

**Formation pour les Conseiller-ère-s Militaires Genre** **Leçon 8**



 United Nations  
Peacekeeping

 **unitar**  
United Nations Institute for Training and Research

 **MILITARY  
GENDER  
ADVISOR**

## Faire preuve de confiance lors d'un briefing avec le CF ou l'état-major militaire.

2

### Compétences évaluées par le·la Commandant·e de la Force

- Concision
- Bonne connaissance du sujet
- Conclusion efficace

### Compétences évaluées par les facilitateur·rice·s

- Relation entre les normes sociales et le recrutement des groupes armés
- Identification des agent·e·s de changement
- Identification des gardien·ne·s des normes sociales



## Briefing matinal du·de la Commandant·e de la Force

3

### **MINUSCA - Arrestation ou désarmement des groupes criminels à Bangui**

Le·La Commandant·e de la Force militaire de la Mission des Nations Unies en République Centre Africaine (MINUSCA) vous demande de lui suggérer des modes d'action pour améliorer les opérations conjointes de désarmement et d'arrestation ciblant les groupes criminels dans le quartier PK5 de Bangui qui sont menées conjointement avec les Forces Armées Centrafricaines (FACA), les Forces de Sécurité Intérieure (FSI) et la MINUSCA.

Présentation des bureaux suivants:

- a. Le U2 – Renseignement militaire
- b. Le U3- Opération
- c. Le U4- Logistique
- d. Le U9- Coopération civilo-Militaire
- e. Les opérations d'information
- f. Le·la Conseiller·ère Militaire Genre

08h00-08 h30

Présentation de l'équipe de la MINUSCA

Simulation de 15 minutes

- Présentation de 1-2 minutes de chacun des bureaux suivants:
  - Le U2 - Renseignement militaire.
  - Le U3 - Opération
  - Le U4 - Logistique
  - Le U9 - Coopération civilo-Militaire
  - Les opérations d'information
  - Le·La Conseiller·ère Militaire Genre
- Rétroaction du·de la représentant·e du·de la Commandant·e de la Force au niveau de la capacité de chaque bureau de faire un briefing militaire. (15 min)

Rétroaction du·de la Commandant·e de la Force	4
<p><b>Concision</b> – Le briefing a respecté le temps alloué par le·la Commandant·e de la Force (15 min).</p> <p><b>Bonne maîtrise du sujet</b> – L'équipe répond aux questions de façon exhaustive et en détail.</p> <p><b>Conclusion efficace</b> – L'équipe présente une conclusion solide dans laquelle elle récapitule la présentation et renforce le ou les message(s) clé(s).</p>	

08h00-08 h30

Présentation de l'équipe de la MINUSCA

Simulation de 15 minutes

- Présentation de 1-2 minutes de chacun des bureaux suivants:
  - Le U2 - Renseignement militaire.
  - Le U3 - Opération
  - Le U4 - Logistique
  - Le U9 - Coopération civilo-Militaire
  - Les opérations d'information
  - Le·La Conseiller·ère Militaire Genre
  
- Rétroaction du·de la représentant·e du·de la Commandant·e de la Force au niveau de la capacité de chaque bureau de faire un briefing militaire. (15 min)

## Rétroactions des facilitateur·rice·s

5

### **Équipes de la MINUSCA – Quels sont les comportements que vous visez à renforcer et modifier avec vos modes d'action proposés.**

Avons-nous pris en compte les éléments suivants:

- Comment les normes sociales poussent les hommes à rejoindre les groupes criminels?
- Les groupes qui peuvent influencer les changements de normes sociales: Les leaders communautaires et religieux, les leaders femmes, les leaders jeunes et les chef·fe·s traditionnel·le·s
- Les gardien·ne·s de barrières qui sont les chef·fe·s religieux·ses
- L'utilisation des lieux publics communs pour favoriser la paix tels que les hôpitaux et les écoles.

08h30-08 h35

### **Étape 1 – Comprendre le problème**

- Selon les estimations, une vingtaine de groupes armés différents opèrent en RCA. Parmi eux, les principaux sont l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC); le Front populaire pour la renaissance de la Centrafrique et son aile militaire, le Comité national de défense et de sécurité et le Rassemblement patriotique pour le Renouveau de la Centrafrique.
- En 2020, l'UPC était le groupe armé le plus puissant. Certaines de ces milices, connues sous le nom d'anti-balaka, ont une structure de commandement très informelle et sont basées sur des critères ethniques.
- Même si 14 groupes armés ont signé un accord de paix avec le gouvernement en 2019, ils contrôlent toujours la majeure partie du pays.
- Leur principale source de revenus est l'extorsion et la taxation illégale. En effet, les puissant·e·s chef·fe·s de guerre du pays sont impliqué·e·s dans la taxation illicite des marchands de bétail. Certains de ces groupes armés se spécialisent dans des marchés criminels spécifiques.
- Parallèlement, on assiste dans le pays à la prolifération de trafiquant·e·s non organisé·e·s, de bandits, de criminel·le·s, de voleur·se·s, de coupeur·se·s de route (zaraguinas), de contrebandiers, de voleur·se·s et de faussaires. Il·elle·s se livrent principalement au vol de bétail.

### **Étape 2 – Comprendre les besoins et les rôles de genre**

- Pour accéder à la justice, les femmes se heurtent à des obstacles liés à des normes sociales restrictives, des protections juridiques inadéquates, des coûts prohibitifs des services juridiques et une insécurité générale. La banalisation de la violence sexuelle et sexiste (VSS) en RCA aujourd'hui est une conséquence du nombre énorme des violences commises au cours des conflits successifs.
- Les jeunes, qui sont censé·e·s être les futur·e·s dirigeant·e·s et agent·e·s de changement du pays, ont été victimes et subi le recrutement et la participation aux groupes armés, le déplacement et la disparition de membres de leur famille. Pourtant, les débats sur la justice ont tendance à les négliger et les institutions publiques à les exclure, tandis que l'absence de scolarisation et le manque d'accès à l'éducation les empêchent de prendre conscience de leurs droits. Les enfants victimes du conflit qui ont été enrôlé·e·s dans des groupes armés sont toujours considéré·e·s comme des auteur·e·s de crimes. Pourtant, les jeunes tentent de modifier cette situation au moyen d'expressions politiques pacifiques, notamment par la participation à la société civile, aux médias et aux arts.

### **Étape 3 – Comprendre les normes sociales**

- Les normes de masculinité sont largement influencées par des stéréotypes néfastes sur ce que signifie « être un homme », à Bangui. C'est pourquoi ces normes peuvent être les causes profondes et les conséquences des vastes inégalités entre les sexes et de la violence sexuelle et basée sur le genre (VSBG) qui règnent dans le pays. Ces normes sociales sont souvent justifiées ou excusées par les enseignements de la religion.
- Au niveau sociétal, il existe des idéaux de masculinité profondément ancrés, que les hommes peuvent avoir du mal à atteindre dans un contexte précaire, ravagé par les conflits et caractérisé par un chômage élevé. Cela a des répercussions sur les relations sexuelles et sociales des hommes et des femmes; de plus, le sentiment de frustration et de honte de ne pas être à la hauteur des critères sociaux de masculinité peut également contribuer à la violence.
- Malgré une acceptation généralisée, parmi les femmes et les hommes, des normes de violence et d'inégalité entre les sexes, il y a également un petit nombre d'hommes et de femmes qui remettent activement en question ces normes et qui s'expriment en faveur de formes de masculinités positives. Il s'agit entre autres de masculinités bienveillantes, non violentes et responsables, qui identifient les hommes comme des travailleurs et donc comme subvenant mieux aux besoins de leur famille. Comme le montrent ces réponses, il est possible que les normes néfastes puissent changer. Les leaders religieux·se·x pourraient encourager cette évolution en travaillant simultanément avec les femmes, les filles, les hommes et les garçons pour remettre en question et transformer ces normes de genre néfastes, surtout lorsqu'elles s'appuient sur certaines interprétations des textes religieux.
- La majorité des participant·e·s considéraient qu'actuellement, les leaders religieux·se·x contribuaient à des normes de masculinités rigides, ancrées dans une lecture et une interprétation sélective des textes sacrés, qui pourraient conduire à des problèmes de santé pour les hommes et leurs partenaires. Cependant, quelques participant·e·s considéraient qu'ils avaient un rôle crucial à jouer pour tenter de transformer les masculinités dans les communautés de foi et dans la société au sens large.

### **Étape 4 - Proposer des solutions**

- Mener des études plus sensibles à la culture et plus intersectorielles sur le genre et les normes sociales, qui permettraient d'apporter des réponses plus adaptées à la violence sexuelle et sexiste (VSS) et mettre en lumière comment la banalisation de la VSS contre les femmes et les hommes contribue à sa persistance avant, pendant et après un conflit.

- Assurer des formes alternatives de participation des jeunes aux mesures de justice, comme moyen de contribuer aux processus de justice transitionnelle par d'autres formes d'expression, et comme moyen pour eux de jouer un rôle participatif positif tant dans la transition que dans le développement global du pays.
- Les études auprès de la population ont identifié les lieux comme le marché, les hôpitaux, les établissements scolaires et les centres d'activité sportive comme des endroits pouvant facilement permettre la rencontre entre Musulmans et Chrétiens même si des cas de stigmatisation et des menaces d'agressions sont encore présents dans ces endroits à faible intensité.
- Les études n'ont pas ressorti de façon spécifique les catégories de personnes pouvant positivement influencer le conflit même si quelques participant·e·s ont cité les catégories comme leaders religieux et communautaires, les leaders femmes, les leaders jeunes et les chef·fe·s traditionnel·le·s même si ces derniers font l'objet de beaucoup de critiques par rapport à leur passivité.

Référence additionnelle: <https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2018/09/Conflict-scan-Bolstering-Judicial-and-Social-Accountability-processes-in-CAR-August-2018.pdf> et <https://res.cloudinary.com/tearfund/image/fetch/https://learn.tearfund.org/-/media/learn/resources/reports/gender-norms-violence-and-masculinity-fr.pdf>

**Comportements irrationnels**


**6**

Comment les comportements irrationnels suivants, étudiés lors de la Leçon 3.1, pourraient avoir un impact sur les modes d'action proposés durant le briefing matinal du/de la commandant·e de la Force?

- 1- Changer de point de vue en entendant un point de vue «extrême»
- 2- Les gens recherchent des revenus et des résultats à court terme

THE FOGO PROCESS

“Challenge for Change” was a program that allowed communities to use film as a catalyst for social change.



08h35-08 h40

Parlez du projet Fogo au Canada qui est similaire au changement de point de vue en regardant le point de vue extrémiste.

<https://fogoislandinn.ca/our-island/the-fogo-process/>

« Challenge for Change » était un programme canadien qui permettait aux communautés d'utiliser le cinéma comme catalyseur du changement social.

L'île Fogo a une longue histoire avec le cinéma. L'île a été le lieu d'un projet de cinéma communautaire légendaire à la fin des années 1960, connu dans le monde entier sous le nom de The Fogo Process. Le processus Fogo est né du programme « Challenge for Change » de l'Office National du Film, qui utilisait le film pour promouvoir la collaboration communautaire et le changement social. L'Office National du Film du Canada (ONF) et le Service de vulgarisation de l'Université Memorial de Terre-Neuve se sont rendus sur l'île Fogo pour donner la lumière et une voix aux collectivités individuelles de l'île Fogo qui étaient aux prises avec l'effondrement de la pêche côtière. Face à la menace imminente de réinstallation du gouvernement, les habitants de l'île Fogo ont dû rapidement développer un système de collaboration qui n'avait jamais existé auparavant sur l'île, afin de surmonter la perte de la pêche traditionnelle et de conserver leur maison.

Le cinéaste Colin Low, le travailleur communautaire Fred Earle et le chef du service de vulgarisation de l'Université Memorial Donald Snowden ont travaillé à partir d'une vision commune. Colin Low a réalisé 27 courts métrages documentant la vie sur l'île Fogo, puis a projeté ses films pour les résidents de l'île. Pour la première fois, les habitants de l'île Fogo ont constaté que toutes les collectivités de l'île étaient confrontées à des problèmes et à des



défis similaires. Le fait de voir leurs concitoyens de l'Île parler pour un film a contribué à susciter de nouveaux dialogues au-delà des frontières communautaires qui divisaient auparavant. L'esprit de collaboration engendré par les films du processus Fogo et par le nouveau comité d'amélioration de l'île Fogo a finalement mené à la formation de la Fogo Island Fishing Co-op. La coopérative, qui appartient à des pêcheur·se·s et des travailleur·se·s d'usines locaux, a été le fer de lance de l'adaptation à la pêche semi-hauturière et continue d'exister en tant que pilier de l'économie à ce jour.

Shorefast et Fogo Island Inn continuent de croire que l'art et le cinéma ont un rôle clé à jouer dans la narration de nos histoires et dans la préservation des connaissances et de la culture traditionnelles. Shorefast a reconnu cette histoire de collaboration par l'art et le cinéma grâce à la création de Fogo Island Arts et en s'associant à l'Office National du Film pour le cinéma numérique du Fogo Island Inn. Le cinéma de l'auberge est le premier théâtre à exister sur l'île et marque le retour de l'ONF à l'île Fogo pour honorer un engagement de longue date envers la communauté qui a finalement mis le programme « Défi pour le changement » sur la carte.

**Suivi de 10 min pour revoir les concepts de la Leçon 3.7 et répondre aux questions des participant·e·s**

**Le pouvoir des légendes et des histoires** 7



The illustration depicts a rural village scene. On the left, a man in a red robe sits atop a brown horse. In the center, a woman in a yellow dress and another in a blue dress stand together. In the background, there is a simple wooden hut with a thatched roof. Overlaid on the scene are four signs: a black sign with 'KANOU' in white, a green sign with 'MOUSSO' in white, a yellow sign with 'ET' in black, and a purple sign with 'KON MOUSSO' in white.

5 min

Demander aux participant·e·s ce qu'il·elle·s retiennent comme message de cette légende.

<https://www.youtube.com/watch?v=-f39dAOd-vk>

Demander aux participant·e·s s'il y a d'autres légendes dans leur pays qui ont un impact sur les croyances encore aujourd'hui.

Demander aux participant·e·s si certaines de ces légendes ont comme rôle d'être les gardien·ne·s des normes sociales liées aux genres.

Dites-leur qu'aujourd'hui il·elle·s doivent garder à l'esprit que les légendes parlent aux gens, qu'il faut les considérer dans la conception et la mise en place de leur stratégie genre pour mobiliser les gens, pour les motiver à agir de la façon désirée par votre plan, comme par exemple permettre aux femmes de participer aux décisions dans les communautés. Penser aussi à utiliser ces histoires avec vos coéquipier·ère·s militaires pour susciter et maintenir leur intérêt.

Pour le cours anglophone, il est possible d'utiliser la vidéo suivante: <https://www.youtube.com/watch?v=TPyy9gsu86Y>

<b>Aperçu</b>	<b>8</b>
<p><b>Objectif 1:</b> Faire preuve de confiance en soi lors du briefing avec le-la CF ou l'état-major militaire.</p> <p><b>Objectif 2:</b> Identifier les facteurs favorables et les obstacles à la mise en œuvre de sa stratégie.</p> <p><b>Objectif 3:</b> Effectuer une analyse personnalisée du public cible.</p> <p><b>Objectif 4:</b> Formaliser l'approche de la mise en œuvre de la stratégie basée sur l'évaluation de l'audience.</p> <p><b>Objectif 5:</b> Préparer une présentation efficace et un concept concis de la stratégie.</p> <p><b>Objectif 6:</b> Utiliser le feedback constructif pour modifier les présentations.</p>	

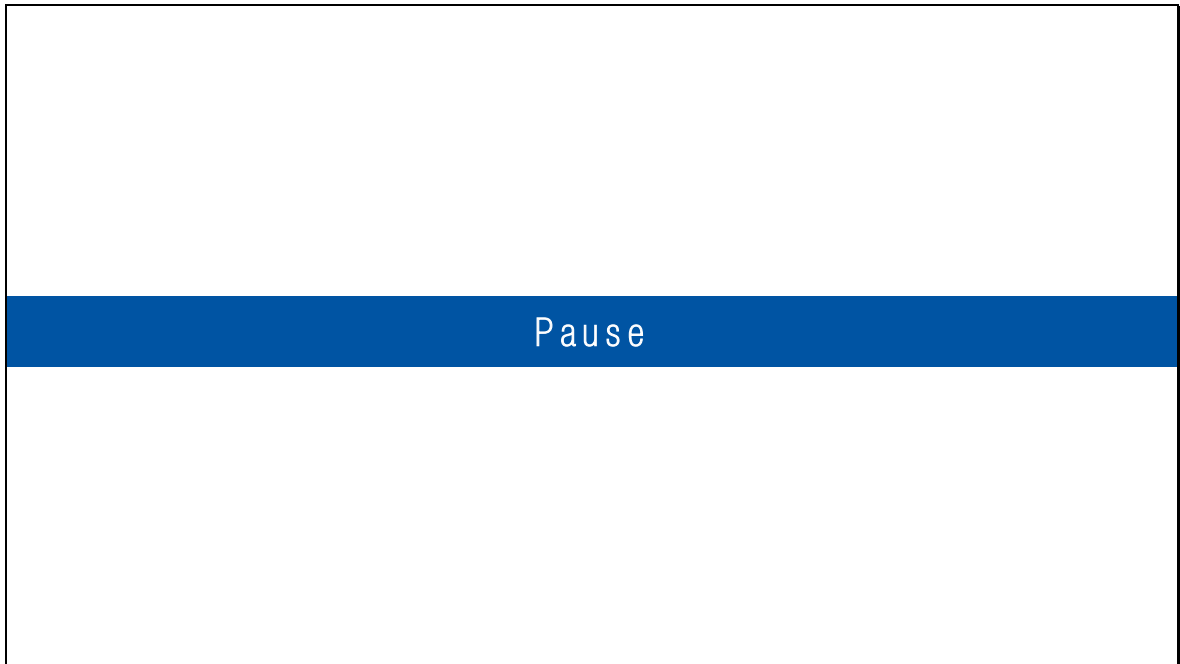
5 min

Développez un récit illustrant la stratégie militaire genre pour donner à votre public cible comme objectif de la soutenir.

Concevoir une stratégie militaire genre pour opérationnaliser la mise en œuvre de l'Agenda FPS par la composante militaire.

Évaluer et utiliser les commentaires reçus des collègues.

Diapositive 9



## Concevoir une stratégie militaire genre pour opérationnaliser la mise en œuvre de l'Agenda FPS par la composante militaire

10

### Lors de la Leçon 3.7, nous avons développé:

- La vision
- L'État final / impact
- La stratégie/ approche
- La ligne d'action
- Les tâches et mécanismes de coordination liés à l'analyse SWOT

### Dans la prochaine heure, nous allons développer:

- Des tâches additionnelles
- Des mécanismes de réduction du risque
- Des mécanismes de coordination additionnels
- Direction pour le bureau des opérations d'information

5 min

**Comprendre les audiences cibles: Mise en place de la stratégie** 11

Pour	Contre	Croyances
		
Catalyseurs	Obstacles	Légendes

0910-1000  
(50 min)

Durant les 20 prochaines minutes.

Pour chaque ligne d'opération / ligne d'action de votre stratégie identifiée à la Leçon 3.7, identifier:

- Qui pourraient être des agent·e·s de changement ou des catalyseur·euse·s pour le succès de cette ligne d'opération / ligne d'action.
- Qui pourraient être des obstacles, des gardien·ne·s des normes sociales qui pourraient freiner ou entraver votre ligne d'opération.
- Est-ce qu'il y a des légendes ou histoires qui pourraient être utilisées pour soutenir vos lignes d'opération.

Après 20 minutes, chaque équipe présente sa ligne d'opération en 5 minutes. À la fin de chaque présentation les deux autres équipes doivent prendre 5 minutes pour identifier au moins 2 catalyseur·euse·s, 2 obstacles et peut-être 2 légendes que l'équipe qui a présenté doit prendre en compte. (30 minutes)

## Tâches, mécanismes de coordination et réduction du risque et opérations d'information

12

En considérant les acteur·rice·s (catalyseurs et obstacles) et les légendes, identifiez pour votre stratégie:

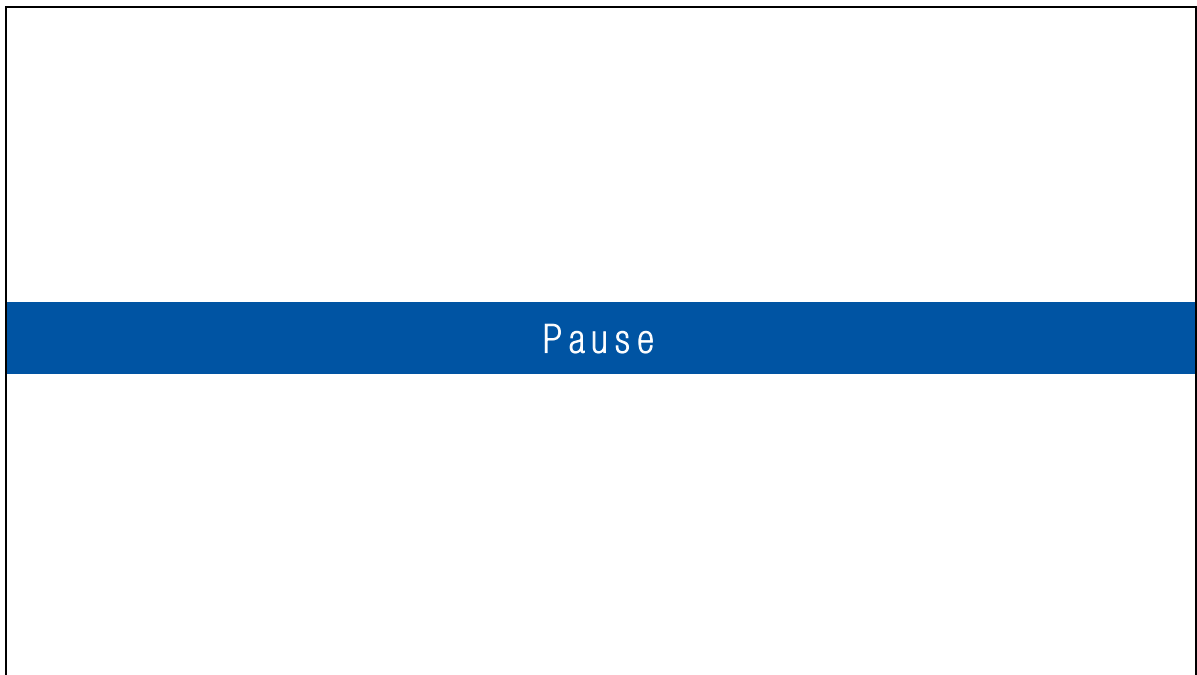
- Les tâches que vous pouvez donner aux catalyseur·euse·s qui sont dans la chaîne de commandement militaire.
- Les mécanismes de coordination que vous pouvez mettre en place avec les catalyseur·euse·s qui ne sont pas dans la chaîne de commandement militaire.
- Les mécanismes de réduction de l'impact des obstacles à votre plan.
- Vos suggestions pour le bureau des opérations d'information au niveau des légendes que le bureau peut utiliser pour supporter votre stratégie.

1000-1010  
(10 min)

En considérant les acteur·rice·s (catalyseur·euse·s et obstacles) et les légendes, identifier pour votre stratégie:

- Les tâches que vous pouvez donner aux catalyseur·euse·s qui sont dans la chaîne de commandement militaire.
- Les mécanismes de coordination que vous pouvez mettre en place avec les catalyseur·euse·s qui ne sont pas dans la chaîne de commandement militaire.
- Les mécanismes de réduction de l'impact des obstacles à votre plan.
- Vos suggestions pour le bureau des opérations d'information au niveau des légendes que le bureau peut utiliser pour soutenir votre stratégie.

Diapositive 13



1010-10.20



Développer une narrative illustrant la stratégie militaire genre	14
<p>Qui sont les personnes / positions de la composante militaire qui auront un impact sur l'approbation et/ou le succès de la stratégie militaire genre?</p> <p>Qu'est-ce qui pourrait les motiver à approuver ou soutenir la stratégie militaire genre?</p>	

1020-1040  
(20 min)

Demander à chaque équipe d'identifier qui **dans la composante militaire** devra approuver la stratégie militaire genre. Qui aura un impact sur le succès de la stratégie militaire genre? (10 min)

Demander à chaque équipe de présenter sa liste. (10 min)

Il faut d'abord identifier le personnel d'état-major U2-U3-U4-U5-U6-U9 et le bureau des opérations d'information parce que ce personnel doit les aider dans l'élaboration de la stratégie pour comprendre comment la stratégie s'insère dans ce que fait déjà la composante militaire, des ressources disponibles et des partenaires qui travaillent déjà avec la composante militaire.

De plus, ce personnel est crucial pour la mise en place de la stratégie.

Les chef·fe·s d'état majors (Ops et logistiques – dépendamment de la structure de la mission) parce qu'il·elle·s sont l'intermédiaire entre les officiers d'état-major et le·la Commandant·e de la force. S'il·elle croit en la stratégie il·elle va vous soutenir pour présenter la stratégie au·à la Commandant·e de la force et s'assurer que les officiers d'état-major (U2-U3-U4-U5-U6-U9 et opérations d'information) vont mettre la stratégie en œuvre.

Le·La Commandant·e de la Force et l'adjoint·e du·de la Commandant·e de la force parce qu'il·elle·s doivent approuver la stratégie. C'est la Stratégie militaire de genre pour la composante militaire ce n'est pas la stratégie pour le·la CMG. La stratégie appartient au·à la Commandant·e de la Force.

Le bureau des opérations d'information travaille à changer ou amplifier les normes sociales, il est crucial pour la mise en place des campagnes d'information visant la population civile.

Le bureau du U9 est déjà en liaison avec les ONG et organisations civiles. Il est primordial pour vous aider à identifier des agent·e·s de changement.

## Préparer la présentation de la stratégie pour approbation par la chaîne de commandement

15

Comprendre à qui vous allez présenter votre stratégie militaire pour approbation.

Vous devrez passer par les étapes suivantes:

- Officier d'état-major
- Chef d'état-major Ops
- Commandant·e de la Force et son adjoint·e

Vous devez comprendre comment gagner l'intérêt de chacun de ces niveaux d'approbation.

Soyez conscient·e du temps de présentation et du nombre de diapositives (3-5 diapos, moins de 20 min).

UN CLASSIFICATION		CARTE D'ENGAGEMENT DES KLE	
UNITED NATIONS ORGANIZATION STABILIZATION MISSION IN THE CONGO			
<b>INFORMATION GÉNÉRALE DU/DE LA DIRIGEANT·E</b> Rang : Nom complet: Position: Date de naissance: Éducation: Affiliation politique:		<b>RÉSULTAT SOUHAITÉ</b> Primaire: Secondaire: Tertiaire:	
<b>FAITS SAILLANTS DE SA CARRIÈRE</b>		<b>QUESTIONS CLÉS MONUSCO À ABORDER:</b>	
<b>MESSAGES CLÉS MONUSCO</b>			
PRÉPARÉ PAR:	CLASSIFICATION ONU	OPI:	DERNIÈRE MODIFICATION:

1040-1045  
(5 min)

Revoir l'importance de comprendre l'audience cible pour l'approbation de la Stratégie militaire de genre.

La carte d'engagement utilisée pour comprendre l'audience cible lors de la rencontre avec les ONG et les partenaires de la mission peut être adaptée pour que vous compreniez à qui vous vous adressez pour présenter la Stratégie militaire de genre.

Il faut être concis·e et mettre l'accent sur les informations qui sont importantes pour eux·elles. Il faut démontrer comment la stratégie militaire de genre va augmenter la capacité opérationnelle de la composante militaire et soutenir l'efficacité du mandat de la force.

Il faut aussi être en mesure de bâtir des liens avec votre audience cible en connaissant par exemple ses intérêts pour le sport et utiliser cet intérêt pour faire des parallèles avec la stratégie et/ou débiter la conversation.

Il faut aussi réfléchir à la possibilité de rendre accessible votre présentation avec un bref résumé à votre audience cible quelques jours avant votre présentation pour que votre audience cible ait déjà une idée de ce dont vous allez lui parler.

## Préparer la présentation de la stratégie pour approbation par la chaîne de commandement

16

Informez les équipes qu'elles devront présenter la stratégie au personnel suivant de la mission de la Leçon 3.9:

- Équipe 1 - Chef·fe d'état-major militaire - Opérations (MONUSCO)
- Équipe 2 - Chef·fe des opérations d'information (MINUSMA)
- Équipe 3 - État-major des Nations Unies (U2, U3 et U5) de la MINUSCA

Demandez à chaque équipe d'effectuer une analyse du public cible pour expliquer leur stratégie de présentation en tenant compte de l'intérêt de leurs publics cibles.

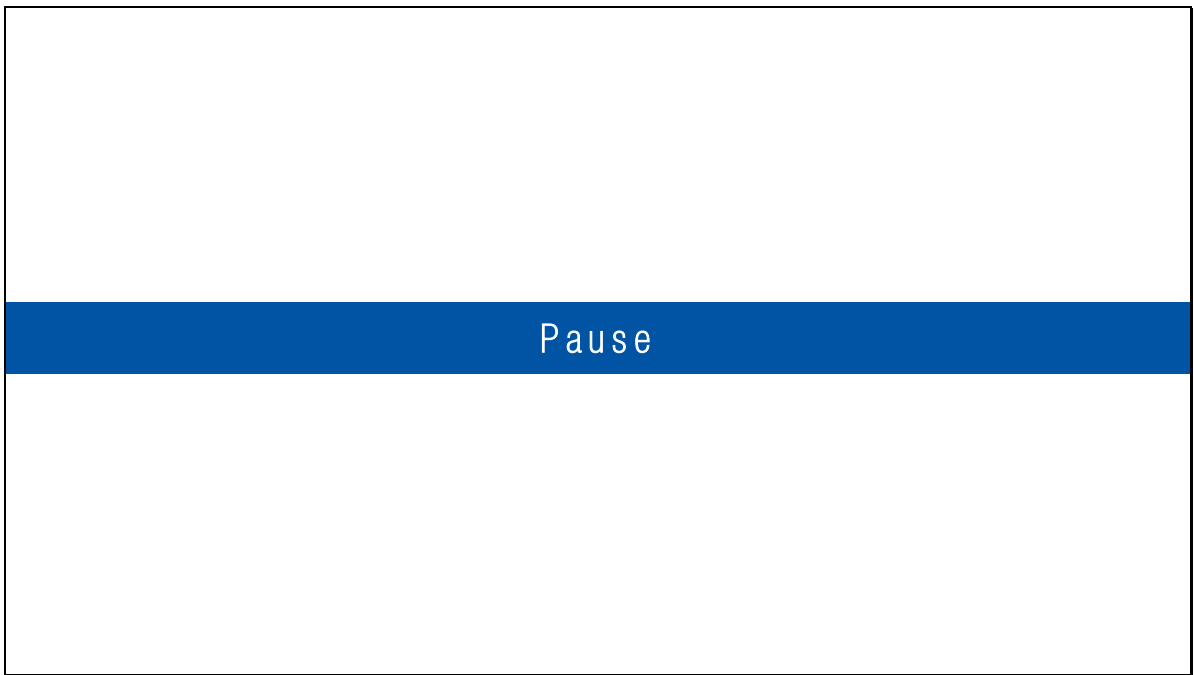
1045-1100  
(15 min)

Informez les équipes qu'elles devront présenter la stratégie au personnel suivant de la mission à la Leçon 3.9:

- Équipe 1 - Chef·fe d'état-major militaire - Opérations (MONUSCO)
- Équipe 2 - Chef·fe des opérations d'information (MINUSMA)
- Équipe 3 - État-major des Nations Unies (U2, U3 et U5) de la MINUSCA

Demandez à chaque équipe d'effectuer une analyse du public cible pour expliquer sa stratégie de présentation en tenant compte de l'intérêt de ses publics cibles.

Diapositive 17



11.00-11.10

## Stratégie pour approbation par la chaîne de commandement

18

Équipe 1 - Chef·fe d'état-major militaire – Adjoint aux Opérations (MONUSCO)

Équipe 2 - Chef·fe des opérations d'information (MINUSMA)

Équipe 3 - État-major des Nations Unies (U2, U3 et U5) de la MINUSCA

Demandez à chaque équipe d'effectuer une analyse du public cible pour expliquer leur stratégie de présentation en tenant compte de l'intérêt de leurs publics cibles.

1110-1200  
(50 min)

Demandez à chaque équipe de présenter en 10 min son évaluation de son public cible et l'approche qu'elle envisage pour présenter sa stratégie. (30 min)

Après chaque présentation, les 2 autres équipes et les animateur·rice·s font des commentaires et des considérations supplémentaires. (20 min)

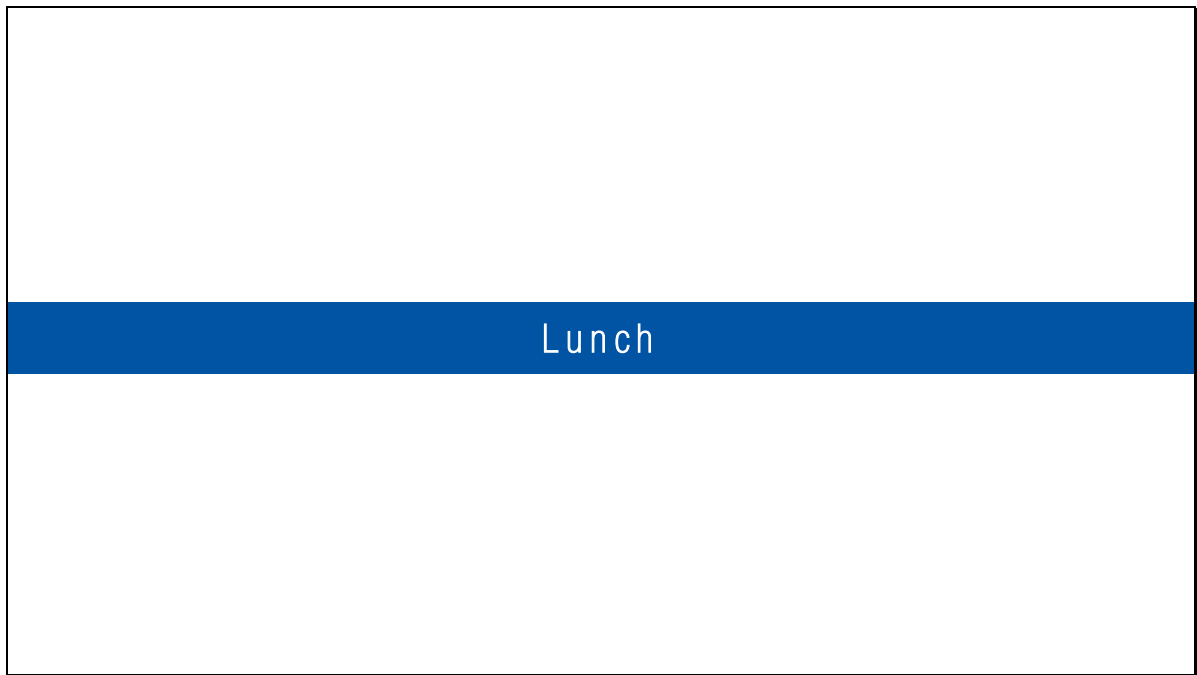
Voici quelques considérations

- Équipe 1 – MONUSCO
  - Le·la chef·fe d'état-major militaire Ops de la MONUSCO est généralement un·e Colonel canadien·ne qui parle français et anglais.
  - Vous avez accès à la description de la chaîne de commandement de la MONUSCO en allant sur la page de la mission <https://monusco.unmissions.org/leadership>
  - Le DCOS Ops – son intérêt principal est la stabilisation de la région. Il·Elle sera intéressé·e par ce que la stratégie pourrait faire pour réduire l'utilisation de la violence par les communautés et les groupes armés.
- Équipe 2- MINUSMA
  - À la MINUSMA, le·la conseiller·ère militaire genre travaille à l'intérieur de la cellule des opérations d'information. Il·Elle·s aide vos collègues de travail au quotidien
  - Les opérations d'information visent à comprendre le comportement de la population locale face à l'utilisation de la violence. Le personnel de ce bureau sera intéressé par votre analyse au niveau des normes sociales et ce qui pourrait

être fait comme campagne d'information et plan d'engagement pour modifier les comportements.

- Équipe 3- MINUSCA
  - Les officiers d'état-major (U2, U3 et U5) sont intéressé·e·s par tout ce qui pourrait les aider à accomplir leur mission. Leurs tâches sont les suivantes:
    - Protection des civils comme priorité absolue
    - Faciliter l'aide humanitaire; la promotion et la protection des droits des personnes;
    - Faciliter les processus de désarmement, démobilisation, réinsertion et rapatriement.
  - Vous devriez expliquer comment votre stratégie sous-tendra ces trois tâches principales de la composante militaire de la MINUSCA.

Diapositive 19





## Concevoir une stratégie militaire genre pour opérationnaliser la mise en œuvre de l'Agenda FPS

20

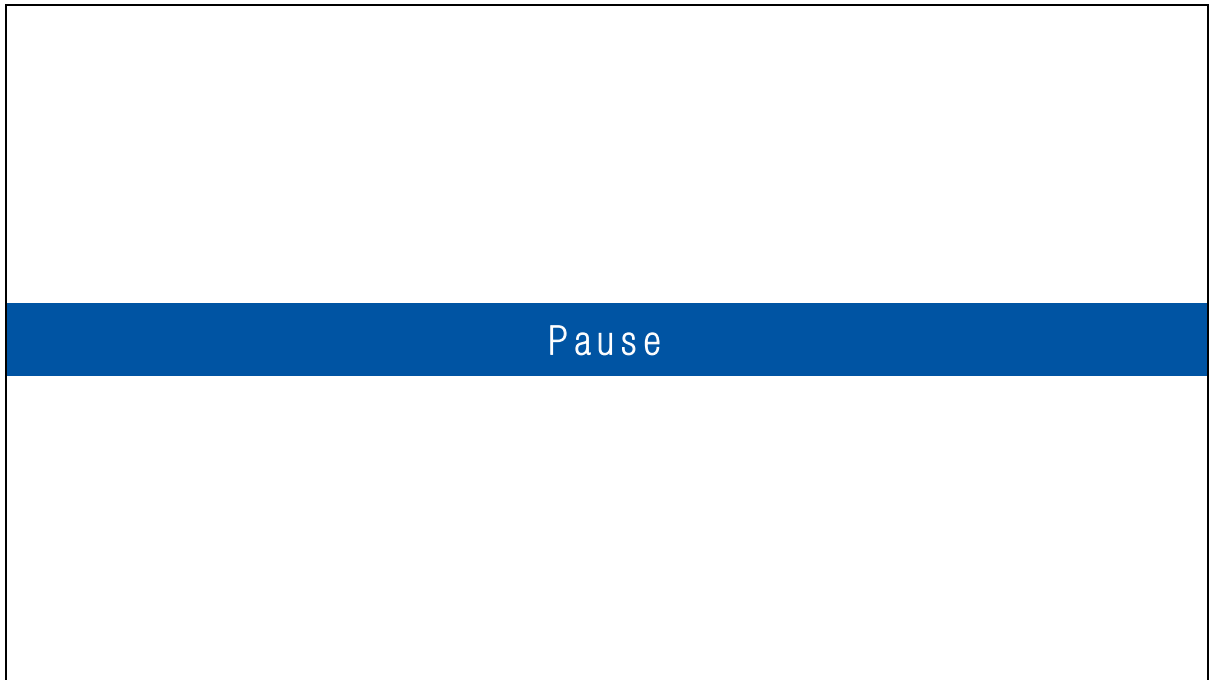
**Préparer votre présentation sur votre stratégie pour votre audience cible de la Leçon 3.9.  
Vous devriez avoir:**

- Votre document présentation de la stratégie militaire genre avec au minimum: la vision, l'état final souhaité, les objectifs, les lignes d'opérations et le concept d'opération (de mise en place).
- Une présentation PowerPoint de maximum 5 diapositives (excluant la diapo couverture, la diapo pour présenter votre équipe et la diapositive d'introduction).
- Un résumé de maximum une page que vous enverrez à la fin de la journée aujourd'hui à votre audience cible pour introduire votre présentation.

1300-1430

Demandez à chaque équipe de préparer sa présentation pour le lendemain et un document conceptuel d'une page qu'elle enverra à son public cible avant sa présentation.

Diapositive 21



14.30-14.45

<b>Évaluer et utiliser la rétroaction de vos pairs</b>	22
<p><b>Présentation des équipes</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Équipe 1 - Chef·fe d'état-major militaire – Adjoint aux Opérations (MONUSCO)</li><li>• Équipe 2 - Chef·fe des opérations d'information (MINUSMA)</li><li>• Équipe 3 - État-major des Nations Unies (U2, U3 et U5) de la MINUSCA</li></ul> <p><b>La présentation est enregistrée sous forme vidéo et remise à l'équipe qui présente</b></p> <p>Les équipes et les facilitateur·rice·s fournissent une rétroaction sur les points suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Est-ce que l'approche utilisée durant la présentation tient compte des intérêts principaux de l'audience cible?</li><li>• Est-ce que la présentation est logique, utilise des arguments convaincants et est concise?</li><li>• Est-ce que le matériel de support illustre bien les messages clés?</li></ul>	

#### 1445-1600 – Rétroactions proactives

Demandez à chaque équipe d'effectuer leur présentation et de donner une copie de la note d'introduction qui sera envoyée à l'audience cible. (20 min/équipe) (60 min)

Enregistrez avec un téléphone portable chaque présentation et fournissez l'enregistrement à chaque équipe pour qu'il·elle·s envisagent d'améliorer leur présentation après l'avoir visionnée.

Expliquer aux équipes qu'il faut optimiser cette pratique de la présentation pour s'améliorer. Lorsqu'il·elle·s seront déployé·e·s, il est important de s'entraîner à faire la présentation au moins 1-2 fois avant de la faire devant la chaîne de commandement. Il est important également d'obtenir la rétroaction de ses collègues de travail afin que leur présentation soit optimale au moment de la présentation.

Il est aussi intéressant de demander à un·e collègue de nous filmer durant la pratique de la présentation pour pouvoir visionner la présentation et identifier ce qui peut être amélioré.

Demandez aux équipes de modifier leur présentation et leur note d'introduction en tenant compte des commentaires reçus et de les envoyer à leur public cible. (15 min)

Adresse courriel pour les envois:

- Équipe 1 - Chef·fe d'état-major militaire - Opérations (MONUSCO) courriel: monusco-hq-dcosopscoord@un.org et monusco-hq-dcosops@un.org
- Équipe 2 - Chef·fe des opérations d'information (MINUSMA), courriel: minusma-fhq-u3-infoops-chief@un.org

Équipe 3 - État-major des Nations Unies (U2, U3 et U5) de la MINUSCA courriel du de la CMG: demander de transmettre le ppt au U2, U3 et U5: [minusca-jtfb-ga@un.org](mailto:minusca-jtfb-ga@un.org)

**Revoir le concept principal de la Leçon**

23

Quels sont les 3 éléments principaux que vous allez prendre en compte durant la présentation de la Stratégie militaire genre de la Leçon 3.9 pour avoir l'impact souhaité?



16.00-16.10

## Écoute active – verbale et non-verbale

24

Quelles sont vos tactiques pour être à l'écoute de votre audience cible durant la présentation de la Leçon 3.9?

Quelles sont vos tactiques pour être conscient·e·s de vos angles morts?



1610-1630

Leur demander de prendre 10 minutes au niveau de leur équipe pour identifier, comment il·elle·s feront durant la présentation pour faire de l'écoute active et ajuster leur présentation en conséquence des signaux reçus de l'audience cible et comment être conscient·e·s de leurs angles morts.

Demander à chaque équipe de présenter en 2-3 minutes leurs tactiques.