

INTOSAI



INTERNATIONAL ORGANIZATION OF SUPREME AUDIT INSTITUTIONS
ORGANISATION INTERNATIONALE DES INSTITUTIONS
SUPÉRIEURES DE CONTRÔLE DES FINANCES PUBLIQUES
INTERNATIONALE ORGANISATION DER
OBERSTEN RECHNUNGSKONTROLLBEHÖRDEN
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LAS
ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES
المنظمة الدولية للأجهزة العليا للرقابة المالية العامة والمحاسبة

LIGNES DIRECTRICES RELATIVES A LA COMMUNICATION DE L'INTOSAI

Novembre 2010



Rechnungshof, Dampfschiffstrasse 2,
1031 Vienna · Vienne · Wien · Viena
Austria · Autriche · Österreich · Austria
Tel. +43 (1) 711 71-8474, -8074 · Fax +43 (1) 718 09 69
E-mail: intosai@rechnungshof.gv.at · World Wide Web: <http://www.intosai.org>

TABLE DES MATIERES

Introduction.....	2
1 Champ d'application et objectif des lignes directrices relatives a la Communication.....	2
2 Principes fondamentaux des lignes directrices relatives a la Communication	3
2.1 Fonder sur des normes INTOSAI.....	3
2.2 Base stratégique.....	3
2.3 Positionnement	4
3 Profil des Forces et des faiblesses – l'analyse SWOT	5
4 Stratégie de Communication.....	6
4.1 Généralités.....	6
4.2 Objectifs 1 et 2 – Communication interne.....	7
4.2.1 Stratégie relative à la communication interne	7
4.2.2 Groupes cibles de la communication interne.....	7
4.2.3 Rôles et responsabilités de la communication interne.....	8
4.2.4 Outils de communication de la communication interne	9
4.3 Objectifs 3, 4 et 5 – communication externe.....	10
4.3.1 Stratégie de la communication externe.....	10
4.3.2 Groupes cibles de la communication externe	11
4.3.3 Rôles et responsabilités de la communication externe	11
4.3.4 Outils de communication de la communication externe	12
5 Indicateurs de la qualité pour la communication	13

INTRODUCTION

La communication étant vitale pour le succès de l'Organisation internationale des Institutions supérieures de contrôle des finances publiques (INTOSAI), l'objectif de l'INTOSAI est de placer la communication tant interne qu'externe en position stratégique afin de contribuer essentiellement à un bon fonctionnement du contrôle externe des finances publiques. L'objet des Lignes directrices relatives à la communication de l'INTOSAI est de disposer de principes de communication pour l'INTOSAI et ses membres afin d'assurer une communication efficace, transparente, précise et fiable et de rendre l'INTOSAI aussi ostensible que possible, populariser sa vision, sa mission et ses objectifs parmi ses membres.

Chaque Institution supérieure de contrôle des finances publiques (SAI) sait le mieux comment appliquer ces Lignes directrices relatives à la communication de l'INTOSAI de la manière la plus efficace dans le contexte de sa propre structure et de son propre environnement lorsqu'elle met en œuvre l'objectif commun d'une communication active et efficace.

1 CHAMP D'APPLICATION ET OBJECTIF DES LIGNES DIRECTRICES RELATIVES A LA COMMUNICATION

La Task force Stratégie de communication de l'INTOSAI a élaboré des Lignes directrices relatives à la communication pour proposer des procédures de communication cohérentes et des orientations pratiques. Les Lignes directrices relatives à la communication de l'INTOSAI présentent le foyer stratégique, les objectifs, les groupes cibles et les outils de communication pour les communications interne et externe visant à rendre ostensible les principes, le travail et la qualité des activités de l'INTOSAI et de ses membres, et d'étendre le rôle de l'INTOSAI et de ses membres en tant qu'institutions de contrôle des finances publiques indépendantes, compétentes et efficaces au profit de et dans l'intérêt de tous, et, de fait, accroître la transparence, la reddition des comptes et la crédibilité.

Les Lignes directrices relatives à la communication de l'INTOSAI se basent sur la pratique de communication ainsi que sur la politique de communication de l'INTOSAI. Dès le début, elles se sont concentrées sur les points suivants :

- a) Améliorer le libre flux d'informations, d'idées, d'expériences et de connaissances entre les membres de l'INTOSAI ;
- b) Encourager la communication ouverte entre les membres de l'INTOSAI ;
- c) Rendre disponible les informations ponctuelles, pertinentes et utiles sur les activités de l'INTOSAI ;
- d) Assurer que l'INTOSAI soit ostensible et accessible à tous les membres et autres parties prenantes ;

- e) Promouvoir les principes fondamentaux que sont l'ouverture et la transparence dans la communication et assurer que la communication soit objective, ponctuelle, claire et facilement compréhensible ;
- f) Mettre en place une approche claire et coordonnée par rapport à la communication externe pour assurer une cohérence et une pertinence globale ;
- g) Assurer que l'ensemble de la communication soit cohérente avec les Mission, Vision, et Objectifs Stratégiques de l'INTOSAI ;
- h) Favoriser une communication efficace pour la mise en œuvre réussie du Plan stratégique de l'INTOSAI et des objectifs définis ;
- i) Promouvoir une communication institutionnelle efficace sur l'importance de l'INTOSAI et des ISC ainsi que sur l'importance de l'audit public au sein de la gouvernance publique.

2 PRINCIPES FONDAMENTAUX DES LIGNES DIRECTRICES RELATIVES A LA COMMUNICATION

2.1 Fonder sur des normes INTOSAI

Les Lignes directrices relatives à la communication de l'INTOSAI se fondent sur des principes existants de l'INTOSAI. Ceux-ci comprennent des normes internationales, en particulier la Déclaration de Lima qui détermine les principes d'indépendance pour les ISC et leur reddition des comptes indépendante aux Parlements et au grand public, ainsi que la Déclaration de Mexico qui fait état du droit et de l'obligation des ISC à rendre compte de leur travail, en particulier de leur pouvoir discrétionnaire de décider du contenu de leurs rapports d'audit et de la date de la publication et de la diffusion de tels rapports dans le contexte de leurs lois.

L'INTOSAI tente constamment d'appliquer les valeurs fondamentales d'indépendance, en particulier dans les communications interne et externe. C'est la raison pour laquelle les activités de l'INTOSAI reconnues à l'échelle internationale sont inséparablement liées au travail de ses membres et à son indépendance politique, organisationnelle et financière.

2.2 Base stratégique

L'INTOSAI a élaboré un Plan stratégique pour diriger ses opérations futures. Le Plan comprend quatre objectifs liés aux missions de l'INTOSAI.

Le premier vise à promouvoir des ISC fortes, indépendantes et multidisciplinaires et à élaborer et adopter des normes professionnelles efficaces.

Le second cherche à renforcer les aptitudes et capacités professionnelles des ISC par le biais de formations, d'assistance technique et autres activités de développement.

Le troisième vise à favoriser la coopération, la collaboration, et l'amélioration continue des ISC par le biais d'échange de connaissances, y compris en fournissant des critères de référence,

accomplissant des études de meilleures pratiques, et en réalisant des recherches sur des questions d'intérêt et de préoccupations mutuels.

Le quatrième cherche à organiser et à diriger l'INTOSAI de façon à promouvoir les pratiques de travail économiques, efficaces et efficaces, la prise de décision ponctuelle et les pratiques de gouvernance efficaces tout en tenant dûment en considération l'autonomie régionale, l'équité et les différents modèles et approches des ISC membres.

L'une de nos stratégies proposées sous l'Objectif 3 visait à élaborer une politique de communication cohérente et complète pour l'INTOSAI reposant sur des activités existantes, capitalisant les nouvelles technologies et abordant les exigences liées à la communication tant interne qu'externe. C'est la raison pour laquelle la politique de communication se concentre sur les bénéfices liés au libre flux d'informations, d'idées, d'expériences et de connaissances entre les membres de l'INTOSAI. La politique se concentre aussi sur les bénéfices qu'apporte la mise en place d'une approche claire et coordonnée d'une communication externe pour assurer une cohérence et une pertinence globale.

Le principe arc-boutant de la stratégie de communication est de promouvoir le partage de connaissances et d'expériences avec l'ensemble de la communauté INTOSAI, ainsi qu'avec un large cercle extérieur de parties intéressées, en vue d'améliorer la qualité du contrôle des finances publiques à l'échelle mondiale et de promouvoir la reddition des comptes et la transparence.

Les Lignes directrices relatives à la communication de l'INTOSAI définissent la communication de manière plus spécifique, détaillée et opérationnelle, fondée sur la pratique, la politique et la stratégie de communication de l'INTOSAI. Il existe cinq objectifs stratégiques, qui correspondent à la devise de l'INTOSAI : « L'expérience mutuelle profite à tous » Les objectifs visent à :

1. Elever les connaissances des membres de l'INTOSAI et des Groupes de travail régionaux à un niveau uniforme en employant les moyens de communication existants (y inclus les connaissances liées au fait de savoir qui ils sont et ce qu'ils font - leurs principaux projets).
2. Appuyer les membres de l'INTOSAI et promouvoir la convergence entre les membres de l'INTOSAI et les Groupes de travail régionaux de l'INTOSAI.
3. Véhiculer les préoccupations du contrôle des finances publiques aux décideurs et faiseurs d'opinions.
4. Renforcer la position et la réputation des ISC et de l'INTOSAI.
5. Diffuser les bénéfices qu'apportent les ISC et l'INTOSAI parmi les organisations partenaires.

2.3 Positionnement

L'INTOSAI tente d'appliquer une communication consciente et axée sur la stratégie – ceci implique que les objectifs et les vocations de la communication doivent continuellement être réévalués. A cet égard, les questions suivantes seront examinées parmi d'autres :

- a) Comment l'INTOSAI désire-t-elle être perçue et comment veut-elle se positionner en interne, dans l'opinion publique et dans les différents groupes cibles ?

- b) Quelles sont les caractéristiques à travers lesquelles l'INTOSAI désire être identifiée et quels sont les messages INTOSAI (quels sont les questions et les thèmes sur lesquels l'INTOSAI devrait se concentrer et que devraient-ils communiquer) ?
- c) Quels voies d'information et de communication sont nécessaires et adéquates afin d'esquisser un profil clair et de transférer l'image interne et externe désirée ?

Ces points questions seront examinés dans un plan de communication, qui est en cours d'être élaboré et qui se base sur l'analyse SWOT (chapitre 3). Le plan de communication explique aussi des stratégies, instruments et mesures qui pourraient être appliqués afin de réaliser les objectifs désirés.

3 PROFIL DES FORCES ET DES FAIBLESSES – L'ANALYSE SWOT

Afin d'élaborer un plan de communication efficace, l'analyse SWOT aide à identifier les domaines au sein de l'INTOSAI et de sa communication qui doivent être améliorés.

L'analyse SWOT est un modèle appliqué dans le domaine de la gestion stratégique, qui donne un aperçu clair et structuré des forces, faiblesses, opportunités et menaces.

Les facteurs internes – forces et faiblesses – peuvent être contrôlés et changés par l'INTOSAI. Les facteurs externes – opportunités et menaces – sont stimulés par les politiques, les médias, les parlements/organes législatifs, les gouvernements et les entités d'audit et ne peuvent, pour cette raison, qu'être faiblement influencés. Des forces et opportunités corrélées ou des faiblesses et menaces identifiées relèvent des éléments fondamentaux pour une stratégie et un plan de communication globaux futurs.

La communication stratégique et anticipée de l'INTOSAI tente de créer et garantir une crédibilité et une confiance tant interne qu'externe. Pour réaliser cet objectif, les menaces potentielles doivent être identifiées à temps pour prévenir, ou tout au moins minimiser, toute conséquence négative possible pour l'INTOSAI.

Les forces et faiblesses de l'INTOSAI pertinentes à la communication dans l'environnement actuel doivent être analysées de manière détaillée pour dégager des opportunités et possibles menaces relatives à la position de l'INTOSAI. Ce profil des forces et faiblesses est une condition sine qua non essentielle pour déterminer les approches stratégiques nécessaires à la communication et prendre des mesures appropriées. Celles-ci comprennent une définition claire des responsabilités dans le domaine de la communication et une préparation adéquate lorsqu'il s'agit de traiter avec les ISC membres et les organes de l'INTOSAI, les médias, les parlements/organes législatifs et les gouvernements.

4 STRATEGIE DE COMMUNICATION

4.1 Généralités

Des messages clairs et cohérents sont absolument nécessaires pour une position interne et externe durable. Un facteur essentiel pour une communication réussie est la répétition. Des messages-clés sont à transmettre de manière cohérente ; leurs contenus doivent être précis et sans contradictions. Des responsabilités et processus clairs sont indispensables afin de mettre en œuvre le « principe d'une seule voix » de manière fructueuse - impliquant une stratégie qui contient des messages cohérents.

Les contenus des messages tout comme la voie à travers laquelle ils sont transmis décident du succès d'une communication consciente et axée sur la stratégie. Pour cette raison, il est nécessaire de mettre l'accent sur le fait que la communication n'est pas à sens unique. La communication est synonyme de dialogue. Pour qu'elle soit efficace, un respect et une confiance mutuels sont nécessaires entre l'expéditeur et le destinataire.

La communication de l'INTOSAI vise à asseoir sa réputation et sa crédibilité de manière durable. L'INTOSAI poursuit l'approche d'une communication intégrée projetant une identité unique tant au niveau interne qu'externe. Elle est forgée par une information ciblée et des contacts directs avec des groupes cibles stratégiquement importants. Elle s'adresse principalement aux membres de l'INTOSAI.

Les médias jouent également un rôle important dans la politique et la société. Ils établissent un lien entre les institutions supérieures de contrôle des finances publiques et l'opinion publique. Les médias ont un effet multiplicateur. Les groupes cibles externes peuvent être atteints à travers différentes voies de communication.

En prenant des mesures ciblées relatives à la communication, l'INTOSAI tente d'atteindre la position et de réaliser les objectifs suivants :

- a) Favoriser un sentiment communautaire ;
- b) Positionner l'INTOSAI comme organisation internationale importante ;
- c) Promouvoir la crédibilité, la transparence, l'indépendance, le professionnalisme, l'image et l'acceptation de l'INTOSAI ;
- d) Promouvoir les acquis et les produits de l'INTOSAI (normes professionnelles, lignes directrices, sondages, études, séminaires, bases de données et sites Web) ;
- e) Promouvoir les acquis efficaces de projets importants qui bénéficient aux ISC tels les projets de renforcement des capacités ;
- f) Etablir une appréciation pour les tâches, activités et objectifs de l'INTOSAI, ses Commissions et Groupes de travail dans les médias, les parlements/organes législatifs, gouvernements et dans l'opinion publique ;

- g) Identifier les risques potentiels dans le domaine économique et financier et atténuer les effets.

4.2 Objectifs 1 et 2 – Communication interne

1. Elever les connaissances des membres de l'INTOSAI et des Groupes de travail régionaux à un niveau uniforme en employant les moyens de communication existants (y inclus les connaissances liées au fait de savoir qui ils sont et ce qu'ils font - leurs principaux projets).
2. Appuyer les membres de l'INTOSAI et promouvoir la convergence entre les membres de l'INTOSAI et les Groupes de travail régionaux de l'INTOSAI.

4.2.1 Stratégie relative à la communication interne

La communication interne au sein de l'INTOSAI, ses organes et ses membres devrait permettre un libre flux d'informations, d'idées, d'expériences et de connaissances qui assurent un développement de manière directe, ouverte et constructive. En même temps, la communication interne devrait favoriser l'identification avec l'INTOSAI et accroître l'engagement de ses membres. Elle vise à combler d'éventuelles lacunes de manière appropriée entre les connaissances du management et les besoins des membres de l'INTOSAI. Elle devrait, en particulier, viser à communiquer les raisons pour toute décision qui a été prise. Des sondages réalisés auprès de clients montrent que la raison du mécontentement est souvent due au fait que les informations ne sont pas communiquées comme elles le devraient ou qu'elles sont communiquées en différé.

Tous les organes de l'INTOSAI devraient encourager la communication dans les cinq langues de travail officielles de l'INTOSAI afin de partager les connaissances et les expériences au sein de l'ensemble de la communauté INTOSAI tout en considérant la communication comme ressource. La communication dans les cinq langues de travail officielles devrait être basée sur la terminologie de l'INTOSAI (les traducteurs devraient utiliser les glossaires de l'INTOSAI).

Le Secrétariat général de l'INTOSAI et les Secrétariats des Groupes de travail régionaux devraient assurer une information complète sur les activités de l'INTOSAI et leur disponibilité pour tous les membres.

Tous les produits de l'INTOSAI devraient être répartis au sein des ISC individuelles.

Toutes les ISC sont réciproquement encouragées à partager leurs connaissances et leurs expériences.

Tout article sur les produits professionnels de l'INTOSAI devrait être publié dans la Revue internationale de la vérification des comptes publics.

4.2.2 Groupes cibles de la communication interne

Le groupe cible le plus important de la communication interne de l'INTOSAI sont ses membres. Ils forment l'Organisation, sont responsables de la qualité de son travail jouent le rôle le plus important en ce qui concerne la promotion interne et externe des messages à véhiculer.

Pour cette raison, la communication interne a la priorité sur la communication externe. Conformément à cette approche, les principaux groupes cibles de la communication sont les suivants :

- a) ISC membres, en particulier les commissaires aux comptes ;
- b) Comité directeur ;
- c) Secrétariat général ;
- d) Directeur de la Planification stratégique ;
- e) Secrétariats des Groupes de travail régionaux ;
- f) Autres organes de l'INTOSAI, tels les Commissions, Sous-commissions, les Groupes de travail/Task forces, l'Initiative de développement de l'INTOSAI (IDI) et la Revue internationale de la vérification des comptes publics.

4.2.3 Rôles et responsabilités de la communication interne

- a) **Secrétariat général de l'INTOSAI** (Président de la Task force stratégie de communication) : conformément à la devise de l'INTOSAI selon laquelle « L'expérience mutuelle profite à tous », le Secrétariat général se voue à promouvoir et appuyer un large échange d'expériences et de connaissances dans le domaine du contrôle des finances publiques entre les membres de l'INTOSAI. Il salue l'échange d'expertise à l'échelle internationale et le détachement de membres de l'INTOSAI et organisations partenaires. Le Secrétariat général de l'INTOSAI comme force motrice de l'innovation aborde des thèmes d'intérêt actuel et de pertinence globale, qui aident à renforcer l'INTOSAI et ses membres. Il utilise de manière efficace les médias électroniques afin de communiquer avec ses membres, d'autres organes et groupes de l'INTOSAI pour accroître le professionnalisme de l'INTOSAI.
- b) **Secrétariats des Groupes de travail régionaux** : Tout en préservant et maintenant l'indépendance et l'autonomie des Groupes de travail régionaux, leurs secrétariats contribuent à la promotion globale des objectifs de l'INTOSAI à l'échelle régionale, proposant aux membres des opportunités de coopérations professionnelles et techniques sur une base régionale. Les Secrétariats des Groupes de travail régionaux encouragent et développent les échanges d'idées, d'expériences, d'études et d'opinions dans le domaine du contrôle des finances publiques parmi les ISC dans leurs régions en mettant en œuvre des études systématiques, en organisant des cours de formation pour du personnel d'audit, en promouvant des meilleures pratiques et des méthodologies et en renforçant l'organisation structurelle des ISC.
- c) **Comité directeur** : entre les Congrès, le Comité directeur prend toutes les mesures qu'il juge nécessaires pour réaliser les objectifs de l'INTOSAI, y inclus, en particulier, toutes les tâches qui lui sont assignées par le Congrès.
- d) **Directeur de la Planification stratégique** : le Directeur de la Planification stratégique appuie et assure la coordination en ce qui concerne la mise en œuvre du Plan stratégique.

- e) **IDI : l'Initiative de développement** de l'INTOSAI promeut les objectifs de l'INTOSAI à l'échelle régionale, proposant aux membres des opportunités de coopérations professionnelles et techniques sur une base régionale.
- f) **Revue** : La **Revue internationale de la vérification des comptes publics** propose des nouvelles et des informations actuelles sur l'INTOSAI, ses membres et organes régionaux et permet au lecteur un accès facile à ses articles.
- g) **ISC membres et autres organes de l'INTOSAI**, tels les Commissions, Sous-commissions, Groupes de travail/Task forces : ils accueillent des conférences et des séminaires, y inclus le Congrès de l'INTOSAI des Institutions supérieures de contrôle des finances publiques (INCOSAI) et utilisent leurs sites web pour appuyer les objectifs de communication de l'INTOSAI tant que possible (par ex., en proposant des liens au(x) site(s) web de l'INTOSAI).

4.2.4 Outils de communication de la communication interne

Une plus grande utilisation des technologies de communication modernes est à encourager afin d'accélérer la communication, de la rendre plus sûre, plus étoffée et économique. L'INTOSAI utilise les moyens de communication suivants afin de satisfaire aux exigences de la communication moderne :

- a) Sites web de l'INTOSAI et de ses Groupes de travail régionaux, des Commissions, des Sous-commissions, des Groupes de travail/Task forces, des ISC, de l'IDI, de la Revue ;
- b) Site web de l'ISSAI (Normes internationales des Institutions supérieures de contrôle des finances publiques) pour proposer un accès à tout le recueil de normes professionnelles et de lignes directrices des meilleures pratiques pour les auditeurs dans le secteur public, officiellement autorisé et endossé par l'INCOSAI ;
- c) Base de données conviviale de l'INTOSAI sur le site web de l'INTOSAI ;
- d) Outil de collaboration de l'INTOSAI ;
- e) Programmes de développement de capacités durables, basés sur la collaboration et les besoins dans les régions de l'INTOSAI organisés par l'IDI ;
- f) Revue internationale de la vérification des comptes publics ;
- g) Événements tels les INCOSAI, les congrès et conférences régionaux, les réunions du Comité directeur de l'INTOSAI, les réunions du Comité directeur de l'IDI, les réunions des Commissions/Groupes de travail/Task forces, les Symposiums de l'ONU/INTOSAI et les rapports des réunions en question ;
- h) Publications résultant des activités de l'INTOSAI (normes, lignes directrices, meilleures pratiques et autres produits professionnels - par ex., le dépliant, les Déclarations de Lima/Mexico) ;
- i) Lignes directrices des régions de l'INTOSAI qui s'appliquent à l'échelle mondiale ;

- j) Médias sociaux, outils de collaboration en ligne, et autres médias numériques, ainsi que toute autre technologie de communication appropriée développée dans le futur ;
- k) Autres outils de communication tels la correspondance par courrier, fax et téléphone ;

4.3 Objectifs 3, 4 et 5 – communication externe

- 3. Véhiculer les préoccupations du contrôle des finances publiques aux décideurs et faiseurs d'opinions.
- 4. Renforcer la position et la réputation des ISC et de l'INTOSAI.
- 5. Transmettre les avantages des ISC et de l'INTOSAI, dans les organisations partenaires.

4.3.1 Stratégie de la communication externe

L'INTOSAI est reconnue comme étant la voix commune des ISC membres dans le domaine du contrôle des finances publiques, et pour des questions liées à la reddition des comptes et à la gouvernance lorsqu'il s'agit de traiter avec des organisations externes. Dans le domaine de la communication externe, l'accent est mis sur la crédibilité, l'indépendance, la compétence et la performance ainsi que sur l'image publique de l'INTOSAI. L'importance de l'INTOSAI et ses tâches est activement promue dans la population. De plus, il faut encourager et favoriser l'acceptation de son travail et renforcer la confiance des citoyens dans les institutions de contrôle des finances publiques. L'INTOSAI est soucieuse d'être une organisation moderne, ouverte et transparente, et de jouer un rôle modèle en ce qui concerne la qualité et l'efficacité de son travail.

Afin d'assurer une communication externe efficace et de prévenir tout préjudice à l'image dont elle jouit dans l'opinion publique, des mesures appropriées doivent être prises. Ces mesures devraient inclure une définition claire des responsabilités dans le domaine de la communication et une préparation appropriée pour traiter avec des groupes cibles (chapitre 4.3.2).

Tous les organes de l'INTOSAI devraient accroître leurs connaissances sur les ISC et sur l'INTOSAI et mettre en valeur leur réputation par les moyens suivants :

- a) Etre apparent et bénéficier de plus de soutien dans l'opinion publique ;
- b) Promouvoir une meilleure compréhension de leurs différents rôles et tâches dans la société ;
- c) Rendre l'information professionnelle autant que possible accessible au public ;
- d) Communiquer ouvertement avec le public et d'autres parties intéressées (telles les parlements/organes législatifs, gouvernements) et développer la communication de manière coordonnée avec/au sein de l'INTOSAI (pas de discordances dans le transfert de la communication et de l'information).

Les chapitres suivants traitent de ces tâches de manière plus détaillée.

4.3.2 Groupes cibles de la communication externe

Pour réaliser les objectifs externes de la Task force « stratégie de communication », les groupes cibles suivants ont été définis :

Groupes cibles principaux/directs :

- a) Parlements/organes de contrôle politico-législatifs ;
- b) Gouvernements ;
- c) Services chargés de l'application de la loi ;
- d) Entités contrôlées à l'échelle régionale et locale ;
- e) Médias et citoyens ;

Autres groupes cibles :

- a) Entités de contrôle à l'échelle régionale et nationale ;
- b) Organismes internes d'audit ;
- c) Associations professionnelles et entités de contrôle du secteur privé ;
- d) Organisations partenaires de l'INTOSAI comme la famille onusienne, les communautés de bailleurs de fonds et les membres associés ;
- e) Société civile et prescripteurs ;
- f) Entités politiques à l'échelle régionale et nationale ;
- g) Organisations académiques, scientifiques et de recherche ;

4.3.3 Rôles et responsabilités de la communication externe

La communication externe devrait uniquement être assurée par les porte-parole ou les personnes désignées/nommées par les porte-parole. Conformément à la politique de communication adoptée par l'INTOSAI, le Secrétaire général est le premier porte-parole de l'INTOSAI. Le Secrétaire général peut déléguer cette responsabilité à d'autres porte-parole appropriés.

Les porte-parole désignés incluent :

- a) Le président du Comité directeur de l'INTOSAI (au nom de l'INTOSAI) ;
- b) Le Secrétariat général de l'INTOSAI (au nom de l'INTOSAI) ;
- c) Les présidents des Comités directeurs des Groupes de travail régionaux (au nom de leurs Groupes de travail régionaux respectifs) ;

- d) Les Secrétariats généraux des Groupes de travail régionaux (au nom de leurs Groupes de travail régionaux respectifs) ;
- e) Les présidents des ISC nationales (au nom de leurs ISC respectives) ; celles-ci assurent la communication extérieure pour toutes les questions pertinentes à l'échelle nationale.
- f) Les présidents des organes de l'INTOSAI, par ex., les Commissions, les Sous-commissions, les Groupes de travail/Task forces (au nom de leurs organismes respectifs lorsqu'ils communiquent et interagissent avec des parties extérieures qui ont des intérêts semblables).
- g) Le président du Comité de l'IDI/Directeur général de l'IDI (en ce qui concerne les activités de formation et de développement).
- h) Le Comité de la Revue internationale/éditeur de la Revue internationale (en ce qui concerne les activités de l'INTOSAI et produits professionnels).

Tous les porte-parole désignés mentionnés ci-haut devraient consulter le Secrétariat général lorsqu'il s'agit de communiquer des points d'ordre organisationnel de l'INTOSAI afin d'assurer la cohérence et la pertinence.

4.3.4 Outils de communication de la communication externe

Les médias, les décideurs et les prescripteurs sont le lien le plus essentiel avec le public. Pour cette raison, l'INTOSAI recherche une coopération honnête et ouverte avec les journalistes et les parties intéressées externes telles les parlements/organes législatifs et les gouvernements. Il revêt d'une importance particulière que les informations diffusées et communiquées par l'INTOSAI, ses entités et ses membres n'empiètent pas sur le droit en common law, en particulier sur les droits sujets aux lois de propriété intellectuelle, lois de brevets ou les législations relatives aux droits d'auteur. Le contenu des messages et la manière dont ils sont transmis doivent être définis afin d'assurer une communication réussie. L'INTOSAI et ses membres se dotent des outils de communication suivants :

- a) Site web de l'INTOSAI : le site web revêt d'une importance particulière aussi pour la communication externe. Il doit être mis à jour, amélioré et élargi continuellement. Le site web de l'INTOSAI doit contenir toutes les informations de base sur tous les produits adoptés de l'INTOSAI afin de présenter un aperçu des activités de l'INTOSAI avec des liens directs vers des informations détaillées ;
- b) Sites web des Groupes de travail régionaux, Commissions, Sous-commissions, Groupes de travail/Task forces, et ISC nationales ;
- c) Site web de l'ISSAI (Normes internationales des Institutions supérieures de contrôle des finances publiques) ;
- d) Conférences, symposiums et séminaires ;
- e) Produits résultant du processus de normalisation de l'INTOSAI (normes, lignes directrices et meilleures pratiques) ;

- f) Publications de rapports d'audit (en conformité avec la législation nationale) ;
- g) Conférences de presse et communiqués de presse qui annoncent des événements importants tels les INCOSAI, réunions du Comité directeur de l'INTOSAI, réunions des Commissions etc. ;
- h) Communiqués de presse qui annoncent la publication de nouveaux produits :
 - i. Après chaque INCOSAI, le Secrétaire général et le président du Comité directeur devraient informer les médias et le public sur les résultats du Congrès dans le cadre d'une conférence de presse et/ou par le biais d'un communiqué de presse. Une telle information devrait inclure des discussions de thèmes ainsi que des adoptions d'ISSAI (Normes internationales des Institutions supérieures de contrôle des finances publiques) et d'INTOSAI GOV (Lignes directrices de bonne gouvernance de l'INTOSAI).
 - ii. Après chaque INCOSAI, les présidents des Commissions, Sous-commissions et Groupes de travail/Task forces appropriés informeront les associations professionnelles et autres entités pertinentes sur les normes, lignes directrices et meilleures pratiques adoptées par le Congrès.
 - iii. En outre, les résultats des Symposiums ONU/INTOSAI et d'évènements régionaux de taille seront communiqués aux médias et au public.
- i) Les produits professionnels et activités de l'INTOSAI devraient être publiés dans la Revue internationale et dans d'autres revues professionnelles ;
- j) Médias sociaux, outils de collaboration en ligne, et autres médias numériques, ainsi que toute autre technologie de communication appropriée développée dans le futur ;

5 INDICATEURS DE LA QUALITE POUR LA COMMUNICATION

Les indicateurs de la qualité devraient être appliqués et mis en œuvre afin de mesurer l'écho enregistré par rapport à la communication interne et externe de l'INTOSAI. Pour cette raison, l'INTOSAI devrait déterminer à mi-parcours les chiffres-clés nécessaires pour mesurer le succès de la stratégie de communication et faire observer comment et à quel niveau il devrait y avoir un suivi de tels indicateurs.