

# STRATÉGIE CES

Stratégie de  
communication et  
d'engagements  
stratégiques





**SCOUTS**<sup>®</sup>  
Créer un Monde Meilleur

  World Scout Bureau Inc.  
Communication  
Juillet 2017

Bureau Mondial du Scoutisme  
Centre de Soutien Global  
Kuala Lumpur

Suite 3, Level 17  
Menara Sentral Vista  
150 Jalan Sultan Abdul Samad  
Brickfields  
50470 Kuala Lumpur, MALAYSIA

Tel.: + 60 3 2276 9000  
Fax: + 60 3 2276 9089

worldbureau@scout.org  
scout.org

Reproduction autoris e aux  
Organisations scouts nationales  
et Associations membres  
de l'Organisation Mondiale du  
Mouvement Scout.  
La source devra être cit e.

Stratégie de  
communication et  
d'engagements  
stratégiques



# SOMMAIRE

|   |    |
|---|----|
| SYNTHÈSE  | 6  |
| INTRODUCTION  | 10 |
| A. OBJECTIF DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION<br>ET D'ENGAGEMENTS STRATÉGIQUES DE L'OMMS             | 11 |
| B. OBJECTIFS DE LA MISSION DE L'OMMS CONCERNANT<br>LA COMMUNICATION ET LES ENGAGEMENTS STRATÉGIQUES | 12 |
| C. PROFIL ET MARQUE DU SCOUTISME MONDIAL  | 14 |
| D. ZONES D'ACTION   | 16 |
| COMMUNICATIONS INTERNES   | 16 |
| COMMUNICATIONS EXTERNES   | 17 |
| ENGAGEMENTS STRATÉGIQUES  | 19 |
| E. PARTIES PRENANTES CLÉS DE LA STRATÉGIE CES DE L'OMMS   | 21 |
| F. MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE CES DE L'OMMS  | 23 |
| PRINCIPES DE FONCTIONNEMENT   | 23 |
| RÔLES ET RESPONSABILITÉS  | 24 |
| G. IMPLICATIONS DE LA STRATÉGIE CES DE L'OMMS POUR LES OSN  | 26 |
| H. DURÉE, ÉVALUATION ET EXAMEN DE LA STRATÉGIE CES DE L'OMMS  | 27 |

## SYNTHESE

L'objectif de la Stratégie de communication et d'engagements stratégiques (Stratégie CES) de l'OMMS est d'appuyer la réalisation de la Stratégie pour le Scoutisme, y compris Vision 2023. **Par conséquent, les activités de communication et d'engagements stratégiques (CES) de l'OMMS sont axées sur la construction de la reconnaissance et de la marque du Scoutisme en tant que mouvement mondial, plutôt qu'en tant qu'organisation.**

La stratégie fournit un cadre cohérent pour l'Organisation mondiale, y compris aux niveaux mondial et régional, ainsi que pour les Organisations scouts nationales, en termes d'objectifs, de marque et des messages principaux. **Pour faciliter la lecture, tout au long du document, le terme « OMMS » sera utilisé pour désigner les organes de l'OMMS aux niveaux régional et mondial<sup>1</sup>, et le terme « OSN » sera utilisé pour désigner les Organisations scouts nationales.** Pour commencer, l'OMMS assurera une approche cohérente, claire et uniforme de la marque du Scoutisme mondial et du soutien apporté aux OSN.

Le message central de la marque du Scoutisme est **l'éducation non formelle des jeunes à la citoyenneté active**, dénommée « Éducation à la vie », qui soutient l'objectif n° 4 des Objectifs de développement durable. Toutes les communications, indépendamment du sujet, devraient revenir à cet objectif central afin de toujours soutenir la marque du Scoutisme. Des images évoquant la jeunesse et des jeunes représentants doivent notamment être utilisées autant que possible afin de maintenir une image du Scoutisme centrée sur les jeunes.

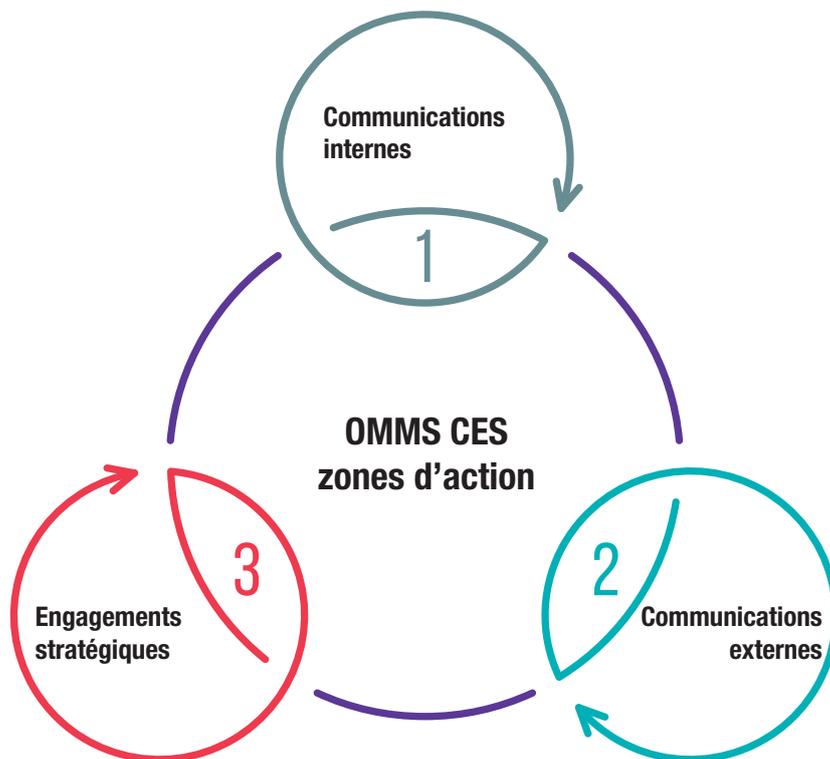
Les **objectifs généraux** de la Stratégie CES sont **d'informer et d'inspirer toutes les parties prenantes de l'OMMS** pour :

- Reconnaître la valeur et la pertinence du Scoutisme ;
- Parler positivement et avec justesse du Scoutisme ;
- Travailler en partenariats qui les avantagent mutuellement pour :
  - Soutenir le Scoutisme (en offrant du temps, des financements, des ressources pédagogiques, un soutien politique ou d'autres ressources) ;
  - Créer un changement social positif en accord avec la Mission du Scoutisme.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> La répartition exacte des responsabilités, des méthodes de travail et des communications au sein de l'OMMS, à l'échelle mondiale et régionale, est définie dans d'autres documents sur les opérations.

<sup>2</sup> La Mission du Scoutisme est 'en partant de valeurs énoncées dans la Promesse et la Loi scouts, de contribuer à l'éducation des jeunes afin de participer à la construction d'un monde meilleur peuplé de personnes épanouies, prêtes à jouer un rôle constructif dans la société'.



La Stratégie CES de l'OMMS œuvre dans trois secteurs : la communication interne, la communication externe et les engagements stratégiques, qui sont tout aussi importants les uns que les autres. Ces derniers sont liés par une marque et un profil communs pour le Scoutisme mondial, tels que décrits dans la Stratégie CES, mais peuvent être opérationnellement exécutés séparément, selon les besoins. L'approche opérationnelle de chaque domaine peut se résumer comme suit :

- **Communications internes** : Les OSN sont les parties prenantes prioritaires. La grande majorité des efforts et des ressources de l'OMMS dans ce domaine vise essentiellement à faciliter un dialogue mondial actif avec et entre les OSN à travers un réseau mondial de communication. L'OMMS fournira une plateforme pour les Scouts afin qu'ils puissent s'impliquer et partager les bonnes pratiques avec les autres ; toutefois, la communication avec les membres dépend essentiellement des OSN ;
- **Communications externes** : la majorité des efforts et des ressources de l'OMMS (au niveau mondial et régional) seront axés sur le soutien aux OSN afin qu'elles puissent travailler avec les organes de presse appropriés (presse écrite/diffusion locale, réseaux sociaux, etc.) afin d'atteindre le grand public dans cette zone géographique. La Stratégie CES de l'OMMS consistera à promouvoir les histoires de l'OSN et des partenaires pour soutenir ce processus mais, en général, elle s'efforcera de collaborer avec les médias directement de façon très ciblée ;
- **Engagements stratégiques** : le but principal des activités d'engagements stratégiques de l'OMMS est d'identifier, de développer et de maintenir des partenariats régionaux et mondiaux, ainsi que des relations avec les principaux organismes internationaux susceptibles de soutenir la Mission et la Stratégie pour le Scoutisme, que ce soit au niveau international ou en permettant aux OSN de collaborer avec les partenaires à l'échelle nationale.

**En résumé, l'objectif principal de la Stratégie CES de l'OMMS consiste à positionner le Scoutisme en tant que principal mouvement éducatif de jeunes en soutenant les OSN et en mettant en place des partenariats stratégiques afin de faire progresser les objectifs du mouvement.**

Les principales implications pour les OSN de la Stratégie CES sont :

- Avantages
  - Un accès plus simple et rapide à l'information interne, la capacité à engager le dialogue avec l'OMMS et les autres OSN de manière plus régulière ;
  - Un soutien direct pour améliorer les activités de relations avec les médias locaux et la promotion du Scoutisme, en mettant l'accent sur l'amplification de l'impact à l'échelle nationale ;
  - Un soutien supplémentaire provenant des relations établies entre les partenaires stratégiques et l'OMMS.
  
- Implications
  - S'aligner sur la Stratégie CES de l'OMMS et ses objectifs, y compris les messages clés, le ton et le style visuel ;<sup>3</sup>
  - Adopter notamment l'objectif clé du positionnement du Scoutisme en tant qu'éducation non formelle des jeunes pour une citoyenneté active ;
  - Travailler en partenariat avec l'OMMS sur les engagements stratégiques afin de maximiser leur impact ;
  - Désigner un(des) contact(s), notamment le(la) responsable de communication dans l'OSN, pour rejoindre le Réseau Mondial de Communication de l'OMMS et être la(les) personne(s) avec laquelle(lesquelles) l'OMMS peut communiquer concernant la Stratégie CES.

---

<sup>3</sup> Pour les directives opérationnelles concernant l'image de marque, notamment les slogans, veuillez consulter les directives détaillées de la marque de l'OMMS.

# INTRODUCTION

En août 2014, la 40e Conférence Mondiale du Scoutisme a approuvé la mise à jour de la Stratégie pour le Scoutisme, incluant la Vision 2023, comme la Stratégie et la Vision pour l'OMMS, jusqu'en 2023, avec la communication et les engagements stratégiques (CES)<sup>4</sup> désignés comme faisant partie des six priorités stratégiques. Suite à cela, le Comité Mondial du Scoutisme a jugé nécessaire de revoir l'approche de l'OMMS concernant la Stratégie CES afin de s'assurer que les objectifs, les activités et les messages de la Stratégie CES de l'OMMS sont parfaitement en adéquation pour soutenir la réalisation de la Vision.

Cette révision est une bonne occasion de revoir les activités et politiques CES au sein de l'OMMS. Par exemple, au cours des dernières années, les résolutions 2008-28, 2011-10 et 2014-14 ont appelé l'OMMS à reconsidérer son approche de plaidoyer, tandis que les résolutions 2011-12, 2011-13 et 2011-14 de la Conférence Mondiale du Scoutisme au Brésil ont souligné l'importance de renforcer les communications du Scoutisme mondial afin d'améliorer le profil du Scoutisme et d'explorer des méthodes novatrices.

La Stratégie CES de l'OMMS est un pas en avant dans la mise en œuvre de la priorité stratégique CES dans la Stratégie pour le Scoutisme (2023). Elle vise à fournir un cadre clair et cohérent pour le Scoutisme mondial (y compris les organes mondiaux et régionaux et les OSN de l'OMMS pour mener à bien leurs activités CES respectives. L'intention n'est pas d'imposer des instructions détaillées, mais de soutenir et d'aligner l'orientation générale de la Stratégie CES dans le Scoutisme mondial et, par conséquent, d'amplifier l'impact de tous les efforts collectifs. La priorité étant identifiée, l'attention et les ressources peuvent être axées sur ces priorités.

---

<sup>4</sup> Précédemment nommé 'Communication et relations extérieures'. Le changement de terminologie a été effectué pour mieux refléter l'esprit de la stratégie du point de vue du travail avec les partenaires de manière stratégique et qui soit mutuellement bénéfique.

## A. Objectif De La Stratégie De Communication Et D'engagements Stratégiques De L'OMMS

La Stratégie CES de l'OMMS vise à **appuyer la réalisation de la Stratégie pour le Scoutisme**, incluant la Vision 2023, en alignant les objectifs, les activités et les messages de la Stratégie CES de l'OMMS en conséquence. La Stratégie CES fournit un **cadre global pour les organes mondiaux et régionaux de l'OMMS ainsi que pour les OSN**, dans lequel ils vont pouvoir mener à bien leurs activités CES de manière cohérente (mais non identique) au sein de l'OMMS.

Le document de la stratégie apporte des précisions sur les priorités et les objectifs des activités CES de l'OMMS (mondiales et régionales). Il vise également à fournir un cadre pour les OSN sur les questions fondamentales, comme une marque, les principaux messages et les activités clés qui permettront de maximiser l'impact avec des ressources restreintes.

## B. Objectifs de la mission de l'OMMS concernant la communication et les engagements stratégiques

### La Vision 2023 stipule :

*« D'ici 2023, le Scoutisme sera le principal mouvement éducatif de jeunes dans le monde, permettant à 100 millions de jeunes de devenir des citoyens actifs capables d'apporter un changement positif au sein de leur communauté et dans le monde sur la base de valeurs partagées. »*

Cela a un impact sur la Stratégie CES de plusieurs façons :

- « principal mouvement éducatif de jeunes dans le monde » : pour construire la reconnaissance du Scoutisme au sein du grand public et des parties externes influentes en tant que principal mouvement éducatif de jeunes dans le monde permettant aux jeunes de participer de façon significative au processus de prise de décision ;
- « permettant à [...] des jeunes » : fournir des plateformes permettant aux jeunes de s'exprimer et de s'engager en tant que citoyens actifs, défendre l'importance de l'éducation non formelle et permettre aux jeunes d'être des citoyens actifs ;
- « valeurs partagées » : pour permettre une communication interne efficace faisant la promotion de valeurs partagées et de l'unité du mouvement scout ;
- « 100 millions » : soutenir la croissance du Scoutisme en promouvant de manière positive et avec justesse le Scoutisme, en appuyant les OSN et en leur permettant de faire de même ;
- « capables d'apporter un changement positif au sein de leur communauté » : avoir un impact social positif et contribuer à un développement durable est l'objectif ultime de toutes les activités de Scoutisme.

Par conséquent, l'**objectif général de la Stratégie CES de l'OMMS est d'informer et d'inspirer toutes les parties prenantes de l'OMMS** afin de

- Reconnaître la valeur et la pertinence du Scoutisme ;
- Parler positivement et avec justesse du Scoutisme ;
- Travailler en partenariats qui les avantagent mutuellement pour :
  - *Soutenir le Scoutisme (en offrant du temps, des financements, des ressources pédagogiques ou d'autres ressources) ;*
  - *Créer un impact social positif en accord avec la Mission du Scoutisme ;*

tout en mettant en place une communication interne efficace faisant la promotion de valeurs partagées et de l'unité du mouvement scout.

## C. Profil Et Marque Du Scoutisme Mondial

La Stratégie CES de l'OMMS est axée sur la construction de la reconnaissance et de la marque du Scoutisme en tant que mouvement mondial, plutôt qu'en tant qu'organisation. Le Scoutisme est axé sur **l'éducation non formelle des jeunes à la citoyenneté active** de façon à créer un monde meilleur, notamment en ce qui a trait à l'objectif n° 4 des Objectifs de développement durable. Le programme scout engage les jeunes dans une variété de questions sociales comme catalyseurs pour l'apprentissage et la promotion de la citoyenneté active. Les questions environnementales, le dialogue et l'éducation à la paix ainsi que le travail avec les réfugiés et les secours en cas de catastrophe sont des exemples actuels. Cependant, quelle que soit la méthode ou la question à l'étude, afin de renforcer le profil du Scoutisme de manière précise **toutes les communications devraient avoir un lien avec l'objectif essentiel du Scoutisme**, en d'autres termes, mettre en avant la mission éducative du Scoutisme dans le contexte du sujet dont il est question. En résumé, le Scoutisme devrait être principalement connu pour l'éducation non formelle des jeunes à la citoyenneté active, puis pour l'impact social créé par l'intermédiaire d'activités de Scoutisme.

Le tableau 1 résume la marque du Scoutisme mondial (remarque : le mot « marque » est ici utilisé pour décrire le profil global et le 'ressenti' du Scoutisme découlant d'activités de Scoutisme et de la manière dont le Scoutisme est dépeint par les membres individuels, les OSN et l'OMMS - il s'agit donc d'un concept beaucoup plus large que l'imagerie visuelle seule). La déclaration de la marque offre des conseils sur la promesse clé de la marque du Scoutisme, ainsi que le ton et le style des communications afin de toujours considérer le Scoutisme comme l'éducation non formelle des jeunes. En accord avec la mission éducative du Scoutisme, la déclaration de la marque est basée sur les principes clés du Programme des jeunes : accent sur la jeunesse, pédagogie ; développement d'une citoyenneté active, adaptation locale et unité mondiale ; mise à jour et pertinence ; ouverture à tous ; attrayant, stimulant et significatif. Elle n'offre pas de directives opérationnelles détaillées telles que des slogans ou des logos etc., car ces aspects relèvent de la responsabilité des OSN et des organes de l'OMMS en fonction des réalités locale et géographique.

## **TABLEAU 1 QUELLE EST LA MARQUE DU SCOUTISME ? COMMENT EN PARLONS-NOUS ET COMMENT LA MONTRONS-NOUS ?**

### **Ce que nous proposons à nos jeunes membres :**

Un programme d'éducation non formelle, basé sur des valeurs, qui leur permet de développer des compétences afin de devenir des citoyens actifs capables d'apporter un changement positif (impact social) au sein de leur communauté et dans le monde.



### **How?**

Cela est possible en utilisant la méthode scout qui aide les jeunes et leurs amis à s'engager dans une variété de possibilités d'apprentissage. Cela inclut, mais sans s'y limiter, l'engagement sur des questions choisies localement en fonction des besoins locaux et géographiques et selon les besoins des jeunes, p. ex. (liste établie sans aucun ordre particulier avec des exemples seulement)

- Éducation
- Emploi
- Autonomisation des jeunes
- Bénévolat
- Environnement/développement durable
- Paix et dialogue
- Préparation aux urgences/secours en cas de catastrophe
- Réfugiés
- Genre
- Leadership

### **Ton des mots écrits ou prononcés**

|             |             |
|-------------|-------------|
| Jeune       | Inspirant   |
| Stimulant   | Confiant    |
| Positif     | Intéressant |
| Authentique | Attentionné |

### **Style des images/vidéo**

Jeune  
 En plein air  
 Heureux  
 Varié (culture, genre, zone géographique, religion, etc.)  
 Dans l'action  
 Entrepreneurial  
 Collectif

## D. Zones D'action

La Stratégie CES de l'OMMS œuvre dans trois secteurs qui sont tout aussi importants les uns que les autres pour la réalisation des objectifs susmentionnés : les communications internes, les communications externes et les engagements stratégiques. Ces derniers sont liés par une marque et un profil communs pour le Scoutisme mondial, tels que décrits dans la Stratégie CES, mais peuvent être opérationnellement exécutés séparément, selon les besoins. Les sections ci-dessous récapitulent les objectifs détaillés, les principales parties prenantes et les facteurs de réussite clés respectifs.

### **Communications internes**

Les communications internes de l'OMMS comprennent toutes les activités de communication et interactions se produisant entre les parties prenantes au sein de l'OMMS. Les parties prenantes prioritaires de l'OMMS (mondiales et régionales) sont les OSN. La grande majorité des efforts et des ressources mondiaux et régionaux de l'OMMS dans ce domaine seront axés sur la facilitation du dialogue mondial actif avec et entre les OSN. L'OMMS fournira une plateforme pour chaque scout et bénévole adulte afin qu'il s'engage et partage les bonnes pratiques, mais cela sera considéré moins prioritaire.

*Objectifs des communications internes de l'OMMS :*

1. Inspirer le développement et l'unité du mouvement scout par des messages cohérents, p. ex., concernant la politique de l'OMMS et une communication ouverte et transparente ;
2. Privilégier le dialogue actif mondial avec et entre les OSN, le partage de bonnes pratiques et une discussion précise et transparente concernant les activités en temps opportun ;
3. Via les plateformes de l'OMMS, permettre à chaque scout et bénévole adulte de coopérer (scout à scout), d'être inspiré et de « raconter leurs histoires » virtuellement et en personne.

*Facteurs de réussite clés pour leur concrétisation - l'OMMS :*

1. fournira des plateformes efficaces (scout.org, réseaux sociaux, applications mobiles, Intranet, etc.) pour le partage d'informations précises et pertinentes favorisant un dialogue transparent entre l'OMMS et l'OSN, et encourageant le dialogue et le partage entre les OSN ;

2. mettra régulièrement en place des messages s'alignant sur les objectifs stratégiques de l'OMMS qui seront communiqués de manière claire et cohérente aux OSN ;
3. fournira également des plateformes et des canaux permettant aux scouts d'avoir accès aux informations concernant l'OMMS et de promouvoir le dialogue entre eux.

*Principales parties prenantes : OSN (priorité), membres individuels (accent secondaire)*

## **Communications externes**

Les communications externes désignent toutes les communications et interactions entre les parties prenantes de l'OMMS (y compris chaque scout, bénévole adulte, OSN et organe régional ou mondial) et les parties externes avec lesquelles l'OMMS n'entretient pas de relation institutionnelle. Cela inclut notamment la communication de crise aux publics externes. La majorité des efforts et des ressources de l'OMMS (mondiaux et régionaux) seront axés sur le soutien aux OSN afin de travailler avec les organes de presse (presse écrite/diffusion locale, réseaux sociaux, etc.) afin d'atteindre le grand public et de dresser un portrait précis et positif du Scoutisme.

*Objectifs des communications externes de l'OMMS :*

1. Soutenir les OSN pour parler positivement et de manière précise du Scoutisme aux et par les médias locaux (y compris les réseaux sociaux) afin que les représentants des médias et le grand public reconnaissent la valeur du Scoutisme et renforcent leur soutien au Scoutisme (priorité) ;
2. Maintenir et renforcer la marque du Scoutisme à l'aide des résultats du travail des médias de l'OSN afin d'identifier, collecter et mettre en avant les bonnes histoires pertinentes concernant le Scoutisme provenant du monde entier et les partager via les canaux de l'OMMS (accent secondaire).
3. Préserver la marque du Scoutisme en communiquant avec et en soutenant les OSN afin de collaborer avec les médias externes en périodes de crise (le cas échéant).

*Facteurs de réussite clés dont l'OMMS aura besoin pour soutenir les OSN à l'international :*

- Explication de la marque du Scoutisme, l'identité visuelle et les principaux messages du Scoutisme afin qu'ils puissent être utilisés par les OSN pour maximiser la reconnaissance du Scoutisme ;

- Accès au support, ressources (p. ex. support iconographique, vidéo), outils utiles et à un programme d'événements susceptible d'attirer l'attention des médias (p. ex. Jamborees Scouts Mondiaux) ;
- Dispense d'une éducation, formation et soutien aux personnes de contact des médias des OSN avec lesquelles l'OMMS peut communiquer concernant la Stratégie CES ;
- Encouragement du soutien des pairs et partage de bonnes pratiques entre les OSN ;
- Mise à jour des OSN à l'aide des dernières avancées médiatiques afin qu'elles puissent maximiser l'impact des médias au mieux ;
- Mise à disposition de procédures et de directives afin d'aider les OSN à répondre et gérer les situations de crise de manière stratégique pour pouvoir gérer la marque du Scoutisme.

*L'OMMS :*

- mettra en place un réseau mondial de communication performant facilité par l'OMMS afin de garantir la bonne circulation des informations entre les OSN, de coordonner les campagnes mondiales et d'amplifier les messages mondiaux ;
- proposera une formation de porte-parole pour tous les représentants mondiaux de l'OMMS afin de s'assurer qu'ils ont pris connaissance des messages convenus et qu'ils sont capables de les utiliser dans le cadre de leurs fonctions et contextes ;
- soutiendra les OSN dans la formation de jeunes porte-paroles devant être préparés pour parler aux médias ;
- promouvra les histoires de qualité des OSN et des partenaires externes via les canaux de l'OMMS ;
- développera et fournira une procédure de communication de crise conçue pour la gestion des atteintes à l'image de marque de l'OMMS et de ses parties prenantes causées par une situation de crise

*Principales parties prenantes : OSN (priorité), grand public (priorité secondaire)*

## **Engagements stratégiques**

Engagements stratégiques désigne la mise en place et le maintien de toutes les relations institutionnelles (OSN, niveaux mondial ou régional) de l'OMMS avec des parties externes. Cela comprend, par exemple, les organisations intergouvernementales, les organisations non gouvernementales, les sociétés privées, les fondations, les gouvernements et les donateurs.

*Plaidoyer et engagement dans un contexte d'OMMS se définissent comme suit :*

- Plaidoyer : parties prenantes externes influentes dans la prise de décision orientée conforme aux valeurs et à la Mission du Scoutisme.
- Engagement : la mise en œuvre d'une collaboration afin d'obtenir des résultats mutuellement avantageux entre deux entités ou plus par l'échange, le soutien, le partage et le travail d'équipe sur une question en particulier (Réf. : La Charte de Marrakech. Édition révisée de Bangalore).

*Objectifs des engagements stratégiques de l'OMMS :*

Le but principal des activités d'engagements stratégiques de l'OMMS est d'identifier, de développer et de maintenir des partenariats régionaux et mondiaux, ainsi que des relations avec les principaux organismes internationaux mutuellement avantageux susceptibles de soutenir le Scoutisme et de promouvoir des changements positifs par le plaidoyer. Cela s'effectue, au niveau mondial, par la sélection des partenariats et des relations. En plus de cela, des partenariats régionaux sont mis en place à la discrétion des Régions. Le deuxième objectif est de soutenir, le cas échéant, les activités d'engagements stratégiques de l'OMMS menées par les OSN. L'OMMS apporte son soutien via, par exemple, des visites de responsables de l'OMMS dans les OSN, ainsi que par la mise à disposition de directives concernant les questions liées à la Stratégie CES.

*Approche de plaidoyer de l'OMMS :*

Pourquoi : l'OMMS est institutionnellement responsable du plaidoyer pour pouvoir (par ordre d'importance) :

- positionner l'OMMS en tant que principal mouvement d'éducation non formelle de jeune afin de contribuer à la réalisation de la Vision 2023 ;
- permettre aux jeunes d'être des citoyens actifs et d'apporter un changement positif et, par conséquent, de contribuer à la Mission du Scoutisme.

Quoi : l'OMMS défend directement :

- la reconnaissance et le soutien de l'éducation non formelle ;
- les jeunes, en tant que citoyens actifs, afin qu'ils aient l'opportunité de prendre part aux processus de prise de décision sur des questions les concernant.

L'OMMS peut choisir de s'engager sur des sujets adjacents si une occasion se présente permettant à l'OMMS d'atteindre un ou plusieurs objectifs de plaidoyer susmentionnés ; toutefois, le message de plaidoyer de l'OMMS sera toujours en lien avec la promotion de l'éducation non formelle et permettra aux jeunes d'être des citoyens actifs. Lesdits sujets adjacents peuvent inclure, mais sans s'y limiter, l'emploi, le bénévolat, l'environnement, la paix et le dialogue, les réfugiés, les secours en cas de catastrophe, etc.

*Facteurs de réussite clés - En général, l'OMMS :*

- utilisera principalement la voix et les points de vue des jeunes lors de ses interventions extérieures ;
- mettra sur la diversité du mouvement, l'adhésion multi-culturelle et l'inclusion en matière de représentation externe ;
- consultera largement les membres de l'OMMS, notamment les jeunes des OSN, et se montrera flexible sur la définition des positions de plaidoyer, des priorités et des sujets ;
- offrira une éducation et une formation dans le domaine des ES pour les représentants de l'OMMS à l'échelle mondiale ;
- renforcera les capacités des Régions et/ou des OSN afin de proposer des formations à chaque membre ;
- mettra en place des partenariats mutuellement avantageux et fermes avec les organisations sélectionnées et des coalitions susceptibles de soutenir la mission d'éducation non formelle du Scoutisme ;
- sera reconnu par les institutions régionales et mondiales concernées en tant que principal Mouvement de jeunes ;
- garantira et sera en mesure de démontrer l'avantage aux OSN des partenariats mis en place par l'OMMS.

Parties prenantes clés : organisations partenaires internationales

## E. Parties Prenantes clés De la Stratégie CES De L'OMMS

Sur la base de ce qui précède, les parties prenantes clés de l'OMMS sont les OSN et les partenaires stratégiques mondiaux sélectionnés :

- En soutenant le travail des OSN, l'OMMS maximise et multiplie l'impact des activités CES. En améliorant la qualité de la Stratégie CES des OSN, l'OMMS est capable de soutenir directement la mission de chaque OSN mais aussi d'accélérer la réalisation des objectifs CES de l'OMMS à l'international de manière à atteindre les objectifs communs à tous les niveaux ;
- L'OMMS s'engage dans des partenariats et des relations avec des organisations mondiales et régionales dépassant les moyens des OSN individuelles et hors de portée de ces dernières. En travaillant avec des partenaires, l'OMMS peut non seulement obtenir le soutien pour le Scoutisme, mais elle peut aussi mettre en place davantage d'opportunités de partenariat pour les OSN, à l'échelle locale, ainsi que soutenir la reconnaissance des OSN en tant que membres du principal Mouvement des jeunes.

Notamment, par zone d'action,

*Pour les **Communications internes**, les parties prenantes clés peuvent être définies comme suit :*

- La majorité des efforts et des ressources CES de l'OMMS doivent être axés sur les OSN ;
- Un accent secondaire concernant les ressources doit être porté sur les membres individuels, aussi bien les jeunes que les bénévoles adultes, étant donné que le travail de l'OMMS doit viser à amplifier et renforcer les messages des OSN. Il incombe aux OSN (non à l'OMMS) de communiquer directement avec chaque membre.

*Pour les **Communications externes**, les parties prenantes clés peuvent être définies comme suit :*

- La majorité des ressources de l'OMMS seront centrées sur le soutien aux OSN afin de maximiser leurs communications externes. Cela est possible de différentes manières, comme indiqué précédemment, mais il est entendu que l'essentiel des « histoires » qui intéressent les publics externes seront fournies par les OSN (avec l'éventuel soutien de l'OMMS, le cas échéant) plutôt que d'être directement générées par l'OMMS ;
- Un effort moindre de l'OMMS sera réalisé sur des messages orientés à destination du grand public externe. L'OMMS doit être une source d'informations générales, de qualité et précise sur le Scoutisme mondial offrant un aperçu, par exemple, pour ceux des médias faisant des recherches sur le Scoutisme, des éventuels partenaires et les donateurs ainsi que ceux susceptibles de trouver des canaux de l'OMMS lors de leur recherche d'informations sur le Scoutisme dans leur pays.

*Pour les **Engagement stratégiques**, les parties prenantes clés peuvent être définies comme suit :*

- Les organisations internationales susceptibles de soutenir la Mission du Scoutisme. Celles-ci peuvent être des organisations commerciales et non commerciales et des coalitions avec lesquelles l'OMMS est susceptible de devenir partenaire, par exemple, les organisations non gouvernementales internationales et les organisations gouvernementales internationales en mesure de soutenir la mission d'éducation non formelle de l'OMMS. L'OMMS souhaite se concentrer sur une sélection de partenaires stratégiques clés avec lesquels l'OMMS mettra en place des partenariats actifs mutuellement avantageux. L'OMMS entretiendra des relations avec une grande variété d'organisations afin de conserver son profil de principal mouvement de jeunes dans le monde, en fonction des questions et des priorités de l'OMMS ;
- Sur demande des OSN, l'OMMS apportera son soutien aux OSN afin de maintenir des relations avec leurs gouvernements et d'autres organes susceptibles de soutenir le Scoutisme dans la zone. Par exemple, cela peut être possible en mettant en place des délégations de représentants de l'OMMS qui vont faire du plaidoyer en partenariat avec le leadership national d'une OSN afin de renforcer l'image de l'OSN en tant que membre d'un Mouvement international.

## F. Mise en Œuvre de la Stratégie CES de L'OMMS

### Principes de fonctionnement

La Stratégie CES de l'OMMS, telle que décrite ci-dessus, consistera en l'adhésion à un certain nombre de principes de fonctionnement - l'OMMS :

#### 1. Maintiendra une image de marque cohérente

- proposera une formation et son soutien à tous ceux appelés à représenter l'OMMS, à la fois en interne et en externe, aux niveaux mondial et régional, dans la limite des ressources disponibles ;
- soutiendra directement les OSN pour leur permettre de se conformer à la Stratégie CES de l'OMMS pour réaliser des actions CES efficaces en offrant une formation, une stratégie, des ressources, ressources numériques incluses, et d'autres formes de soutien ;
- sera représentée, pour la communication externe et les engagements stratégiques, dans la mesure du possible, par des jeunes qui sont formés et soutenus dans l'exercice de leurs fonctions.

#### 2. Communiquer des histoires

- se concentrera sur la communication d'histoires scouts pour soutenir et amplifier les valeurs de la marque du Scoutisme ;
- utilisera la voix et les images de jeunes gens, dans la mesure du possible, comme l'image principale de l'OMMS ;
- utilisera le contenu généré par les utilisateurs géré et organisé pour présenter la marque du Scoutisme de manière précise.

#### 3. Collaborera

- travaillera en partenariat avec les OSN et d'autres organismes pour mettre en place la Stratégie CES de l'OMMS ;
- travaillera en partenariat avec des bénévoles et personnel professionnel dans le domaine CES afin d'informer, de critiquer et de favoriser l'élaboration et l'exécution de la Stratégie CES de l'OMMS ;
- aura une équipe centrale de bénévoles et personnel professionnel qui fonctionnera avec une équipe plus large de représentants formés et soutenus qui seront principalement, mais pas exclusivement, des jeunes ;

- construira et entretiendra un réseau mondial de communication au sein de l'OMMS afin de garantir la bonne circulation des informations et d'amplifier les messages et les campagnes de l'OMMS ;
- élaborera un plan d'action clair, comprenant des ressources humaines, financières et techniques nécessaires, à court, moyen et long terme, et flexible afin de saisir les opportunités et de résoudre les problèmes émergents.

## **Rôles et responsabilités**

Cette section décrit la répartition des responsabilités entre :

- Fonctions CES et autres domaines fonctionnels (p. ex. méthodes éducatives, développement organisationnel)
- Niveaux régional et mondial de l'OMMS
- OMMS et Fondation du Scoutisme Mondial

### **Fonctions CES et autres domaines fonctionnels**

- Les CES, en tant que domaines fonctionnels, sont responsables de la mise en place de la Stratégie CES de l'OMMS pour approbation par le Comité Mondial du Scoutisme, la supervision et la coordination des activités CES de l'OMMS ainsi que le suivi des progrès réalisés concernant le profilage de l'OMMS dans le cadre du soutien de la Stratégie pour le Scoutisme. Les CES sont également directement responsables de la mise en œuvre de certaines parties du portefeuille de ses activités (par ex. communications en ligne de l'OMMS, partenariats externes sélectionnés)
- Les autres fonctions (p. ex. développement du Scoutisme, développement organisationnel, leadership mondial et régional) détiennent conjointement la responsabilité de la mise en œuvre du portefeuille des activités (p. ex., partenariats externes liés aux méthodes éducatives/développement organisationnel, etc.), et sont tenues de se conformer à la Stratégie CES dans leur approche et leurs messages, ainsi que de se coordonner avec les fonctions CES sur les activités en cours et les partenariats pour permettre aux CES de maintenir un aperçu global des engagements stratégiques de l'OMMS et de l'impact sur le profil.

### **Niveaux mondial et régional de l'OMMS**

- *Le Niveau mondial de l'OMMS* supervise la mise en œuvre de la Stratégie CES de l'OMMS au sein de l'OMMS. Il est aussi chargé de l'interaction avec les parties prenantes institutionnelles et donatrices, à l'échelle mondiale, pour qui l'organisation mondiale est le pendant naturel. Il est également responsable des canaux et des systèmes, à l'échelle mondiale, qui favorisent le dialogue avec les OSN.
- *Les Régions de l'OMMS* sont responsables de l'alignement des activités CES régionales sur cette stratégie et les principes de fonctionnement susmentionnés, de l'adaptation des activités CES et des approches de l'OMMS au contexte local, y compris l'exécution directe d'interactions avec les parties prenantes régionales. Elles sont aussi principalement chargées de soutenir les OSN sur des sujets et des activités CES en ligne avec cette stratégie. Il est prévu que les Bureaux régionaux disposent de personnel professionnel au moins à temps partiel dédié aux CES qui travaillera en coordination avec les homologues mondiaux ;
- L'OMMS mondial et les entités régionales coordonneront leurs efforts CES et collaboreront afin de maintenir une image uniforme et de multiplier l'impact des activités CES de l'OMMS.

### **OMMS et Fondation du Scoutisme Mondial**

- *L'OMMS et la Fondation du Scoutisme Mondial (FSM) partagent de nombreux intérêts communs, en particulier la manière de représenter, de manière positive, le Scoutisme, et collaborent sur certaines activités CES de l'OMMS ;*
- *La FSM, indépendante, a pour objectif de soutenir de manière significative l'OMMS et le Scoutisme mondial dans les domaines de la collecte de fonds et d'autres partenariats extérieurs en misant sur la marque du Scoutisme. Il est important pour la FSM et l'OMMS de s'aligner sur le profil du Scoutisme mondial dans le cadre de cette Stratégie CES ;*
- *Les bénévoles et personnel professionnel de la FSM et l'OMMS collaborent régulièrement pour s'assurer que les activités CES et le profilage des deux organisations s'appuient mutuellement.*

## G. Implications de la Stratégie CES de L'OMMS Pour les OSN

Pour que la Stratégie CES soit efficace, elle doit s'inscrire dans un véritable partenariat entre l'OMMS et l'OSN. L'OMMS s'engage à soutenir les OSN de la manière décrite ci-dessus, mais pour que cela soit efficace, il existe de nombreuses implications et attentes concernant les OSN. Pour plus de clarté, celles-ci sont énumérées ci-dessous.

Les OSN doivent :

- s'aligner sur les objectifs, la marque, le ton, le style et les principes de fonctionnement comme indiqué dans la Stratégie CES ;
- accepter la responsabilité de la construction d'une image positive et précise et du profil du Scoutisme dans son contexte local ;
- partager les histoires scouts « d'image de marque » provenant de leur OSN avec l'OMMS, en vue d'un partage via des canaux mondiaux et régionaux ;
- être un partenaire actif de l'OMMS dans l'élaboration et la mise en œuvre de partenariats
- être un partenaire actif de l'OMMS sur les questions de plaidoyer ;
- contribuer par le partage des bonnes pratiques avec d'autres OSN ;
- encourager les jeunes à participer à tous les aspects des activités CES, y compris postuler à des formations pour agir en tant que porte-paroles et représentants ;
- désigner un contact média bénévole ou professionnel et transmettre ses coordonnées à l'OMMS pour garantir une communication précise et opportune ;
- désigner un contact média bénévole ou professionnel pour l'engagement stratégique et transmettre ses coordonnées à l'OMMS pour garantir une coordination efficace.

## H. Durée, Evaluation et Examen de la Stratégie CES de L'OMMS

Dans l'esprit de soutien et de réflexion de la Stratégie pour le Scoutisme, incluant la Vision 2023, la Stratégie CES de l'OMMS est valide jusqu'à la 43e Conférence Mondiale du Scoutisme de 2023. Un plan CES sera mis au point et exécuté à chaque triennat pour soutenir le Plan triennal correspondant du Comité Mondial du Scoutisme. Une évaluation de l'impact des progrès réalisés par rapport aux méta-indicateurs définis sera effectuée deux fois par triennat, y compris l'évaluation des progrès réalisés vis-à-vis des objectifs CES. Une révision majeure de la Stratégie CES sera effectuée au cours du triennat 2020-2023 en liaison avec la mise à jour de la Stratégie pour le Scoutisme.

## **Remerciements**

### **Domaine de travail, Renforcer le profil du Scoutisme :**

Karin Ahlbäck (Domaine de travail conduit par, membre du CMS)

Fernando Brodeschi (Unité Communication conduite par, membre du CMS)

Thomas Frostberg (Unité Engagements stratégiques conduite par)

Ledjou Marcel Blaguet (membre du CMS)

Jérémy Apert (Jeune Conseiller du CMS)

Dong-Wook Lee (Directeur Global, Communication et Relations Extérieures / BMS-Global)

Stephen Peck (Chef intérimaire, Communication et Relations Extérieures / BMS-Global ; avril-septembre 2016 )

Lin Lin Yeoh (Directrice Globale, Communication et Relations Extérieures / BMS-Global ; mai 2014-mars 2016)

Mihajlo Atanackovic (Responsable Senior, Engagement Digital / BMS-Global)

Alexandru Coica (Responsable, Relations Extérieures / BMS-Global)

### **Remerciements spéciaux à :**

Comité Mondial du Scoutisme

Région Afrique du Scoutisme

Région Arabe du Scoutisme

Région Asie-Pacifique du Scoutisme

Région Eurasie du Scoutisme

Région Européenne du Scoutisme

Région Inter-Amérique du Scoutisme

République tchèque (Junák-český skaut)

Canada (Association des Scouts du Canada)

Finlande (Suomen Partiolaiset - Finlands Scouter)

France (Scouts et Guides de France)

Germany (Ring deutscher Pfadfinderverbände)

Royaume-Uni (The Scout Association)

Etats-Unis d'Amérique (Boy Scouts of America)

Fondation du Scoutisme Mondial

**Remerciements spéciaux à (suite) :**

Ahmad Alhendawi

Ahmed Hassan

Alix Masson

Camilla Palazzini

Chip Veerle Haverhals

Elise Drouet

Fabrice P. Ouattara

Giuseppe Porcaro

Irakli Varshalomidze

Irina Pruidze

John Geoghegan

Jose Gabriel Criollo

Laila Almeldeen

Lars Kolind

Luz Taray

Lydia Kiburuh

Marguerite Potard

Mary Waweru

Melissa Cormier

Mohamed Salih

Nelson Opany

Patricia Diniz

Peter Illig

Petr Vanek

Philippe Jacques

Polina Dolmatova

Richard Miller

Rupert Schilböck

Simon Carter

Stephen Medicott

Susana Salguero

Tom Marsden

**Design:**

Victor Ortega  
(Responsable, Design artistique,  
Image de Marquet et Audio-Visuel/  
BMS-Global)

**Edition:**

Evelyn Kow  
(Responsable,  
Communication / BMS-Global)

Jacqueline Paschoud  
(Assistante Exécutive, Gestion de  
l'Information / BMS-Global)



**SCOUTS**<sup>®</sup>  
Créer un Monde Meilleur

  World Scout Bureau Inc.  
Communication  
Juillet 2017

Bureau Mondial du Scoutisme  
Centre de Soutien Global  
Kuala Lumpur

Suite 3, Level 17  
Menara Sentral Vista  
150 Jalan Sultan Abdul Samad  
Brickfields  
50470 Kuala Lumpur, MALAYSIA

Tel.: + 60 3 2276 9000  
Fax: + 60 3 2276 9089

worldbureau@scout.org  
scout.org

Reproduction autoris e aux  
Organisations scouts nationales  
et Associations membres de  
l'Organisation Mondiale du  
Mouvement Scout.  
La source devra être cit e.





**SCOUTS**<sup>®</sup>  
Créer un Monde Meilleur

  World Scout Bureau Inc.  
Communication  
Juillet 2017

Bureau Mondial du Scoutisme  
Centre de Soutien Global  
Kuala Lumpur

Suite 3, Level 17  
Menara Sentral Vista  
150 Jalan Sultan Abdul Samad  
Brickfields  
50470 Kuala Lumpur, MALAYSIA

Tel.: + 60 3 2276 9000  
Fax: + 60 3 2276 9089

[worldbureau@scout.org](mailto:worldbureau@scout.org)  
[scout.org](http://scout.org)