

RENDRE L'AIDE VISIBLE

Par : Paul Hagerman, Directeur de la politique publique, Banque canadienne de grains

OCTOBRE 2025

À propos de la série « Grandes Idées »

Pour faire face à la complexité des enjeux actuels, le monde nécessite des idées audacieuses et avant-gardistes. Coopération Canada a donc invité des agentes et agents de changement à proposer des concepts catalytiques dans le cadre de l'appel à candidatures pour l'édition 2025 des Grandes Idées, édition 2025.

Les opinions exprimées dans le présent concept sont celles de l'auteur-riche et ne reflètent pas nécessairement les positions et les points de vue de Coopération Canada ni celles et ceux de ses membres. Les Grandes Idées sont publiées pour susciter un dialogue et inspirer l'innovation dans l'ensemble du secteur.

Résumé

Nombreuses sont les personnes qui demeurent sceptiques quant à la valeur et à l'utilité réelle de l'aide internationale (souvent désignée sous le terme d'« aide »); elles ne saisissent pas ou ne sont pas convaincues par nos rapports et nos communications actuels. Cette proposition vise à rendre l'aide visible en regroupant, sur plusieurs années, les résultats obtenus par des organisations de la société civile (OSC) et par Affaires mondiales Canada (AMC) dans une même région, tout en perfectionnant les messages et les canaux de diffusion pour transmettre ces résultats aux personnes extérieures au secteur de la coopération internationale.

Rendre l'aide visible vise à transformer les rapports ou la manière de rendre compte, en passant de :

« En 2020-2021, les partenaires canadien-ne-s ont engagé 52,8 millions de dollars pour appuyer les secteurs de la santé en Afrique, en Asie et en Amérique latine » à

« L'aide du Canada a permis de sauver un million d'enfants du paludisme en Afrique de l'Ouest. »

Contexte

Au Canada, comme dans d'autres pays à revenu élevé, le soutien public et politique à l'aide internationale s'est nettement affaibli ces dernières années. De nombreuses personnes estiment que cette aide est entachée de corruption, gaspillée ou inefficace. Certain-e-s responsables politiques ont réduit ou ont promis de suspendre l'aide afin de restreindre le budget et de mettre davantage l'accent sur d'autres enjeux, notamment la défense ou les besoins nationaux. Au Canada, le Parti conservateur a inscrit la réduction de l'aide internationale parmi les engagements de sa plateforme électorale de 2025. Les libérales et libéraux, qui ont remporté l'élection, se sont engagé-e-s de manière générale à maintenir l'aide, sans toutefois définir de référence budgétaire claire. Dans un contexte de compressions budgétaires appréhendées, l'aide internationale du Canada est à risque.

Cette grande idée propose un projet qui vise à *Rendre l'aide visible*, en mobilisant un groupe représentatif des Canadiennes et Canadiens pour démontrer que l'aide du Canada est efficace et qu'elle favorise des changements positifs à travers le monde.

Il a été proposé que Coopération Canada assure la direction de ces travaux, avec la participation active d'AMC et de personnes provenant des pays du Sud.

Ce projet sera axé sur les **preuves** qui découlent des programmes internationaux, en combinant les données d'impact provenant de diverses agences sur plusieurs années dans des paramètres communs et des messages qui touchent et résonnent avec les publics cibles. Il s'agit d'une approche différente mais complémentaire à d'autres travaux d'engagement du public, notamment les **témoignages** (de personnes exprimant leur opinion sur l'efficacité de l'aide, comme dans la campagne #AidWorks d'Au-delà de nos frontières) et les **récits** (qui racontent comment l'aide a aidé une personne ou une famille - la Banque de céréales vivrières du Canada ainsi que d'autres agences utilisent souvent cette approche dans des documents écrits et en ligne).

Proposition

Le projet comprend trois composantes, chacune étant mise en œuvre par une entité différente.

1. Supervision du projet

Le projet serait orienté et géré par un petit comité de pilotage, qui inclura Coopération Canada, des cadres supérieurs d'AMC, quelques représentant-e-s du Sud global et d'OSC canadiennes.

Le comité de pilotage sera chargé :

- d'examiner et d'améliorer la proposition ainsi que de la réviser et de la finaliser;
- d'établir un budget et de trouver du financement
- d'identifier et de guider les personnes ou les organisations chargées d'assurer la gestion des données et des communications ; et
- d'évaluer l'impact du projet.

Un des défis sera d'obtenir l'aval d'AMC et des diverses OSC, puisque cela pourrait nécessiter un investissement en temps du personnel (pour fournir des données), et certaines d'entre elles pourraient hésiter à les partager. Il sera important de convaincre les cadres supérieurs (les directeur-riche-s généraux-ales des OSC, les directeur-riche-s généraux-ales ou sous-ministres adjoint-e-s à AMC) de la valeur du projet. Une fois leur appui obtenu, ils pourront encourager leurs équipes à y participer. Le projet devra également élaborer des lignes directrices claires sur l'utilisation des données partagées.

2. Gestion des données

Coopération Canada a déjà commencé à élaborer un tableau de bord sur la composition du secteur de la coopération internationale, en s'appuyant sur la banque de projet d'AMC et sur les formulaires T3010 que les organisations soumettent à l'Agence du revenu du Canada. Le tableau de bord met l'accent sur la composition et les contributions des organisations de la société civile (OSC). Cette initiative pourrait illustrer plus efficacement l'impact du Canada si elle s'employait à :

- inclure les résultats de l'ensemble des mécanismes d'aide du Canada, y compris les sources de financement bilatérales, multilatérales ainsi qu'à travers l'intermédiaire d'organisations de la société civile (OSC) ;
- regrouper les résultats de l'ensemble des mécanismes d'aide afin d'évaluer l'impact dans certaines zones géographiques, en synthétisant les diverses incidences rapportées pour chaque projet autour de quelques indicateurs communs (idéalement liés à des cibles individuelles des ODD) que les Canadiennes et les Canadiens comprennent, et;

- examiner les retombées à long terme sur au moins dix ans, plutôt que de se limiter aux résultats de projets individuels, généralement étendus sur cinq ans ou moins.

Les personnes qui travaillent dans le domaine de la gestion des données collaboreront étroitement avec le comité de pilotage afin d'établir :

- les programmes à inclure (quelles OSC, quels mécanismes de soutien d'AMC, etc.) ;
- Les régions géographiques prioritaires ;
- La chronologie (les années à inclure dans la base de données); et
- Les indicateurs ou les paramètres pour la production de rapports.

Un défi majeur consistera à interpréter les données de manière à distinguer le rôle du Canada. Une grande partie de l'aide canadienne est mise en œuvre conjointement avec d'autres partenaires, de sorte que le Canada ne peut revendiquer à lui seul les progrès réalisés. Lorsque les progrès sont évidents, quelle attribution le Canada peut-il revendiquer : celle d'initiateur-riche, de donateur-riche principal-e, contributeur-riche important-e ou toute autre attribut ? L'attribution devra être soigneusement formulée en concertation avec les partenaires locaux-ales (voir ci-dessous le rôle du Sud global).

3. Mise en œuvre d'une stratégie de communication

Bien que Coopération Canada ait déjà entrepris la collecte de données pour un tableau de bord, une stratégie de diffusion des résultats reste à élaborer. C'est ici que le projet *Rendre l'aide visible* pourrait apporter une valeur ajoutée importante, en fournissant des données et des messages capables de toucher des publics au-delà de celles et ceux qui valorisent déjà l'aide internationale

En s'appuyant sur les données synthétisées présentées ci-haut, ce projet élaborera et diffusera des messages destinés aux publics cibles afin de démontrer l'efficacité de l'aide canadienne (en complément d'autres initiatives de mobilisation du public). Le comité de pilotage apportera son appui pour :

- Identifier les publics cibles, à partir d'une conversation initiale avec des maisons de sondage ou des spécialistes de sondages afin de mieux comprendre la segmentation du public,¹ de déterminer qui cibler et comment exercer une influence sur les attitudes des Canadiennes et des Canadiens. Le projet devrait-il chercher à rejoindre les personnes opposées à l'aide, les allié-e-s peu engagé-e-s, ou les personnes non-engagées ?
- Élaborer des messages efficaces pour les publics cibles. Sur quelles valeurs le secteur pourrait-il s'appuyer ? Quels arguments pourraient contrer le scepticisme ou le désengagement ?
- Déterminer les voies de communication les plus efficaces pour atteindre les publics cibles, en tenant compte des médias sociaux, de la presse écrite, des événements, des personnalités publiques, etc.

1 Voici deux exemples de segmentation du public : Abacus Data (sondage réalisé en 2024 pour le Partenariat canadien pour la santé des femmes et des enfants) a distingué quatre groupes : Canada d'abord, les passif-ve-s, les engagé-e-s réservé-e-s à l'échelle mondiale et les engagé-e-s pleinement à l'échelle mondiale. Development Engagement Labs (sondage de 2025 commandé par Affaires mondiales Canada) a défini six segments : engagement négatif, désengagement total, engagement marginal, engagement transactionnel, engagement intentionnel et engagement complet.

Considérations supplémentaires

Certaines questions nécessiteront un examen plus approfondi devront être examinées plus en détail une fois le comité de directeur constitué.

1. Rôle du Sud global

Ce projet comporte le risque de promouvoir des attitudes de « sauveur-euse blanc-che » s'il met l'accent sur le rôle du Canada au détriment des efforts déployés par des personnes et des institutions du Sud global. Il sera donc essentiel d'inclure des personnes issues des pays du Sud au sein du comité de pilotage, afin qu'elles contribuent à orienter le processus et à en concevoir les messages. Idéalement, ces personnes proviendraient des administrations publiques, du milieu universitaire, d'OSC locales indépendantes ou de groupes de réflexion,² pour garantir la crédibilité des données et d'éviter d'éventuels conflits d'intérêts au sein d'OSC recevant du financement du Canada. Le projet devrait s'efforcer de vérifier les paramètres tirés de notre analyse collective des données canadiennes à l'aide de données provenant du pays ou de la région en question.

2. Mesure de l'impact du projet

Idéalement, ce projet (ainsi que le travail d'engagement du public mené par de nombreuses organisations) permettra de renforcer le soutien public et politique en faveur de l'aide à long terme, ce qui se reflétera dans les sondages d'opinion. Mais cela pourrait prendre plusieurs années avant de pouvoir en constater l'impact. À plus court terme, les personnes pourraient être dirigées vers un site web pour compléter un court sondage avec des questions telles que : « Quelles sont, selon vous, les plus grandes réalisations du Canada grâce à son aide internationale ? », avec des options relatives aux ODD. Les réponses pourraient être utilisées pour indiquer la portée de la campagne, et les données sommaires pourraient être communiquées aux députés ou membres du Parlement et à AMC pour soutenir l'aide internationale.

3. Entre histoires de succès et récits nuancés

Le projet devrait présenter une diversité de récits :

- des exemples de réussite illustrant une amélioration à long terme
- des récits nuancés montrant une certaine amélioration, avec toutefois des défis qui subsistent ; et
- des cas où les programmes d'aide ont conduit à des résultats inattendus, qu'ils soient positifs ou négatifs.

Les récits devraient être sélectionnés et adaptés en fonction des différents segments du public. Une affirmation simple et audacieuse (par exemple « un million d'enfants sauvé-e-s » comme dans l'encadré ci-haut) pourrait capter l'attention des personnes sceptiques, mais exigerait des justifications supplémentaires pour celles et ceux qui chercheront à en savoir plus. Les récits nuancés, quant à eux, pourraient s'avérer plus efficaces auprès des personnes déjà acquises à la cause.

4. Les élections

Les libérales et les libéraux ont formé un gouvernement minoritaire à la suite des élections de 2025. Le secteur pourrait être confronté à de nouvelles élections fédérales d'ici deux à trois ans, avec l'aide comme enjeu électoral. Sous réserve d'un financement rapide, ce projet vise à influencer le débat public sur l'aide avant les prochaines élections. Si les dirigeant-e-s politiques font des déclarations publiques critiquant l'aide pendant le déroulement de ce projet, ce dernier devrait s'employer à y répondre sans adopter de position partisane.

² De nombreuses OSC canadiennes participent à des groupes multipartites dans les pays où elles mènent des programmes. Ces groupes comprennent des représentant-e-s d'universités, du gouvernement national, etc., et pourraient servir de point de départ à la recherche des personnes ressources appropriées qui pourraient travailler avec le comité directeur.

Chronologie

Si ce projet devait être mis en œuvre, les premières étapes consisteraient à constituer un comité de pilotage, à déterminer la manière dont l'initiative s'articulerait avec le tableau de bord déjà en cours d'élaboration par Coopération Canada, à peaufiner la proposition et le budget, puis à rechercher du financement.³ Aucune autre étape ne serait entreprise avant l'obtention d'un financement. Une fois le financement assuré, le projet s'échelonne sur treize mois. L'idéal serait d'obtenir les fonds d'ici juin 2026, afin de mener les activités d'engagement du public entre octobre 2026 et juin 2027.

Changer les attitudes du public s'avère être un projet pluriannuel. À la conclusion de ce projet à court terme, le comité de pilotage va devoir évaluer l'impact et les enseignements tirés, puis envisager les moyens de poursuivre les efforts déployés. Parmi les options possibles, figurent la recherche de fonds supplémentaires pour poursuivre ce projet et le partage des connaissances acquises avec les conseils provinciaux et régionaux pour la coopération internationale, les OSC individuelles et AMC, pour qu'ils/elles les mettent en œuvre.

PLAN DE TRAVAIL : EN MOIS

Activité	-1	? ⁴	1	2	3	4	5	6 - 11	12	13
Formation du comité de pilotage	■									
Supervision du comité de pilotage	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Élaboration de la proposition et du budget	■									
Recherche de financement		■								
Sensibilisation auprès d'OSC, d'AMC sur le partage de données et les indicateurs communs			■							
Collecte et analyse des données				■	■					
Identification des publics cibles et des messages/communications clés					■	■				
Diffusion des messages							■	■	■	■
Évaluation des retombées/de l'impact du projet							■	■	■	■
Clôture et rapport final										■

BUDGET INDICATIF

Poste	Coût unitaire	Nombre	Total
Gestion du projet - Coopération Canada			10 000 \$
Gestion des données - consultante ou consultant	700 \$ / jour	40 jours	28 000 \$
Communications - consultante ou consultant	700 \$ / jour	40 jours	28 000 \$
Communications - publicité, événements, etc.			100 000 \$
Honoraires pour les membres du comité de pilotage (si non inclus dans leurs fonctions)	5 000 \$	2	10 000 \$
Coûts liés au site web			3 000 \$
Total			179 000 \$

³ Les bailleuses et bailleurs de fonds potentiels pourraient inclure Affaires mondiales Canada (AMC), le Centre de recherches pour le développement international (CRDI), la Fondation Gates, ainsi que d'autres fondations.

⁴ Temps requis pour l'obtention du financement reste à déterminer.