



Stratégie globale de communication **Mouvement Rien Sans les Femmes** **2022**

1) Contexte et Introduction

Rien Sans Les Femmes, RSLF en sigle, est un mouvement de la société civile et de différents activistes congolais.e.s défendant les droits des femmes en République Démocratique du Congo (RD Congo). Le mouvement, né en mars 2015, a pour objectif la représentation égalitaire hommes-femmes dans les instances de prise de décisions en RD Congo à tous les niveaux.

Partant du principe qu'il n'y aura pas de paix ni de développement durable en RD Congo sans les femmes, *Rien Sans Les Femmes* allie la mobilisation communautaire à des actions de plaidoyer au niveau local, provincial, national, régional et international afin que soient effectivement mis en œuvre les engagements pris par l'État congolais en matière de parité.

Nous voulons des contributions efficaces des femmes et des hommes dans les postes de prise de décision, ainsi qu'avoir un développement et une paix durable. Ceci veut dire au même temps qu'avoir une communication équitable et inclusive est toujours un défi majeur, du même qu'avoir une stratégie de communication claire et détaillée qui prends en compte la totalité des personnes membres du mouvement, avec toute leur diversité.

Pour toute organisation, la communication est stratégique car elle va au-delà de l'information. Elle établit et crée un dialogue avec les parties prenantes, les acteurs, les partenaires, etc. Plusieurs études montrent les liens directs entre les performances et la communication. Il ne s'agit donc pas d'un exercice anodin mais d'un élément déterminant de toute stratégie orientée vers des résultats. Pour cette raison, RSLF y attache une importance particulière à la communication.

Rien Sans Les Femmes a développé sa première stratégie de communication conjointe en janvier 2017. A partir d'avril 2020 le mouvement a aussi capitalisé l'utilisation des outils numériques comme l'un des systèmes de travail du mouvement. Les organisations membres et les points de coordination organisent des réunions en ligne et, même certains plaidoyers sont menés à travers les réseaux sociaux, surtout dans le contexte généré par la pandémie du Covid-19. Le but est d'avoir toujours une communication fluide dans un mouvement qui a grandi énormément ces dernières années et compte des centaines de membres.

Cette stratégie de communication que nous présentons ici est le résultat de différentes sessions de révision et de travail réalisées par les personnes membres du mouvement *Rien Sans les Femmes* entre mai 2020 et septembre 2021.

À travers ce document le mouvement actualise et fixe ses objectifs de communication, et cela à tous les niveaux, interne et externe, et explicite les mécanismes de fonctionnement pour les atteindre. Chaque année, le mouvement établit un plan de communication avec des activités



clairement détaillés en utilisant des outils de communication dont le mouvement dispose. Certains de ces outils peuvent permettre d'atteindre des cibles différentes et de remplir plusieurs des objectifs mentionnés ci-dessus, il s'agit notamment de : Facebook, Twitter, le site Web du mouvement, le Bulletin ou Newsletter et d'autres outils à développer ou à mettre à jour (un canal YouTube rapport annuel, brochure, etc.).

2) Objectifs de communication pour le mouvement Rien Sans les Femmes :

Les objectifs de communication globales continuent à être les mêmes que dans la stratégie de communication précédente :

A) Objectifs de communication interne :

- Partager régulièrement des informations aux membres sur les activités du mouvement.
- Renforcer mutuellement les capacités des membres, à travers le partage d'expérience, d'informations, restitutions pour leur mise à niveau.

Le partage régulier d'information sur les activités du mouvement est indispensable car il permet de renforcer les liens entre les différents membres parfois très éloignés géographiquement. Permettre à chacun d'être au même niveau d'information favorise la cohésion et par conséquent la cohérence et l'efficacité des messages et actions menées par le mouvement.

Les routes et routines dans la communication interne au mouvement sont clairement définies dans un document auquel les organisations et personnes membres ont accès.

B) Objectifs de communication vis-à-vis des partenaires internationaux et régionaux :

- Mobiliser des ressources techniques et financières.
- Obtenir leur soutien pour les plaidoyers menés par le mouvement.

Afin d'atteindre ses objectifs de communication **vis-à-vis des partenaires internationaux et régionaux** le mouvement Rien Sans les Femmes s'appuiera tout particulièrement sur son **site web**, la diffusion de son **bulletin trimestriel** et également sur sa page **Facebook** et son compte **Twitter** (cf. ci-dessus).

En complément de ces outils, le mouvement prévoit d'atteindre cette cible en **organisant des espaces de rencontres et d'échanges** qui combinent des **discussions techniques de fonds** sur les thématiques en lien avec les activités du mouvement (conférence-débat, forum, lancement d'un rapport d'analyse etc.), tout en permettant des **échanges informels dans un cadre moins conventionnel** (dîner, cocktail en comité restreint).



C) Objectifs de communication vis-à-vis des autorités :

- Susciter l'intérêt des autorités afin d'obtenir leur adhésion et engagement dans l'atteinte des objectifs du mouvement RSLF.
- Persuader les autorités à la mise en œuvre des textes juridiques qui protègent les droits de la femme et amener les autorités à rendre compte de leur engagement.

D) Objectifs de communication vis-à-vis des communautés :

- Mobiliser davantage d'organisations et d'individus au sein du mouvement RSLF est très important pour diffuser d'avantage note message.
- Impliquer les communautés à adopter un comportement positif susceptible d'améliorer le statut de la femme.
- Capitaliser les besoins exprimés par les organisations et individus à la base.