

Première Conférence mondiale de l'OMD sur les stratégies de communication

« Pour une communication sans entrave à l'ère numérique »

Les 8 et 9 octobre 2019

Siège de l'OMD, Bruxelles

Jour 1 : Le 8 octobre 2019

08.30 – 09.30 – Inscription

09.30 – 09.45 – Allocution de bienvenue du Secrétaire général adjoint de l'OMD

09.45 – 11.00 – **Session 1 : Comprendre les défis douaniers et le nouveau paysage en matière de communication**

Cette session donnera le ton de la Conférence dans la mesure où elle abordera certains des défis auxquels la douane est confrontée aujourd'hui : le changement de priorité dans la mission de la douane, passant du recouvrement des recettes à la facilitation des échanges et à la protection de la société, l'évolution de l'environnement commercial, caractérisée par une hausse du commerce des services et des biens immatériels, les changements dans les tendances commerciales, le débat autour du multilatéralisme dans le commerce et la renaissance des frontières nationales, l'essor du commerce électronique, le passage vers une économie numérique et la sensibilisation du public aux enjeux du changement climatique et d'une société durable.

Modérateur : Ping Liu, Directeur de la Direction des questions tarifaires et commerciales de l'OMD

Intervenants :

Ricardo Treviño Chapa

Secrétaire général adjoint,
Organisation mondiale des douanes

Stephen Quest

Directeur général,
Direction générale de la fiscalité et de l'union
douanière (DG TAXUD) de la Commission
européenne

Ville Itälä

Directeur général
Office européen de lutte antifraude (OLAF)

Poul Hansen

Chef de la Section de la facilitation des échanges,
Conférence des Nations Unies sur le commerce et
le développement (CNUCED)

11.00 – 11.30 – **Pause-café**

11.30 – 13.00 – **Session 2 : Catalogue des meilleures pratiques de communication**

Cette session a pour objet d'aborder les expériences des douanes en matière d'organisation de campagnes de communication efficaces. L'OMD fera fond sur l'enquête de communication qui a été envoyée aux Membres pour choisir les expériences les plus illustratives, qui seront partagées durant cette séance. Le but est de faire en sorte que les représentants de toutes les régions de l'OMD entament une

discussion sur leur réalité respective et partagent leurs expériences sur la façon dont ils ont réussi à relever les différents défis rencontrés.

Modératrice : Brenda Mundia, Directrice adjointe, Direction du renforcement des capacités, OMD

Intervenants :

Lissette Selman	Directrice de la communication <i>Douane de République dominicaine</i>
Randy Baltimore	Inspecteur des douanes <i>Antigua-et-Barbuda</i>
Epiphane Soudonou	Planificateur, Chef du Service Aux Usagers, Point Focal Réformes Institutionnelles, <i>Bénin</i>
Mable Bolele	Directrice générale chargée de la communication, <i>Botswana Unified Revenue Service</i>
Khalil Saqer bin Gharib	Directeur de la communication, <i>Douane de Dubaï, Émirats arabes unis</i>
Thi Ahn Hong Vu	Rédactrice-en-chef du journal de la douane, <i>Douane du Vietnam</i>
Guido Canchari Obregón	Directeur de la communication, <i>SUNAT, Pérou</i>
Marcy Mason	Journaliste et responsable de la division de la communication et de l'information <i>Customs and Border Protection (CBP) des États-Unis</i>

13.00 – 14.30 – Déjeuner – offert par le Service de la douane de Corée

14.30 – 16.00 – Session 3 : Communication interne

Cette session sera consacrée à la communication en interne et à la façon dont cette dernière est en train de prendre le dessus sur le rôle des RH en matière de dialogue et d'interaction avec le personnel, aux conséquences sur le parcours des employés, au rapport entre cette communication et la stratégie plus générale concernant les personnes, et aux études de cas des administrations des douanes et d'autres organisations qui ont réussi à mettre en place la bonne stratégie de communication interne.

Animatrice : Lucia Sebastiani, anthropologue, assistante de programme à l'OMD

Intervenants :

Dace Kalniņa

Experte en communication,
Commission européenne

Adel Baraja

Directeur général Marketing et Service à la clientèle
Direction général de la douane, Arabie saoudite

Leonardo Trentini

Directeur de la communication institutionnelle
douanière,
Direction nationale des douanes d'Uruguay

Carlos Popoca Lagunas

Directeur général de la Communication institutionnelle,
Service de l'administration fiscale, Mexique

16.00 – 16.30 – **Pause-café**

16.30 – 18.00 – **Session 4 : Coopérer avec les parties prenantes dans le cadre d'un dialogue commun**

Le partenariat douane-entreprises sera la pierre angulaire de cette session, qui permettra aux participants de débattre de la notion de « transfert » ou « d'application des connaissances », où la douane peut travailler en partenariat avec le secteur privé pour rendre le message plus intelligible à l'intention tant du citoyen que des interlocuteurs directs de la douane. Les discussions se fonderont sur les Orientations concernant les Partenariats douane-entreprises et viseront à aboutir à la formulation de recommandations à l'adresse des administrations douanières, comme l'organisation de réunions mensuelles des parties prenantes entre la douane et les acteurs de la chaîne logistique.

Animateur : Shawn C. Beddows, Directeur, gestion du transport à travers les frontières, *Association internationale du transport aérien(IATA)*

Intervenants :

Adriao Dinis

Directeur adjoint, Chef du Bureau de la communication
INTERPOL

Karine Badr

Analyste politique,
Direction de la gouvernance politique (GOV)
*Organisation de Coopération et de Développement
Économiques (OCDE)*

Vincent Seruma

Directeur adjoint chargé des questions institutionnelles
publiques
Administration des recettes d'Ouganda

Sophany Ramaen

Coordinatrice du Forum national,
Douanes de Belgique

Chong Kok Cheong

PDG, GeTS Global Pte Ltd;
Directeur adjoint, *CrimsonLogic*

18.00 – 19.30 – Réception de bienvenue – offerte par le Service de la douane de Corée

Jour 2 : Le 9 octobre 2019

09.00 – 10.30 – Session 5 : La narration : créer un lien émotionnel avec le client

Cette session permettra d'aborder les diverses manières de communiquer les différents messages aux publics cibles en établissant un lien avec les personnes concernées, à travers des histoires simples, puissantes, pleines d'émotion et auxquelles ces dernières peuvent s'identifier. Le but ultime de la séance sera d'acquérir les compétences nécessaires pour apprendre à communiquer de manière à faire en sorte que les personnes puissent vraiment appréhender la signification des données partagées ; les connaissances ainsi acquises devraient aboutir à un changement de comportement, à une meilleure compréhension des idéaux propres à une organisation donnée et de la façon dont ils sont concrètement liés à la vie des individus. En somme, la narration donne vie à l'histoire écrite et sensibilise les personnes aux messages.

Modérateur : Kolja Mendel, directeur associé, Mendel Publishers

Intervenants :

Aleksandra Kowalska

Responsable de la communication institutionnelle,
Direction générale de la communication
Commission européenne

Clarinda Moonen

Douanes néerlandaises

Silvana Enculescu

Porte-parole adjointe
Office européen de lutte antifraude (OLAF) –
Commission européenne

Johanna Tornstrom

Directrice adjointe de programme - Partenariat HMRC-
OMD-CNUCED pour la mise en œuvre de l'AFE,
Renforcement des capacités,
Organisation mondiale des douanes

Kristina Katz
Lina Navickaite

Smart up Visuals
Smart up Visuals

10.30 – 11.00 – Pause-café

11.00 – 12.30 – Session 6 : Interagir et coopérer avec les publics - libérer le potentiel des réseaux sociaux

Autrefois terrain de jeu des jeunes, les réseaux sociaux sont devenus aujourd'hui de puissants outils auxquels recourent les générations plus âgées. Le public souhaite à présent un contenu plus interactif, qui soit davantage une source d'inspiration ou qui résonne du point de vue émotionnel. Où se situe la douane dans ce nouveau paysage ? La douane est-elle consciente des nouvelles tendances ? Comment naviguer dans ce nouveau monde virtuel de la communication jonché d'embûches telles que les fausses nouvelles et les post-vérités et comment appréhender le concept des « émetteurs, amplificateurs, curateurs, commentateurs et spectateurs » ? Cette session viendra compléter la session précédente sur les bots et permettra d'approfondir les questions des algorithmes, de la réalité virtuelle et de la réalité augmentée.

Modérateur : Dimitrios Politopoulos, coordinateur relations de projet, *Organisation mondiale des douanes*

Intervenants :

Izabella Cooper	Cheffe du service presse <i>Agence européenne de garde-frontières et de garde-côtes (Frontex)</i>
Piia Kaijanto	Cheffe de la communication <i>Douane de Finlande</i>
Igor Celikovic	Directeur de la communication numérique <i>Commission européenne</i>
Youssef El Mazouri	Chef de la Division de la Programmation et de la Communication, <i>Administration des Douanes et Impôts Indirects, Maroc</i>
Tine Hollevoet	Cheffe des campagnes et de la communication numérique, <i>Europol</i>

12.30 – 14.00 – Déjeuner – offert par le Service de la douane de Corée

14.00 – 15.30 – Session 7 : Adopter de nouvelles technologies : le laboratoire d'idées

Cette session a pour but de servir de laboratoire d'idées afin de débattre des technologies de rupture mais aussi des technologies plus traditionnelles que les douanes utilisent pour cibler leur public ou pour répondre à leurs clients. Les technologies d'exploration et d'extraction des données permettent de segmenter la population en différents groupes afin d'utiliser une approche de communication plus ciblée tandis que les technologies fondées sur l'intelligence artificielle se sont déjà révélées très efficaces pour améliorer la communication avec les clients. Les participants seront donc invités à choisir une chambre de résonance afin de participer à des discussions approfondies sur ces différentes thématiques ; des

rapporteurs se chargeront de présenter ensuite les conclusions des débats à l'ouverture de la session suivante.

Chambre de résonance 2 : L'intelligence artificielle et les relations – la montée en puissance des bots

Les agents conversationnels ou chatbots ont véritablement révolutionné la façon dont les entreprises, les organisations, les banques mais aussi les restaurants communiquent avec les clients. S'ils existent depuis quelque dix ans, les chatbots semblent se multiplier ces dernières années. Ils apparaissent sur les sites web, sur les applis de messagerie et sur les réseaux sociaux et sont alimentés par l'intelligence artificielle. À travers cette technologie, nous utilisons des robots ou des opérateurs automatisés, appelés à présent des « bots », pour entretenir des conversations en direct et en temps réel et pour interagir avec les clients. Quelques administrations des douanes utilisent déjà les chatbots pour fournir des informations fiscales ou douanières sur la base des techniques d'apprentissage automatique et du traitement automatique du langage naturel, qui permettent aux bots de sonder une base de données afin de répondre aux demandes qui leur sont soumises tout en apprenant, en même temps, des questions et des réponses formulées précédemment. Au cours de cette session, les intervenants expliqueront comment ils déploient les chatbots mais aussi les technologies qui sont disponibles afin de commencer à les utiliser.

Modératrice : Milena Budimirovic, Directrice adjointe en exercice, Direction du contrôle et de la facilitation, OMD

Intervenants :

Peter Heurling

Directeur Solutions d'entreprise, région EMEA
Meltwater

Stephen Upton

Directeur gouvernance stratégie d'entreprise
Microsoft, États-Unis

Alexander de Voet

Directeur
Accenture Border Services

Benedictus Jackson

Directeur de la communication
Douane d'Indonésie

Renee Baltimore

Ingénieure informatique
Antigua-et-Barbuda

15.30 – 16.00 – Pause-café

16.00 – 16.30 – Session 8 : Conclusion

Cette dernière session sera l'occasion de débattre de l'examen par l'OMD de sa stratégie de communication, avec l'établissement d'un plan de communication, la publication d'un « brandbook », l'organisation d'une Conférence sur la communication et la publication d'un manuel sur les stratégies de communication douanière. Les résultats de l'enquête de l'OMD sur la communication qui sera bientôt

lancée auprès du public (douanes, secteur privé, institutions universitaires, etc.) seront également abordés. Les participants seront invités à partager leurs vues sur le rôle futur de l'OMD en tant que chef de file du programme de travail des douanes sur la communication.

Ludovic Thanay

Chef du service Communications et événements
Organisation mondiale des douanes

Hans PIETERS

Chef de l'Administration et du Personnel
Organisation mondiale des douanes