

Politique de communication pour l'Alliance ACT

Avril 2013

Cette version définitive tient compte des commentaires reçus par le Comité exécutif le 27 septembre 2012, ainsi que les commentaires reçus des membres d'ACT au cours de la période ouverte aux commentaires de la fin novembre 2012 à la fin janvier 2013.

Approuvée par le Comité directeur de l'Alliance ACT lors de sa réunion annuelle d'avril 2013

1. Introduction

Étant l'une des alliances d'action humanitaire et de développement les plus importantes au monde, ACT se doit de faire connaître le travail de l'Alliance et les problèmes d'injustice dans le monde. Une alliance de cette taille nécessite des déclarations, une couverture médiatique et des publications régulières, cohérentes et éclairées. En tenant le public interne et externe bien informé de nos réussites, de nos connaissances acquises, de nos préoccupations et de nos attentes, ACT accroît sa crédibilité et sa visibilité auprès de ces publics. Dans chaque communication, ACT s'efforce de présenter ses activités et valeurs et de renforcer sa position en tant qu'alliance indépendante et professionnelle. ACT s'engage à fonder sa communication sur les valeurs journalistiques d'actualité, de précision et de qualité et communique en respectant la dignité, la singularité, les droits humains et la valeur intrinsèque de chaque femme, homme, fille et garçon. ACT ne représente pas les gens comme des victimes sans défense mais reconnaît leur immense capacité de résilience, soutenus par des ressources communautaires, culturelles et humaines solides. Face à la détresse humaine, ACT intervient sans discrimination de race, de sexe, de croyance, de nationalité, d'appartenance ethnique ou de conviction politique. Sa communication est indépendante de toute politique gouvernementale et ne sert les intérêts d'aucun groupe, entreprise ou organisation, ni même ceux des membres d'ACT.

ACT ne communique pas seulement à des publics externes; sa communication s'adresse à toute une gamme d'autres acteurs, qui sont aussi l'objet de cette communication: les membres et leurs partenaires, les bailleurs de fonds, les sympathisants et les communautés avec lesquelles les membres d'ACT travaillent et qu'ils s'efforcent d'aider. Un aspect clé de cette politique est une communication solide à l'intention des communautés locales avec lesquelles nous travaillons par l'intermédiaire des membres d'ACT, au sujet du soutien et de la présence qu'apporte ACT, dans les situations d'urgence comme dans les projets à long terme de développement. Ce public spécifique, jugé très important, a besoin d'une communication sur mesure correspondant au contexte et aux moyens médiatiques et de communication disponibles dans les communautés touchées. L'un des aspects clés de notre communication est l'obligation faite aux membres de pratiquer le co-marquage, comme le prévoit la politique de co-marquage d'ACT.

2. Portée

La présente politique établit les principes relatifs aux communications émanant du Secrétariat d'ACT ou de personnes intervenant en son nom, tels que les rédacteurs, photographes et blogueurs indépendants ou détachés par les membres, et les utilisateurs de médias sociaux mandatés par ACT, pour les publics internes ou externes, et donne des directives relatives aux décisions qui influencent la communication. Elle permettra de réaliser la vision stratégique et les objectifs de l'organisation et d'assurer une approche cohérente et homogène de la communication tant sur le plan interne qu'externe. Il est à noter qu'elle doit être lue à la lumière du Code de bonne pratique d'ACT et du Code de conduite d'ACT pour la prévention de l'exploitation et des abus sexuels, de la fraude et de la corruption, et de l'abus de pouvoir, ainsi que de la politique de co-marquage, la politique de divulgation publique des informations et la politique et les procédures d'ACT pour la défense de causes, mais aussi de l'actuelle stratégie de communication.

Le Secrétariat d'ACT s'appuie sur ses membres comme sources d'information. Le Secrétariat s'efforce de faciliter et de coordonner les initiatives que prennent les communicateurs au sein de l'Alliance, qui sont, en outre, des sources d'éléments de communication. La présente politique ne s'applique pas aux communicateurs dans les organisations membres. Les membres d'ACT sont encouragés à adopter une politique similaire répondant aux prescriptions juridiques de leurs propre pays ou région et de leurs parties prenantes.

3. Définitions

Pour les besoins de cette politique:

- Information désigne tout contenu au format papier, électronique ou autre portant sur une question touchant l'Alliance ACT.
- Communication désigne les systèmes et processus utilisés pour communiquer les informations par divers moyens.
- ACT signifie l'alliance des membres d'ACT et/ou le Secrétariat d'ACT.
- Membre ou membre d'ACT fait référence à toute organisation membre de l'Alliance ACT.

4. Objectif de la communication

Cette politique vise à guider la communication du Secrétariat vers des résultats précis, en l'occurrence:

1. Décrire la mission, les croyances, les objectifs et activités d'ACT à l'aide des messages clés suivants dans tous les aspects de la communication d'ACT:
 - a. ACT est unie pour soutenir la lutte des personnes vivant dans la pauvreté et l'injustice
 - b. ACT place les gens au cœur de ses activités
 - c. ACT œuvre en faveur de solutions reliant développement à long terme, défense de causes et secours humanitaire, parce que les problèmes du monde sont étroitement liés
 - d. ACT est une alliance de membres d'inspiration religieuse qui s'engagent à travailler avec des personnes de toutes les religions ou qui n'en ont pas;¹
2. Faire connaître les succès, les changements importants et les enseignements acquis dans le cadre de son travail d'intervention humanitaire, de développement et de défense de causes;
3. Sensibiliser l'opinion aux urgences humanitaires connues et moins connues, aux projets de développement à long terme et au travail de défense de causes;
4. Mener de vastes campagnes de défense de causes portant sur un pays donné ou une problématique spécifique, comme les secours et l'intervention face aux changements

¹ Stratégie de communication d'ACT 2013-14, approuvée par le Comité directeur d'ACT, mai 2012

climatiques, de manière à créer des possibilités pour persuader les décideurs de s'attaquer aux causes fondamentales de l'injustice, de s'acquitter de leurs obligations concernant les droits de la personne et de promouvoir le bien être de toutes et tous;

5. Appuyer les membres dans leurs efforts de communication visant à mobiliser des fonds auprès de gouvernements, de membres d'Églises, du grand public, de fondations, du secteur privé et d'autres bailleurs de fonds;
6. Accroître la capacité du Secrétariat à mobiliser des fonds afin de soutenir ses activités et soutenir les efforts de la gouvernance d'ACT pour mobiliser des fonds à l'extérieur. Les arguments clés de la mobilisation de fonds externe sont les suivants:

Une diversité sans égale des membres :

- Une alliance de membres d'inspiration religieuse qui s'engagent à travailler avec des personnes de toutes les religions ou qui n'en ont pas;
 - Un potentiel d'entraide au niveau de la base, tout en ayant une envergure mondiale;
 - L'attachement au professionnalisme et aux normes internationales;
 - Une voix ayant de la portée et qui sait se faire entendre à travers différents pays et régions;
 - Un acteur d'envergure mondiale, agissant à une échelle considérable et pouvant influencer les débats internationaux.²
7. Expliquer aux populations locales avec lesquelles nous travaillons les principes et activités des membres d'ACT, afin d'être en mesure de leur rendre des comptes, de s'assurer leur soutien et de veiller à ce qu'elles s'approprient les projets;
 8. Réagir avec professionnalisme aux critiques dans un contexte de surveillance accrue de la part de l'opinion publique;
 9. Travailler à mieux faire connaître le nom et la marque de manière à mettre en valeur les membres;
 10. Encourager les membres d'ACT à pratiquer le co-marquage, notamment en utilisant le logo de l'Alliance et les informations portant sur l'Alliance, dans toutes leurs communications.

5. Publics cibles

ACT distingue quatre groupes auprès desquels elle souhaite diffuser ses messages de communication.³

- **Certains segments du grand public:** les gens dans les pays où ACT compte des membres, l'objectif spécifique étant de soutenir la mobilisation de fonds de ces membres, de les rendre encore plus crédibles en tant que professionnels de l'intervention humanitaire ou du développement et de soutenir leur action politique ou en matière de défense de causes; les gens s'intéressant aux questions internationales et au développement, ainsi que les jeunes soucieux de justice qui utilisent les médias sociaux et d'autres stratégies numériques.
- **Les autorités, la société civile et les croyants:** les pays donateurs et les décideurs de l'ONU, les autorités gouvernementales en charge du développement et les donateurs institutionnels; les homologues d'ACT dans les domaines de l'intervention humanitaire, du développement et de la défense de causes; les personnes concernées manifestant un intérêt pour la justice dans le monde, dans les milieux religieux comme dans le grand public.

² ACT USP for external fundraising, soumis au Comité directeur en mai 2012

³ Stratégie de communication d'ACT, approuvée par le Comité directeur, mai 2012

- **Les employés et bénévoles des membres d'ACT, les responsables d'Église et les autres acteurs clés:** les employés et les bénévoles des organisations membres d'ACT, qui représentent à l'heure actuelle 33 000 personnes, ayant besoin d'informations fiables, sources d'inspiration susceptibles approfondir l'attachement de chacun au travail commun d'ACT. Ils peuvent devenir à leur tour les meilleurs avocats du travail d'ACT auprès d'une immense quantité de personnes à travers le monde.
- **Les populations locales:** elles constituent un public essentiel, relevant principalement de la responsabilité des membres, qui communiquent avec elles en adéquation avec leur contexte.

6. Éthique et normes

ACT s'en tient à une approche sincère et fondée sur des faits dans toutes ses communications représentant la souffrance humaine et montrant de quelle manière les fonds publics et privés sont dépensés. À ce titre, ACT et ses membres doivent générer un intérêt auprès du public tout en présentant des informations qui tiennent compte des besoins des gens que nous nous efforçons d'aider et qui respectent leur dignité. Les agences d'aide doivent s'attendre à une surveillance tout à fait justifiée de la part des médias, qui voudront voir des rapports factuels et honnêtes sur notre façon de mener notre travail et de dépenser notre argent.

ACT est, à l'instar d'un grand nombre de ses membres, signataire du *Code de conduite pour le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge et pour les organisations non gouvernementales lors des opérations de secours en cas de catastrophe*, qui stipule au point 10: «Dans nos activités d'information, de promotion et de publicité, nous présenterons les victimes de catastrophes comme des êtres humains dignes de respect et non comme des objets de commisération».

Le Code de conduite poursuit: «Les victimes d'une catastrophe méritent en tout temps le respect et doivent être considérées dans nos activités comme des partenaires à traiter sur un pied d'égalité. Dans nos campagnes d'information du public, nous donnerons une image objective de la catastrophe en mettant en valeur, non seulement les vulnérabilités et les craintes des victimes, mais encore leurs capacités et leurs aspirations.

Tout en coopérant avec les médias afin de sensibiliser au mieux le public, nous ne permettrons pas que des demandes externes ou internes de publicité prennent le pas sur l'objectif de développer au maximum les secours. Nous éviterons toute compétition avec d'autres organisations de secours pour gagner l'attention des médias au cas où cette publicité risquerait de porter atteinte aux services fournis aux bénéficiaires, à la sécurité de notre personnel ou à celle des bénéficiaires.»

Les images d'ACT doivent être utilisées dans le but de susciter l'attention quant à ses activités. ACT traite les sujets de photographies avec respect et s'abstient de photographier des gens dans des situations humiliantes. Dans la mesure du possible, les photographes doivent tenter d'obtenir l'accord des personnes qu'ils photographient et les informer que la photo est susceptible d'être diffusée à grande échelle (cf. section 14 Représentations visuelles). Les photos présentées par ACT sont à la disposition de l'ensemble des membres, excepté lorsqu'elles sont assorties de restrictions. Les recadrages des visages sur les photos, l'utilisation de photos d'individus sorties de leur contexte ou sans légende et l'impression de texte sur des photographies de visages sont inacceptables. Ces principes sont développés plus loin dans la section sur les photographies.

7. Principes de communication

Les communications d'ACT sont claires et concises, utilisent un langage simple et se conforment aux critères journalistiques établis de manière qu'ils soient compréhensibles pour un public aussi large que

possible. Ce n'est qu'en employant un langage direct et sans jargon, sans termes abstraits ni un quelconque langage pouvant entraver la compréhension que les publics comprendront au mieux ACT et son action. Les éléments d'information doivent être crédibles et rigoureux, équilibrés et de nature à intéresser les lecteurs. L'angle d'approche des rapports, articles et communiqués de presse doit être formulé clairement. Les rédacteurs, photographes, blogueurs et utilisateurs de médias sociaux d'ACT doivent toujours garder en perspective le public cible.

Toutes les communications doivent véhiculer les messages d'ACT (voir ci-dessus et dans la stratégie de communication), sa vision et ses priorités, explicitement ou implicitement, d'une manière qui soit aisément et immédiatement compréhensible. ACT doit toujours exprimer clairement les positions qu'elle défend.

La communication d'ACT doit être réalisée selon des critères précis applicables à la rédaction de rapports, qui lui permettront d'établir les priorités et de formuler clairement les questions et sujets auxquels les communicateurs d'ACT consacreront leur temps. Cet élément est particulièrement important pendant les urgences, quand l'information doit être présentée rapidement tout en respectant les critères relatifs aux rapports sur les urgences. Le Secrétariat doit s'efforcer de garantir un flux constant et régulier d'informations sur le développement, les urgences et la défense de causes en dehors des périodes de pointe des activités d'urgence. Pour toute communication à l'échelle locale, les membres doivent définir avec l'aide des membres sur place quel est le média le plus approprié, avec la participation des populations locales, afin de veiller à ce que le message soit compréhensible et atteigne les personnes les plus vulnérables.

Le personnel de la communication d'ACT est mandaté pour améliorer la «visibilité» d'ACT dans les médias et auprès des publics les plus influents. La relation qu'entretient ACT avec les médias doit être considérée comme réciproque: les médias recherchent des informations pouvant intéresser leurs publics et ACT peut être une source importante d'informations de ce type. Néanmoins, si l'Alliance ACT veut attirer l'attention des médias, elle doit produire des informations qui soient exactes et susceptibles d'intéresser les médias d'information, qu'il s'agisse d'un reportage passionnant sur un individu ou une communauté ou d'un article informatif et factuel.

Pour travailler avec les médias, ACT fournit des communications qui sont fondées sur des observations et des recherches de première main, rapides, consistantes, aisément compréhensibles et qui répondent aux questions journalistiques usuelles. En outre, elles doivent être fournies dans un format facile à éditer, reproduire et distribuer rapidement, et être d'une bonne qualité technique. Idéalement, elles mettent l'accent sur des événements présentant clairement et de façon explicite la gravité de la situation, mettent en valeur des éléments d'ordre émotionnel et insistent sur l'association avec des «experts» du public cible du média ou des personnes ayant le même profil culturel (pays, race, religion, langue, etc.). Toutefois, les communicateurs qui n'ont pas suivi de formation journalistique ne doivent pas être découragés par la rigueur des critères journalistiques. Dans certaines circonstances, les articles qui ne respectent pas les critères journalistiques seront examinés et réécrits par des journalistes/communicateurs confirmés, dans les organisations membres ou au Secrétariat.

Les médias nationaux et régionaux sont, pour les membres, des moyens clés pour gagner en notoriété dans leur pays. Le Secrétariat d'ACT n'est pas en mesure d'écrire pour ces médias mais il assistera les organisations membres en fournissant des informations générales, des citations, des photos et des contacts afin d'obtenir l'attention des médias locaux. Dans la mesure du possible, les membres doivent s'efforcer d'inclure une référence à ACT dans leur travail avec les médias nationaux et locaux. ACT estime que pour s'exprimer de façon crédible et cohérente, elle doit mettre en avant ou désigner le secrétaire général comme porte-parole principal vis-à-vis du public. Dans les situations d'urgence, un expert sur le terrain capable d'expliquer le contexte ou des citations de témoins oculaires peuvent revêtir un plus grand intérêt pour les médias.

8. Visibilité d'ACT et co-marquage

ACT a été créée en partie pour répondre à une demande d'identité commune dans les activités d'intervention d'urgence, de développement et de défense de causes des membres de la famille œcuménique. ACT a pour mandat d'améliorer la visibilité de l'Alliance au bénéfice des organisations membres. En mettant en avant un lien avec le nom ACT, les organisations membres jouissent d'une meilleure reconnaissance. Cependant, afin de présenter une image unie, les communicateurs d'ACT doivent, dans certaines situations telles que les déclarations ou communiqués de presse sur la défense de causes émis au nom de toute l'Alliance, privilégier le nom d'ACT à celui des membres individuels et omettre le nom des partenaires des membres, de manière à éviter une prolifération des noms et des acronymes dans les articles susceptible d'occulter le nom de l'Alliance ACT. Lorsqu'il est question de situations humanitaires, le nom du membre de mise en œuvre doit, dans la plupart des cas, être mentionné aux côtés de celui d'ACT.

De plus, la présente politique de communication se fonde sur le postulat que chaque membre d'ACT accepte de céder de temps en temps une partie de sa visibilité et de mettre en avant ACT dans son travail de communication et de visibilité. Elle reconnaît en outre que ACT rassemble un grand nombre d'entités qui ont chacune un nom et un logo établis. Leur travail, ainsi que leur mobilisation de fonds, sont étroitement liés à leur nom respectif.

ACT s'efforce d'établir sa notoriété en tant qu'alliance, afin que les publics associent l'identité visuelle d'ACT avec son message fondamental, son identité et sa position. Se posant en alliance mondiale, ACT cherche à aider les membres à gagner en influence, en crédibilité et en notoriété par rapport à leur activité individuelle. L'un des éléments clés de la reconnaissance de la marque ACT est le respect de la politique de co-marquage. Le co-marquage doit être le point de départ de toute activité de communication. L'utilisation du nom et du logo est clairement stipulée dans les directives et la politique d'ACT en matière de co-marquage (disponible sur le site web: http://www.actalliance.org/resources/policies-and-guidelines/communications/CoBranding_Book_Fr.pdf). Toute communication d'ACT doit être conforme à cette politique.

En outre, la présente politique de communication se fonde sur le postulat que chaque membre d'ACT approuve la Convention d'affiliation et s'y conforme et qu'il accepte de travailler en collaboration en tant qu'alliance afin de faire progresser la mission globale de l'Alliance ACT. Les statuts d'ACT stipulent que les membres doivent utiliser le co-marquage avec le nom de l'Alliance ACT conformément à la politique de co-marquage et reconnaître que le secrétaire général de l'Alliance est le principal porte-parole de l'Alliance.

9. Droit de regard

Le chef de la communication du Secrétariat d'ACT assume la responsabilité éditoriale de toutes les productions d'ACT, telles que le contenu web, les communiqués de presse, les brochures, les prospectus et les rapports. L'unité de communication du Secrétariat travaille en étroite collaboration avec la direction et les responsables de programme et, le cas échéant, avec le personnel des organisations membres. En cas de désaccord entre membres ou entre un membre et ACT, il convient d'explorer toutes les voies de médiation. C'est au secrétaire général que revient le dernier mot en cas de litige.

10. Langues

Les langues officielles de l'Alliance sont l'anglais, l'espagnol et le français. Le logo est disponible en anglais, espagnol et portugais. Tous les documents de politique générale obligatoires sont produits en anglais, espagnol et français. L'anglais de Grande-Bretagne est la langue de travail du Secrétariat et tout contenu est produit dans cette langue. Quand l'information s'adresse à des groupes dont la langue de

travail est l'espagnol, le français ou le portugais, ACT s'engage à produire de la documentation dans la mesure des possibilités en termes de finances et de personnel. Dans la mesure du possible, les membres sont encouragés à proposer des publications et des informations aux populations avec lesquelles nous travaillons dans les langues et dialectes locaux.

11. Porte-parole

C'est au secrétaire général de l'Alliance que revient la responsabilité de parler au nom de l'Alliance; il est le principal porte-parole d'ACT. En outre, des experts triés sur le volet au sein de l'Alliance, ainsi que des membres du personnel sur le terrain, peuvent parler au nom d'ACT si le Secrétariat l'a préalablement autorisé. Le Secrétaire général peut déléguer la responsabilité de porte-parole pour certaines questions ou urgences. Toute déclaration faite au nom d'ACT doit être approuvée par le secrétaire général ou son adjoint. Cela étant, les membres du Secrétariat d'ACT ou des organisations membres peuvent exprimer leur opinion sur des questions précises relatives au développement ou à l'action humanitaire. Si leur opinion est susceptible de différer de celle d'ACT, un avertissement doit préciser que les opinions exprimées ne sont pas nécessairement celles d'ACT.⁴

12. Autorisation

Le secrétaire général, le responsable de programme adéquat ou le président du forum donne l'autorisation finale pour les documents controversés. Les membres d'ACT doivent pratiquer le co-marquage dans les communiqués de presse et signaler toute déclaration pouvant différer de la position des autres membres du forum ou de l'Alliance au Secrétariat, qui la commentera et/ou l'approuvera. Tout individu partie au processus d'autorisation commente et intervient dès que possible de manière à ne pas nuire à l'actualité de la communication.

13. Médias sociaux et Internet⁵

ACT dispose de deux médias sociaux en croissance constante – Twitter et Facebook – sur lesquels elle publie de plus en plus régulièrement des liens vers des articles de notre site web, des articles de membres et d'autres articles et rapports intéressants. Les directives suivantes s'appliquent à l'utilisation des médias sociaux mais ce sont la stratégie d'ACT en matière de médias sociaux et les règlements d'ACT qui priment:

- Les publications et messages courts («tweets») doivent se conformer aux normes et aux codes d'éthique d'ACT.
- Si en s'exposant au public vaste et hétérogène des médias sociaux, ACT se place dans une situation où elle risque de recevoir des critiques, les commentaires négatifs ne doivent pas être retirés des pages des médias sociaux, pour autant qu'ils ne soient ni offensants, ni discriminatoires, ni diffamatoires et qu'ils n'atteignent pas aux droits d'autrui. ACT doit réagir rapidement aux commentaires négatifs.
- Bien que les contributions ne doivent pas se limiter à une personne, la modération des sites est du ressort du rédacteur web.
- Aucun individu ne peut prétendre publier pour le compte d'ACT s'il n'a pas reçu l'aval du Secrétariat d'ACT.

⁴ Document de fondation de l'Alliance ACT, approuvé par le Comité exécutif commun, février 2009

⁵ Au moment de l'élaboration de la présente politique (2012), la présence d'ACT sur les médias sociaux était en cours de développement. Dans un avenir proche, des stratégies, directives et/ou politiques connexes seront mises au point

- Seuls les employés du Secrétariat ou les personnes désignées officiellement peuvent publier sur les sites d'ACT.
- ACT met à la disposition du personnel des directives sur le protocole pour publier des informations concernant ACT sur leur site personnel, afin que ces publications demeurent en adéquation avec les codes de conduite d'ACT.
- Toute communication officielle en ligne d'ACT doit être écrite ou marquée de telle manière qu'ACT soit en bonne place dans les résultats des moteurs de recherche.

ACT n'encourage pas ses forums à mettre en place leur propre site web. Néanmoins, les forums qui disposent de leur propre site web doivent adhérer à la politique de co-marquage et informer les visiteurs que le contenu du site ne représente pas nécessairement la politique d'ACT et qu'il ne peut pas être surveillé par le Secrétariat d'ACT. De plus, un lien vers le site web d'ACT doit figurer sur les sites des forums. Le Secrétariat n'est pas en mesure de financer ces sites.

14. Représentations visuelles *(Le contenu ci-dessous, en particulier pour ce qui concerne l'autorisation écrite, est largement inspiré de l'Alliance œcuménique «agir ensemble» en matière de photographie)*

En prenant des photos et en les utilisant, ACT s'engage à respecter la dignité des personnes et des populations représentées, comme l'indique le Code de conduite de la Croix-Rouge. ACT encourage les membres à soumettre des images porteuses d'espoir; cependant, ACT reconnaît que les photos doivent être conformes à la réalité sans nécessairement véhiculer le désespoir ou la souffrance, à moins que la situation soit désespérée. ACT privilégie les images qui reflètent le travail des membres et qui montrent le personnel des membres d'ACT et les populations locales en action, ainsi que les images où figure le logo d'ACT. ACT ne tire aucun avantage pécuniaire ni matériel de ses photos, vidéos ou articles. Pour toutes les photos, ACT et ses membres doivent faire mention de la source selon le format suivant: ACT/nom du membre/photographe.

Consentement éclairé et implicite

Les photographes ou journalistes travaillant pour le compte d'ACT doivent s'efforcer d'obtenir le consentement éclairé des sujets qu'ils prennent en photo, c'est-à-dire qu'ils doivent se faire connaître et veiller à ce que les sujets aient globalement saisi quelle est la finalité de la photographie avant que la photo soit prise. ACT considère qu'il est impossible d'insister pour obtenir un consentement éclairé dans tous les cas. Le sujet doit comprendre que son histoire et/ou sa photo peuvent être portées à la connaissance et à la vue d'autres personnes vivant loin de la communauté ou de la manifestation, par l'intermédiaire de publications et de l'Internet. Le consentement éclairé établit la confiance et la bonne entente et permet d'éviter de causer du tort, de nuire aux réputations, d'envahir l'intimité des gens et d'entraîner des accusations de diffamation et de violation du droit d'auteur. La personne doit exprimer verbalement son consentement et disposer des facultés mentales nécessaires pour offrir son consentement.

Dans certaines circonstances, il n'est pas possible d'obtenir un consentement éclairé. Si le photographe indique qu'il est sur le point de prendre une photo et que le sujet ne formule aucune objection, le sujet donne son consentement implicite pour être photographié. Pour les photos qui sont prises de manière spontanée ou inattendue, comme dans le cas de gens fuyant une urgence ou lorsque la photo est prise à distance, on peut ne pas tenir compte de l'impératif d'obtenir un consentement éclairé s'il est déraisonnablement compliqué de l'obtenir, mais il convient de tenir compte des principes fondamentaux de la dignité.

Dans certains autres cas, le consentement éclairé n'est pas requis: photos du Comité directeur d'ACT, des groupes consultatifs ou membres du personnel, de personnalités publiques en public, de foules en public ou de participants à des campagnes ou programmes publics. Il n'est pas nécessaire d'obtenir une permission de la part des personnes qui ne sont pas reconnaissables ou qui ne sont pas identifiées, ni de

la part des enfants et adultes qui ne remplissent pas les critères énoncés ci-dessous dans la section «Autorisation écrite».

Autorisation écrite

ACT s'efforce d'obtenir une permission écrite – ou la permission orale des personnes qui ne sont pas en mesure de lire ou d'écrire – dans le cas d'un reportage exhaustif lorsque:

1. Le visage ou le nom de l'individu est identifiable visuellement sur la photo ET
2. ACT a l'intention de décrire la situation personnellement sensible de l'individu dans un article ou une légende de photo ET
3. L'individu représenté sur la photo est un enfant, une personne traumatisée ou stigmatisée ou vivant avec le VIH et/ou une personne qui sera identifiée comme étant liée à un comportement sanitaire sensible (victime d'un trafic sexuel, consommateur d'alcool ou de drogues, orientation sexuelle, etc.) et/ou est lié – en tant que bourreau ou victime – à un comportement pénalement répréhensible (violences sexuelles ou physiques, par exemple).

Ces conditions s'appliquent autant aux enfants (âgés de moins de 18 ans) qu'aux adultes. L'identité d'un enfant qui est victime de violences sexuelles ou physiques ne doit pas être divulguée. Dans les cas où un adulte est identifiable visuellement et qu'il peut être associé à des informations personnelles sensibles, une décharge doit être signée par l'individu en question. Les clichés d'enfants pris en portrait ou individuellement nécessitent l'autorisation des parents ou tuteurs.

Utilisation de photographies provenant d'autres sources

Quand des photos sont mises à la disposition d'ACT par ses membres ou leurs partenaires, ACT suit toutes les restrictions s'appliquant à ces photographies, y compris les restrictions concernant leur utilisation, la mention de la source et la possibilité de les partager avec d'autres membres et le public. La responsabilité de l'obtention du consentement éclairé et de l'établissement des restrictions à l'utilisation de la photographie incombe au détenteur du droit d'auteur.

Droit d'auteur des photographies *(N.B.: cette section sera revue par un juriste suisse avant sa mise au point définitive)*

Le détenteur du droit d'auteur d'une photo est le photographe indépendant et non pas ACT. Le personnel d'ACT n'est pas autorisé à vendre des photos prises dans le cadre d'un mandat confié par ACT; ACT est le détenteur de toute propriété intellectuelle créée par un employé d'ACT. Les droits d'auteur découlant de travaux exécutés par les membres du personnel dans l'accomplissement de leurs fonctions appartiennent à ACT, sauf dispositions particulières. Il est possible de stipuler par contrat avec les photographes externes que les photos deviennent la propriété de l'organisation. Les photographes ont aussi la possibilité de céder les images sous licence à ACT pour une période fixe ou un usage déterminé, ou sous licence perpétuelle sans restrictions, si les deux parties en conviennent. En certaines occasions, ACT peut exiger une licence exclusive dans le cadre de son contrat ou offrir des conditions plus flexibles aux photographes qui souhaitent publier ou vendre les images ailleurs ou après une période déterminée.

Toutes les photos commandées par ACT peuvent être utilisées librement par les membres pour des campagnes, des publications et des initiatives médiatiques, pour autant qu'il n'y ait aucun but lucratif et qu'il soit dûment fait mention d'ACT. La jouissance des droits commerciaux d'une photo revient au photographe, en sa qualité de détenteur du droit d'auteur sur la photographie. Si toutefois le travail a été réalisé dans le cadre d'un contrat d'œuvre sur commande, le photographe transfère les droits d'auteur à l'agence qui l'a rémunéré.

ACT doit s'assurer d'être autorisé par la loi à publier les images qu'il charge sur son site web, son profil Facebook et son compte Flickr, entre autres, en particulier celles qu'il reçoit d'organisations membres. ACT doit s'assurer d'avoir le droit de distribuer des images à d'autres membres, qui peuvent alors partager les images en question avec d'autres acteurs externes, comme des réseaux nationaux d'ONG et la presse.

ACT doit encourager ses membres à inclure l'Alliance ACT dans leurs contrats de licence signés avec des employés ou des photographes externes, ou adopter une politique en matière de photographie pour l'Alliance et/ou amender la Convention d'affiliation d'ACT de telle manière que celle-ci stipule que les membres ont pour responsabilité de ne partager que les photos légales et sous licence avec le Secrétariat d'ACT. ACT doit noter scrupuleusement dans la MediaBank les conditions qui s'appliquent à chaque photo. Par exemple, si un photographe accorde à ACT tous les droits sur une série d'images mais pas aux médias, ni ACT, ni ses membres ne sont autorisés à distribuer ces images aux médias.

Partage des représentations visuelles

Toutes les photos accessibles dans les galeries d'ACT et dans les articles publiés sur le site web d'ACT peuvent être utilisées par l'ensemble des membres. Les photos peuvent être utilisées par d'autres organisations à des fins humanitaires et être transmises aux agences de presse pour autant que leur distribution soit libre. Les photos doivent toujours être assorties de la mention de leur auteur. Les organisations qui ne font pas partie d'ACT mais qui soutiennent les appels d'ACT peuvent utiliser les photos et documents audiovisuels d'ACT à la condition qu'il soit fait mention d'ACT, du membre d'ACT et de l'auteur de la photo ou du document, que la légende soit correctement formulée et que l'image soit utilisée dans l'esprit qui était le sien à l'origine. L'image ne peut être utilisée qu'en lien avec la mobilisation de fonds ou la promotion de l'appel d'ACT en question, ou pour toute autre raison que le Secrétariat juge opportune.

15. Droit d'auteur

L'ensemble des informations et de la documentation publiées sur le site web de l'Alliance ACT relève du droit d'auteur de l'Alliance ACT et d'autres individus ou entités liés à l'Alliance ACT. L'Alliance ACT décline toute responsabilité en ce qui concerne la teneur ou les informations des sites internet qui sont mis en lien sur son site et elle n'exerce aucun contrôle éditorial ou autre sur ces autres sites. L'Alliance ACT n'affirme et ne garantit aucunement, ni expressément, ni implicitement, l'exhaustivité et l'exactitude des informations qu'elle met à disposition. Le demandeur utilise l'information mise à disposition par l'Alliance ACT comme il l'entend. L'Alliance ACT décline toute responsabilité en cas de préjudice découlant directement ou indirectement de l'utilisation des informations. Il est à noter qu'une politique sur la propriété intellectuelle / politique du droit d'auteur sera mise au point dans les plus brefs délais. ACT s'attribue la propriété intellectuelle de tout travail commandé à l'extérieur; ACT se réserve le droit de ne pas mentionner l'auteur.

16. L'engagement d'ACT auprès des populations locales

Les gens avec lesquels les membres d'ACT travaillent le plus étroitement sont les gens que nous nous efforçons d'aider au sein des populations locales. De ce fait, ces populations constituent un public à part entière qui nécessite une communication ciblée. Les populations doivent être bien informées des prestations et prestataires de service, des motivations et des objectifs de l'opération et de la manière de communiquer avec les organisations membres d'ACT.

La Convention d'affiliation d'ACT et le Code de bonne pratique d'ACT engagent les membres d'ACT à veiller à ce que les parties prenantes d'ACT aient accès à des informations pertinentes et claires en temps voulu sur l'organisation et ses activités. Par ailleurs, ils favorisent l'accès aux informations portant

sur le budget des projets, les sources de financement, les mécanismes de réaction ou de plainte auxquels le public peut avoir recours, et les possibilités de participation au travail de développement et d'intervention humanitaire des membres d'ACT. En adhérant aux politiques d'ACT, les membres s'engagent à les appliquer.

Les membres d'ACT sont encouragés à mettre ces informations à disposition dans des langues et sur des supports accessibles aux personnes avec lesquelles ils travaillent. Les membres sont en outre encouragés à veiller à ce que leurs partenaires locaux et nationaux mettent en place des mécanismes similaires de partage de l'information au niveau des projets et des programmes.

Il est préférable que les auteurs des articles et rapports portant sur les gens que nous nous efforçons d'aider soient des membres de ces populations elles-mêmes et parlent de choses qui se rapportent à leur propre expérience. Pour ces personnes, c'est aussi une possibilité de nous faire savoir comment nous pouvons améliorer notre travail. La communication d'ACT s'attache particulièrement à mettre en avant les opinions du personnel des organisations membres de pays du Sud, ainsi que des dirigeants et des autres membres des populations locales qu'elles représentent, avec leur consentement éclairé, dans les communications portant sur les questions affectant directement ces personnes. On préférera cette méthode à l'intervention d'experts, à moins que les personnes faisant autorité au niveau local ne soient pas disponibles.

En raison de la singularité du mécanisme de financement des interventions d'urgence, qui est géré par le Secrétariat d'ACT, celui-ci a pour tâche spécifique de veiller à la communication auprès des populations touchées par les crises. La section suivante décrit le processus auquel les membres utilisant les appels d'ACT doivent adhérer. Ces informations s'appliquent aux membres qui apportent leur aide aux populations dans les domaines du développement et de la défense de causes mais elles revêtent une importance particulière pour les membres qui participent aux appels d'ACT.

ACT s'engage à fournir aux populations touchées par une crise des informations utiles et claires sur le travail mené par ACT et ses membres, sur l'appui sur lequel elles peuvent compter lors d'une intervention de membres d'ACT, ainsi que sur l'objectif et la motivation des membres qui fournissent ce service. Il est essentiel de fournir des informations précises, actuelles et compréhensibles sur ACT et son travail, en particulier sur les appels d'urgence qu'elle met en œuvre, notamment les informations concernant la distribution de biens et services, les objectifs et plans de l'organisation chargée de la mise en œuvre, les critères de sélection, le processus de mise en œuvre, les codes de conduite, et la méthode et les lieux prévus pour présenter une réclamation et/ou faire part d'une préoccupation. En partageant l'information et en faisant participer les populations touchées par la crise, ACT peut collaborer avec les populations pour assurer une distribution équitable, maîtriser les attentes des populations, rassurer les populations et éviter les malentendus. On peut atténuer les attitudes négatives à l'égard des acteurs humanitaires en faisant en sorte d'aider la population du pays ou de la région affectés à comprendre pourquoi et de quelle manière l'aide humanitaire est mise à disposition.

Cette politique va de pair avec l'obligation faite aux membres de recourir au co-marquage. Le co-marquage est un moyen essentiel pour faire connaître aux populations touchées par une crise la présence d'ACT et ses efforts d'aide suite à une catastrophe. Les membres d'ACT sont tenus de pratiquer le co-marquage avec leur logo de façon constante et visible, afin que les personnes que nous nous efforçons d'aider sachent qui nous sommes et à qui elles sont en droit de demander des comptes.

Information

Le document sur le mécanisme d'urgence d'ACT précise dans quelle mesure les membres doivent informer les populations touchées par une crise sur le rôle que joue ACT dans leur réhabilitation. Ce qu'il est attendu des membres est également décrit dans l'appel. En toutes circonstances, des informations complètes sont communiquées aux populations, sauf dans les cas où la sécurité d'un membre du personnel ou de la communauté est menacée, ou quand le programme risque d'être

compromis ou menacé si tout ou partie de l'information est divulguée. La décision doit être prise par le forum et non unilatéralement par un membre seul. La Politique de l'Alliance ACT en matière de divulgation publique des informations précise dans quelle mesure l'information doit être accessible et divulguée.

L'agence d'ACT en charge alerte directement les populations touchées par une crise au sujet des informations suivantes, ou les informations sont mises à disposition par l'intermédiaire de l'agence en charge ou les responsables de la communauté:

- Informations sur ACT, y compris ses coordonnées, ses membres intervenant dans l'urgence en question, ses partenaires, les rôles et responsabilités du personnel.
- Le Cadre de qualité et de redevabilité d'ACT, comprenant le Code de bonne pratique et le Code de conduite pour la prévention de l'exploitation et des abus sexuels, de la fraude et de la corruption, et de l'abus de pouvoir
- La Politique générale d'ACT en matière de plaintes
- L'appel d'ACT portant sur l'urgence en question, le budget, les donateurs, les évaluations et les rapports intermédiaires
- Les objectifs de la distribution et le délai de distribution
- Le plan de distribution, le coût des biens à l'unité, les fournisseurs de biens
- Les critères retenus pour décider où et quand l'information est divulguée
- Les critères de sélection des personnes touchées par la crise, les conditions requises, les dispositions et droits d'admissibilité.
- La méthode et le lieu pour présenter une réclamation portant sur la distribution de biens ou d'autres aspects de l'appel d'ACT
- La façon dont la population contribue à fixer les objectifs de distribution, par exemple, si du riz doit être distribué, la population devrait déterminer quel type de riz doit être fourni.

Suivi

Des visites de suivi régulières de la part des membres d'ACT et, le cas échéant, d'évaluateurs indépendants permettront de vérifier que l'information est bien diffusée, que les populations locales comprennent l'information et qu'elles confirment l'appui fourni. Des entretiens avec des responsables, des membres de la communauté et des personnes parmi les plus vulnérables constitueront le principal moyen pour vérifier que les distributions ont été réalisées équitablement, en temps voulu et en quantités suffisantes. Des instructions sur la manière d'effectuer le suivi sont fournies dans le manuel intitulé Planification, suivi & évaluation.⁶

Canaux d'information

Les rapports par pays préexistants fourniront à ACT les données de base sur les canaux d'information les plus utilisés et sur les sources d'information les plus fiables et dignes de confiance. Il peut s'agir des stations de radio et de télévision, de la presse écrite, des systèmes de diffusion par SMS, des sites internet, des réseaux sociaux, des affiches, prospectus, panneaux d'affichage et autres documents imprimés, de la diffusion par haut-parleur, ainsi que des réunions avec des responsables communautaires, les autorités locales et les groupes vulnérables. L'évaluation des besoins, effectuée immédiatement après une urgence, comprend les canaux d'information les plus utilisés, sûrs, efficaces et dignes de confiance. Une part importante de la population doit avoir accès aux principaux moyens de communication employés dans la campagne d'éducation. Une attention particulière doit être accordée aux canaux d'information utilisés par les groupes vulnérables. ACT encourage le personnel des organisations membres à renforcer sa capacité à communiquer auprès des populations touchées par une crise.

⁶ Planification, suivi & évaluation – Manuel, approuvé par le Comité directeur, mai 2012

Identification du personnel

Les employés des organisations de mise en œuvre d'ACT sont munis d'un badge et d'une carte d'identité individuels co-marqués; ils se présentent en tant que représentants de l'organisation membre et d'ACT et portent des accessoires vestimentaires co-marqués, si ceux-ci sont disponibles.

Traduction : service linguistique, COE