



# **RACONTER NOTRE TRAVAIL ET SON IMPACT DE MANIÈRE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE**



**Académie du CANSFE - Formation sur la narration éthique et  
responsable pour les ONG**

**Médecins du Monde · Septembre 2025**

**QUI  
SOMMES-  
NOUS?**



**ACTIONS  
NATIONALES  
13**



**ACTIONS  
INTER-NATIO  
NALES**



**NOTRE  
PLAIDOYER**



**NOS  
BESOINS**



**SOMMAIRE**

Je suis **conseillère en communication et mobilisation** chez **Médecins du Monde Canada**, où j'accompagne les équipes dans le développement de récits engagés, éthiques et porteurs de changement.

Forte d'une expérience comme conseillère stratégique en communication éthique et leadership d'influence, j'ai travaillé aux côtés de parlementaires, de dirigeant·e·s d'ONG et de décideur·euse·s internationaux·ales pour les aider à aligner leur voix, leur image publique et leur présence avec authenticité, intention et impact durable.

Mon approche se situe à l'intersection :

- de la communication responsable dans des contextes sensibles ou humanitaires,
- du positionnement stratégique, et
- d'un leadership ancré, discret et aligné sur les valeurs.

Discrète de nature, je privilégie la profondeur à la visibilité : une posture qui me permet de guider les autres dans leur propre exposition publique avec clarté et respect.



# QUI SOMMES-NOUS ?

**Depuis près de 30 ans, Médecins du Monde Canada (MdM) se consacre à l'amélioration de la santé des populations marginalisées et vulnérables à travers une approche fondée sur les droits de la personne et une expertise unique en santé communautaire.**

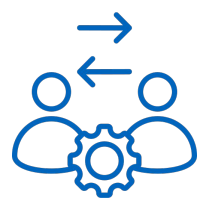
Médecins du Monde (MdM) est un acteur incontournable à Montréal et au Québec :

- Première à offrir des soins aux populations marginalisées à Montréal.
- Première à avoir développé un programme de navigation Autochtone pour et par la communauté autochtone à Montréal.
- Seule organisation au Québec à :
  - Offrir un soutien psychologique aux travailleurs de rue.
  - Gérer une clinique dédiée aux personnes migrantes à statut précaire.
  - Avant-garde des soins pour les personnes exclues, reliant ces populations au système de santé.
  - Centre de formation pour les professionnels de santé travaillant avec les personnes en situation de marginalisation.
  - Leader citoyen, à l'origine du projet de loi 83 pour améliorer l'accès aux soins.



# L'APPROCHE UNIQUE DE MÉDECINS DU MONDE

**MdM Canada a développé une approche unique qui combine la prestation de services directs, le plaidoyer, le transfert de connaissances et les efforts de changement systémique.**



Notre expérience et notre vaste réseau nous permettent de répondre rapidement et efficacement aux besoins émergents, avec des services ancrés dans des pratiques fondées sur des données probantes et une compréhension holistique des déterminants de la santé.



Notre approche est basée sur l'ouverture, la tolérance, l'absence de jugement et un cadre clinique flexible, nous permettant d'atteindre des individus hautement marginalisés confrontés à des situations de vie complexes.



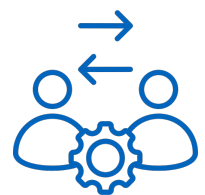
Notre équipe de professionnels de la santé et de pairs [1] possède l'expertise nécessaire pour offrir des soins de santé adaptés et respectueux des cultures, abordant des problèmes graves et chroniques qui ont un coût humain et social important.

[1] Un pair est une personne ayant vécu des expériences similaires à celles des personnes qu'elle soutient, offrant un accompagnement basé sur son propre vécu pour aider celles et ceux qui font face à des situations similaires, comme l'itinérance ou des problèmes de santé.



# OBJECTIFS DE LA FORMATION

## Objectifs de la formation :



- Comprendre l'importance d'une narration éthique et responsable dans le contexte des ONG.
- Apprendre à raconter des histoires respectueuses des personnes et des communautés tout en préservant leur dignité.
- Développer des compétences pratiques pour intégrer l'éthique dans la communication des ONG.

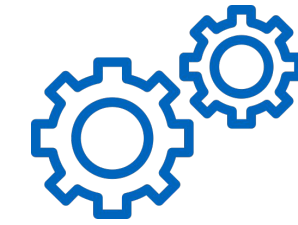
## À la fin de cette session, vous serez capables de :



- Appliquer les principes de la narration éthique dans votre travail quotidien.
- Identifier les risques liés à une mauvaise narration.
- Utiliser des outils concrets pour garantir la dignité et le consentement dans la collecte d'histoires.



# POURQUOI RACONTER DES HISTOIRES ?



## La puissance du storytelling :

- **Créer de l'empathie** : Les histoires permettent de toucher les émotions et de créer des liens authentiques.
- **Motiver le changement** : Elles ont le pouvoir de susciter des actions concrètes pour soutenir les causes humanitaires.
- **Un outil de mobilisation** : Bien racontées, les histoires peuvent transformer les perceptions et influencer les comportements.



## Rappel :

- Tout le monde est un·e conteur·se ! Votre rôle : raconter avec respect et intégrité.



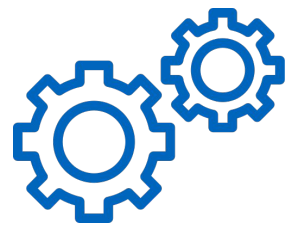
# LA NARRATION ÉTHIQUE

## C'est quoi la narration éthique :

La narration éthique repose sur le respect de la dignité des personnes, le consentement éclairé, et l'engagement à contextualiser les histoires de manière juste et complète.

## Principes clés de la narration éthique :

- **Dignité** : Représenter les individus dans toute leur complexité (pas uniquement leurs souffrances).
- **Consentement éclairé** : Expliquez clairement pourquoi et comment vous collectez les histoires et obtenez l'accord explicite des personnes concernées.
- **Respect et contextualisation** : Ne jamais réduire une personne à une étiquette ou une souffrance. Présentez l'histoire dans son contexte global.





## CAS PRATIQUE 1 :

# "ILS N'ONT RIEN" - LES RÉCITS QUI EFFACENT LA RÉSILIENCE

### Contexte :

Une brochure de sensibilisation décrit une communauté autochtone comme "totalement démunie", "sans accès à rien", "perdue face à la maladie". Les photos montrent des enfants maigres et tristes. Pourtant, l'ONG travaille avec cette communauté depuis 5 ans sur des solutions durables, et plusieurs initiatives locales sont en place.



### Questions à poser :

- Quelle image est véhiculée de la communauté ?
- Quelles conséquences cette narration peut-elle avoir ?
- Comment réécrire cette histoire en valorisant la dignité et les forces locales ?



# RISQUES D'UNE APPROCHE NON-ÉTHIQUE

## Conséquences d'une narration mal pensée :

- Traumatisme et ré-exposition à la violence : Mal raconter une histoire peut faire revivre des souffrances.
- Instrumentalisation des communautés : Utiliser les récits pour servir des objectifs externes (financiers, politiques) peut nuire aux communautés.
- Perte de confiance : Une mauvaise narration peut détruire la confiance avec les communautés et affecter la réputation de l'ONG.



## Exemple concret :

- Cas de Survivantes de violences basées sur le genre : Accompagnement nécessaire avant, pendant et après le témoignage.





## CAS PRATIQUE 2 :

# TÉMOIGNAGE D'UN SURVIVANT DE VIOLENCE BASÉE SUR LE GENRE (VBG)

Une survivante de VBG en République Démocratique du Congo accepte de témoigner dans une vidéo pour sensibiliser sur les violences. L'équipe de communication prévoit de diffuser la vidéo lors d'un événement international, avec son visage visible. Une semaine avant l'événement, une ONG partenaire alerte que la vidéo pourrait l'exposer à des représailles dans son village.

Questions à poser :



- Quels éléments du processus de consentement ont été négligés ?
- Que faut-il faire maintenant ? Publier la vidéo, la modifier, l'annuler ?
- Quelles protections doit-on garantir avant de partager de tels témoignages ?



# OBSTACLES FRÉQUENTS À LA NARRATION ÉTHIQUE

## Obstacles courants :

1. Pressions des bailleurs/donateurs pour des histoires "tristes"
2. Résistances internes à l'éthique (ex : focus sur les souffrances plutôt que sur les récits de résilience)
3. Cloisonnement entre équipes com' et terrain
4. Biais et manque de contexte (ex : simplification excessive des histoires)
5. Absence de procédures claires (ex : modèles de consentement ou feedback communautaire)



## Solutions proposées :

- Valoriser les récits de résilience pour combattre la vision trop souvent victimisante.
- Formation continue et collaboration entre les équipes de terrain et de communication.
- Mettre en place des processus clairs pour garantir le consentement éclairé et le feedback des communautés.





## CAS PRATIQUE 3 :

# "ON A OUBLIÉ DE LEUR MONTRER LE TEXTE FINAL"

### Contexte :

Une histoire a été co-construite avec une équipe terrain, traduite, puis finalisée par le siège. Les partenaires locaux découvrent la publication par hasard sur les réseaux sociaux et expriment leur déception : les mots utilisés ne reflètent pas ce qu'ils avaient transmis.



### Questions à poser :

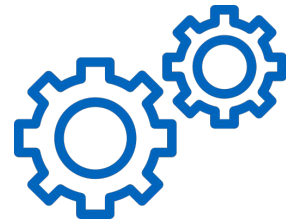
- Quelle étape clé du processus a été négligée ?
- Quelles solutions mettre en place pour éviter cela ?
- Pourquoi le feedback communautaire est-il important dans une narration responsable ?



# BONNES PRATIQUES POUR UNE NARRATION ÉTHIQUE

## Comment garantir une narration éthique?

- 1. Choisir des histoires représentatives et de résilience :** Ne pas se concentrer uniquement sur la souffrance. Recherchez des récits de changement et de dignité.
- 2. Mettre en place un processus de consentement éclairé :**
  - Au-delà du formulaire : Créez un environnement dans lequel les personnes comprennent comment leurs histoires seront utilisées.
  - Utiliser des guides et des scripts pour faciliter la prise de consentement.
- 3. Narration dirigée par la communauté :**
  - Co-construire les récits avec les communautés.
  - Collaboration avec les partenaires locaux pour contextualiser les histoires.
- 4. Retour et validation communautaire :**
  - Partager les récits avec les personnes concernées avant leur diffusion.
  - Créer des espaces de feedback et de validation.





# CAS PRATIQUE 4 : LES DONNÉES PARLENT AUSSI - RACONTER SANS VISAGE

## Contexte :

Un projet de dépistage VIH a permis de dépister 3 000 personnes en 6 mois, avec un grand succès communautaire. L'équipe communication souhaite illustrer cela avec une histoire individuelle forte, mais les communautés concernées préfèrent garder l'anonymat et ne veulent pas témoigner.



## Questions à poser :

- Comment peut-on raconter l'impact sans récit individuel ?
- Peut-on faire du storytelling à partir de données ?
- Quelle alternative proposer ?



# CHECK-LIST DE NARRATION ÉTHIQUE



À utiliser à chaque étape de collecte, création et diffusion d'un récit

## AVANT LA COLLECTE – INTENTION & PRÉPARATION

Ai-je clarifié l'objectif du récit ?

- Est-ce pour sensibiliser ? Mobiliser ? Informer ?
- Suis-je aligné·e avec les valeurs de l'organisation ?

Ai-je sélectionné une histoire pour autre chose que son aspect "choc" ?

- Valorise-t-elle la dignité, la résilience ou le changement ?
- Est-ce une histoire qui renforce, et non qui réduit à la souffrance ?

Ai-je intégré les partenaires locaux dans l'identification de l'histoire ?

- La sélection est-elle co-construite avec le terrain ?
- L'équipe locale est-elle à l'aise avec le partage de cette histoire ?



## PENDANT LA COLLECTE – CONSENTEMENT & RESPECT

Ai-je obtenu un consentement éclairé ?

- La personne comprend-elle comment son histoire sera utilisée (canaux, durée, public) ?
- Le consentement est-il documenté (formulaire, enregistrement oral) ?
- Ai-je précisé que le consentement peut être retiré à tout moment ?

Ai-je adapté ma posture d'écoute ?

- Ai-je laissé de l'espace à la personne pour s'exprimer à son rythme ?
- Ai-je évité les questions intrusives ou traumatisantes ?

Ai-je garanti la sécurité de la personne ?

- Y a-t-il un risque de stigmatisation, représailles, exposition ?
- Ai-je respecté l'anonymat si demandé ?

# CHECK-LIST DE NARRATION ÉTHIQUE (SUITE)



## APRÈS LA COLLECTE – CRÉATION & VALIDATION

Le récit reflète-t-il fidèlement les propos de la personne ?

- Ai-je évité de reformuler ou couper des éléments clés ?
- Ai-je utilisé des mots choisis par la personne elle-même ?

Ai-je intégré le contexte (social, culturel, politique) ?

- L'histoire est-elle située dans son environnement réel ?
- Ai-je évité les stéréotypes ou les généralisations ?

Ai-je partagé le récit avec la personne / communauté concernée avant diffusion ?

- Ont-ils pu donner un feedback ?
- Ont-ils validé l'usage de leur image, mots, témoignage ?



## DIFFUSION – IMPACT & TRAÇABILITÉ

La diffusion respecte-t-elle la dignité de la personne ?

- Les visuels sont-ils sobres et respectueux ?
- Le récit suscite-t-il de la compréhension et non de la pitié ?

Le contenu est-il accessible et compréhensible ?

- Traduit si nécessaire ? Adapté au public ?
- Inclusif dans le langage utilisé ?

Ai-je prévu un suivi avec la personne ou les partenaires ?

- Sait-elle où et comment son histoire sera visible ?
- Puis-je lui envoyer le résultat final ou des nouvelles sur l'impact ?



**ATELIER INTERACTIF /  
DISCUSSION**



# CAS PRATIQUE A : L'HISTOIRE D'AÏCHA - HISTOIRE "CHOC" POUR UNE CAMPAGNE DE DONNS

## Contexte :

Une ONG veut lancer une campagne de levée de fonds pour soutenir les accouchements sécuritaires au Sahel. On propose de raconter l'histoire d'Aïcha, 17 ans, qui a perdu son bébé après avoir marché 20 km pour atteindre le centre de santé. L'histoire est très émotive, mais Aïcha ne parle pas français. Le témoignage a été recueilli via un interprète, sans vérification du contenu final.



## Questions à poser :

- Quels sont les risques de cette approche ?
- Le consentement est-il pleinement éclairé ici ?
- Comment pourrait-on raconter cette histoire de manière plus éthique et contextualisée ?





## CAS PRATIQUE B :

# QUAND LE TERRAIN REFUSE QU'ON RACONTE UNE HISTOIRE

### Contexte :

Une belle histoire de changement (accès à la santé mentale en milieu rural) est identifiée par l'équipe communication. Mais les partenaires locaux demandent de ne pas la raconter : le contexte est trop fragile, et il y a un risque de stigmatisation.



### Questions à poser :

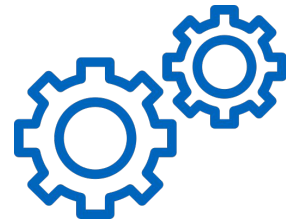
- Comment concilier intérêt de communication et respect du terrain ?
- Que faire dans ce cas ?
- Peut-on attendre ou raconter autrement ?



# CONCLUSION ET POINTS À RETENIR

## Conclusion :

- Raconter des histoires éthiques et responsables est essentiel pour la crédibilité de notre ONG et pour protéger la dignité des personnes que nous représentons.
- La narration éthique est un engagement continu qui nécessite des réflexions et des processus structurés.



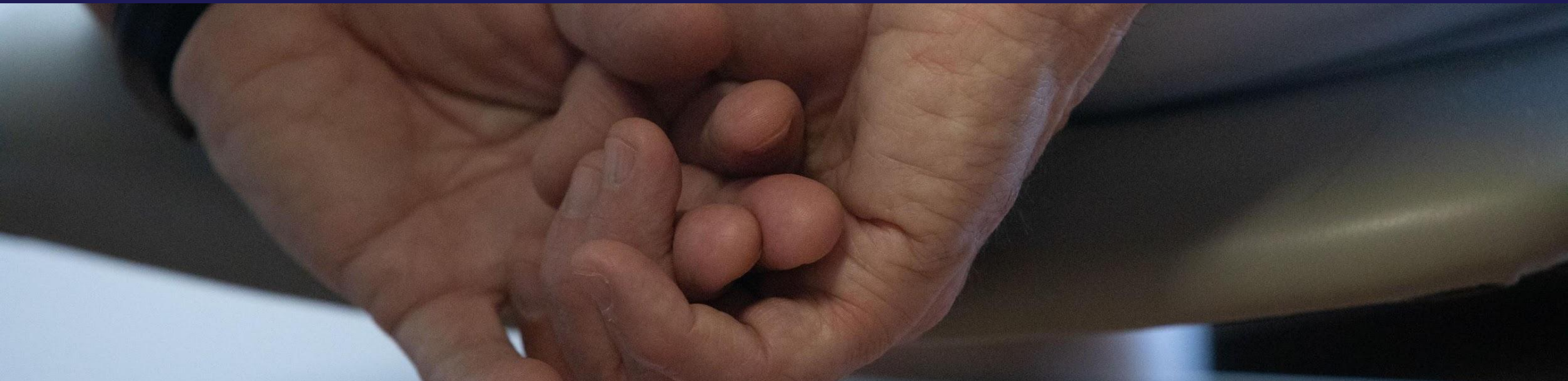
## Points à retenir :

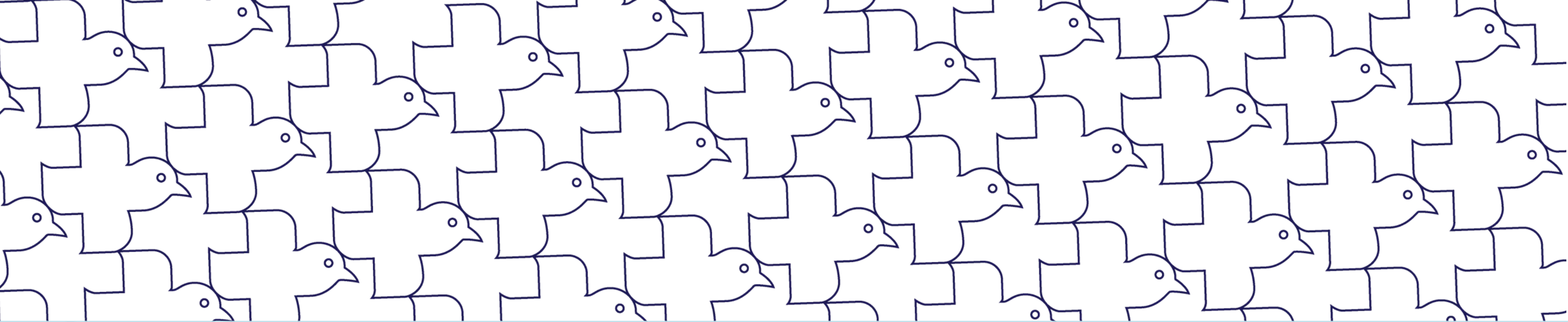
1. L'éthique dans la narration passe par le respect, la dignité et le consentement éclairé.
2. Il est essentiel de collaborer étroitement avec les équipes de terrain et les communautés pour co-construire les récits.
3. La narration doit refléter non seulement la souffrance, mais aussi la résilience et le changement.





# Questions & Réponses





**Merci**

