



L'IMPORTANCE DES RP AU-DELÀ DES FRONTIÈRES EN TEMPS DE CRISE

Écrit par Lea D. Nguyen

Des chevronnés en relations publiques et de la communication offrent de leur temps au-delà des frontières pour aller en mission au Honduras, en Colombie, au Pérou, en Indonésie, et surtout en Afrique — comme au Mali, au Burkina Faso et au Cameroun. Avec la prémisse de venir en aide à des organismes partenaires qui œuvrent auprès de populations aux prises avec des défis de développement, l'organisme **Relations publiques sans frontières (RPSF)** renforce leurs compétences en matière de relations publiques depuis 2007. Tandis que la crise sanitaire que nous connaissons s'étendait de territoire en territoire, le mandat de l'organisme se voyait compromettre dès la mi-mars.

Les RP, un levier de progrès social économique

Plus grande ville de la Côte d'Ivoire, Abidjan la moderne compte près de 5 millions d'habitants et 21 % de la population du pays y réside. À l'opposé, plusieurs communautés rurales n'ont pas accès à de l'eau potable, manquent d'infrastructures hospitalières et peuvent difficilement appliquer les mesures de distanciation physique : de sorte que, lorsqu'une pandémie frappe, il est plus pénible de s'en sortir.

« Dans ces conditions, la seule façon de pouvoir diminuer l'impact d'une pandémie est la communication et la sensibilisation », souligne **Antoine Landry**, consultant en relations publiques à l'ÉTS et bénévole pour RPSF.

« C'est crucial, opine **Dominique Dionne**, présidente de RPSF. Dans n'importe quelle crise, l'aspect relations publiques est un levier de progrès social économique. » Alors que plusieurs pays en Afrique fermaient leurs frontières, l'OSBL a rapatrié ses chefs de mission au Québec. Comment RPSF pouvait-elle désormais poursuivre sa mission et aider les nombreux pays manifestant de sérieux enjeux communicationnels en lien à la gestion de cette pandémie? « On voyait que l'**Organisation mondiale de la Santé** traduisait l'importance stratégique et très critique de la communication pour se sortir d'une crise sanitaire. On l'a vécu au Québec avec les multiples messages des paliers gouvernementaux — la communication est essentielle. On a donc eu l'idée de faire du cybermentorat pour continuer à aider nos organismes partenaires », révèle **Dominique**.

À noter qu'à la fin de 2019, l'orga-

nisme venait à peine d'implanter son nouveau programme de cybermentorat.

Du cybermentorat à défaut d'être sur le terrain

RPSF n'a pas tardé à approcher une quinzaine de professionnels de relations publiques pour venir en aide aux organismes de santé publique sur le continent africain. Une fois les bénévoles trouvés grâce aux réseaux sociaux et à « une communauté de relationnistes tissée serrée », il a fallu les encadrer. S'il faut former les chefs de missions sur le terrain, il est tout aussi impératif de les préparer pour une mission à distance. « Même virtuellement, il faut comprendre la structure de ces pays, leurs façons de fonctionner et leurs façons de communiquer », spécifie **Dominique**.

En moins de 48 heures, les équipes jumelées étaient fin prêtes à accompagner les organismes de santé publique en Afrique via *WhatsApp*, outil de prédilection des organismes partenaires. En temps normal, un seul chef de mission suffit sur le terrain. « À distance, ça ne suffit plus, mentionne la présidente de RPSF. Il a donc fallu faire des jumelages, car le besoin d'accompagnement est constant. C'est du 24 heures sur 24. »

« On ne fait pas le travail pour eux, insiste-t-elle. On aide à développer leurs capacités pour qu'ils soient autonomes en les guidant. »

Au total, depuis la mi-mars, 11 missions ont été mises sur pied. Les chefs de missions de RPSF ne font pas que de simples relations publiques à distance. Ils aident notamment à démontrer l'importance



Dominique Dionne
Présidente de RPSF



Geneviève Bédard
Université de Montréal



Antoine Landry
Consultant en relations publiques à l'ÉTS

de la communication dans la gestion des opérations sanitaires, ils aident à créer des modèles de journaux de bord, ils offrent leur appui dans les campagnes d'intérêt public pour des populations analphabètes regroupant de nombreux dialectes et ils offrent également leur appui dans les campagnes d'intérêt public destinées aux médias sociaux.

Prêter main-forte en temps de pandémie

Comme les personnes aux prises avec un système immunodéprimé sont plus à risque aux infections ►►



respiratoires liées au coronavirus, le gouvernement ivoirien a sollicité l'organisme **Action Cœur et Poumons** afin de communiquer davantage à la population en raison de la pandémie. En temps normal, cet organisme de la Côte d'Ivoire fait essentiellement de la sensibilisation et du dépistage de maladies chroniques liées au cœur et aux poumons.

Antoine Landry, qui a siégé 6 ans au CA de **RPSF**, n'a pas hésité à prendre part à une mission. Jumelé avec **Christiane Beaulieu**, chez **TACT**, le duo a prêté main-forte à l'organisme afin de bâtir un plan de communication.

« En communication, on dit qu'il faut faire de la recherche et de l'analyse avant de proposer des actions de communication, fait remarquer **Antoine**. C'est là qu'on voit réellement où ça prend tout son sens. Faire des brochures, alors que les gens sont en grande partie illettrés en région et que le taux d'analphabétisme est de 56 %, ça n'a pas de sens. Il faut que ce soit de la communication visuelle et verbale. »

Geneviève Bédard, de l'**Université Laval**, jumelée au moment de la pandémie avec **Catherine Lecavalier**, consultante à Londres, travaillait déjà avec l'organisme **Centre féminin pour la démocratie et les droits humains de Côte d'Ivoire (CEFCI)** depuis la fin de l'automne dernier. Alors responsable d'accompagner le **CEFCI** dans la mise en œuvre d'une mobilisation citoyenne afin de se rendre aux urnes en vue des élections présidentielles prévues à l'automne prochain, **Geneviève** nous indique qu'ils évaluaient surtout les risques qui pouvaient survenir, comme une catastrophe naturelle, un soulèvement populaire, des tumultes. Tout, sauf une crise sanitaire comme celle du coronavirus !

« Jamais on n'avait pensé à une crise sanitaire comme celle que nous vivons. La pandémie a repoussé notre mandat initial et a fait ressurgir d'autres besoins. »

Geneviève estime que le travail effectué avant et pendant la crise de la COVID a été bénéfique. « L'ob-

jectif est toujours le renforcement des capacités du partenaire parce que la prochaine fois que l'organisme aura un plan de communication à faire ou une crise à gérer, il aura les outils pour le faire, sans notre apport à nous. »

Petit organisme avec peu de moyens, **RPSF** finance ses missions grâce à deux activités-bénéfices annuelles. « Les seules activités pour nous financer sont un grand déjeuner où on invite la communauté des affaires et un cocktail à l'automne. Cette année, on ne peut faire ni l'un ni l'autre », se désole **Dominique**. Elle espère toutefois pouvoir poursuivre les missions autant sur le terrain et à distance une fois la relance entamée.

À ce jour, **RPSF** estime que son programme de cybermentorat est un réel succès et espère continuer à contribuer à l'amélioration des conditions de vie des populations et au développement autonome des organisations par les actions de communication et de relations publiques. ▲