil 6.** Guide à l'intention des groupes de discussions INA
- **Outil 7.** Modèle de rapports INA

Participation – A minima, discutez de l'évaluation en amont avec les personnes clés de la communauté, y compris les dirigeants, les responsables de groupes et d'associations communautaires, le personnel de votre organisation et les autorités locales. Demandez des conseils sur la manière de mener l'évaluation et si d'autres organisations ont déjà procédé à des évaluations. Présentez votre organisation et l'objectif de l'évaluation, et ce qui se passe une fois cette dernière terminée. Si vous disposez de temps additionnel, veillez à vous coordonner avec les partenaires externes et les autorités locales afin de vérifier les conclusions de votre évaluation et l'analyse avec la communauté.

Au cours des premiers jours d'une urgence (48-72 heures)

Rapide évaluation de l'écosystème de communication en situation de crise :

Concentrez-vous sur l'identification des canaux de communication qui peuvent être utilisés pour atteindre les communautés dès maintenant. Évaluez l'impact de la crise sur les écosystèmes de communication existants (restants). Évaluez rapidement les zones qui ont perdu la couverture téléphonique, radio et TV, les réseaux de téléphonie mobile, les stations de radio et de télévision qui sont toujours opérationnelles, les zones qui n'ont plus accès à l'électricité et la manière dont les personnes reçoivent et partagent actuellement les informations. Cela permettra de déterminer rapidement quels canaux d'information et de communication existent encore/pourraient être rapidement rétablis et de commencer à réfléchir à la manière dont votre agence communiquera avec la population touchée par une crise, compte tenu de l'impact de la crise sur l'infrastructure de communication. Vérifiez les données déjà disponibles dans les rapports des médias ou en contactant directement les médias et les prestataires de services ; les agences d'information gouvernementales ; les rapports de situation du gouvernement ; les rapports d'autres organisations travaillant dans la zone touchée ou en contactant directement les ONG qui ont des programmes dans la zone touchée et en vérifiant de l'accès de la population aux canaux d'information et de communication ; les équipes de terrain des agences effectuent des évaluations rapides sur le terrain. Les observations faites sur le terrain donnent une idée des dommages (p. ex. tours de télécommunications endommagées ; syntonisation des stations de radio pour vérifier lesquelles émettent encore ; vérification du signal de téléphonie mobile dans différentes zones).

Au cours de la première semaine ou des deux premières semaines d'une urgence

Rapide évaluation des besoins en informations (Information Needs Assessment, INA) : Recueillez des informations de haut niveau sur les canaux de communication disponibles, les obstacles à l'accès aux informations, la confiance dans les sources d'informations, les besoins en matière d'informations, les canaux de communication préférés en intégrant quelques questions prioritaires dans les évaluations des besoins plus larges prévues par le gouvernement, une seule agence ou plusieurs agences (p. ex. évaluation rapide inter-agences, évaluation conjointe des besoins ou évaluation rapide initiale multi-clusters).

Au cours des trois à quatre premières semaines d'une urgence et au-delà

Évaluation détaillée des besoins en informations (Information Needs Assessment, INA) : Informations plus nuancées sur les canaux de communication disponibles, les obstacles à l'accès aux informations, la confiance dans les sources d'informations, les besoins en informations, les canaux de communication préférés. Cela permet aux intervenants humanitaires de concevoir des programmes efficaces en fonction des besoins identifiés et, en cas de catastrophe soudaine, de passer de l'intervention à la reconstruction.

Lorsque le service d'informations réactif fonctionne

Suivi des données et analyse des questions du client ou de la cliente : Parce que les services d'informations réactifs sont basés sur des communications bidirectionnelles où ses groupes cibles peuvent poser des questions, vous pouvez suivre les questions posées pour évaluer les tendances des besoins en matière d'informations et des rumeurs dès lors que votre service d'informations réactif est opérationnel.

> Veuillez consulter le [Module 3.4.1](#) pour de plus amples informations sur la façon dont la collecte de données sur les communications bidirectionnelles informe la production d'informations.

- **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle

2.2.4 Effectuer une analyses des parties prenantes.

Il existe deux raisons principales à la conduite d'une analyse des parties prenantes : (1) pour déterminer comment travailler et avec qui établir un partenariat, se coordonner ou nous des relations afin d'atteindre au mieux le résultat (Voir le [Module 2.4.2](#)), et (2) pour informer l'évaluation des risques (Voir le [Module 2.4.5](#)) en identifiant les « mauvais » acteurs ou les « spoilers » susceptibles d'entraver l'atteinte des résultats prévus. Elle s'appuie sur les informations existantes des parties prenantes et comprend généralement une réunion ou un atelier interne participatif en nouant le dialogue avec les communautés et les acteurs locaux pour comprendre le rôle, les relations et les stratégies des acteurs locaux dans ce contexte. Effectuez ou mettez à jour une analyse des parties prenantes existante pour identifier les acteurs et les relations qui influencent l'accès de la population sinistrée aux informations dont elle a besoin. Vous pouvez également effectuer une analyse des parties prenantes ou des réseaux sociaux pour éclairer l'analyse de la sensibilité aux conflits et/ou l'analyse de l'économie politique.

Les types d'acteurs suivants doivent faire l'objet d'une cartographie :

- Les acteurs qui mènent des activités pertinentes pour les services d'informations réactifs, telles que la cartographie des services, la communication avec les communautés, la création de contenu, etc.
- Les acteurs qui disposent d'une couverture géographique dans les zones ciblées, soit parce qu'ils ont une programmation existante, soit parce qu'ils ont accès aux zones ciblées.
- Les acteurs qui servent les groupes de population que vous ciblez.
- Les acteurs qui disposent d'une capacité opérationnelle. Comme la capacité d'acheter des équipements ou d'embaucher du personnel rapidement.
- Les acteurs qui ont une influence sur les personnes et les politiques pertinentes pour les services d'informations réactifs.

Guide-pratique de l'analyse des parties prenantes

- **Outil 8.** Modèle pour l'animation des réunions d'analyse des parties prenantes
- **Outil 9.** Modèle de matrice d'analyse des parties prenantes
- **Outil 10.** Modèle de plan d'engagement des parties prenantes

2.3 Définir la réussite



Apprendre

Les programmes de services d'informations réactifs doivent être guidés par un cadre de résultats et un plan de suivi et d'évaluation. Sur la base de données probantes et avant de concevoir le programme, les équipes doivent définir les résultats escomptés. En cas de crise, les interventions de services d'informations réactifs ne visent pas à modifier des comportements ou des normes sociales spécifiques, mais plutôt à permettre aux personnes de comprendre ce qui s'est passé et à leur fournir les informations nécessaires pour décider de la meilleure façon de réagir dans leur contexte particulier.⁴⁷ Par conséquent, le résultat le plus élevé des services d'informations réactifs s'articule autour de l'autonomisation des populations sinistrées pour atteindre leurs objectifs de reconstruction après la crise.

Types de résultats :

- Les **résultats** mesure l'effet ou les effets des services d'informations réactifs pour les clients et les clientes, ou les changements susceptibles de se produire dans leur vie à la suite d'un engagement auprès de services d'informations réactifs.
Exemple : les personnes déplacées à l'intérieur de leur propre pays touchées par un conflit dans le nord de l'État sont mieux à même d'accéder aux services, de faire valoir leurs droits, de prendre des décisions éclairées et de rester en sécurité.

Exemple : les personnes touchées l'épidémie de choléra dans l'est de l'État sont mieux à même d'accéder aux services de santé et de faire des choix éclairés à propos des mesures préventives.

- Les **résultats intermédiaires** mesurent les résultats critiques qui sont essentiels à l'atteinte de résultats à un niveau supérieur.

Exemple : les clients et clientes accèdent, font confiance et comprennent les informations fournies.

- Les **sorties** mesurent les produits et les services fournis qui contribuent à atteindre les résultats. Les informations relatives aux sorties ne reflètent pas les conséquences des produits et des services fournis mais indiquent la portée ou la taille de ce que les contributions et les activités produisent.

Exemple : le contenu informationnel qui répond aux besoins des clients et des clientes est élaboré.

- Les **activités** mesurent les tâches qui contribuent à atteindre les produits.

Exemple : le personnel est formé.

- Les **contributions** mesurent les ressources utilisées pour mener les activités et fournir les services.

Exemple : ressources humaines, temps, financement, etc.

Dans le cadre de la phase de conception de votre programmation, vous pouvez souhaiter développer

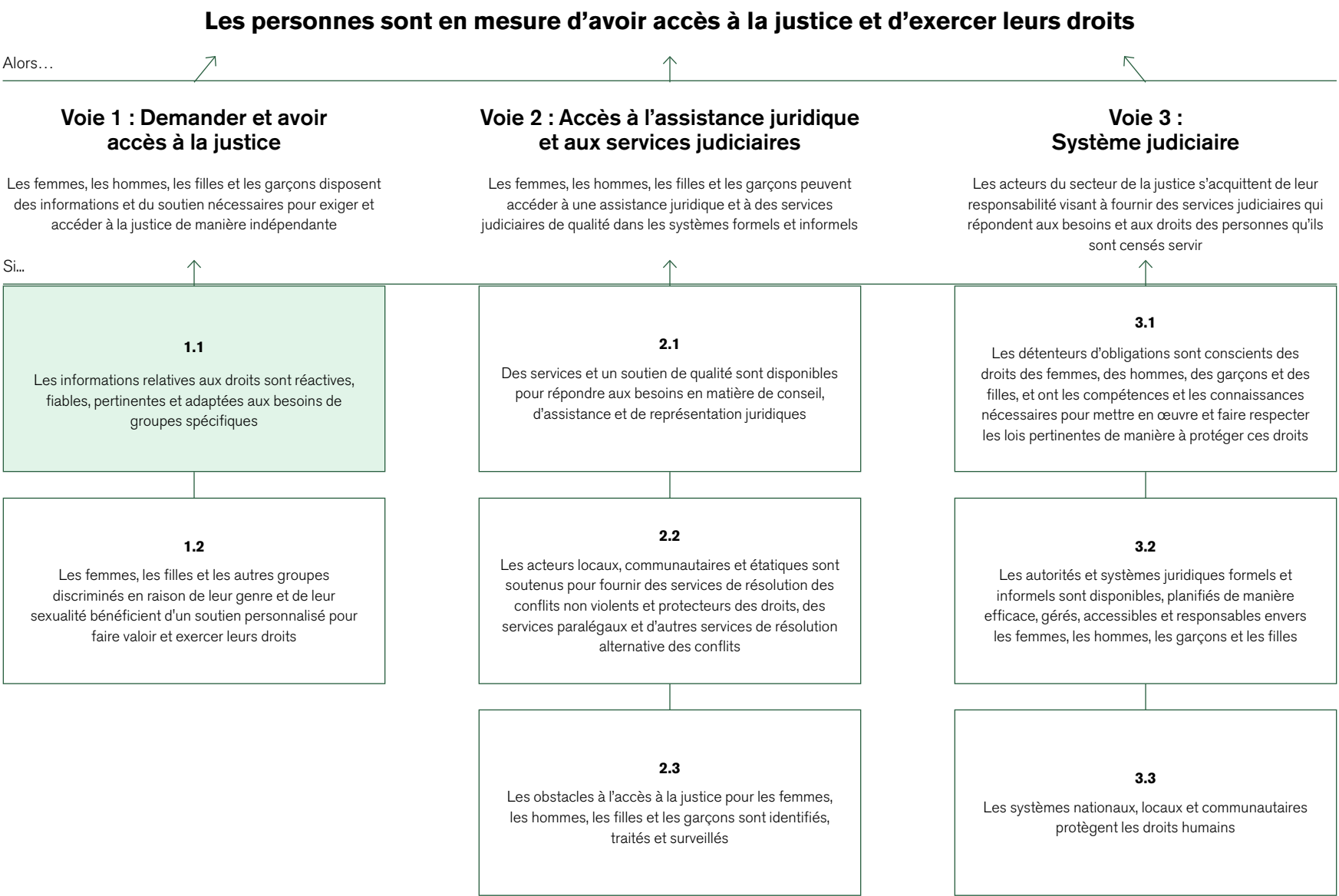
une théorie du changement avec votre équipe en charge du suivi, de l'évaluation, de la responsabilisation et de l'apprentissage (*Monitoring, Evaluation, Accountability and Learning*, MEAL). Une théorie du changement définit la façon dont les sorties contribuent à atteindre les résultats. Elle peut être partagée auprès des partenaires, des parties prenantes du secteur et des communautés. Chaque élément d'une théorie du changement doit inclure un résultat clairement défini et des indicateurs pour le mesurer. Les indicateurs doivent être adaptés au contexte et tenir compte de la faisabilité de la collecte et de l'analyse des données. Une théorie du changement doit toujours être spécifique à votre stratégie et à votre contexte et être informée par des données probantes. Les résultats des services d'informations réactifs contribuent à la réalisation des objectifs intersectoriels. Si vous travaillez au sein d'une équipe sectorielle, vous pouvez inclure des informations réactives comme résultat intermédiaire dans le cadre d'une théorie du changement sectorielle. La [Figure 2](#) illustre une théorie du changement standard au niveau du projet pour des services d'informations réactifs, qui peut être adaptée. La [Figure 3](#) illustre une théorie du changement au niveau du projet de la part du secteur de protection, qui reflètent les informations réactives en tant que résultat intermédiaire pour les résultats du secteur.

- **Outil 35.** Exemple de cadre logique pour RISE

Figure 2. Théorie du changement au niveau du projet pour les services d'informations réactifs dans les situations d'urgence



Figure 3. Théorie du changement au niveau du secteur avec des services d'informations réactifs dans les situations d'urgence



2.4 Élaborer des stratégies pour atteindre votre public



Apprendre

Appuyez-vous sur les données disponibles ainsi que sur le jugement, les compétences et l'expérience des principales parties prenantes pour décider de ce qui est approprié en fonction du contexte. Il n'existe pas de cadre idéal pour cela : faites ce qui est le plus pertinent. Vous pouvez entreprendre la planification des actions par le biais d'ateliers de brainstorming et de rédaction, complétés par des recherches et des validations plus poussées.⁴⁸

Il est essentiel que plusieurs acteurs se sentent impliqués dans ce processus, notamment vos clients et clientes visés et votre personnel en première ligne, pour qu'il soit efficace. En fonction de ce qui est pertinent pour votre contexte, vous pouvez inclure des clients/clientes ou des représentants de clients/clientes, du personnel de première ligne, des dirigeants, des spécialistes techniques, des spécialistes en suivi et évaluation, des référents en matière de sûreté et de sécurité, des personnes en charge de la coordination d'urgence, des spécialistes financiers, des représentants du gouvernement, des médias locaux, des organisations communautaires ou représentatives, etc.

RESSOURCE – Veuillez consulter l'[Outil 1.2 du guide pratique de l'IRC « Empower to Enable » \(E2E, ou Donner les moyens d'agir\)](#) pour des orientations relatives à l'engagement du personnel en première ligne dans la conception de la proposition.⁴⁹

Dans la mesure du possible, vous souhaitez également comprendre l'enveloppe financière dont vous disposez ou les donateurs auxquels vous pourriez soumettre des propositions afin de soutenir votre processus décisionnel.

Au début d'une situation d'urgence, vous pouvez rapidement parcourir ces étapes pour identifier comment vous pouvez communiquer maintenant avec la population sinistrée en exploitant les ressources existantes, puis revenir à ces étapes lorsque vous disposerez de plus de données et de temps pour élaborer une stratégie plus nuancée. Faites ce qui est possible en fonction du temps et des ressources dont vous disposez.

Participation – Adaptée du [Guide CEA de l'IFRC](#)⁵⁰

Discutez des plans d'intervention avec un ensemble de représentants de la communauté, notamment des dirigeants, des chefs de groupes et d'associations, du personnel et des bénévoles, ainsi que des autorités locales. Vérifiez que les activités répondent aux besoins et aux priorités de la communauté et interrogez-vous sur les meilleurs moyens de les mettre en œuvre. Si possible, discutez de ce qui devrait se passer à la fin de l'opération et de la façon dont la communauté et/ou d'autres parties prenantes pourraient poursuivre les activités. Discutez avec les principaux représentants de la communauté

de la manière dont votre organisation devrait travailler avec eux pendant l'opération, notamment de la manière, du moment et du type d'informations à partager, de la manière dont les commentaires doivent être gérés et des meilleures approches pour la participation de la communauté. Coordonnez-vous en interne et en externe pour éviter de provoquer de la frustration dans les communautés. Les réunions de planification internes permettent de s'assurer que les plans sectoriels sont complémentaires et n'entraîneront pas de doublons. Les plans doivent également faire l'objet de discussions avec le gouvernement et les autres intervenants pour éviter les doublons et identifier les possibilités de collaboration et de pérennité. Cela réduit également le risque de faire des promesses aux communautés pour fournir un soutien qui va à l'encontre des politiques gouvernementales.

● **Outil 11.** Modèle pour l'animation des réunions de conception et d'analyse

Que contient cet outil ?

Ce modèle peut être adapté afin de faciliter les discussions relatives à la conception avec les principales parties prenantes, à l'aide des données du Module 2.2 pour informer la prise de décision.

Agir

2.4.1 Définir votre public cible

En raison des contraintes de financement et de capacité, il est possible que vous deviez établir des priorités quant aux personnes que votre service d'informations doit cibler.

REMARQUE – Vous pouvez prendre ou revoir cette décision tout au long du processus de conception, en tenant compte des partenariats, des canaux, des risques, du budget, etc.

Quelques considérations essentielles courantes pour déterminer un public cible pour ce modèle de programme incluent notamment :

- **Identifier qui a le plus besoin d'informations :**

Besoins vs. capacités – Tenez compte à la fois des besoins humanitaires et des capacités existantes pour accéder aux informations dont la population touchée a besoin. Il peut y avoir une zone géographique pour laquelle les besoins humanitaires sont extrêmement élevés, mais où l'infrastructure de communication formelle ou informelle existante fonctionne déjà pour servir ce groupe et lui fournir des informations. Dans ce cas, vous pouvez soit vous associer à ces acteurs pour soutenir leurs efforts en cours, soit envisager de vous concentrer sur une autre zone géographique.

Cependant, même là où des capacités existent, il peut y avoir des groupes qui sont laissés pour compte – par exemple, toutes les informations sont dans une langue dominante, ou un groupe particulier ne peut pas accéder au point d'information. Dans ce cas, vous pouvez vous associer à ces acteurs existants pour renforcer l'inclusivité de leurs efforts en cours ou envisager de vous concentrer uniquement sur la satisfaction des besoins de ceux qui sont laissés pour compte.

Impact potentiel des informations – Il est important de prendre en compte le « potentiel d'autonomisation » que les informations peuvent apporter à différents groupes. Par exemple, si l'accès aux services de santé ou l'obtention de documents juridiques sont les besoins les plus urgents, mais qu'il n'existe pas de services de santé accessibles et aucun droit légal à faire valoir, la fourniture d'informations pourrait avoir moins d'impact pour cette population, car il est peu probable que vous puissiez fournir des informations utiles. Par ailleurs, lorsque les services et les droits sont limités, les rumeurs peuvent être exacerbées et les populations peuvent se tourner vers des sources peu fiables pour obtenir des informations sur des options alternatives – dans cet exemple, la fourniture de services d'informations pourrait avoir un impact important.

- **Répondre aux besoins en matière d'informations :**

Capacité relative à la production d'informations – Vérifier les informations demandées par les clients et les clientes peut nécessiter un important investissement en matière de temps. Lorsque les besoins en informations de votre public cible sont extrêmement variés, le personnel peut se sentir dépassé et la rapidité d'exécution peut être affectée. Cela peut être difficile à prévoir car les besoins en informations évoluent au fil du temps, mais il est important de le garder à l'esprit lorsque l'on envisage d'inclure plusieurs publics cibles ayant des besoins très différents.

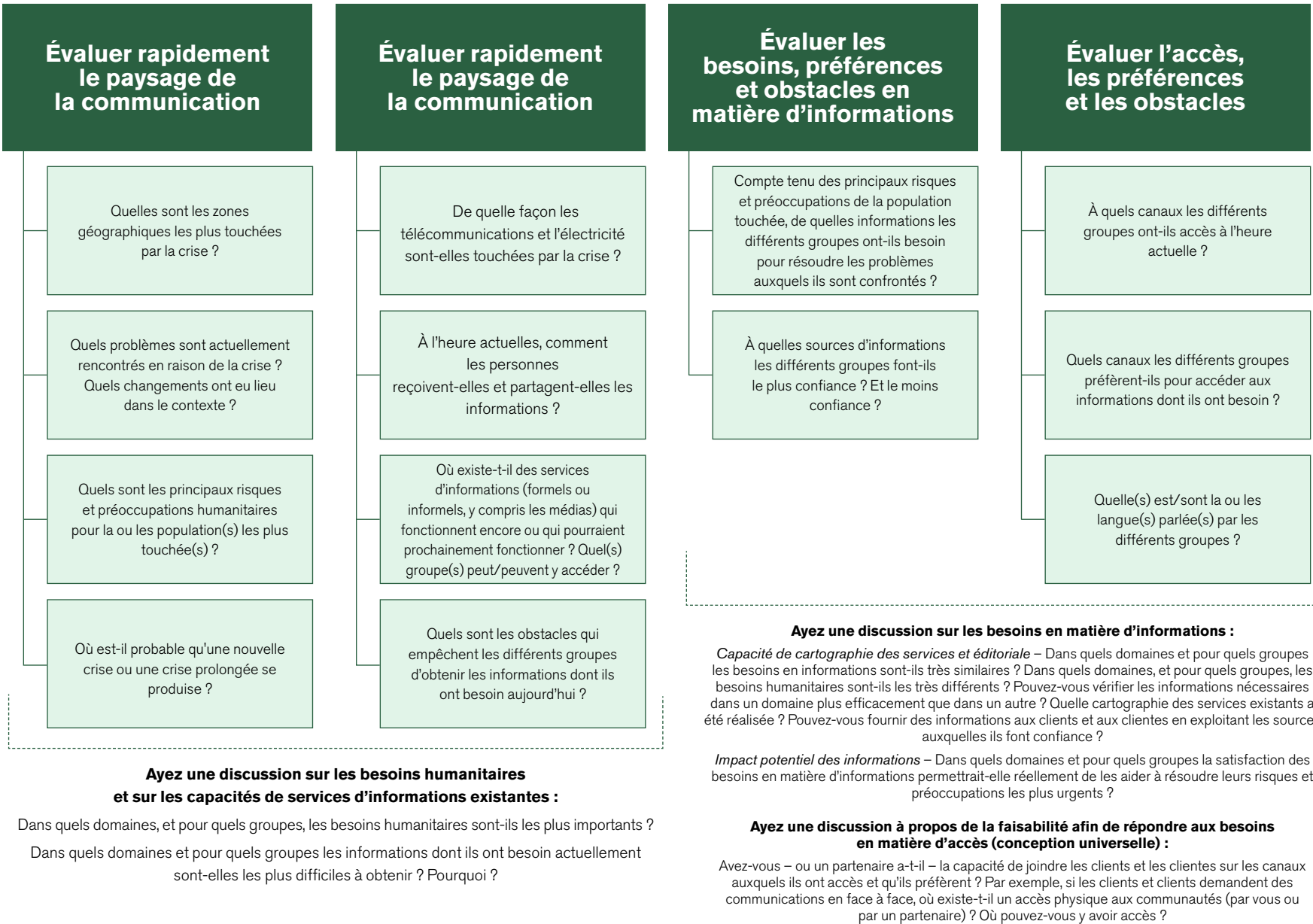
Capacité relative à la cartographie des services – Souvent, une grande partie des demandes d'informations dans les situations d'urgence – surtout au début de la situation – concerne l'accès aux services. N'oubliez pas qu'à mesure que vous élargissez votre champ d'action géographique, vous devrez également étendre vos efforts de cartographie des services. Réfléchissez aux efforts de cartographie des services déjà en place et à ce qu'il convient de faire pour les développer sans surcharger le personnel ni sacrifier la rapidité. Veuillez consulter le [Module 3.2](#) pour de plus amples informations sur la cartographie des services.

- **Préférences et obstacles en matière de communication :**

Langues – Proposer des services dans plusieurs langues a des répercussions importantes sur la dotation en personnel et le budget. Prenez en compte le fait que pour travailler dans plusieurs langues, vous avez besoin de capacités en traduction et en interprétation au quotidien – il sera nécessaire de recruter du personnel parlant ces langues ou de faire appel à des acteurs externes (ce qui peut être extrêmement coûteux). Veuillez consulter le [Module 2.4.6](#) pour en savoir plus sur les services en plusieurs langues.

Inclusion – Différents groupes de clients et clientes seront confrontés à différents obstacles pour accéder aux canaux de communication. Il est extrêmement important de se concentrer dès le départ sur la « conception universelle », ce qui signifie que vos services doivent être utilisables par toutes les personnes incluses dans votre public cible, dans la mesure du possible, sans nécessiter d'adaptation ou de conception spécialisée. Réfléchissez aux besoins auxquels vous pouvez répondre de manière réaliste et équitable et, si nécessaire, limitez votre champ d'action pour vous concentrer sur des services conçus universellement pour ces groupes. Il existe de nombreux exemples de dynamiques de pouvoir risquées qui peuvent survenir lorsque certains groupes ont accès à des informations vitales et que d'autres groupes en sont exclus. Veuillez consulter le [Module 2.4.5](#) pour de plus amples informations sur les risques.

Figure 4. Arbre décisionnel – Questions afin de guider la hiérarchisation des groupes cibles pour les services d'informations réactifs



Agir (suite)

2.4.2 Réfléchir à la manière de s'appuyer sur les initiatives locales et de constituer les bons partenariats

Dans la mesure du possible, développez de nouveaux partenariats dans le cadre d'une activité de préparation plutôt que dans le « feu de l'action » afin de veiller à ce que les personnes puissent être mobilisées immédiatement pour apporter leur aide – en particulier pour les partenaires avec lesquels vous n'avez pas l'habitude de travailler ou qui ont une culture organisationnelle différente.⁵¹

Qu'entendons-nous par partenariats ?

Un partenariat est un partenariat entre plusieurs organisations ou acteurs qui s'engagent à travailler vers des objectifs communs, concluent des accords explicites et sont mutuellement redevables. Cela inclut à la fois des relations qui peuvent être consignées dans un contrat ainsi que dans un accord plus informel tel qu'un protocole d'accord ou un mandat.

Exemple – Les modalités du partenariat pourraient ressembler à ce qui suit :

- *Transfert de fonds, paiement des salaires des membres du personnel, donations :* Par exemple, une organisation fournit déjà des services d'informations réactifs mais ne dispose pas de fonds suffisants. Vous lui fournissez donc un soutien financier pour poursuivre son travail.
- *Fourniture d'équipements et de fournitures :* Par exemple, une organisation fournit déjà des services d'informations réactifs mais rencontre des difficultés pour se procurer du matériel de communication. Vous lui fournissez donc des téléphones.
- *Fourniture d'expertise :* Par exemple, une organisation mène des actions de sensibilisation communautaire et souhaite obtenir de l'aide pour transformer son engagement en services d'informations réactifs.
- *Mise en œuvre conjointe :* Par exemple, une organisation médiatique crée du contenu et votre organisation communautaire effectue des visites à domicile. Vous associez donc pour étendre la portée de leur contenu par le biais de visites à domicile.

Pourquoi établir un partenariat ?

Les partenariats peuvent améliorer la qualité, l'échelle et l'efficacité opérationnelle des programmes, qui peuvent tous avoir des incidences sur l'inclusion, la sécurité et l'impact global.

- Optimisez la qualité des programmes en tirant parti d'une expertise diversifiée et d'une capacité renforcée, en fournissant des services adaptés sur le plan culturel.
- Augmentez l'échelle en élargissant la couverture géographique, en atteignant différents segments de la population, en fournissant des services dans davantage de langues.
- Augmentez l'efficacité opérationnelle en évitant les doublons, en collectant et en vérifiant plus rapidement les informations provenant de diverses sources, en tirant parti des réseaux et des canaux de communication existants.

Avec qui établir un partenariat ?

Examinez l'évaluation des parties prenantes que vous avez réalisée ou mise à jour pendant la phase d'évaluation (Voir le [Module 2.2.4](#)). Commencez par prendre en compte d'autres acteurs qui mènent déjà des activités qui font partie du modèle RISE (par exemple, la communication avec les communautés ou le partage d'informations, la cartographie des services ou d'autres formes de création de contenu, la vérification des informations, la traduction ou l'interprétation), ainsi qu'avec d'autres types d'acteurs qui ont la confiance, l'accès ou la connaissance des besoins de groupes particuliers. Si vous n'avez identifié aucun acteur menant des activités liées à RISE dans le processus d'évaluation des parties prenantes, vous pouvez envisager d'essayer d'identifier ces acteurs dans les espaces de coordination pertinents (Voir le [Module 2.1](#)). Il est important de prendre en compte vos points forts et ce que vous pouvez offrir à ces partenaires. Veuillez consulter le [Tableau 7](#) pour des exemples de partenaires potentiels.

Participation – Les acteurs les plus proches de la crise sont les principaux agents de la réponse et de la reconstruction. En particulier si vous ne faites pas partie de la communauté que vous ciblez, réfléchissez à la manière dont vous pouvez établir un partenariat – formel ou informel – avec des organisations ou des acteurs qui en font partie. En collaborant avec des acteurs locaux, nous contribuons à un impact et une échelle plus importants ainsi qu'à des résultats plus durables. De plus, les organisations locales et de terrain seront souvent les premières à se mobiliser rapidement en cas de crise pour partager des informations et mettre les personnes touchées en contact avec les ressources dont elles ont besoin. Exploitez et appuyez-vous sur ces initiatives.

Inclusion – Accordez une attention particulière aux partenariats avec des acteurs centrés sur les personnes touchées de manière disproportionnée par la crise et les inégalités systémiques ou qui les représentent (y compris les femmes, les enfants, les personnes en situation de handicap, les diverses orientations sexuelles, identités et expression de genre, et caractéristiques sexuelles, etc.), ce qui peut être crucial pour l'inclusion.

Tableau 7. Exemples de types d'acteurs et la façon dont ils peuvent contribuer à fournir des services d'informations réactifs

*Veuillez noter que cette liste n'est pas exhaustive, mais elle peut fournir un point de départ pour des idées. Ce tableau propose des exemples des différents types d'acteurs avec lesquels vous pourriez envisager de collaborer et de ce qu'ils pourraient apporter à un programme RISE. Il s'agit d'exemples illustratifs qui peuvent ne pas être appropriés dans tous les contextes.

Type d'organisation	Comment ils peuvent contribuer – Exemples
Organisations ou leaders communautaires	• Consultation sur la conception du programme : soutien à la conception conjointe du programme afin de renforcer l'accessibilité et la pertinence pour leur communauté • Communication : soutien à la collecte et aux questions de suivi auprès de la communauté, amélioration de la portée au sein de la communauté ou acceptation et adoption des informations en diffusant les informations que vous mettez à disposition ; soutien à la traduction ou aux services d'interprétariat • Élaboration de contenu : soutien à l'examen du contenu afin de vérifier les informations ou de renforcer la pertinence des informations envers la communauté Veuillez consulter le Guide de l'IRC pour la mobilisation des leaders communautaires lors des épidémies⁵⁹ et le Guide pour la mobilisation des leaders religieux lors des épidémies.⁵³
Acteurs humanitaires plus importants (ex. ONGI, ONU, etc.)	• Accès : pour les forums de coordination humanitaires, les donateurs, etc. • Expertise : dans les environnements d'urgence/de crise, formation, etc. • Financement : pour l'achat d'équipements, les salaires des membres du personnel, etc. • Élaboration de contenu : partage des informations vérifiées avec vous à communiquer par le biais de votre canal/vos canaux • Cartographie des services : partage des informations relatives à la cartographie des services mise à jours avec vous à communiquer par le biais de votre canal/vos canaux
Organisations médiatiques	• Expertise : en triangulant et en vérifiant les informations, formation, etc. • Élaboration de contenu : partage du contenu vérifié avec vous à communiquer par le biais de votre canal/vos canaux • Communication : améliorez votre portée en partageant votre contenu ou les informations vérifiées que vous partagez avec eux via leur canal/leurs canaux, hébergez des diffusions où les questions de la communauté reçoivent une réponse Veuillez consulter les Orientations BBCMA Lifeline pour travailler avec les diffuseurs dans les crises humanitaires⁵⁴, Médias locaux Internews et engagement communautaire dans les situations humanitaires⁵⁵, L'espace entre nous : confiance, communication et collaboration entre les médias et les organisations humanitaires dans les situations d'urgence de santé publique⁵⁶, et Proposition d'exemple de programme radio IFRC⁵⁷.
Groupes représentatifs pour les femmes, les enfants, les personnes en situation de handicap, les diverses orientations sexuelles, identités et expression de genre, et caractéristiques sexuelles, etc.	• Consultation sur la conception du programme : soutien à la réalisation d'audits d'accessibilité ou à la conception conjointe du programme pour renforcer l'accessibilité et la pertinence pour les groupes qu'ils représentent. • Communication bidirectionnelle : soutien à la collecte et aux questions de suivi auprès des groupes qu'ils représentent, amélioration de la portée au sein de ces groupes ou acceptation et adoption des informations en diffusant les informations que vous mettez à disposition. • Création de contenu : soutien à l'examen du contenu afin de vérifier les informations ou de renforcer la pertinence des informations envers les groupes qu'ils représentent. Veuillez consulter le Guide pratique humanitaire pour l'inclusion des personnes en situation de handicap de l'UNICEF pour obtenir des conseils sur la façon de collaborer avec des organisations de personnes en situation de handicap dans le cadre d'actions humanitaires.⁵⁸
Acteurs du secteur (santé, protection, espèces, responsabilité envers les populations sinistrées, etc.)	• Élaboration de contenu : soutien à l'examen ou à l'élaboration de contenu pertinent par rapport à leur expertise sectorielle (par exemple un acteur de la santé contribuant au contenu sur la façon de prévenir l'infection ou un avocat contribuant au contenu sur la documentation juridique). • Canal ou canaux de communication : soutien à l'intégration des services. Par exemple, un bureau d'information est installé dans un centre de santé ou un mécanisme de traitement des plaintes et des commentaires intègre un service d'informations réactif pour répondre aux questions. • Communication : soutien à l'intégration des services. Par exemple, le personnel du secteur de la nutrition est formé en tant que personnes en charge de la communication en première ligne pour répondre aux questions et fournir des informations vérifiées lorsqu'il livre des rations alimentaires. • Surmonter les obstacles : soutien à la fourniture de l'aide concrète nécessaire à la population pour accéder au service d'informations. Par exemple, partenariat avec l'équipe de trésorerie pour la distribution de bons de crédit téléphonique. • Expertise : dans des domaines spécialisés pour la formation du personnel et le renforcement des capacités. Par exemple, un acteur de la protection aide à conseiller sur la manière de répondre de manière appropriée aux membres de la communauté ayant des besoins de protection aigus ou d'atténuer les risques de protection.
Acteurs gouvernementaux	• Élaboration de contenu : capacité à conseiller ou à contribuer au contenu des services ou des processus gouvernementaux. • Communication : aide à l'acceptation et à l'adoption des informations (selon la perception des acteurs gouvernementaux dans le contexte).
Opérateurs de réseaux mobiles ou entreprises technologiques	• Communication : peut fournir un accès temporaire au réseau lorsque les systèmes sont en panne ou offrir d'autres formes de connectivité dans des environnements à faible connectivité. Veuillez consulter la Charte de la connectivité humanitaire de GSMA⁵⁹ et Nethope.⁶⁰

Agir (suite)

Comment établir un partenariat ?

1. Sélectionnez des partenaires potentiels dont la vision, la mission, les valeurs, les priorités stratégiques et la programmation correspondent aux vôtres. (Veuillez consulter le [Module 2.2.4](#)).
2. Discutez et décidez des partenariats potentiels : initiez une discussion et instaurer une relation avec l'acteur ou les acteurs identifié(s). Explorez vos visions respectives pour répondre aux besoins en matière d'informations et le rôle que chacun pourrait jouer dans votre partenariat potentiel. Ces discussions commencent généralement par l'exploration de la vision globale du partenariat et du rôle général de chaque partenaire ; au fil du temps, elles deviennent plus spécifiques et détaillées. Donnez la priorité à une communication ouverte et respectueuse et ayez conscience de tout déséquilibre de pouvoir entre les organisations et atténuez-le. Approchez le partenariat comme une opportunité d'accomplir davantage ensemble que séparément et encouragez l'analyse et la prise de décision collaboratives dès le départ.
3. Débutez une session de conception conjointe avec votre partenaire et/ou décidez de la manière dont vous allez vous associer. Une fois que vous avez décidé avec qui vous associer, déterminez comment vous travaillerez ensemble et les façons dont vous pourriez vous soutenir mutuellement (voir des exemples de modalités de partenariat à la [page 49](#)). Travaillez également ensemble pour définir comment vous surveillerez chacun le succès du partenariat.

REMARQUE – Si le partenaire doit jouer un rôle important dans la fourniture de services d'informations réactifs, incluez-le dans les discussions sur la conception du programme dès le début. A minima, collaborez avec ces partenaires pour allouer les ressources du programme, selon ce qui permettra de renforcer l'impact et l'ampleur, en maximisant les fonds pour ceux qui dirigent la fourniture de services.

● **Outil 11.** Modèle pour l'animation des réunions de conception et d'analyse

4. Effectuez une évaluation des risques du partenariat potentiel. En plus de prendre en compte les signaux d'alerte historiques et la capacité du partenaire, vous devrez également tenir compte de la perception de la communauté de ce partenaire potentiel, de ses liens avec des groupes ou des dirigeants spécifiques qui peuvent être politiques, et d'autres risques potentiels pour l'intégrité, la crédibilité et la confiance de votre service d'informations. Ce processus doit être collaboratif. Réfléchissez avec le partenaire à la pertinence et à l'application des risques pour la collaboration proposée au projet, et déterminez ensemble les stratégies d'atténuation appropriées. Par exemple en effectuant une diligence raisonnable et en signant des accords (Voir le [Module 2.4.5](#)).
 5. Rédigez un accord écrit pour votre partenariat. Contrairement à la coordination et à la collaboration, où il existe une manière de travailler vaguement définie, un partenariat nécessite généralement une documentation écrite. Celle-ci peut être juridiquement contraignante, comme un contrat, ou peut être moins formelle, comme un protocole d'accord ou un mandat convenu.
- Ces accords peuvent stipuler :**
- Le rôle et les responsabilités
 - Un calendrier du partenariat
 - Définir les principales activités et « qui fait quoi »
 - Préciser le montant de la valeur si des fonds sont fournis
 - Des mécanismes de responsabilisation mutuelle, tels que la définition de la fréquence des réunions ou la soumission de rapports écrits.
6. Le cas échéant, soutenez les partenaires qui souhaitent un transfert complet du projet. Un partenaire peut chercher à développer sa capacité organisationnelle pour fonctionner indépendamment de votre organisation.

RESSOURCE – Veuillez consulter le document de l'INTRAC [Sortir/faire la transition des partenariats internationaux : un guide pratique à l'intention des petites ONG](#)⁶¹ pour de plus amples informations.

2.4.3 Déterminer les canaux et les formats que vous utiliserez à des fins de communication

En examinant les données dont vous disposez, réfléchissez à la manière dont vous vous engagerez auprès de votre public cible en fonction de ses préférences et de ses habitudes, des canaux et des formats auxquels il a accès et des obstacles auxquels il est confronté, des réalités opérationnelles et de la faisabilité dans le contexte de l'urgence, ainsi que des risques potentiels.

Pensez à utiliser la combinaison de canaux de communication la plus disponible, la plus populaire et la plus appréciée qui puisse atteindre le plus grand nombre de personnes. Une fois que vous avez identifié le canal ou les canaux de communication que vous utiliserez, réfléchissez aux formats dans lesquels vous fournirez des informations via ces canaux.

● **Outil 12.** Orientations relatives aux canaux et aux formats de communication

Que contient cet outil ?

Cet outil fournit des informations et des exemples sur les canaux et formats de communication potentiels, ainsi que des conseils sur les obstacles potentiels à l'accès des clients et des clientes.

REMARQUE – Définitions des principaux termes :

- Un « canal » est la plateforme que vous utilisez pour communiquer. Par exemple, un bureau d'informations, une réunion communautaire, des SMS, des appels téléphoniques, la radio, les médias sociaux, etc.
- Un « format » est la manière dont vous transmettez des informations via votre canal (par exemple, un texte écrit, un discours ou un enregistrement audio, des graphiques/images, une vidéo, du braille, etc.)
- Un canal « bidirectionnel » vous permet d'échanger des informations et/ou d'engager une conversation.
- Un canal « unidirectionnel » vous permet uniquement de partager des informations, mais pas de recevoir une réponse.

Considérations pour la sélection des canaux de communication

S'appuyer sur l'existant – Réfléchissez d'abord aux canaux existants qui fonctionnent déjà ou qui pourraient être adaptés dans la communauté. De quelles options de communication disposez-vous pour atteindre votre public cible ? Quelles activités de programme prévues pourraient être

utilisées ? Dans quelle mesure la communauté est-elle accessible ? Dans la mesure du possible, renforcez et soutenez les canaux de communication locaux existants avant de développer votre propre canal ou mécanisme de communication. Les partenariats visant à renforcer les efforts des groupes locaux devraient toujours être votre première option. (Voir le [Module 3.4.2](#)).

RESSOURCE – Si vous envisagez de mettre en place une nouvelle technologie, consultez d'abord le document du MIT [Guide « Ne le construisez pas »](#).⁶²

Au moins un canal de communication bidirectionnelle – Concentrez vos efforts pour vous assurer de disposer d'au moins un canal permettant un dialogue bidirectionnel. N'oubliez pas que l'objectif principal d'un service d'informations réactif consiste à avoir des discussions pour en savoir plus et répondre aux besoins en matière d'informations de votre groupe cible, et non de diffuser des messages unidirectionnel.

- Il est possible d'intégrer une communication bidirectionnelle dans des approches exploitant des canaux unidirectionnel. Par exemple, en ajoutant un numéro WhatsApp ou un groupe Facebook où les téléspectateurs d'un spot télévisé peuvent poser des questions et recevoir des réponses, ou en sollicitant des questions de la communauté avant de diffuser une émission de radio qui répond à ces questions.
- Au début d'une situation d'urgence, vous pouvez utiliser les canaux unidirectionnels disponibles pour diffuser rapidement des informations sur la sécurité, les droits, les services et les options. Concentrez vos efforts de manière continue sur l'ouverture d'un canal de dialogue, afin de pouvoir commencer à écouter et à répondre aux besoins en informations individuels.

REMARQUE – Si vous utilisez plusieurs canaux de communication bidirectionnels, votre équipe peut également envisager d'utiliser un logiciel de gestion de la relation client (CRM) pour collecter et gérer les informations issues des interactions avec les clients et les clientes, en intégrant les canaux que vous utilisez. Des logiciels tels que Zendesk, FreshDesk, Salesforce, Zoho CRM, Meta Business Suite, Zapier et Trengo peuvent être utilisés pour créer et gérer des tickets pour les interactions avec les clients et les clientes, créer des automatisations, suivre les délais d'engagement et de réponse, analyser les tendances via des tableaux de bord, etc. Zendesk est particulièrement utile pour intégrer les applications que vous utilisez à des fins de communication, en particulier pour les sites internet et les réseaux sociaux, pour configurer des « bots », pour créer différents niveaux d'accès pour différents membres du personnel, etc.

Gestion du risque – Lorsque vous effectuez une évaluation des risques dans le cadre d'un projet, tenez compte des risques potentiels liés aux canaux et aux formats que vous choisissez. Par exemple, existe-t-il un risque que certaines informations soient mal comprises ou perçues comme associées à un groupe politique ou armé particulier ? Certaines méthodes de communication pourraient-elles mettre en danger le personnel ou les membres de la communauté ? Comment devez-vous protéger les données des utilisateurs ? N'oubliez pas que l'exclusion de segments de la population en raison des canaux et des formats que vous utilisez constitue également un risque. Il existe de nombreux exemples de dynamiques de pouvoir risquées qui peuvent survenir lorsque certains groupes ont accès à des informations vitales et que d'autres groupes sont exclus. Identifiez les mesures afin de minimiser le potentiel de dommages envers les groupes que vous n'êtes pas en mesure d'atteindre (Voir le [Module 2.4.5](#)).

Votre capacité – Réfléchissez à la capacité dont vous disposez ou celle de votre organisation et à l'urgence de la situation – temps, financement, expérience. Quels sont le personnel et le budget disponibles pour la communication ? Quelle est la faisabilité opérationnelle de la gestion d'un canal spécifique ? Quelle est la pérennité de ce canal ?

Inclusion – Utilisez les données pour identifier les obstacles à l'accès aux canaux pour différents groupes, diversifiez les canaux et les formats que vous utilisez et effectuez un audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité.

- Réfléchissez aux obstacles à l'accès à des canaux spécifiques, en particulier pour les groupes marginalisés, et élaborer des stratégies pour les atteindre. Il est important de tenir compte de l'accès spécifique aux canaux de communication que vous envisagez pour les femmes, les enfants, les personnes âgées, les personnes en situation de handicap et d'autres groupes potentiellement marginalisés. De même, tenez compte de l'accessibilité des formats qui peuvent être utilisés sur les canaux que vous envisagez pour ces groupes. Lorsque vous envisagez des canaux numériques, outre l'accessibilité du canal lui-même, accordez une attention particulière à la culture numérique de ces groupes.
- Une bonne pratique en matière de conception universelle consiste à utiliser plusieurs canaux et formats pour que votre public puisse poser des questions/demander des informations et, par le biais de ces canaux, à utiliser plusieurs formats pour communiquer des informations. Même si vous ne pouvez utiliser qu'un seul canal et format actuellement, efforcez-vous de diversifier les moyens par lesquels les clients et les clientes peuvent accéder à vos services.
- Réalisez un audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité des canaux et formats que vous utilisez, et élaborer des plans pour éliminer les obstacles. (Voir le [Module 2.4.4](#)).

2.4.4 Effectuer un audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité

Une autre façon de garantir une conception inclusive des canaux de communication des services d'informations réactifs est de réaliser un audit relatif à l'accessibilité pour évaluer les niveaux d'accessibilité et identifier les obstacles potentiels. Cela doit être fait pendant la phase de conception, mais cela peut être fait pendant la mise en œuvre (probablement à un coût plus élevé si une mise à niveau d'une approche existante est nécessaire).⁶³

Un audit d'accessibilité est une méthode permettant d'évaluer le niveau d'accessibilité et de sécurité, et d'identifier les obstacles existants des différents canaux de communication à l'aide d'une liste de contrôle. Il peut être réalisé par un ou une spécialiste externe, par exemple par une organisation locale en charge de personnes porteuses de handicap(s), ou par le biais d'une « auto-vérification ».

● **Outil 13.** Audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité RISE

Que contient cet outil ?

Il s'agit d'une liste de contrôle permettant d'évaluer le niveau d'accessibilité de vos canaux de communication et d'identifier les obstacles. Elle comprend un plan d'action pour suivre la manière dont les obstacles seront traités et des exemples tout au long du processus.

2.4.5 Effectuer une évaluation des risques du projet

Travailler sur un exercice visant à identifier, planifier et surveiller les risques potentiels et les dommages involontaires causés à votre public, votre personnel et vos communautés à la suite de vos activités. Les évaluations des risques doivent être réalisées lors de la phase de conception et mises à jour au démarrage, pendant la mise en œuvre (sur une base mensuelle, trimestrielle ou semestrielle) et pendant la phase de clôture du projet.

Les évaluations des risques s'appuient sur les informations existantes, notamment les évaluations d'absence de dommages, les analyses de sensibilité aux conflits, la planification de scénarios, l'analyse de genre, etc. Elles s'appuieront également sur les évaluations des besoins en informations, les audits relatifs à la sécurité et à l'accessibilité et les informations sur les partenaires potentiels.

Les résultats d'une évaluation des risques peuvent être utilisés pour éclairer une théorie du changement en fonction du contexte et de l'intervention sur les dynamiques locales, les plans

d'atténuation des risques pour les groupes marginalisés, la planification de projets sensibles aux conflits et au genre, les plans d'engagement des parties prenantes (voir l'outil 10. Modèle pour la mobilisation des parties prenantes), le recrutement des membres du personnel (Voir le [Module 2.4.6](#)), les approvisionnements, le ciblage des clients et des clientes (Voir le [Module 2.4.1](#)), et les procédures opérationnelles standard (Voir le [Module 3.2](#)).

Guide-pratique de l'évaluation des risques RISE

Que contient ce guide-pratique ?

- **Outil 14.** Note d'orientations relative à l'évaluation des risques et guides pour les discussions
- **Outil 15.** Modèle pour l'animation des réunions d'évaluation des risques
- **Outil 16.** Modèle de matrice des risques du projet

2.4.6 Déterminer les ressources humaines dont vous avez besoin

La majorité du financement nécessaire aux services d'informations réactifs est destiné aux ressources humaines. Une équipe de personnel de première ligne préparée, digne de confiance et habilitée à gérer les activités d'un service d'informations réactif est le moteur le plus essentiel de la réussite. Le personnel et les compétences dont vous avez besoin pour exploiter votre service d'informations réactif varieront en fonction de votre organisation, de sa taille et des canaux que vous utilisez. Examinez les fonctions essentielles – ou les rôles – nécessaires à la gestion d'un service d'informations réactif et déterminez si ces fonctions peuvent être assurées par votre équipe actuelle, si elles sont assurées par d'autres acteurs en charge de l'intervention ou si vous devez recruter ou former des partenariats pour obtenir un soutien supplémentaire.

REMARQUE – Surtout, n'oubliez pas que les informations et la communication sont nuancées et sont particulièrement spécifiques au contexte. Une équipe qui représente votre public cible et lui donne les moyens de prendre des décisions est la chose la plus pratique que vous puissiez faire pour renforcer la qualité et les résultats.

> Voir le [Module 3.1](#) Créer votre équipe pour obtenir des orientations afin de recruter les bonnes personnes.

- **Outil 19.** Exemples de descriptifs de postes dans le cadre de RISE

Les principales fonctions des ressources humaines de RISE sont notamment les suivantes :

- Leadership stratégique / coordination / gestion de projets**
Une personne en charge de la supervision du projet et qui est responsable de la stratégie dans sa globalité.
- Enquêter et vérifier les informations, et élaborer de contenu**
Il s'agit d'une personne ou d'une équipe de personnes qui gère la stratégie de contenu du service d'informations réactif. Elles établissent des relations avec les sources et travaillent avec des conseillers juridiques et d'autres du secteur, en triangulant et en vérifiant les informations auprès de plusieurs sources et en respectant les principes journalistiques. Elles développent un contenu informatif basé sur les tendances des besoins en matière d'informations et le présentent de manière accessible et appropriée pour les canaux sur lesquels il sera partagé. Elles soutiennent en outre les personnes en charge de la communication en première ligne pour qu'elles répondent aux questions des clients et des clientes avec des informations vérifiées.
- Cartographie des services**
Il s'agit d'une personne ou d'une équipe de personnes qui supervisera les efforts visant à cartographier les services essentiels sur lesquels les clients et les clientes demandent des informations. Elles établissent des relations avec les prestataires de services, réunissent des informations importantes à propos de l'accessibilité et veillent à la cohérence, tout en mettant à jour la cartographie des services.
- Communication en première ligne**
Il s'agit d'une personne ou d'une équipe de personnes qui gère la communication bidirectionnelle avec les clients et les clientes de votre service d'informations. Elles répondent aux questions des clients et des clientes en utilisant des informations vérifiées, aident les clients et les clientes à naviguer dans les informations disponibles, les orientent vers les services disponibles et leur montrent qu'ils sont écoutés. Elles suivent également les tendances dans les questions des clients et clientes, et transmettent et/ou orientent les problèmes de protection aigus.

Considération pour déterminer les ressources humaines dont vous avez besoin

- Leadership stratégique**
Idéalement, elles ont de l'expérience en communication humanitaire et sont capables de diriger et de fournir des commentaires sur le contenu des informations et la communication en première ligne. Cette personne peut couvrir d'autres fonctions essentielles. Ainsi, en fonction du niveau de capacité supplémentaire, elle peut consacrer entre 25 % et 100 % de son temps au projet.

2. **Enquêter et vérifier les informations, et élaborer du contenu**

Idéalement, elles ont de l'expérience en journalisme, en communication, en réponse humanitaire et éventuellement en conception graphique, en réseaux sociaux ou dans d'autres domaines spécifiques.

Sachez que si vous travaillez dans plusieurs langues, il est préférable que la ou les personne(s) qui occupe(nt) cette fonction parle(nt) et sache(nt) écrire dans la ou les langue(s) que vous couvrez. Dans le cas contraire, vous devrez peut-être envisager de faire appel à un traducteur ou une traductrice, ce qui peut s'avérer extrêmement coûteux. Voir ci-après pour de plus amples informations sur le fait de travailler dans plusieurs langues.

Lorsque vous évaluez les capacités requises, notez que la vérification des informations demandées par les clients et clientes, et la mise à jour des informations nécessitent un investissement en temps considérable. Le partage d'informations inexactes présente des risques critiques et il est par conséquent important de s'assurer que la ou les personne(s) qui assume(nt) ce rôle dispose(nt) des capacités suffisantes. Quels sont les besoins en informations prioritaires identifiés par les clients et les clientes ? Sont-ils très similaires ou très différents selon les groupes de clients et clientes ? Quelle est l'étendue du territoire que vous couvrez (et donc, dans quelle mesure les informations doivent-elles être adaptées à chaque contexte spécifique) ? Ces informations sont-elles facilement disponibles (par le biais de mécanismes de coordination humanitaire, du gouvernement, etc.), ou leur vérification nécessitera-t-elle un investissement important ? À quelle vitesse les informations évoluent-elles et, par conséquent, à quelle fréquence devez-vous prévoir de mettre à jour le contenu ?

3. **Cartographie des services**

Cette fonction peut ne pas avoir besoin d'être couverte par votre équipe s'il existe des efforts de cartographie des services existants dans le contexte qui répondent à vos besoins (Voir le [Module 2.1](#)). Dans ce cas, la cartographie des services pourrait être gérée en partenariat avec une autre organisation, supervisée par la personne responsable de la stratégie, par exemple.

Particulièrement au début d'une situation d'urgence, une grande partie des demandes d'informations concerne souvent l'accès aux services. Quelle est l'étendue de la zone géographique que vous couvrez (et donc, quels efforts sont nécessaires pour avoir une cartographie des services de qualité dans chaque zone géographique) ? Quels efforts de cartographie des services sont en cours et que faudrait-il faire pour les développer sans sacrifier la rapidité de réponse aux demandes des clients et clientes ?

4. **Communication en première ligne**

Cette fonction peut être assurée de diverses manières, notamment en recrutant directement du personnel, en travaillant avec des personnes en charge de mobiliser la communauté, des dirigeants ou des groupes communautaires, en formant le personnel de première ligne du secteur existant qui interagit avec le groupe cible, en établissant des partenariats avec le gouvernement ou les agences de presse, etc., ou une combinaison de ces éléments.

La capacité dont vous avez besoin pour la communication en première ligne dépendra toujours du contexte. Pensez aux canaux que vous utilisez pour la communication, à

l'échelle du public cible auquel vous fournissez les services et à son accès aux canaux que vous utilisez, ainsi qu'aux zones géographiques que vous couvrez pour estimer le volume de questions que vous pouvez vous attendre à recevoir quotidiennement de la part des clients et des clientes. Pensez au nombre de demandes d'informations auxquelles les personnes en charge de la communication en première ligne peuvent raisonnablement répondre par ce canal en une journée. Par exemple, à un bureau d'information, une personne en charge de la communication en première ligne de première ligne peut peut-être apporter ses services à 20 clients en une semaine.

Si vous utilisez des canaux en ligne ou à distance (un groupe Facebook ou une ligne d'assistance téléphonique, par exemple) et que l'accès de la communauté à ces canaux est élevé, vous pouvez vous attendre à recevoir un volume de demandes d'informations plus élevé que pour les modalités en face à face. De plus, si vous utilisez un ou plusieurs canaux de réseaux sociaux publics, il est primordial de vous assurer que vous disposez de suffisamment de personnel pour surveiller et modérer régulièrement la page publique afin de détecter les discours de haine, les activités illégales, les critiques et les plaintes, etc. (Voir l'Outil 31. Manuel de communication en première ligne). Si vous travaillez dans plusieurs langues, il est essentiel que les personnes qui s'occupent de cette fonction parlent la ou les langue(s) que vous couvrez. Dans le cas contraire, vous aurez besoin d'une assistance en interprétation au quotidien. Voir ci-après pour de plus amples informations sur le fait de travailler dans plusieurs langues.

Autres fonctions potentielles si vous travaillez dans plusieurs langues :

Il est essentiel de fournir des informations dans la ou les langue(s) maternelle(s) de votre public cible. Travailler dans plusieurs langues est souvent un défi majeur lors de la communication avec les communautés, et est particulièrement difficile dans les interventions RISE en raison de la rapidité et du volume de la production d'informations et des réponses aux questions des clients et des clientes. Pour cette raison, proposer des services dans plusieurs langues a des répercussions importantes sur la dotation en personnel et le budget. Prenez en compte le fait que pour travailler dans plusieurs langues, vous avez besoin de capacités en traduction et en interprétation au quotidien – il sera nécessaire de recruter du personnel parlant ces langues ou de faire appel à des acteurs externes (ce qui peut être extrêmement coûteux). Veuillez consulter le [Tableau 8](#) pour de plus amples informations sur les options visant à garantir l'inclusion des différentes langues dans les interventions RISE.

- **Interprétation :** Même si les personnes en charge de la communication en première ligne parlent la ou les langue(s) que vous couvrez, il est probable que les clients et les clientes qui parlent d'autres langues ou qui ont besoin d'une interprétation en langue des signes contactent votre service d'informations. Si ce besoin est important, vous pouvez envisager de faire appel à des interprètes de garde que vous pouvez engager quand vous en avez besoin.
- **Traduction :** Si la ou les personne(s) chargée(s) de la fonction d'enquête et de vérification des informations et d'élaboration du contenu ne parle(nt) ni n'écrit/écrivent dans la ou les langue(s) que vous couvrez, il peut être plus pratique et rentable d'embaucher un traducteur ou une traductrice à temps plein pour traduire rapidement les informations.

Tableau 8. Options pour veiller à l'inclusion des différentes langues dans les interventions RISE.

**Veuillez noter que cette liste n'est pas exhaustive, mais elle peut fournir un point de départ pour des idées. Lorsque vous réfléchissez à la manière de gérer le travail dans plusieurs langues, collaborez avec des forums de coordination pour identifier les opportunités de joindre les efforts ou d'identifier les ressources humaines (Voir le [Module 2.1](#)).*

Type	Description	Avantages	Inconvénients / éléments à prendre en considération
Personnel	Recruter du personnel de traduction et d'interprétation dédié au sein des équipes RISE. Recruter des interlocuteurs de diverses langues directement au sein des équipes de création de contenu et de communication en première ligne, y compris les principales langues minoritaires utilisées par les communautés touchées.	- Intégrer la diversité linguistique au sein du personnel peut aider à établir un lien entre l'expertise linguistique et l'expertise en la matière (par exemple, les approches d'informations réactives, les domaines de contenu technique). - Promouvoir le recrutement de personnel local ou de personnes issues de communautés marginalisées ou sinistrées.	- Le personnel à temps plein peut avoir des implications budgétaires plus élevées par rapport aux autres options : rémunération, couverture des avantages sociaux, soutien logistique, etc. - Les contraintes en matière de recrutement dans les situations d'urgence peuvent entraver le démarrage et l'intégration en temps utile (p. ex. les délais et le processus de recrutement longs, la disponibilité des compétences souhaitées sur les marchés du travail, la concurrence avec d'autres organisations, etc.) - Le recrutement de pairs nécessite une attention accrue eu égard aux questions de confidentialité, de sauvegarde et de principes de protection. Les informations peuvent se perdre dans la traduction, les tensions communautaires s'amplifient, les messages sont faussés par la dynamique du pouvoir, les vulnérabilités sont exacerbées et les interprètes peuvent souffrir d'une mauvaise santé mentale après ce à quoi ils sont exposés s'ils ne sont pas correctement soutenus. Il est important de former des personnes bilingues à devenir traducteurs ou interprètes si les professionnels ne sont pas disponibles, notamment pour les langues minoritaires et les intervenants travaillant avec plusieurs langues.⁶⁴
Accords de services, sociétés de conseil	Type de contrat alternatif pour engager une traduction ou une interprétation à temps plein, ou un soutien à l'interprétation sur appel pour les communicateurs de première ligne. Soutien linguistique à temps partiel ou soutien pour un champ de travail spécifique, par exemple : - Tâches : traduction de documents individuels ou d'une série de documents. - Activités : traduction ou interprétation pour une évaluation des besoins en informations, un événement de partage d'informations, etc. - Aménagements raisonnables pour couvrir le braille ou la langue des signes, ou les langues minoritaires. Par exemple, des organisations comme Handicap International apportent un soutien à la communication aux personnes souffrant de troubles de la communication.⁶⁵	- Possibilité d'offrir des arrangements flexibles, en fonction des besoins, des tâches ou des livrables. - Possibilité de se concentrer sur des tâches spécifiques en fonction de l'expertise ou de la spécialisation du prestataire.	- Implications budgétaires potentiellement élevées avec un volume élevé de création de nouveau contenu pendant la phase de démarrage, qui peuvent diminuer au fil du temps à mesure que l'accent est mis sur la mise à jour et les révisions du contenu. - L'assistance à l'interprétation peut ne pas être disponible en permanence, ce qui est particulièrement risqué dans les situations urgentes ou de crise.
Bénévoles communautaires, membres du personnel incitatifs	Collaborer avec des bénévoles ou des réseaux communautaires pour assurer la représentation de diverses langues (y compris les langues minoritaires) dans la création de contenu et la communication de première ligne. Peut inclure, par exemple, des comités communautaires, des groupes d'action de protection, des travailleurs de proximité, etc. Les mécanismes de responsabilisation communautaires ou les mécanismes de réactivité des clients et des clientes peuvent informer la création de contenu.	- Les communications menées par la communauté ou par les pairs peuvent faciliter la création de contenu en langage clair dans les langues locales ou pour une traduction et un accès faciles par les membres de la communauté. - Options flexibles pour les incitations non financières pour le personnel non salarié, telles que le crédit téléphonique, une aide matérielle, des allocations, etc.	- Les accords d'incitation des membres du personnel peuvent être soumis aux lois du travail locales et aux politiques organisationnelles. - Les initiatives communautaires peuvent être difficiles à maintenir après la fin du financement ou des incitations auprès des bénévoles : remboursement financier, compensation matérielle, etc. - L'engagement de pairs ou de bénévoles communautaires nécessite une attention accrue aux questions de confidentialité, de protection et de principes de protection. Les informations peuvent se perdre dans la traduction, les tensions communautaires s'amplifient, les messages sont faussés par la dynamique du pouvoir, les vulnérabilités sont exacerbées et les interprètes peuvent souffrir d'une mauvaise santé mentale après ce à quoi ils sont exposés s'ils ne sont pas correctement soutenus. Il est important de former des personnes bilingues à devenir traducteurs ou interprètes si les professionnels ne sont pas disponibles, notamment pour les langues minoritaires et les intervenants travaillant avec plusieurs langues.⁶⁶

Tableau 8. Options pour veiller à l'inclusion des différentes langues dans les interventions RISE (suite)

**Veuillez noter que cette liste n'est pas exhaustive, mais elle peut fournir un point de départ pour des idées. Lorsque vous réfléchissez à la manière de gérer le travail dans plusieurs langues, collaborez avec des forums de coordination pour identifier les opportunités de joindre les efforts ou d'identifier les ressources humaines (Voir le [Module 2.1](#)).*

Type	Description	Avantages	Inconvénients / éléments à prendre en considération
Technologie de traduction	Traduction automatique (TA) et gestion de traduction, Transifex, GlobalLink, Google Translate ou DeepL par exemple ; la technologie assistée par ordinateur (TAO), Matecat par exemple.	• Produit des traductions rapides ou instantanées. • Peut fournir une mémoire de traduction pour « apprendre » comment renforcer la qualité de la traduction au fil du temps. • Facile à utiliser, accessible en ligne ou via des applications numériques, souvent gratuites ou à faible coût, via des appareils compatibles (par exemple, smartphones, tablettes) utilisés par les personnes en charge de la communication en première ligne.	• Peut produire des traductions inexactes ou peu nuancées, particulièrement risquées pour les contenus sensibles ou spécialisés. • Rarement disponible dans les langues minoritaire ; lorsqu'elle est disponible, la qualité est inégale ou médiocre. • Peut dépendre de la connectivité réseau, de la culture numérique, de la capacité de l'appareil (par exemple, l'accès à un smartphone).
Partenaires	Les modalités d'engagement des partenaires peuvent inclure des accords de partenariat, des dons (financement ou contributions en nature), des protocoles d'accord, etc. (Voir le Module 2.4.2). En fonction de leurs domaines d'expertise, les partenaires peuvent avoir des compétences ou des points d'entrée uniques pour faciliter l'inclusion de diverses langues : • Langues spécifiques : impliquer des partenaires ayant une expertise dans des langues spécifiques, y compris les langues minoritaires, le braille ou la langue des signes, les communications adaptées aux enfants. • Populations spécifiques : impliquer des partenaires qui s'efforcent d'atteindre des populations spécifiques telles que les groupes minoritaires (y compris les interlocuteurs de langues minoritaires) ou qui sont sensibles à l'âge, au genre et à la diversité et à la manière dont l'âge, le genre et la diversité ont un impact sur la langue, l'alphabétisation et la compréhension des informations. • Activités spécifiques : impliquer des partenaires dotés d'une expertise spécialisée dans la conduite d'activités inclusives telles que des évaluations des besoins en informations, l'engagement communautaire, la diffusion dans les médias et la diffusion de produits d'information ou de canaux d'information (par exemple, lignes d'assistance téléphonique, centres d'appels).	• Possibilité de fournir des interventions RISE complémentaires qui comblent les lacunes des services d'informations intégrés. • L'amplification de partenaires connus et de confiance peut faciliter l'accès et la crédibilité auprès des groupes minoritaires, marginalisés ou difficiles à atteindre.	• Les partenaires peuvent avoir besoin d'aide pour s'éloigner des activités de sensibilisation traditionnelles unidirectionnelles vers des approches d'informations participatives et réactives bidirectionnelles. • Les idées reçues ou la réputation négative des partenaires peuvent limiter leur efficacité, leur portée ou leur crédibilité.
Organismes gouvernementaux, ministères de tutelle	Les organismes gouvernementaux locaux et nationaux peuvent proposer des messages officiels dans les langues locales ou disposer de services officiels de traduction ou d'interprétation.	• Ils peuvent être facilement disponibles ou rapidement mobilisés.	• Dans certains contextes, ou pour certains groupes, les acteurs gouvernementaux ou étatiques peuvent ne pas être perçus comme crédibles, dignes de confiance ou sûrs.

Agir (suite)

2.4.7 Formaliser et financer votre stratégie

Établissez un budget, documentez ou mettez à jour votre stratégie et élaborer des propositions pour obtenir des fonds d'urgence auprès du gouvernement ou des donateurs.

● **Outil 17.** Exemple de modèle de budget RISE

● **Outil 18.** Modèle relatif au plaidoyer et à la stratégie RISE

● **Outil 35.** Exemple de cadre logique pour RISE

> Voir le [Module 3.4](#) Surveiller et s'adapter pour sélectionner les indicateurs, fixer les objectifs et planifier le suivi et l'évaluation.

Inclusion – Orientations pour l'inclusion d'une ligne budgétaire pour l'inclusion

Adapté du [Guide pratique de réactivité inclusive auprès des clients et des clientes de l'IRC](#)⁶⁷

En raison de l'absence d'orientation systématique, il est recommandé d'établir une ligne budgétaire flexible pour l'accessibilité et les aménagements raisonnables, car les coûts sont susceptibles de dépendre du contexte.

Un financement dédié est nécessaire en vue de garantir l'accessibilité et de fournir des aménagements raisonnables (Voir le [Module 1.3](#)). C'est ce que l'on appelle la budgétisation inclusive, qui se produit lorsqu'une organisation alloue des fonds pour permettre la suppression ou l'atténuation des obstacles pendant la phase de planification et favorise la participation et les activités ciblées pour les personnes en situation de handicap.

Les budgets inclusifs doivent être établis au niveau du programme et doivent inclure les coûts pour améliorer l'accessibilité des services d'informations réactifs et fournir des aménagements raisonnables. Ils peuvent inclure des éléments spécialisés tels que des appareils fonctionnels, des équipements de mobilité et des communications accessibles

Il n'existe pas de données probantes sur la budgétisation de l'accessibilité et des aménagements raisonnables dans l'action humanitaire. Les directives existantes provenant de sources telles que Help Age, CBM, Handicap International, Light for the World et les normes d'inclusion humanitaire pour les personnes âgées et les personnes en situation de handicap recommandent que l'accessibilité soit planifiée à l'avance, financée à hauteur de 0,5 à 7 %

du budget total et mise en œuvre rapidement. Pour répondre aux exigences d'accessibilité physique des personnes en situation de handicap (p. ex. lors de la construction d'installations pour les bureaux d'informations), on estime que le budget devrait être augmenté de 0,5 à 1 % au total. Pour fournir des articles non alimentaires spécialisés et des équipements de mobilité aux personnes en situation de handicap, les estimations suggèrent une augmentation supplémentaire de 3 à 4 %, et jusqu'à 7 %.

L'audit relatif à l'accessibilité offre une autre possibilité d'estimer le coût de la suppression des obstacles et de s'assurer qu'il existe un budget dédié à la mise en œuvre des changements (Voir le [Module 2.4.4](#)).

Orientations sur la mobilisation des ressources – Adaptées du [Guide pratique du réseau CDAC](#)⁶⁸

Les interventions d'urgence dans le cadre desquelles une aide internationale est demandée par un gouvernement sont généralement guidées par un plan de réponse humanitaire coordonné à l'échelle de l'intervention, basé sur une vue d'ensemble des besoins humanitaires. Lorsqu'aucune aide internationale n'est demandée, le gouvernement établira le plan de réponse. Les plans de réponse sont utilisés pour communiquer la portée de la réponse auprès des communautés touchées, des donateurs et du grand public, comme moyen essentiel de mobilisation des ressources. Ils servent également à assurer le suivi des interventions, en définissant les objectifs et les cibles, complétés par des indicateurs.

Les besoins et les plans en matière de communication et d'engagement communautaire doivent être clairement articulés dans ces documents pour pouvoir être financés et inclus dans une intervention. Les détails de la manière dont cela sera ensuite mis en œuvre doivent être élaborés par la plateforme nationale par le biais d'un plan d'action, qui doit également déterminer les ressources nécessaires (humaines, financières et matérielles) et la manière dont la réussite sera mesurée. Cette approche soutient la collecte de fonds par le biais de mécanismes tels que le Fonds central d'intervention d'urgence (*Central Emergency Response Fund*, CERF) et les Fonds communs des pays (*Country-based Pooled Funds*, CBPF) d'OCHA.

- Veillez à ce que la communication et l'engagement communautaire soient inclus dans toute planification de préparation et d'urgence ainsi que dans la phase d'évaluation, en plaidant pour son inclusion si nécessaire afin de garantir que la communication et l'engagement communautaire soient stratégiquement inclus dans le plan d'intervention global.
- Plaidez en faveur de l'inclusion de mécanismes appropriés, systématiques et coordonnés pour garantir que les personnes touchées par une crise ont accès aux informations dont elles ont besoin dans les plans d'intervention à l'échelle de l'organisme, tels que le Plan de réponse humanitaire ou le Plan de réponse conjoint.
- Incluez votre planification de la communication et de l'engagement communautaire comme élément explicite dans les plans et budgets de l'organisme et de l'intervention, en faisant référence au cadre et aux services et actions minimum pour la communication et l'engagement communautaire.



MODULE 3

Mise en œuvre

Ce module fournit les orientations et les outils dont vous avez besoin pour mettre en œuvre, gérer, contrôler et adapter votre projet de service d'informations réactif avec un personnel prêt à répondre aux questions et à gérer les interactions de manière sûre et efficace, à développer un contenu inclusif et réactif, et à cartographier les services.

Comment utiliser ce module

3.1 Créer votre équipe

Recrutez le personnel adéquat en fonction des besoins pour couvrir les fonctions principales – ou rôles – nécessaires à la gestion d'un service d'informations réactif. Au minimum, les services d'informations réactifs devraient viser à avoir au moins un membre du personnel issu de la communauté qu'ils visent à servir.

- **Outil 19.** Exemples de descriptifs de postes dans le cadre de RISE

3.2 Établir des directives et des procédures opérationnelles standard (Standard operating Procedures, SoP), former votre équipe

Élaborez des directives claires et des procédures opérationnelles standard pour la production d'informations, la cartographie des services et la communication de première ligne afin de maintenir la qualité et de gérer les risques.

3.2.1 Établir des directives et des SoP à des fins de production d'informations

Définissez un flux de travail de production d'informations, une liste de contrôle à consulter avant de partager tout contenu, un système de suivi et de gestion de l'élaboration, du partage et de la mise à jour du contenu, et commencez à cartographier vos sources pour la vérification des informations.

- **Outil 20.** Modèle de flux de travail relatif à la production des informations

- **Outil 21.** Modèle de calendrier relatif au contenu

- **Outil 22.** Orientations et exemples de liste de contrôle dans le cadre de la publication

- **Outil 23.** Modèle de carte relatif aux sources de vérification des informations

3.2.2 Établir des directives et des SoP à des fins de cartographie des services

Définissez un processus de collecte d'informations cohérentes auprès des prestataires de services et d'obtention du consentement pour la publication publique de leurs informations, ainsi qu'un processus de suivi des informations que vous collectez auprès des prestataires de services.

- **Outil 24.** Modèle de formulaire de saisie des données pour la cartographie des services

- **Outil 25.** Modèle de matrice de cartographie des services

3.2.3 Établir des directives et des SoP à des fins de communication en première ligne

Établissez un parcours de référencement à haut risque et adapter les outils de collecte et de suivi des données pour documenter la communication bidirectionnelle avec les clients et les clientes et évaluer les tendances dans les demandes d'informations.

- **Outil 26.** Modèle de « voie » d'escalade et d'orientation à haut risque dans le cadre de RISE

- **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle

- **Outil 28.** Tableau de bord et tracker des données de communication bidirectionnelle

3.2.4 Doter votre équipe d'orientations pratiques

Tirez parti des manuels pour les fonctions principales de RISE qui incluent un ensemble de principes directeurs, de meilleures pratiques, de considérations et

de processus standard pour la production d'informations, la cartographie des services et la communication de première ligne.

- **Outil 29.** Manuel de production des informations

- **Outil 30.** Manuel de cartographie des services

- **Outil 31.** Manuel à l'intention de la personne en charge des communications en première ligne

3.2.5 Former votre équipe

Organisez des formations sur les services d'information réactifs, l'inclusion, la production d'informations, la cartographie des services et la communication de première ligne, en plus d'une séance d'informations sur le code de conduite attendu du personnel.

- **Outil 1.** Formation à l'intégration RISE

- **Outil 2.** Formation aux concepts de base en matière d'inclusion

- **Outil 32.** Formation relative à la production des informations

- **Outil 33.** Formation relative à la cartographie des services

- **Outil 34.** Formation relative à la communication en première ligne

3.3 Lancer et faire connaître le service d'informations réactif

Mettez en place l'infrastructure nécessaire et obtenez les autorisations nécessaires, collectez les cartographies de services existantes et commencez à les mettre à jour, développez un contenu informatif initial afin de vous préparer aux questions potentielles et d'établir une légitimité, et faites connaître vos services d'informations. Une fois le service opérationnel, commencez à suivre les communications bidirectionnelles pour éclairer votre stratégie éditoriale et pour assurer le suivi auprès des clients et des clientes, le cas échéant.

3.4 Surveiller et s'adapter

Surveillez et évaluez votre programme tout au long du cycle du programme, en triangulant les situations évolutives avec les perceptions de la communauté et les progrès du programme, plutôt qu'en effectuant un suivi des activités après action.

- **Outil 35.** Exemple de cadre logique pour RISE

3.4.1 Surveiller les communications bidirectionnelles

Collectez et analysez des données sur des sujets d'informations demandés par les clients et les clientes lors d'interactions bidirectionnelles afin d'éclairer une stratégie itérative de production d'informations qui est continuellement informée par les besoins de la communauté et de mesurer la portée et l'actualité de votre programme.

- **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle

- **Outil 28.** Tableau de bord et tracker des données de communication bidirectionnelle

3.4.2 Surveiller la satisfaction des clients et des clientes

Collectez des données sur les expériences des clients et des clientes avec votre service d'informations pour comprendre si les résultats souhaités ont été atteints et pour garantir une programmation responsable, qui recueille et répond aux commentaires des clients et des clientes.

- **Outil 36.** Modèle des enquêtes de satisfaction clients

- **Outil 37.** Tableau de bord des enquêtes de satisfaction clients

- **Outil 38.** Guide à des fins de discussion avec le groupe en charge de la satisfaction des clients et des clientes

3.4.3 Surveiller la cartographie des services et la production de contenu

Collectez des données sur les produits livrés qui contribuent à l'obtention de résultats pour refléter la portée ou la taille de ce que produit le personnel formé.

● **Outil 21.** Modèle de calendrier relatif au contenu

● **Outil 25.** Modèle de matrice de cartographie des services

3.4.4 Surveiller les communications unidirectionnelles

Déterminez comment adapter les indicateurs de suivi si vous produisez et partagez également des informations unidirectionnelles (ce qui signifie que les clients et clientes lisent, écoutent ou regardent du contenu informatif, mais ne posent pas de questions).

3.4.5 Réfléchir et agir sur les données relatives à l'évaluation et à la surveillance

Prévoyez une réflexion et une action basées sur les données de suivi et d'évaluation, par exemple en organisant régulièrement des réunions d'équipe pour réfléchir aux données tout au long de la mise en œuvre du programme.

3.1 Créer votre équipe



Apprendre

Le Module 3.1 « Apprendre » est adapté du [Guide pratique du réseau CDAC](#).⁶⁹

- Planifiez en amont pour comprendre les ressources humaines nécessaires, où, dans quelles fonctions principales, pendant combien de temps et quelles sont les compétences et aptitudes dont elles auront besoin (telles que les connaissances linguistiques ou techniques). N'oubliez pas d'inclure le budget nécessaire dans votre plan de financement de l'intervention global (Voir le [Module 2.4.6](#)).
- Recrutez au niveau local. Nous ne saurions trop insister sur la valeur ajoutée que représente une main-d'œuvre diversifiée et des politiques qui la soutiennent. Les personnes ayant vécu une expérience de marginalisation sont susceptibles d'être des atouts précieux. De plus, une connaissance approfondie du contexte et des compétences linguistiques sont extrêmement précieuses pour des services d'informations réactifs.

Participation – Au minimum, les services d'informations réactifs devraient viser à avoir au moins un membre du personnel issu de la communauté qu'ils visent à servir.

Les profils requis pour les fonctions principales des services d'informations réactifs peuvent être difficiles à trouver, en particulier pour la production d'informations. Même si les spécialistes en engagement communautaire ne sont pas disponibles, il existe de nombreuses personnes possédant des compétences spécialisées en gestion des données, en engagement auprès des groupes minoritaires, en langue, en journalisme, etc. Investir dans du personnel local adapté au contexte et le familiariser avec les systèmes de réponse sera un investissement plus durable que de s'appuyer sur des personnes expatriées à court terme.

- En raison d'une pénurie de personnel qualifié en communication et en engagement communautaire dans tout le secteur, assurez une sensibilisation et une formation aux services d'informations réactifs dans l'ensemble de votre organisation et auprès des partenaires travaillant dans le cadre de l'intervention, à la fois pour obtenir l'adhésion et approfondir les connaissances et les compétences. Envisagez de collaborer avec d'autres organisations pour diffuser des annonces (par exemple, des universités ou des groupes communautaires). Le recrutement de personnel de soutien à l'élaboration du contenu peut être difficile. Pensez à collaborer avec des médias ou des organisations de développement des médias pour identifier des candidats et des candidates ayant une expérience en journalisme.

- Vérifiez les listes de personnel, soit dans votre propre organisation par l'intermédiaire de votre service RH, soit auprès d'agences partenaires (par exemple, NORCAP ou RedR) qui déploient du personnel expert en communication et en engagement communautaire. En guise de mesure de préparation, envisagez d'établir un accord de partenariat avec toutes les listes auprès desquelles vous pourriez demander des déploiements à l'avenir. Cela aide les responsables des listes à comprendre la demande, à plaider en faveur des fonds et à planifier les futures augmentations de demandes.

RESSOURCE – Voir la [pépinière de spécialistes du réseau CDAC](#).⁷⁰

- **Outil 19.** Exemples de descriptifs de postes dans le cadre de RISE

Que contient cet outil ?

Cet outil fournit des exemples de descriptions de postes qui peuvent être utilisés pour identifier les compétences dont vous avez besoin dans votre équipe et peuvent être adaptés pour élaborer des offres d'emplois.

3.2 Établir des directives et des procédures opérationnelles standard (Standard operating Procedures, SoP), former votre équipe

Apprendre

Il est important d'élaborer des directives claires et des procédures opérationnelles standard (SOP) pour maintenir la qualité et gérer les risques. En plus de la formation sur les principes fondamentaux et l'expertise technique, les équipes doivent être formées aux directives et aux procédures opérationnelles standard que vous élaborerez.

Pour la production des informations :

Les informations dont les personnes en situation de crise ont besoin peuvent souvent être confuses, incertaines, politiques, sensibles, hautement techniques ou évoluer rapidement. Il est important que votre équipe et les parties prenantes concernées aient une compréhension commune de la manière dont vous allez fonctionner pour fournir des informations réactives et utiles en temps opportun, tout en instaurant la confiance et en maintenant la qualité, même dans des environnements d'informations dynamiques et complexes.

De plus, la rapidité est l'un des facteurs les plus importants d'un service d'informations réactif, et des directives et des processus de planification clairs vous aideront à vous assurer que vous partagez les informations dont les personnes ont besoin au moment où elles en ont besoin. La rapidité est également

importante pour instaurer la confiance et l'engagement envers votre service d'informations : votre public doit considérer votre service d'informations comme une source fiable.

Pour la cartographie des services :

Il est essentiel de développer et de maintenir une carte cohérente et précise des services essentiels disponibles pour les communautés touchées par une crise dans la zone géographique couverte par votre service d'informations réactif pour vous permettre de fournir des informations précises, exploitables et à jour. Il est important que votre équipe dispose de processus standard pour collecter des informations auprès des prestataires de services, obtenir leur consentement documenté pour la publication publique de leurs informations et organiser ces informations pour qu'elles soient utilisées pour le développement de contenu ou dans des communications bidirectionnelles.

Pour les communications en première ligne :

À moins d'être spécifiquement conçus à cet effet, les services d'informations réactifs ne fournissent pas de services directs ou de gestion de cas et ne constituent pas un canal approprié pour les clients et les clientes confrontés à une urgence individuelle aiguë. Un élément clé d'une approche « ne pas nuire » consiste à faire preuve de clarté sur vos limites afin que les

clients et les clientes ne développent pas d'attentes que vous ne pouvez pas satisfaire. Cependant, même lorsque ces limites sont clairement communiquées, les personnes en charge de la communication en première ligne peuvent être contactées par des personnes ayant des besoins immédiats et aigus qui nécessitent une attention particulière. Il est essentiel que les membres du personnel en première ligne sachent comment gérer ces situations efficacement et puissent faire les orientations appropriées afin de ne pas avoir à gérer seuls ce genre de cas, surtout s'ils ne disposent pas de l'expertise technique appropriée en matière de protection.

Les questions posées par les clients et les clientes aux personnes en charge de la communication en première ligne lors des interactions bidirectionnelles constituent la source de données la plus importante pour alimenter la production d'informations. Il est important de développer des systèmes pour documenter les informations sur les interactions avec les clients et les clientes, pour gérer le suivi et pour analyser les tendances en matière de besoins en informations.

Agir

3.2.1 Établir des directives et des SoP à des fins de production d'informations

REMARQUE – Définitions des principaux termes :

La « production d'informations » fait référence à la préparation, à l'adaptation et à « l'affinage » d'informations réactives qui sont exactes, inclusives, cohérentes, accessibles, utiles et ne causent pas de préjudice, à partager auprès des personnes touchées par une crise.

- **Définir un flux de travail relatif à la production des informations :** Les flux de travail éditoriaux définissent les étapes que votre équipe suivra depuis la génération d'idées jusqu'à la publication ou au partage des informations que vous produisez, ainsi que les responsabilités et les approbations nécessaires requises tout au long de ce processus.
- **Créer une liste de contrôle à consulter avant de partager tout contenu :** Une liste de contrôle dans le cadre de la publication est utilisée pour passer en revue tous les contenus que vous produisez avant de les partager, afin d'aider votre équipe à respecter vos principes et lignes directrices éditoriales en faisant preuve de cohérence, dans les délais impartis, tout en instaurant la confiance et en maintenant la qualité.
- **Créer un système pour le suivi, la gestion de l'élaboration, le partage et la mise à jour du contenu :** Un calendrier de contenu est un moyen de planifier et d'organiser votre calendrier de production de contenu. Un calendrier de contenu peut vous aider à établir un processus de création de contenu qui suit votre flux de travail éditorial, à organiser quand, où et comment votre contenu apparaîtra, à partager du contenu de manière cohérente afin que votre public vous ait à l'esprit lorsqu'il a besoin d'informations, à déterminer les délais et à signaler le contenu à réviser et à mettre à jour. Les calendriers de contenu détaillent ce que vous partagerez, quand vous le partagerez, où vous le partagerez et quand vous examinerez le contenu pour vérifier si les informations sont à jour. Il peut également s'agir d'un outil de collecte de données pour les indicateurs de suivi et d'évaluation qui suivent le nombre de produits d'information élaborés.

> Voir le [Module 3.4.3](#) Surveiller la cartographie des services et la production de contenu pour en savoir plus sur la façon dont la collecte de données sur la production de contenu informe le suivi et l'évaluation.

- **Cartographier les sources pour les informations :** Quelle que soit la taille de votre équipe, la portée de votre projet et le contexte dans lequel vous travaillez, il est recommandé de commencer à collecter et à répertorier les sources auxquelles votre équipe peut se référer pour rechercher et vérifier les informations que vous utiliserez pour produire et mettre à jour le contenu. L'identification et l'établissement de relations avec les sources peuvent prendre beaucoup de temps et un effort initial

pour vérifier et organiser vos sources peut vous faire gagner du temps par la suite. Utilisez les données des évaluations initiales pour identifier les sources auxquelles les clients et clientes font confiance.

● **Outil 20.** Modèle de flux de travail relatif à la production des informations

● **Outil 21.** Modèle de calendrier relatif au contenu

● **Outil 22.** Orientations et exemples de liste de contrôle dans le cadre de la publication

● **Outil 23.** Modèle de carte relatif aux sources de vérification des informations

3.2.2 Établir des directives et des SoP à des fins de cartographie des services

- **Élaborer un processus afin de recueillir des informations cohérentes auprès des prestataires de services et d'obtenir leur consentement pour la publication de leurs informations.** Pour recueillir les informations nécessaires à votre carte de services, vous pouvez envisager d'utiliser un formulaire à remplir. Les formulaires garantissent que des informations correctes et adéquates sont collectées. Si votre carte de services est accessible au public, ils garantissent également que vous obtenez le consentement du prestataire pour publier des informations sur le ou les services qu'il fournit.
- **Élaborer un processus qui suit les informations que vous collectez auprès des prestataires de services :** Bien que vous puissiez utiliser divers formats pour partager des informations sur les services auprès des clients et des clientes, il peut être utile de disposer d'une liste interne de prestataires de services qui peut être partagée auprès des personnes en charge de la communication en première ligne pour répondre aux questions des clients et clientes ou utilisée comme base pour développer du contenu informatif. Il peut également s'agir d'un outil de collecte de données pour l'indicateur de suivi et d'évaluation qui suit le nombre de services cartographiés.

> Voir le [Module 3.4.3](#) Surveiller la cartographie des services et la production de contenu pour en savoir plus sur la façon dont la collecte de données sur la cartographie des services informe le suivi et l'évaluation.

● **Outil 24.** Modèle de formulaire de saisie des données pour la cartographie des services

● **Outil 25.** Modèle de matrice de cartographie des services

3.2.3 Établir des directives et des SoP à des fins de communication en première ligne

- **Élaborer un parcours de référencement pour les situations à haut risque :** Un parcours de référencement est nécessaire pour doter les personnes en charge de la communication en première ligne des connaissances et des informations nécessaires pour répondre de manière appropriée aux clients et clientes qui présentent des besoins de protection aigus et/ou lorsqu'un client ou une cliente nécessite une réponse spécialisée. Les équipes de protection spécialisées peuvent étendre ce parcours pour fournir un ensemble élargi d'orientations, mais au minimum, tous les services d'informations réactifs doivent identifier des parcours de référencement pour les clients et les clientes qui révèlent ou montrent des signes de violence fondée sur le genre, d'abus, de trafic d'êtres humains, de risque de suicide, d'urgences sanitaires et de négligence envers les enfants.
- **Adapter les outils de collecte et de suivi des données pour documenter la communication bidirectionnelle avec les clients et les clientes et évaluer les tendances dans les demandes d'informations :** Un outil de collecte de données standard peut être utilisé pour guider les personnes en charge de la communication en première ligne dans la fourniture de services d'information aux populations touchées par une crise et pour suivre les communications individuelles afin de fournir des informations de suivi. La collecte de ces données est essentielle pour éclairer une stratégie itérative de production d'informations qui est continuellement informée par les besoins de la communauté. Les données collectées à l'aide de cet outil doivent être enregistrées dans un outil de suivi en ligne sécurisé (par exemple, un outil de suivi Excel) pour faciliter l'analyse des données pour les indicateurs de suivi et d'évaluation qui suivent la portée de votre programme, sa réactivité et les sujets d'information demandés par les clients et les clientes.

> Voir le [Module 3.4.1](#) Surveiller les communications bidirectionnelles pour en savoir plus sur la façon dont l'engagement auprès des clients et des clientes informe le suivi et l'évaluation.

● **Outil 26.** Modèle de « voie » d'escalade et d'orientation à haut risque

● **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle

● **Outil 28.** Tableau de bord et tracker des données de communication bidirectionnelle

3.2.4 Doter votre équipe d'orientations pratiques

Le manuel de production d'informations, le manuel de cartographie des services et le manuel des personnes en charge de la communication en première ligne sont destinés à être des outils pratiques pour aider le personnel de première ligne à disposer d'un ensemble de principes directeurs, de meilleures pratiques, de considérations et de processus standard pour :

- Produire des informations utiles, réactives, précises, digestes, inclusives et cohérentes. Les flux de travail éditoriaux, les listes de contrôle et les cartes sources peuvent être ajoutés en annexe au manuel pour une référence facile pour votre équipe.
- Identifier et collecter des informations auprès des prestataires de services et des sources de données secondaires, tenir à jour les cartes des services et partager les informations sur les services auprès des clients et des clientes
- Approches de communication centrées sur la personne et « ne pas nuire », gestion des attentes, traitement des critiques et des rumeurs, confidentialité, premiers secours psychologiques, réponse aux clients et clientes qui nécessitent des orientations à haut risque, sécurité et modération des canaux en ligne.

● **Outil 29.** Manuel de production des informations

● **Outil 30.** Manuel de cartographie des services

● **Outil 31.** Manuel à l'intention de la personne en charge des communications en première ligne

3.2.5 Former votre équipe

Assurez-vous que les membres de votre équipe n'ont pas seulement les compétences techniques, mais comprennent également les valeurs des services d'informations réactifs et l'importance de placer la communauté au centre de tout ce que nous faisons, de l'inclusion et de l'autonomisation.⁷¹ L'ensemble des membres du personnel doit également être informé du code de conduite et des principes humanitaires de votre organisation. Il est

également recommandé que l'ensemble des membres du personnel soit formé aux principes fondamentaux de l'inclusion.

RESSOURCES –
 Veuillez consulter le [Code de conduite de l'IRC](#)⁷² et le [Code de conduite de l'IFRC](#)⁷³.

Veillez consulter les orientations et formations CLEAR Global sur l'interprétation et la traduction linguistiques :

- [Les bases de l'interprétation humanitaire](#)⁷⁴
- [Formation à la traduction humanitaire](#)⁷⁵
- [Formation de base du traducteur/de la traductrice](#)⁷⁶
- [Introduction aux outils de traduction](#)⁷⁷
- [Conseils pratiques pour les interprètes de la communauté](#)⁷⁸
- [Guide pratique de l'interprétation humanitaire et de la médiation culturelle](#)⁷⁹

Veillez consulter les orientations et formations CLEAR Global sur la travail avec les traducteurs et les interprètes :

- [Comment travailler avec les traducteurs et les interprètes Un guide pour les organisations qui interviennent dans les situations d'urgence](#)⁸⁰
- [Six conseils pour les humanitaires qui travaillent avec des interprètes sur des sujets sensibles](#)⁸¹

Inclusion – Outil 2. La formation sur les concepts fondamentaux de l'inclusion ne doit être utilisée que si vous disposez de l'expertise technique appropriée en matière d'inclusion pour dispenser la formation. Si ce n'est pas le cas, le personnel peut accéder à une formation en ligne à son rythme de Handicap International, Introduction à l'action humanitaire inclusive pour les personnes en situation de handicap (disponible en [anglais](#)⁸² et en [français](#)⁸³).

Le personnel responsable de la production d'informations qui travaille à la production d'informations pour les canaux numériques peut également bénéficier d'une formation sur l'accessibilité numérique.

Voir la formation du Forum européen des personnes en situation de handicap sur la communication numérique inclusive :

- [Guide pratique vidéo accessible](#)⁸⁴
- [Guide pratique de la réunion en ligne accessible](#)⁸⁵
- [Guide pratique du site internet accessible](#)⁸⁶
- [Guide pratique des réseaux sociaux accessible](#)⁸⁷
- [Guide pratique PowerPoint accessible](#)⁸⁸
- [Guide pratique Word accessible](#)⁸⁹
- [Réunions en ligne accessibles](#)⁹⁰
- [Accessibilité des médias audiovisuels](#)⁹¹
- [Réunions accessibles](#)⁹²

- **Outil 1.** Formation à l'intégration RISE

● **Outil 2.** Formation aux concepts de base en matière d'inclusion

● **Outil 32.** Formation relative à la production des informations

● **Outil 33.** Formation relative à la cartographie des services

● **Outil 34.** Formation relative à la communication en première ligne

3.3 Lancer et faire connaître le service d'informations réactif

Agir

Avant de commencer à mobiliser votre public cible :

- Mettez en place toute l'infrastructure nécessaire et obtenez toutes les autorisations, permissions et licences pertinentes.
- Collectez toutes les cartographies de services existantes dans le contexte et complétez-les ou comblez les lacunes en cartographiant les services disponibles pour votre groupe cible dans la zone géographique que vous couvrez pour vous préparer à répondre aux questions des clients et des clientes. Utilisez les évaluations initiales pour hiérarchiser les types de services sur lesquels les clients les clientes ont le plus besoin d'informations.

● **Outil 30.** Manuel de cartographie des services

● **Outil 24.** Modèle de formulaire de saisie des données pour la cartographie des services

● **Outil 25.** Modèle de matrice de cartographie des services

- Élaborez un contenu informatif initial qui peut déjà être partagé en fonction des besoins en matière d'informations que vous avez identifiés dans vos évaluations afin de vous préparer à d'éventuelles questions et d'établir votre légitimité. Collectez tout contenu existant qui répond aux besoins en matière d'informations auprès des structures de coordination existantes ou des fournisseurs d'aide sectorielle. Établissez votre calendrier de contenu et d'engagement et commencez à le remplir.

● **Outil 29.** Manuel de production des informations

● **Outil 20.** Modèle de flux de travail relatif à la production des informations

● **Outil 21.** Modèle de calendrier relatif au contenu

● **Outil 22.** Orientations et exemples de liste de contrôle dans le cadre de la publication

● **Outil 23.** Modèle de carte relatif aux sources de vérification des informations

Lorsque vous êtes prêts à mobiliser votre public cible :

- Faire connaître votre service d'informations réactif Réfléchissez à la manière dont vous allez atteindre votre public cible pour lui faire savoir comment il peut accéder à vos services et comment ceux-ci peuvent l'aider à accéder aux informations dont il a besoin.

REMARQUE – Si vous utilisez un site internet ou une plateforme pouvant être consulté(e), vous pouvez envisager de tirer parti de l'optimisation des moteurs de recherche (SEO), qui est le processus d'optimisation des sites internet afin qu'ils soient bien classés sur les moteurs de recherche grâce à des recherches organiques (non payantes).

● **Outil 12.** Orientations relatives aux canaux et aux formats de communication

- Une fois les canaux de communication bidirectionnelle opérationnels, commencez à suivre les communications bidirectionnelles pour éclairer votre stratégie éditoriale et pour assurer le suivi auprès des clients et des clientes, le cas échéant.

● **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle

● **Outil 28.** Tableau de bord et tracker des données de communication bidirectionnelle

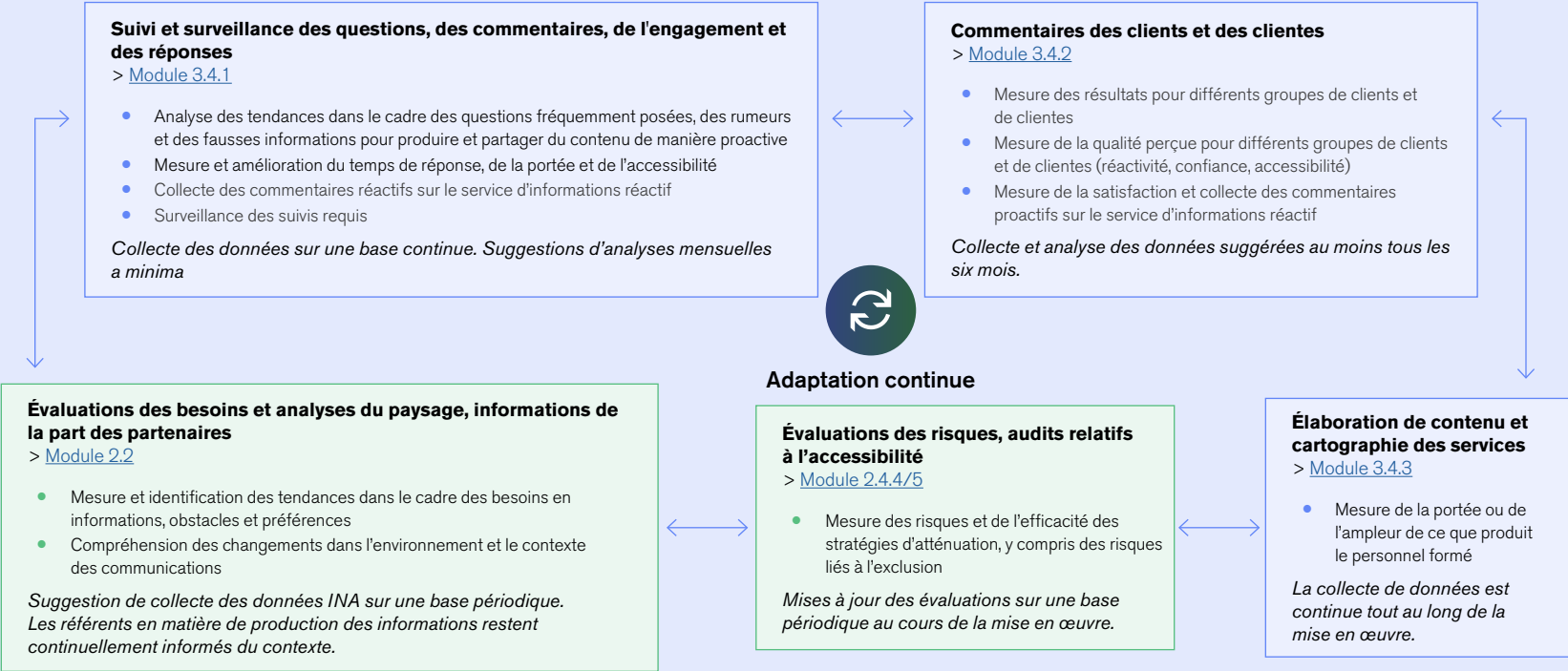
- Effectuez des contrôles réguliers avec tous les membres de l'équipe afin de veiller à une dynamique d'équipe saine et à un esprit de collaboration continu entre les membres du personnel.

3.4 Surveiller et s'adapter

Apprendre

Les services d'informations réactifs s'adaptent en permanence. Il est essentiel de recueillir en permanence des informations pour garantir que les services d'informations réactifs restent efficaces pour répondre aux besoins en matière d'informations des communautés touchées. Le suivi et l'évaluation sont effectués tout au long du cycle du programme, en triangulant les situations évolutives avec les perceptions de la communauté et les progrès du programme plutôt qu'un suivi des activités après action.⁹³ Incluez des indicateurs sur les services d'informations réactifs dans les plans d'intervention humanitaire afin de garantir la responsabilisation.

Les services d'informations réactifs surveillent les besoins en informations et la manière dont ils y répondent de cinq manières principales :



● Outil 35. Exemple de cadre logique pour RISE

Tableau 9. Questions d'apprentissage relatives au suivi et à l'évaluation pour RISE

Les questions et méthodes suivantes peuvent guider les équipes dans la formalisation de l'apprentissage et de l'adaptation. Ces questions ne sont pas exhaustives et peuvent être contextualisées en fonction des approches et de l'échelle.

Pour toutes les questions, essayez de réfléchir à ce qui peut se trouver au-delà des données – quelles sont les raisons pour lesquelles nous n'atteignons pas le public cible ? Comment la pertinence et la facilité de compréhension des informations varient-elles selon les clients et clientes de différents groupes d'âge ou de différentes langues ? Qu'est-ce qui nous a surpris dans les données ? Qu'est-ce qui a remis en question nos propres hypothèses et qu'est-ce qui a validé ce que nous voyons également dans les données recueillies auprès d'autres sources ? Vous devrez peut-être compléter votre approche de suivi et d'évaluation par des activités d'apprentissage supplémentaires, notamment des discussions de groupe, des enquêtes ou une triangulation à partir d'autres sources, pour mieux comprendre votre programme et être en mesure de prendre des décisions éclairées sur ce que vous devez adapter.

Résultats des services d'informations réactifs pour les clients et les clientes :	
Dans quelle mesure les services d'informations réactifs ont-ils atteint les résultats escomptés ?	
Les services d'informations ont-ils atteint efficacement le public cible ?	Recueillez des données sur les communications unidirectionnelles et bidirectionnelles tout au long de la prestation de services. Dans la mesure du possible, ventilez les données par âge, genre et autres facteurs.
Les services d'informations ont-ils atteint efficacement les femmes, les enfants, les personnes âgées, les personnes ayant diverses orientations sexuelles, identités et expressions de genre, et caractéristiques sexuelles, les personnes en situation de handicap et d'autres groupes potentiellement marginalisés ?	
Les services d'informations réactifs répondent-ils aux besoins et aux préoccupations immédiats des clients et des clientes pour concrétiser leurs priorités en matière de sécurité et de bien-être ? Les clients et les clientes font-ils confiance aux informations et les comprennent-ils ?	Réalisez une enquête de satisfaction des clients et des clientes au milieu et à la fin de la mise en œuvre (minimum suggéré tous les six mois). Dans la mesure du possible, ventilez les données par âge, handicap et autres facteurs.
Dans quelle mesure avons-nous répondu efficacement aux besoins en matière d'informations spécifiques des femmes, des enfants, des personnes âgées, des personnes ayant diverses orientations sexuelles, identités et expressions de genre, et caractéristiques sexuelles, des personnes en situation de handicap et d'autres groupes potentiellement marginalisés ?	
Les services d'informations réactifs abordent-ils et atténuent-ils efficacement les risques ?	Revoyez régulièrement (sur une base mensuelle, trimestrielle et semestrielle) votre analyse des parties prenantes, votre audit relatif à la sécurité et à l'accessibilité et votre évaluation des risques, ainsi qu'au moment de la clôture du projet. Expliquez comment votre compréhension des risques et des « mauvais acteurs » potentiels a évolué et mettez continuellement à jour vos stratégies d'atténuation.
Les stratégies d'atténuation des risques liés à la sécurité des données et à la confidentialité des clients et des clientes sont-elles pertinentes et efficaces ? Les personnes en charge de la communication en première ligne modèrent-elles efficacement les plateformes en ligne en cas de harcèlement, de discours de haine ou de risques d'exploitation ? Les informations partagées sont-elles restées neutres et exploitables ? Dans quelle mesure les informations diffusées étaient-elles exactes et fiables ? Les femmes, les enfants, les personnes âgées, les personnes LGBTQIA+, les personnes en situation de handicap et d'autres groupes potentiellement marginalisés ont-ils eu accès au service d'information de manière équitable ? Les problèmes de protection aigus identifiés par le biais du service d'information ont-ils été efficacement remontés ?	
Résultats des services d'informations réactifs	
Dans quelle mesure les résultats définis ont-ils été mis en œuvre avec succès ?	
Les tendances concernant les sujets d'information demandés lors de la communication bidirectionnelle ont-elles été évaluées ?	Recueillez des données sur les communications bidirectionnelles tout au long de la prestation de services pour éclairer les approches de cartographie et de contenu. Suivez les efforts de cartographie des services et d'élaboration de contenu.
Les services essentiels ont-ils été cartographiés et un contenu informatif a-t-il été élaboré pour répondre à ces besoins en évolution ?	

Agir

3.4.1 Surveiller les communications bidirectionnelles

Collecter les données sur des sujets d'informations demandés par les clients et les clientes lors d'interactions bidirectionnelles est essentiel pour éclairer une stratégie de production d'informations qui est continuellement informée par les besoins de la communauté. Cela constitue également la base pour suivre la portée et l'actualité de votre programme.

La collecte de données est continue tout au long de la mise en œuvre.

La collecte des données sur les communications bidirectionnelles avec les clients et les clientes informe les indicateurs suivants :

Niveau	Résultat	Indicateur
Résultats intermédiaires	Les clients et les clientes accèdent aux informations	Nombre de personnes recevant un soutien individuel dans le cadre d'une communication bidirectionnelle
	Les informations sont données en temps utile	Nombre de jours en moyenne pour répondre aux besoins individuels des clients et des clientes
Résultats	Le contenu informationnel qui répond aux besoins des clients et des clientes est élaboré.	Pourcentage de clients et de clientes qui demandent des informations à propos de [sujet/thème]

● **Outil 27.** Modèle de formulaire de collecte des données de communication bidirectionnelle

● **Outil 28.** Tableau de bord et tracker des données de communication bidirectionnelle

3.4.2 Surveiller la satisfaction des clients et des clientes

La collecte de données sur les expériences des clients et des clientes avec votre service d'information est essentielle pour comprendre si les résultats souhaités ont été atteints.

Participation – Cela est également nécessaire pour garantir une programmation responsable qui recueille et répond aux commentaires des clients et des clientes.

Il est recommandé de collecter des données au moins tous les six mois, par exemple en intégrant des questions dans des exercices plus larges de commentaires des clients et des clientes ou en menant des enquêtes autonomes.

REMARQUE – Toutefois, il peut être difficile de contacter à nouveau les clients et les clientes qui ont accédé aux services d'information pour mener l'enquête, car les équipes ne collectent souvent pas les coordonnées des clients et des clientes, à moins qu'elles n'aient besoin d'assurer un suivi auprès d'eux pour finaliser leur demande d'informations. Vous pouvez par conséquent procéder à une collecte continue de données. Pour le faire en ligne, vous pouvez envoyer un lien vers une enquête numérique après avoir clôturé chaque interaction bidirectionnelle et/ou publier un lien d'enquête pour recueillir des commentaires sur une page en ligne (par exemple, sur votre site internet ou votre page Facebook). Hors ligne, vous pouvez envisager d'ajouter une question à l'Outil 27. Modèle de formulaire de collecte de données sur la communication bidirectionnelle, pour obtenir le consentement du client/de la cliente afin d'obtenir son avis et de documenter ses coordonnées. Vous pouvez également demander si un client ou une cliente a déjà eu recours à vos services et mener l'enquête au moment du contact, conserver les enquêtes au format papier à un bureau d'information ou mener des entretiens de sortie, par exemple. Voir l'Outil 36. Modèle d'enquête relative à la satisfaction des clients et des clientes pour de plus amples informations.

La collecte des données sur la satisfaction des clients et des clientes informe les indicateurs suivants :

Niveau	Résultat	Indicateur
Résultat	Les clients et les clientes sont plus à même d'accéder aux services, de rester en sécurité, de connaître et de faire valoir leurs droits, de prendre des décisions éclairées et/ou de ressentir un sentiment de contrôle ou de confort dans leur environnement (les informations sont utiles).	Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent que les informations du service d'informations réactif leur ont été utiles Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent que les informations du service d'informations réactif les ont aidés à accéder à un service Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent avoir une meilleure compréhension de leurs droits grâce au service d'informations réactif Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent que les informations du service d'informations réactif les ont aidés à prendre une décision ou à résoudre un problème Pourcentage de clients et de clientes qui estiment pouvoir planifier leur sécurité grâce aux informations fournies par le service d'informations réactif Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent que les informations du service d'informations réactif leur ont permis de se sentir moins anxieux et plus à l'aise dans leur environnement
Résultats intermédiaires	Les clients et les clientes font confiance aux informations fournies par le service d'informations réactif	Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent avoir confiance dans le service d'informations réactif en tant que source d'informations Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent qu'ils partageraient les informations du service d'informations réactif auprès de leurs amis ou de leur famille Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent que les informations du service d'informations réactif sont précises Pourcentage de clients et de clientes qui indiquent que les membres de l'équipe du service d'informations réactif se préoccupent de leur situation, veulent apporter leur aide et sont respectueux
		Pourcentage d'utilisateurs interrogés qui indiquent que les informations reçues de la part du service d'informations réactif étaient simples à comprendre

● Outil 36. Modèle des enquêtes de satisfaction des clients et des clientes

● Outil 37. Tableau de bord des enquêtes de satisfaction des clients et des clientes

Des données qualitatives peuvent également être collectées au début de la mise en œuvre, lorsque les enquêtes ne sont pas possibles, ou pour compléter les résultats des enquêtes de satisfaction des clients et des clientes.

● Outil 38. Guide à des fins de discussion avec le groupe en charge de la satisfaction des clients et des clientes

3.4.3 Surveiller la cartographie des services et la production de contenu

Collecter des données sur les produits livrés qui contribuent à l'obtention de résultats est important pour refléter la portée ou la taille de ce que produit le personnel formé.

La collecte de données est continue tout au long de la mise en œuvre.

La collecte des données sur la cartographie des services et la production et la production de contenu informe les indicateurs suivants :

Niveau	Résultat	Indicateur
Résultat :	Le contenu informationnel qui répond aux besoins des clients et des clientes est élaboré.	Nombre de produits d'informations sur les options en matière de sécurité élaboré Nombre de produits d'informations sur les droits ou sur la façon d'accéder aux protections juridiques élaboré Nombre de services cartographiés

● Outil 21. Modèle de calendrier relatif au contenu

● Outil 25. Modèle de matrice de cartographie des services

3.4.4 Surveiller les communications unidirectionnelles

Cet indicateur peut être adapté si vous produisez et partagez des informations sur une plateforme à laquelle votre public accède passivement (ce qui signifie qu'il lit, écoute ou regarde du contenu informatif, mais ne pose pas de questions).

La collecte de données est continue tout au long de la mise en œuvre.

La collecte des données sur les communications unidirectionnelles avec les clients et les clientes informe l'indicateur suivant :

Niveau	Résultat	Indicateur
Résultat intermédiaire	Les clients et les clientes accèdent aux informations	Nombre de personnes qui ont interagi de manière significative avec le service d'informations réactif OU Nombre de personnes atteintes avec des informations dans le cadre de communications unidirectionnelles

REMARQUE – Cet indicateur relatif au nombre de personnes ayant interagi de manière significative avec le service d'informations réactif a été développé à l'origine pour analyser les interactions avec un service d'informations réactif sous la forme d'un décompte global de la portée, incluant la communication unidirectionnelle et bidirectionnelle. Cependant, l'agrégation de la portée en additionnant simplement les mesures de portée des communications unidirectionnelles et bidirectionnelles peut conduire à un double comptage. Par exemple, si une équipe gère une page Facebook qui publie des informations unidirectionnelles et répond aux questions via Facebook Messenger, cette équipe peut supposer que le nombre d'engagements avec des publications unidirectionnelles sur la page Facebook inclut ceux qui vous ont également contacté via Facebook Messenger.

Des logiciels numériques tels que Google Analytics, Adobe Customer Journey Analytics, Clicky, Meta Business Suite, Hootsuite Analytics, etc. peuvent être utilisés pour analyser l'engagement avec les canaux en ligne. Un accès significatif sur un site internet ou sur Facebook, par exemple, peut correspondre à des usagers qui consultent une page, une publication, etc. pendant plus de 10 secondes (ce qui reflète tous les usagers uniques, sur la base des analyses Facebook et Google et en tenant compte du chevauchement). Les analyses peuvent également éclairer d'autres domaines d'enquête, par exemple, le suivi des recherches sur votre site internet qui ne donnent aucun résultat (ce qui signifie que vous ne disposez pas des informations dont le client ou la cliente a besoin), peut alimenter la production de contenu itératif.

Si la communication unidirectionnelle et bidirectionnelle ne se fait pas via le même canal, ou si vous ne pouvez pas éviter le double comptage (par exemple, vous animez une émission de radio hebdomadaire qui diffuse des informations et gérez également un bureau d'information, et il n'existe aucun moyen de savoir si la même personne interagit avec les deux), vous pouvez envisager

de compter séparément la portée des communications unidirectionnelles et bidirectionnelles, en utilisant le nombre de personnes atteintes par des informations via une communication unidirectionnelle.

Toutefois, les indicateurs mesurant la portée des communications unidirectionnelles peuvent être difficiles à mesurer. Cet indicateur peut devoir être adapté pour mesurer la diffusion plutôt que la portée, en fonction du canal ou des canaux que vous utilisez. Par exemple, si vous imprimez et affichez des banderoles dans un camp, vous pouvez utiliser l'indicateur du nombre d'affiches diffusées.

Extrait de [Diffusion humanitaire dans les situations d'urgence BBC Media Action : une synthèse des conclusions de l'évaluation](#)⁹⁴:

Une raison évidente pour laquelle il faut donner la priorité à une intervention de communication, et un indicateur évident de réussite, est le nombre de personnes qu'elle est capable d'atteindre. L'un des avantages de la communication de masse qui la rend par ailleurs très difficile à évaluer. Les émissions peuvent atteindre des personnes isolées et que d'autres ONG ne peuvent pas atteindre, mais, en conséquence, il est difficile d'enregistrer le nombre de personnes atteintes par les émissions et leurs effets.

3.4.5 Réfléchir et agir sur les données relatives à l'évaluation et à la surveillance

Il est important de planifier la réflexion et la mise en œuvre d'actions basées sur les données de suivi et d'évaluation. Une bonne pratique consiste à organiser régulièrement des réunions d'équipe pour réfléchir aux données tout au long de la mise en œuvre du programme.

Ventilez toujours les données par âge, genre, handicap et autres facteurs démographiques, lorsque cela est possible.

Participation – Adaptée du [Guide CEA de l'IFRC](#).⁹⁵

Lorsque les capacités, le temps et les ressources sont plus importants, impliquez les communautés dans la planification de l'évaluation, organisez une évaluation menée par la communauté et discutez des résultats de l'évaluation avec les communautés et les partenaires externes.



Autres ressources

Il s'agit de documents complémentaires destinés à améliorer votre compréhension et votre application du guide pratique. Il comprend une cartographie des ressources supplémentaires pour une lecture plus approfondie et des informations plus approfondies sur les services d'informations réactifs et les sujets connexes.

CONSULTER LES RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Notes de fin de document

- 1 *Norme humanitaire fondamentale sur la qualité et la responsabilisation*. Initiative conjointe de l'Alliance CHA, du Groupe URD et du projet Sphère (2014). <https://www.corehumanitarianstandard.org/>
- 2 *Cinq éléments essentiels d'une intervention immédiate et à moyen terme en cas de traumatisme de masse : preuves empiriques*. Psychiatry Interpersonal & Biological Processes (Psychiatrie – Processus interpersonnels et biologiques) 70(4):283-315 ; discussion 316-69 (2007) http://www.researchgate.net/publication/5668133_Five_Essential_Elements_of_Immediate_and_Mid-Term_Mass_Trauma_Intervention_Empirical_Evidence
- 3 *Laissés dans l'obscurité, le besoin non satisfait en informations dans les interventions humanitaires*. BBC Media Action (2008). https://downloads.bbc.co.uk/worldservice/trust/pdf/humanitarian_response_briefing.pdf
- 4 *Une approche relative à la protection dans le cadre des écosystèmes d'informations*. Internews (2023). <https://internews.org/resource/information-and-risks-a-protection-approach-to-information-ecosystems/>
- 5 Objectifs de développement durable (2015). <https://sdgs.un.org/goals/goal16>
- 6 *Norme humanitaire fondamentale sur la qualité et la responsabilisation Initiative conjointe de l'Alliance CHA, du Groupe URD et du projet Sphère* (2014). <https://www.corehumanitarianstandard.org/>
- 7 *Engagements de l'IASC en matière de responsabilité envers les personnes affectées et de protection contre l'exploitation et les abus sexuels*. IASC (2017). <https://aap-inclusion-psea.alnap.org/help-library/commitments-on-accountability-to-affected-people-and-protection-from-sexual-0>
- 8 *Cadre de responsabilité collective envers les populations sinistrées*. IASC (2023). https://interagencystandingcommittee.org/sites/default/files/2024-01/IASC_Collective%20AAP%20Framework.pdf
- 9 *Protection dans un climat de changement – Cadre stratégique 2020-2024*.

Global Protection Cluster (2020). https://www.globalprotectioncluster.org/sites/default/files/2023-01/gpc-strategic-framework_digital_version-1.pdf

10 *Ann Kite Yo Pale, Laissez-les parler, bonnes pratiques et leçons apprises en matière de communication avec les communautés touchées par les catastrophes, Haïti 2010*. Wall, I. and Chéry, Y.G. (2011). <https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61bd5a1e1675367f069ad8d5/1639799332445/1205-Let-Them-Speak.pdf>

11 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants*. CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

12 *Réactivité inclusive à l'intention des clients et des clientes : focus sur les personnes en situation de handicap et les personnes âgées*. International Rescue Committee (2021). <https://www.rescue.org/resource/inclusive-client-responsiveness-focus-people-disabilities-and-older-people>

13 *Réactivité inclusive à l'intention des clients et des clientes : focus sur les personnes en situation de handicap et les personnes âgées*. International Rescue Committee (2021). <https://www.rescue.org/resource/inclusive-client-responsiveness-focus-people-disabilities-and-older-people>

14 *COVID-19 : Comment inclure les personnes marginalisées et vulnérables dans la communication des risques et l'engagement communautaire*. Groupe de travail sur la communication des risques et l'engagement communautaire dans le cadre de la préparation et de la réponse à la COVID-19 en Asie et dans le Pacifique (2020). <https://interagencystandingcommittee.org/covid-19-how-include-marginalized-and-vulnerable-people-risk-communication-and-community-engagement>

15 *Note d'orientation sur l'inclusion de diverses femmes et filles*. The International Rescue Committee (2019). https://gbvresponders.org/wp-content/uploads/2021/01/IRC-Inclusion_Guidance-ENG-screen.pdf

16 *Réactivité inclusive à l'intention des clients et des clientes : focus sur les personnes en situation de handicap et les personnes âgées.* International Rescue Committee (2021). <https://www.rescue.org/resource/inclusive-client-responsiveness-focus-people-disabilities-and-older-people>

17 *Inclusion intentionnelle des personnes ayant diverses orientations sexuelles, identités et expressions de genre, et caractéristiques sexuelles (personnes LGBTQ+)* dans la communication, l'engagement communautaire et la responsabilisation. Un guide sur les points d'entrée clés pour les organisations et les praticiens humanitaires. CDAC Network (2022). https://aap-inclusion-psea.alnap.org/system/files/content/resource/files/main/SOGIESC%2Binclusion%2Bbrief_final.pdf

18 *COVID-19 : Comment inclure les personnes marginalisées et vulnérables dans la communication des risques et l'engagement communautaire.* Groupe de travail sur la communication des risques et l'engagement communautaire dans le cadre de la préparation et de la réponse à la COVID-19 en Asie et dans le Pacifique (2020). <https://interagencystandingcommittee.org/covid-19-how-include-marginalized-and-vulnerable-people-risk-communication-and-community-engagement>

19 *COVID-19 : Comment inclure les personnes marginalisées et vulnérables dans la communication des risques et l'engagement communautaire.* Groupe de travail sur la communication des risques et l'engagement communautaire dans le cadre de la préparation et de la réponse à la COVID-19 en Asie et dans le Pacifique (2020). <https://interagencystandingcommittee.org/covid-19-how-include-marginalized-and-vulnerable-people-risk-communication-and-community-engagement>

20 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

21 *Guide de l'engagement et de la responsabilisation communautaires.* IFRC (2021). <https://www.ifrc.org/document/cea-guide>

22 *Guide pratique « Empower to Enable » (E2E) (Donner les moyens d'agir) – Outil 1.* Implication du personnel de première ligne dans l'élaboration des propositions International Rescue Committee (2024). <https://www.rescue.org/report/empower-enable-e2e-toolkit>

23 *Guide pratique « Empower to Enable » (E2E) (Donner les moyens d'agir) – Outil 1.* Implication du personnel de première ligne dans l'élaboration des propositions

International Rescue Committee (2024). <https://www.rescue.org/report/empower-enable-e2e-toolkit>

24 *Communication avec les communautés : Joindre le geste à la parole – Placer les personnes au centre de la réponse humanitaire.* Internews (2017). https://www.unhcr.org/innovation/wp-content/uploads/2017/10/Internews_Humanitarian_CwC_PolicyPaper_2017.pdf

25 *Guide de référence pour les humanitaires sur le travail avec les médias.* BBC Media Action (2018). <https://lifeline.bbcmmediaaction.org/guide-for-humanitarians-on-working-with-the-media/>

26 *L'espace entre nous : confiance, la communication et la collaboration entre les médias et les organisations humanitaires dans les situations d'urgence en matière de santé publique.* Internews (2023). <https://internews.org/resource/the-space-between-us-trust-communication-and-collaboration-between-media-and-humanitarian-organizations-in-public-health-emergencies/>

27 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

28 *Structure de coordination humanitaire.* <https://emergencymanual.iom.int/humanitarian-coordination-structure>

29 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

30 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

31 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

32 *Évaluation des besoins en information et en communication : un guide rapide et facile pour ceux qui travaillent dans l'intervention humanitaire.* CDAC Network (2014). <https://www.cdacnetwork.org/resources/communication-needs-assessments>

33 <https://www.cdacnetwork.org/resources>

34 <https://bbcma.habitatseven.work/site/>

35 <https://clearglobal.org/language-maps-and-data/>

36 <https://www.cdacnetwork.org/media-landscape-guides>

37 Organismes nationaux de régulation, sociétés de téléphonie mobile, [réseaux de journalistes](#) (p. ex. syndicats), radio et télévision d'État et toute agence de développement des médias du pays. Le cas échéant, consultez les [Guides sur les médias](#) qui existent pour obtenir les coordonnées (sources potentielles : [BBC Media Action](#), [Internews](#), [Committee to Protect Journalists](#), [Annual Press Freedom Index](#), [Article 19](#), [Committee to Protect Journalists](#), [Fondation Hironnelle](#), [International Media Support](#), [Search for Common Ground](#), [News Media and Development Network](#), [Free Press Unlimited](#) – (si elles ne sont pas disponibles publiquement, elles peuvent être obtenues via des contacts dans le pays). Secteur privé, par exemple : les entreprises qui réalisent des études de médias et d'audience, souvent à des fins publicitaires. Elles sont généralement payantes ([Nielsen](#), [Gallup](#), [Ipsos](#)).

38 *Cartographier les écosystèmes d'informations en soutien à la résilience.* Internews (2015). https://www.unhcr.org/innovation/wp-content/uploads/2017/10/Internews_Mapping_Information_Ecosystems_2015.pdf

39 <https://internews.org/topics/information-ecosystem-assessment/>

40 <https://www.globalprotectioncluster.org/emergencies/protection-analysis-updates>

41 *Questions pour le profilage de la communauté.* Info as Aid (2012). <https://www.cdacnetwork.org/checklists/1212-community-profiling>

42 *Analyse de base en matière de genre.* International Rescue Committee (2019). <https://rescue.box.com/s/aktx52flj4xvunwdhke50vjhg9l5aq1i>

43 *Guide pratique pour créer des interventions sensibles aux conflits.* Mercy Corps, CDA (inconnu). <https://www.mercycorps.org/sites/default/files/2021-11/Building-Conflict-Sensitive-Interventions-Toolkit.pdf>

44 *Guide pratique de l'analyse de l'économie politique.* WaterAid (2017). <https://washmatters.wateraid.org/publications/political-economy-analysis-toolkit>

45 *Guide-pratique humanitaire pour l'inclusion des personnes en situation de handicap – S'engager avec les organisations de personnes en situation de handicap dans l'action humanitaire.* UNICEF (inconnu). <https://www.unicef.org/media/124216/file/Engaging%20with%20organizations%20of%20persons%20with%20disabilities%20in%20humanitarian%20action.pdf>

46 *Réactivité inclusive à l'intention des clients et des clientes : focus sur les personnes en situation de handicap et les personnes âgées.* International Rescue Committee (2021). <https://www.rescue.org/resource/inclusive-client-responsiveness-focus-people-disabilities-and-older-people>

47 *La radiodiffusion humanitaire dans les situations d'urgence : une synthèse des conclusions de l'évaluation.* BBC Media Action (2015). <https://commisaid.bbcmediaaction.org/methodology/>

48 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

49 *Guide pratique « Empower to Enable » (E2E) (Donner les moyens d'agir) – Outil 1.* Implication du personnel de première ligne dans l'élaboration des propositions International Rescue Committee (2024). <https://www.rescue.org/report/empower-enable-e2e-toolkit>

50 *Guide de l'engagement et de la responsabilisation communautaires.* IFRC (2021). <https://www.ifrc.org/document/cea-guide>

51 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

52 *Guide pratique relatif à la communication des risques et à l'engagement communautaire, guide pour impliquer les dirigeants communautaires lors d'une épidémie.* International Rescue Committee (2021). <https://rescue.app.box.com/s/v67jiqm0ehgoj38m7bum5m0j5zz1osm>

53 *Guide pratique relatif à la communication des risques et à l'engagement communautaire, guide pour impliquer les leaders religieux.* International Rescue Committee (2021). <https://rescue.app.box.com/s/zfhtv3kvwbo3mgbeqps6mqjt2804j7>

54 *Guide de référence pour les humanitaires sur le travail avec les médias.* BBC Media Action (2018). <https://lifecycle.bbcmediaaction.org/guide-for-humanitarians-on-working-with-the-media/>

55 *Médias locaux et engagement communautaire dans les situations humanitaires.* Internews (2020). <https://internews.org/resource/local-media-and-community-engagement-humanitarian-settings/>

56 *L'espace entre nous : confiance, la communication et la collaboration entre les médias et les organisations humanitaires dans les situations d'urgence en matière de santé publique.* Internews (2023). <https://internews.org/resource/the-space-between-us-trust-communication-and-collaboration-between-media-and-humanitarian-organizations-in-public-health-emergencies/>

57 *Proposition de programme radio.* IFRC (2019). <https://communityengagementhub.org/resource/radio-programming-contracts-and-proposals/>

58 *Guide pratique humanitaire pour l'inclusion des personnes en situation de handicap – S'engager avec les organisations de personnes en situation de handicap dans l'action humanitaire.* UNICEF (inconnu). <https://www.unicef.org/media/124216/file/Engaging%20with%20organizations%20of%20persons%20with%20disabilities%20in%20humanitarian%20action.pdf>

59 <https://www.gsma.com/solutions-and-impact/connectivity-for-good/mobile-for-development/mobile-for-humanitarian-innovation/humanitarian-connectivity-charter/>

60 <https://nethope.org/what-we-do/>

61 <https://intrac-1.gitbook.io/exit-and-transition>

62 *Sortir/effectuer la transition des partenariats internationaux : un guide pratique pour les petites ONG.* INTRAC (2022). <https://mitgovlab.org/resources/dont-build-it-a-guide-for-practitioners-in-civic-tech/>

63 *Réactivité inclusive à l'intention des clients et des clientes : focus sur les personnes en situation de handicap et les personnes âgées.* International Rescue Committee (2021). <https://www.rescue.org/resource/inclusive-client-responsiveness-focus-people-disabilities-and-older-people>

64 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

65 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

66 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

67 *Réactivité inclusive à l'intention des clients et des clientes : focus sur les personnes en situation de handicap et les personnes âgées.* International Rescue Committee (2021). <https://www.rescue.org/resource/inclusive-client-responsiveness-focus-people-disabilities-and-older-people>

68 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

69 *Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants.* CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf

70 <https://www.cdacnetwork.org/expert-pool>

71 *Gérer les fausses informations dans un contexte humanitaire.* Internews (2019). <https://internews.org/resource/managing-misinformation-humanitarian-context/>

72 *Code de conduite de l'IRC.* <https://rescue.app.box.com/s/aitfi6ffpa5ac7s9j4kkewnc5t46u5ga>

73 *Guide pratique d'engagement et de responsabilisation communautaires – Outil 22. Note d'orientations sur le code de conduite.* IFRC (2021). https://www.ifrc.org/sites/default/files/2021-08/Tool-22-Briefing-on-the-Code-of-Conduct_0.pdf

74 <https://elearn.translatorsweb.org/>

- 75 <https://elearn.translatorswb.org/>
- 76 <https://elearn.translatorswb.org/>
- 77 <https://elearn.translatorswb.org/>
- 78 Conseils pratiques pour les interprètes de la communauté CLEAR Global (2022). <https://clearglobal.org/wp-content/uploads/2022/11/CLEAR-Global-Practical-tips-for-community-interpreters.pdf?hsCtaTracking=cbdd4579-2934-475a-b1fe-5cb626858b75%7C2b26aef-2f71-4455-a34f-0203aaf09c02>
- 79 Guide pratique de l'interprétation humanitaire et de la médiation culturelle CLEAR Global (2017). <https://clearglobal.org/wp-content/uploads/2022/03/Guide-to-Humanitarian-Interpreting-and-Cultural-Mediation-English-1.pdf?hsCtaTracking=545d902f-d979-461a-a17b-7519108e415a%7C92c4ccf4-d88b-430b-88a2-1e3d4f007bfa>
- 80 Comment travailler avec des interprètes et des traducteurs, Un guide pour les organisations intervenant en situation d'urgence. CLEAR Global (2022). https://clearglobal.org/wp-content/uploads/2023/01/How-to-work-with-interpreters-and-translators_EN.pdf?hsCtaTracking=e73b8617-52e9-4724-b71f-2d9a0b2895a5%7Cb1e6b3d2-7d61-42a7-b575-8427c45edfbf
- 81 Six conseils pour les humanitaires qui travaillent avec des interprètes sur des sujets sensibles Translators Without Borders, Oxfam (2021). <https://clearglobal.org/wp-content/uploads/2022/03/TIP-SHEET-Interpretation-and-Sensitive-Topics-EN.pdf>
- 82 Introduction à la formation à l'action humanitaire inclusive pour les personnes en situation de handicap, en anglais. Handicap International (inconnu). <https://kayaconnect.org/course/info.php?id=4989>
- 83 Introduction à la formation à l'action humanitaire inclusive pour les personnes en situation de handicap, en français. Handicap International (inconnu). <https://kayaconnect.org/course/info.php?id=5912>
- 84 Formation sur l'accessibilité numérique – Guide pratique accessible. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/accessible-video-toolkit-digital-accessibility-training-session-5/>
- 85 Formation sur l'accessibilité numérique – Réunion en ligne accessible. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/accessible-online-meeting-toolkit-digital-accessibility-training-session-4/>
- 86 Formation sur l'accessibilité numérique – Guide pratique site internet accessible. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/toolkit-accessible-website/>
- 87 Formation sur l'accessibilité numérique – Guide pratique réseau social accessible. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/accessible-social-media-toolkit/>
- 88 Formation sur l'accessibilité numérique – Guide pratique PowerPoint accessible. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/accessible-powerpoint-toolkit/>
- 89 Formation sur l'accessibilité numérique – Guide pratique document Word accessible. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/digital-accessibility-training-session-1-making-word-documents-accessible/>
- 90 Formation sur l'accessibilité numérique – Réunions en ligne accessibles. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/accessible-online-meetings/>
- 91 Formation en accessibilité numérique, accessibilité des médias audiovisuels. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/accessibility-of-audiovisual-media/>
- 92 Formation sur l'accessibilité numérique – Réunions accessibles. European Disability Forum (2021). <https://www.edf-feph.org/publications/accessible-meetings/>
- 93 Communication collective et engagement communautaire dans l'action humanitaire – Guide pratique pour les responsables et les intervenants. CDAC Network (2019). https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf
- 94 La radiodiffusion humanitaire dans les situations d'urgence : une synthèse des conclusions de l'évaluation. BBC Media Action (2015). <https://commisaid.bbcmmediaaction.org/methodology/>
- 95 Guide de l'engagement et de la responsabilisation communautaires. IFRC (2021). <https://www.ifrc.org/document/cea-guide>