

DE LA POLITIQUE À L'ACTION

Utiliser les médias pour obtenir des engagements concrets en vue de la mise en œuvre du Programme de développement durable à l'horizon 2030

septembre 2015



Beyond2015

Campaigning for a global development framework
after the Millennium Development Goals

DE LA POLITIQUE À L'ACTION

Utiliser les médias pour obtenir des engagements concrets en vue de la mise en œuvre du Programme de développement durable à l'horizon 2030

Introduction

Le **Programme de développement durable à l'horizon 2030** ne pourra être réalisé que si l'ambition de ce texte se traduit par de réels engagements de nos dirigeants à mettre en œuvre les objectifs de développement durable (ODD) aux niveaux national / infranational, avec la participation de la société civile. **Les médias ont un rôle clé à jouer pour pousser nos dirigeants à faire preuve d'une telle volonté politique et à prendre des mesures concrètes.** Beyond 2015 a donc préparé ce guide pratique regroupant une série d'idées sur comment utiliser les médias pour pousser les gouvernements à prendre des mesures concrètes pour localiser les ODD. Ces idées sont illustrées par des exemples de bonnes pratiques issues des activités de plusieurs organisations de Beyond 2015.

À propos de Beyond 2015

Beyond 2015 est une campagne globale de la société civile visant à développer un cadre solide pour remplacer les objectifs du Millénaire pour le développement. **Beyond 2015** rassemble plus de 1 500 organisations de la société civile dans 140 pays. Depuis 2010 **Beyond 2015** a favorisé le débat sur l'agenda post-2015 dans près de 40 pays, a construit une compréhension commune des éléments fondateurs de l'agenda post-2015 (vision, objectifs, valeurs et critères), et a réalisé plusieurs actions de plaidoyer basées sur un « mouvement en tenailles » - c'est-à-dire un partage constant de messages identiques aux dirigeants politiques aux niveaux national, régional et global. Ces messages visaient à obtenir l'agenda post-2015 le plus transformateur possible et de garantir une participation significative des personnes et de leurs organisations à tous les niveaux et à toutes les phases du processus.

Idées pratiques sur comment utiliser les médias pour pousser votre gouvernement à prendre des mesures concrètes en vue de la mise en œuvre de l'Agenda post-2015 dans votre pays

Recommandations générales:

- Utiliser des approches différentes et différents types de médias pour maximiser l'impact
- Etre proactif: contacter les journalistes et leur dire que vous avez beaucoup à partager
- Lier la mise en oeuvre de l'agenda post-2015 à des problématiques locales pour montrer comment le nouvel agenda affectera la vie des gens
- Utiliser les réseaux sociaux pour mettre en avant les bonnes pratiques (n'oubliez pas de suivre @Beyond2015 sur Twitter!)
- Etre stratégique lorsque vous ciblez les politiques: proposez-leur des demandes concrètes qui peuvent être réalisées

Ressources utiles:

- Téléconférence de **Beyond 2015** sur le renforcement des capacités en matière de médias, 6 mai 2015: [enregistrement](#), [notes](#), présentations PowerPoint ([From mass to demassified communication](#) - Chuck Baclagon, 350.org; [Making sense of big data - infographics](#) - Nick Adie, VSO)
- [Comment communiquer les ODD au grand public](#) (article en anglais paru dans The Guardian, le 7 sept. 2015)
- [Trousse électorale](#) avec de bonnes astuces sur comment utiliser les médias pendant les campagnes électorales et comment nouer le dialogue avec les candidats - produite par le Conseil Canadien pour la Coopération Internationale (CCIC) dans le cadre de la campagne "On peut faire mieux 2015"

Voici une liste non-exhaustive d'idées pratiques sur comment utiliser les médias afin de focaliser l'attention sur la responsabilité de votre gouvernement à mettre en oeuvre les ODD dans votre pays.

1) Utiliser la radio et la télévision (*surtout dans les zones géographiques avec un accès Internet limité) afin de promouvoir des discussions sur la mise en œuvre des ODD dans votre pays.

La radio est un très bon moyen de faire passer des messages partout dans votre pays et d'atteindre des groupes clés tels que les analphabètes et les personnes à faible revenu.

- [Contacter les stations de radio dans votre communauté pour leur offrir des entretiens sur l'agenda post-2015 et sur l'importance des ODD dans votre pays](#)

Bonne pratique de **Beyond 2015**: [Pacificwin \(Vagahau Niue Trust, Nouvelle-Zélande\)](#)



En partenariat avec l'Association des médias des Îles du Pacifique et d'autres intervenants clés, Pacificwin a formé des animateurs de radios communautaires pour qu'ils partagent des informations issues du « [Guide pratique pour passer de la politique à l'action](#) » de Beyond 2015 – en vue de sensibiliser la population du Pacifique vivant en marge de la société en Nouvelle-Zélande, et de faire pression sur le gouvernement pour qu'il prenne des mesures concrètes.

- [Organiser un débat à la radio ou à la télévision avec le grand public / des politiques / des agences de développement, sur l'agenda post-2015 et sa mise en œuvre dans votre pays \(*surtout si des élections nationales/locales sont prévues dans votre pays bientôt\)](#)

Bonne pratique de **Beyond 2015**: [KiriCAN \(Kiribati\)](#)

Des émissions à la radio sont en train d'être organisées en septembre, avant le Sommet des Nations Unies, afin de discuter de l'agenda post-2015 et des promesses électorales pour sa mise en oeuvre (questions et réponses sur les

Beyond2015

Campaigning for a global development framework after the Millennium Development Goals

les ODD avec des membres du gouvernement et de l'opposition; émission avec des candidats aux élections parlementaires et présidentielle)

2) Utiliser les réseaux sociaux pour sensibiliser le grand public à l'agenda post-2015 et partager vos idées / présenter vos demandes clé pour votre gouvernement, sur la mise en oeuvre de l'agenda dans votre pays – de nombreuses personnes n'ont jamais entendu parler des ODD!

- Encourager les médias à lancer une discussion en ligne sur la mise en oeuvre des ODD dans votre pays, et garantir la participation de votre organisation

Beyond 2015 a par exemple participé au “#SustainDev Twitter Chat” de Devex, le 18 août 2015



- Poster des blogs / écrire des articles pour des sites d'actualité, et focaliser vos messages sur la mise en oeuvre de l'agenda post-2015 dans votre pays

Nous vous invitons à soumettre un article à Devex dans le cadre du [Devex Sustaining Development series](#) – instructions [ici](#)

Bonne pratique de Beyond 2015: [VSO \(Royaume-Uni\)](#)

Mettre en place un profil de blogueur sur Huffington Post pour les membres haut placés / meilleurs rédacteurs de votre organisation, afin qu'ils puissent poster leur propre contenu - lire la [FAQ](#) sur la création de comptes HuffPost et jetez un oeil aux exemples de VSO [ici](#) and [ici](#). La création d'un compte peut prendre du temps donc il est préférable de le faire le plus vite possible.

Bonne pratique de Beyond 2015: [ABONG \(Brésil\)](#)

ABONG a créé un [blog spécial](#) sur les négociations post-2015 et leurs résultats, avec des articles sur les activités qu'ils mènent en lien avec la mise en oeuvre de l'agenda post-2015. Ce blog est lié à leur page web et les nouvelles postées dans ce blog sont également partagées par courriel.



Bonne pratique de **Beyond 2015**: **Plataforma MVRO (Slovaquie)**

Depuis mai Plataforma MVRO publie une série d'articles sur les ODD dans Hospodarske noviny (un journal qui attire plus d'un million de lecteurs par mois). Cette série prendra fin en octobre 2015. Plus d'informations [ici](#).

- Envoyer des tweets et utiliser Facebook pour parler de l'agenda post-2015 et de son importance pour votre pays

Bonne pratique de **Beyond 2015**: **Conseil Canadien pour la Coopération Internationale (CCIC - Canada)**

On ne peut nier la capacité des médias sociaux à nous unir, nous persuader et nous pousser à agir. C'est dans cette optique que le CCCIC a produit - dans le cadre de la campagne "[on peut faire mieux 2015](#)" au Canada - une [boîte d'outils pour les médias sociaux](#) et deux pages d'astuces afin de susciter des discussions en ligne sur pourquoi et comment le Canada peut mieux faire en matière de lutte contre les inégalités & protection des droits humains, de changement climatique & durabilité environnementale, et de droits des femmes & égalité des genres - le but final étant de pousser le Canada à s'engager à mettre en œuvre les ODD. Consultez la [page Facebook](#) du CCCI pour de superbes photos et bien plus.

3) Organiser des ateliers / forums pour former les médias sur l'agenda post-2015 et les informer sur les plans / engagements de votre gouvernement à mettre en œuvre les ODD.

Bonne pratique de **Beyond 2015**: **PIANGO (Coordinateur régional pour le Pacifique)**

Des dialogues avec les médias ont été organisés au Fiji, à Kiribati et dans les [Iles Solomon](#), afin d'informer les médias sur l'agenda post-2015, les aider à communiquer sur ce sujet, et les inclure dans les débats post-2015. Plus d'informations [ici](#).



4) Organiser une séance photos intelligente liée à la mise en œuvre de l'agenda post -2015 dans votre pays. Choisir un endroit connu et photogénique, et inviter les médias à prendre des photos.

5) Demander à une célébrité de soutenir publiquement la mise en œuvre des ODD dans votre pays, et inviter cette célébrité à une séance photos. Voir [ici](#).

6) Proposer aux médias d'interviewer votre PDG ou une autre personne haut placée dans votre organisation, en précisant que la personne interviewée pourra expliquer les ODD, ce qu'ils signifient pour les gens dans votre pays, et comment ces objectifs universels pourront être atteints dans votre pays.

7) Envoyer un éditorial ou une lettre au Rédacteur signé(e) par votre PDG / Directeur, et lançant un appel à votre gouvernement à mettre en œuvre l'agenda post-2015 dans votre pays. Choisir un moment stratégique (par exemple avant les élections).

8) Diffuser aux rédacteurs de presse (écrite / en ligne) une étude de cas ou l'histoire d'une personne dont la vie sera affectée par l'agenda post-2015, avec des photos. Exemple [ici](#).

Bonne pratique de **Beyond 2015**: [VSO \(Royaume-Uni\)](#)

VSO a regroupé des histoires qui illustrent l'agenda post-2015 afin de les publier dans les médias (par exemple dans le magazine Marie Claire), obtenant ainsi une bonne couverture médiatique de leur travail (par exemple la lutte contre la violence basée sur le genre en Papouasie Nouvelle-Guinée), et poussant les gouvernements à continuer à aborder ces questions.

9) Organiser un événement ou un débat dans un endroit prestigieux, et inviter les médias.

10) Inviter les médias à faire un reportage sur des réunions / conférences avec le gouvernement et d'autres parties prenantes sur la mise en œuvre de l'agenda post-2015 (e.g. communiqués de presse, conférences de presse).

Bonne pratique de **Beyond 2015**: [Save Matabeleland Coalition \(Zimbabwe\)](#)

Un dialogue national de deux-jours (Conférence nationale de partage de connaissances sur la mise en œuvre des ODD) a été diffusé en direct sur Internet en juillet 2015. Cette conférence a réuni un large éventail de parties prenantes - y compris des membres de la société civile, des autorités gouvernementales à la fois nationales et locales, des représentants de l'ONU, et des membres du secteur privé - pour discuter de la façon dont l'agenda post-2015 peut être mis en œuvre et adapté au contexte national du Zimbabwe. Plus d'informations [ici](#).

11) Cibler les jeunes et d'autres groupes qui seront au Sommet à New York. Exemple [ici](#).

12) Préparer des ressources pour les médias sur l'agenda post-2015 et sa mise en œuvre.



Pour contacter **Beyond 2015**: Ella Masle-Farquhar, International Officer: efarquhar@beyond2015.org