

La communication locale, un enjeu capital pour la coopération internationale



Yvelines
Conseil général

Sommaire

Préface.....	p.5
Tableau récapitulatif des types d'actions ayant un impact local.....	p.6
Fiche action 1 : réalisation d'un film servant de base à des projections-débats à destination d'un large public.....	p.7
Exemple du film réalisé par l'association « L'Eau Tarit »	
Exemple des actions de sensibilisation de l'association « Santé Diabète »	
Fiche action 2 : réalisation d'une exposition autour d'une thématique.....	p.10
Exemple de l'exposition réalisée par Mlle Moyart dans la gare routière de Bagnolet	
Fiche action 3 : tenue de stands lors de manifestations.....	p.12
Exemple des ateliers réalisés par l'association « L'Eau Tarit »	
Fiche action 4 : Partenariats avec des écoles.....	p.14
Exemple de la sensibilisation autour des parcours migrants réalisée par l'association « Paroles d'hommes et de femmes »	
Exemple de l'association « L'Eau-tarit » sur l'accompagnement éducatif scientifique en école primaire	
Fiche action 5 : Tenue d'un blog relatant le déroulement d'une action au Sud au quotidien.....	p.17
Exemple du blog tenu par la Mairie de Noisy-le-Sec dans le cadre de son chantier de solidarité au Sénégal	
Fiche action 6 : Utilisation d'une méthodologie développée au cours d'actions menées au Sud dans le cadre d'actions au Nord.....	p.19
Exemple de l'association « Santé Diabète » dans ses actions de sensibilisation de la communauté migrante	
Exemple des actions de sensibilisation et d'information par « CLAE » auprès des femmes migrantes	
Fiche action 7 : Utilisation de la restitution d'actions réalisées au Sud pour engager une réflexion et des actions au Nord.....	p.22
Exemple de la sensibilisation à la gestion de l'eau des habitants du quartier de Rougemont à Sevran par l'association des Jeunes de la Commune de Séro Diamanou (Mali) en France	
Fiche action 8 : Utilisation de la réalisation d'un outil de restitution comme support de débats.....	p.24
Exemple du « Livre à 2 mains » réalisé par BSF (Bibliothèques Sans Frontières) en partenariat avec des collèges franciliens et maliens	
Quelques occasions pour faire une manifestation.....	p.27

Préface



Crédits : D. Eskenazi / Conseil général des Yvelines

La conduite de projets d'intérêt général suppose habituellement une certaine proximité entre celui qui le conduit, celui qui le finance, et celui qui en bénéficie : c'est parce qu'il participe à la décision de savoir à qui et pour quels motifs sera affecté son impôt qu'un citoyen accepte de le payer. Dans le domaine de la coopération internationale et de l'aide au développement, le financeur (qu'il s'agisse de collectivités publiques, d'individus ou d'organismes privés) a cependant peu de chance de connaître le bénéficiaire, trop loin de lui, et de constater l'utilité sociale de sa contribution. C'est donc au conducteur du projet qu'incombe la responsabilité de recréer cette proximité, d'être le pont entre le financeur et le bénéficiaire.

Les manifestations, concerts, expositions, soirées-débats... que vous êtes nombreux à organiser sont à la source de cette proximité. Elles sont l'occasion de rendre compte et de rencontres. Je pense ne pas trop me tromper en disant que pas une semaine ne passe en Yvelines sans qu'une commune ou une association ne propose un événement ayant pour thème la coopération internationale.

Le Département des Yvelines, au travers de sa politique « Yvelines partenaires du développement » soutient les acteurs yvelinois de la solidarité internationale grâce à différents dispositifs d'appui financier. Conscient du dynamisme local de ces acteurs et de leur capacité à fédérer autour de leurs projets, le Département organise chaque année les Assises « Yvelines, partenaires du développement », un temps de rassemblement des « forces vives » de la coopération yvelinoise, un temps qui fait apparaître que l'aide au développement est une exigence

« *Consolider la proximité avec tous les Yvelinois* »

croissante de la société. Mais pour consolider la proximité avec tous les Yvelinois, il était nécessaire d'aller encore plus loin, encore plus près d'eux.

C'est pourquoi le Département rend désormais indissociables l'action à l'étranger d'une action spécifique dans les Yvelines : tout financement attribué à un projet d'un acteur yvelinois comprend une part qui est réservée à une action en Yvelines. Celle-ci, qui vient s'ajouter à celles que vous organisez déjà, viendra renforcer l'adhésion des Yvelinois aux enjeux de la coopération Nord-Sud mais sera aussi une occasion unique de partage entre vous, capable de nourrir les pratiques de chacun ou d'enrichir les problématiques communes pour lesquelles vous vous investissez.

J'ai ainsi demandé à l'association yvelinoise Solidarité humaine Ile-de-France de recenser les actions originales en territoire francilien. L'étude qui en résulte cherche à vous donner des repères et des références pour vous permettre d'enrichir votre répertoire de communication locale et faire naître de nouvelles idées qui viendront renforcer votre capacité de persuasion auprès de vos publics.

Cette étude vous offre une typologie (non exhaustive) d'actions locales mettant en valeur les projets au Sud illustrée par des exemples concrets. Je ne doute pas que vous saurez proposer des actions toujours plus originales et pertinentes les unes que les autres. J'ai déjà eu l'occasion de vous le dire, et je le redis ici : nous avons besoin du concours de tous pour continuer à convaincre en Yvelines de l'utilité de ce que fait le Département.

Avec mes sentiments dévoués.

Jean-Marie TETART
Vice-Président du Conseil général
délégué à la coopération décentralisée

Les différents types d'actions

Type d'action	Liens avec le projet	Méthodologie / enjeux	Public concerné	Ressources mobilisées
Projections-débats et conférences-débats <i>Fiche action 1</i>	Thématique abordée transversale et globale, présentée comme un documentaire (et non spécifique aux actions de la structure).	Film peut être réalisé par l'ASI ¹ ou non. Diffusion en partenariat avec d'autres structures ou non. Conférences sur des thèmes déjà connus et facilement quantifiables.	Public souvent un minimum sensibilisé à la problématique. Une conférence nécessite un public ouvert aux informations non visuelles.	La réalisation du film et l'animation des débats demande des ressources importantes en main d'œuvre ou argent. Partenariats très intéressants pour limiter coûts et travail.
Expositions autour d'une thématique <i>Fiche action 2</i>	La valeur esthétique est plus importante que le lien direct avec le projet pour attirer l'attention du public.	Support à choisir en fonction de l'éventuelle mobilité de l'exposition et des interactions possibles avec le public.	Tout public possible si exposition sur domaine public, mais le plus souvent plus efficace avec un public (et donc un lieu) ciblé.	Ressources nécessaires très variées, dépendant de la relation entre la réalisation des images et le déroulement du projet.
Tenue de stands interactifs <i>Fiche action 3</i>	Objectif à définir en amont (mobilisation de sympathisants ou sensibilisation à une problématique générale).	La forme générale dépend de l'objectif, mais à réfléchir de manière la plus interactive possible (expériences, quiz, échantillons...).	Public directement lié à l'endroit de la manifestation où du stand installé : adapter animation et supports à ce public.	Ressources bénévoles facilement mobilisables car ponctuelles. Prévoir coûts des supports de communication et du matériel.
Partenariats avec des écoles <i>Fiche action 4</i>	Problématiques assez générales susceptibles d'avoir un intérêt pédagogique global.	L'efficacité dépend de la répétition et/ou de la durée de l'action : prévoir plusieurs rencontres.	Elèves des classes visées, sélectionnées en fonction des thématiques abordées.	Beaucoup de temps et de disponibilité. Coûts financiers si choix d'intervenants extérieurs.
Tenue d'un blog relatant le déroulement de l'action <i>Fiche action 5</i>	Directement lié aux actions du projet, mais l'angle varie en fonction de l'objectif recherché.	Intérêt directement lié à la fréquence d'ajout d'articles.	Dépend de l'objectif du blog : proches des acteurs internes, appuis techniques, partenaires...	Peu de coûts hors matériel informatique, mais demande beaucoup de temps.
Adaptation d'une méthodologie initialement développée au Sud <i>Fiche action 6</i>	Méthodologie commune, adaptée aux contextes, mais les projets sont le plus souvent menés indépendamment.	Adaptation nécessaire des outils, dépendant du type de public ciblé.	Souvent proche du public ciblé dans le cadre du projet au Sud (migrants ou population issue des migrations).	Même type de ressources que le projet au Sud (temps et/ou coût selon le projet), sauf si les outils sont réutilisés.
Utilisation de la restitution des actions de l'ASI pour réflexion au Nord <i>Fiche action 7</i>	Le projet de solidarité devient une porte d'entrée qui permet de sensibiliser sur la problématique au Nord.	Pour la sensibilisation, processus progressif : plusieurs rencontres et partenariats avec des acteurs de la problématique au Nord.	Public adulte pouvant être touché par les questions d'intérêt individuel, public jeune plus facile mais rencontres à renouveler.	Partenariats et temps de présence et d'organisation nécessaires. Le coût financier dépend du type d'actions, mais peut être réduit.
Utilisation de la réalisation d'un outil de restitution comme support de débats <i>Fiche action 8</i>	Echanges et réflexions basés sur la réalisation du support de restitution, donc sur le projet et les actions menées et pouvant être élargis à des problématiques plus générales.	Demande l'implication des acteurs dès le début du projet pour pouvoir recueillir les informations de base, les discuter puis faire le travail de présentation.	Acteurs internes à l'association dans un premier temps, et élargissement à un public néanmoins ciblé (par exemple aux élèves d'une école).	Le travail autour du support de restitution demande beaucoup de temps (temps de débat inclus dans ce travail). Les coûts dépendent du choix d'animateurs extérieurs.

¹ Association de solidarité internationale

FICHE ACTION 1 :

Projection ou conférence suivi d'un débat

Lien avec le projet :

La présentation (film ou conférence) a pour objectif d'intéresser et sensibiliser le public à une problématique actuelle et prégnante : elle doit donc aborder une thématique plus large que les seules actions de l'association. Elle doit être construite très objectivement, plus comme un documentaire que comme un descriptif d'action, pour garder une certaine légitimité.

Méthodologie et outils :

La méthodologie dépend surtout du lien que l'association souhaite développer entre la présentation et son propre projet. Si la présentation est basée sur les actions de l'association, cette dernière doit travailler à sa réalisation (film ou exposition sur les activités au Sud), facilitant ainsi l'animation d'un débat orienté vers les actions de l'association. La projection d'un film documentaire indépendant nécessite en revanche la présence d'un animateur de l'association capable de montrer le lien avec les actions menées, et légitimer l'organisation de la projection-débat.

La réalisation d'un film par l'association prend plus de temps au départ, mais permet ensuite « d'essayer » par le prêt du film à des partenaires. L'utilisation d'un documentaire existant est plus économique, mais oblige l'ASI à être présente à chaque projection pour présenter son discours et ses projets. La réalisation d'un film en partenariat avec d'autres ASI peut être une solution intermédiaire, présentant les actions réalisées par les associations tout en partageant les coûts (humains et/ou matériels).

Pour la diffusion, l'association a le choix entre l'organisation directe ou le développement de partenariats avec d'autres acteurs ayant des facilités logistiques et ayant un accès déjà existant à un public ciblé (auquel il faudra alors adapter l'animation des débats).

Les conférences devront avoir un contenu théorique (scientifique, politique,...) solide, ne nécessitant pas ou peu de visuel, présenté clairement sans biais : sans images permettant aux participants de se faire directement une opinion, il est nécessaire que les intervenants aient sur le thème une forte légitimité et illustrent concrètement le sujet avec des chiffres.

Public concerné :

Surtout pour les présentations suivies de débat, la notion de « tout public » n'existe pas, les personnes présentes dépendant du moyen de diffusion (public captif ou déjà sensibilisé). Les conférences-débats nécessitent pour être efficaces un public particulièrement réceptif à des informations théoriques sans visuel (par exemple un public universitaire). Comme peu d'images permettent au public de se faire une opinion directe, et qu'il doit se reposer sur le discours des intervenants (avec les risques de biais que cela implique), on pourra réserver cette forme d'intervention à un public déjà informé au préalable de la thématique.

Ressources employées :

En fonction du mode d'organisation retenu, les ressources nécessaires varient beaucoup.

Un choix important doit être fait entre la mobilisation de ressources humaines (bénévoles ou salariées) ou financières :

- La réalisation du film par l'association coûte cher, en temps et/ou argent, mais renforce sa crédibilité, sa lisibilité, et lui fait gagner son statut d'expert sur le sujet – contrairement à l'utilisation, souvent plus économique, de documentaires indépendants (le professionnalisme de l'association n'étant démontré que par les débats).
- Le développement de partenariats pour faciliter l'organisation des événements permet des économies, mais l'association doit alors s'adapter au public contacté par le partenaire et risque de perdre en visibilité.

A prévoir au moins 1 000 € (après négociation) pour un montage correct du film.

Ne pas oublier les frais de déplacement liés à l'organisation de la projection.

A partir de 500 € (si le film existe déjà) – 1500 € (si le film est réalisé bénévolement par l'association et montage professionnel) avec des partenariats pour la mise à disposition des lieux

Exemple de l'association « L'Eau-Tarit »

Réalisation d'un film sur les effets de la prospection d'or sur la pollution de l'eau en Mongolie et organisation de projections-débats

L'association L'eau-tarit a comme principal objectif le soutien des populations de Mongolie par un renforcement de la protection de l'environnement et la limitation des pollutions de l'eau. Elle a mené une série d'actions de sensibilisation basées sur la réalisation du film « L'or bleu des steppes » relatant les dégâts subis par l'environnement, la pollution des eaux en Mongolie et de la préservation de la qualité de l'eau. Des projections suivies de débats ont été organisées dans plusieurs villes de France.

Lien avec le projet :

Afin de toucher plus facilement le public envisagé, la trame du film a été construite sous la forme d'un documentaire traitant de l'effet des activités minières sur la qualité de l'eau en Mongolie. L'association est utilisée comme fil conducteur du scénario et témoin des dégâts sur l'environnement. Un compromis a donc été trouvé pour garantir l'intérêt et sensibiliser un public le plus large possible tout en promouvant l'image de l'association et la présentation des partenaires.

Méthodologie et outils :

Pour la réalisation du film, c'est l'association elle-même qui a construit le scénario et filmé, en dehors du montage (fait par un professionnel). Le filmage a duré environ un an en parallèle des activités du projet, et s'est essentiellement reposé sur le « système D » et les moyens personnels des animatrices (seule la caméra a été achetée). L'accent a été mis sur la qualité du scénario et de l'histoire, à défaut de la qualité des images.

Pour les projection-débats organisées autour du film, l'association a fait appel à des partenariats avec des associations locales, lesquelles se sont chargées de l'ensemble de l'organisation. Les débats ainsi menés ont ainsi généralement duré de 45 minutes à 1 heure.

Public concerné :

L'objectif de l'association était d'utiliser ce film comme matériaux de base en matière de sensibilisation, ouvrant le débat pour approfondir et/ou élargir la problématique. Le film devait donc permettre de toucher un public extérieur, le plus large possible, mais déjà probablement sensibilisé aux problématiques environnementales (puisque faisant l'effort

de se déplacer pour suivre la projection d'un film sur ce thème).



Le public mobilisé a beaucoup changé d'une projection à l'autre.

Ressources employées :

Pour la réalisation du film, les images ont été réalisées par les membres de l'association, en parallèle de leurs actions sur le terrain et de manière bénévole. Les frais de main d'œuvre et de déplacement étaient affectés au projet de terrain. En revanche, il faut mentionner l'investissement initial de la caméra ainsi que le coût du montage (« prix d'ami » du monteur).

Pour les projection-débats, le fait de les organiser avec des associations du milieu universitaire a facilité l'accès au matériel de projection et à des salles. Les coûts engendrés relèvent essentiellement des frais de déplacement de l'association. Le budget des projections-débats a été de 4200 € (dont 2730 € pris en charge par la partie « action au Nord » des subventions attribuées, et 1470 € issus de fonds propres de l'association). De nombreux partenariats ont été tissés pour leur organisation avec des associations partenaires et des villes (ville d'Aulnay-sous-Bois notamment).

Lien avec le projet

Le film et sa projection permettent de sensibiliser le maximum de public à la problématique globale du projet.

Méthodologie

Film réalisé par l'association, avec montage par un professionnel.

Organisation des projections-débats confiée à des associations partenaires.

Public

Public relativement ciblé mais large et différent à chaque fois déjà sensibilisé aux problématiques.

Ressources

Implication bénévole et réseau de sympathisants.
1700 € pour la réalisation du film (caméra et montage).
4200 € pour les projections-débats (France entière).

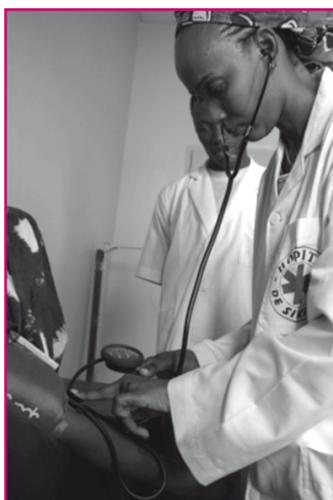
Organisation associant exposition photos, projection de film et conférence-débat

L'ONG « Santé Diabète » travaille avec le Mali sur des problématiques liées au diabète. Elle est surtout active au Sud sur des aspects thérapeutiques ou de politiques de santé. Pour sensibiliser le public français, elle a associé plusieurs actions au cours d'une même soirée : exposition avec un vernissage ; projection d'un film réalisé par l'association reprenant les actions de l'ONG et d'une autre association travaillant sur la même problématique ; et conférence-débat avec la salle.

Lien avec le projet :

Le lien avec le projet est progressif au cours de la soirée thématique. D'abord l'exposition présente des aspects transversaux et assez généraux permettant d'informer un public néophyte des ravages du diabète dans une Afrique à l'urbanisation croissante; ensuite la projection commence à faire un lien entre la problématique générale du diabète et les actions menées sur le terrain par deux ONG, dont Santé Diabète, enfin la conférence-débat présente plus spécifiquement les actions et le projet de l'association. Cela permet à la fois d'attirer un public large et de l'informer du projet spécifique de l'association.

Méthodologie et outils :



Les photographies exposées ont été réalisées par un photographe professionnel français. L'exposition a au total duré 3 semaines. Elle a été conçue pour être mobile et déplaçable, de manière à pouvoir être réutilisée. Le vernissage de l'exposition a permis d'inviter un grand nombre de partenaires et a attiré un large public.

La projection d'un film grand public sur la problématique du diabète (« Le diabète, un nouvel enjeu de santé publique en Afrique ») a permis de faire le lien entre les photos et les actions menées par l'association. Réalisé et monté au Mali par des partenaires locaux de l'association, il a également été projeté au Sud dans un but de sensibilisation. Comparant les actions menées par deux ONG, il a permis

d'apporter une vision plus large des réponses susceptibles d'être mises en œuvre.

La conférence sur le thème du diabète et des actions menées par l'association réunit trois acteurs apportant chacun une vision particulière : le cinéaste, un professeur diabétologue et le directeur de Santé Diabète.

Public concerné :

L'organisation de cette soirée thématique dans le prolongement du vernissage de l'exposition permet de réunir un public varié et relativement important. Ce type d'évènement permet de réunir des personnes peu sensibilisées à des problématiques de solidarité internationale, et qui ne seraient pas forcément venues pour la projection et/ou l'exposition seule.

Ressources employées :

Le coût de l'exposition (déplacement et perdiems du photographe, achat des photos et des droits sur les photos, tirages pour support d'exposition) s'est élevé à 3000 € (dont 700 € de droits sur les photographies). Ces coûts ont été pris en charge par les partenaires locaux.

Lien avec le projet

Présentation des actions du projet amenée progressivement en partant d'une présentation beaucoup plus générale de la problématique.

Méthodologie

Association de plusieurs méthodes de sensibilisation :

- vernissage d'une exposition photo organisée sur le thème transversal des liens entre urbanisation et diabète;
- projection d'un film présentant les activités comparées de deux ONG ;
- conférence-débat sur les actions menées par l'ONG Santé Diabète

Public

Le plus large possible, notamment attiré par le vernissage.

Ressources

Le coût de l'exposition (déplacement et perdiems du photographe, achat des photos et des droits sur les photos, tirages pour support d'exposition) s'est élevé à 3000 € (dont 700 € de droits sur les photographies). Ces coûts ont été pris en charge par les partenaires locaux.

FICHE ACTION 2 :

Réalisation d'une exposition autour d'une thématique

Lien avec le projet :

La qualité esthétique est la principale garante du succès de l'exposition : c'est donc elle qui doit être privilégiée plutôt que le lien direct avec le projet. Mais pour présenter des images les plus parlantes possible on pourra prendre comme principal sujet les réalisations du projet.

Méthodologie et outils :

Méthodologie et outils employés sont liés à deux objectifs majeurs : que cherche-t-on à obtenir au moment de l'exposition elle-même et comment la réalisation sur le terrain des images s'insère-t-elle dans le projet au Sud (la prise de vue pouvant être difficile sur certains terrains) ?

La réalisation du matériel qui sera ensuite exposé doit donc être réfléchi au même titre que l'exposition elle-même. Il faudra également composer entre la nécessité d'attirer l'attention, de faire réagir, de toucher dans un temps assez réduit et avec des ressources humaines limitées d'une part, et d'autre part la volonté de faire passer un message juste et objectif. Particulièrement dans le cadre de la solidarité internationale, les messages « idéaux » seraient souvent trop subtils ou compliqués pour être compréhensibles par la simple exposition d'images (même agrémentées de textes explicatifs), et doivent donc être au préalable simplifiés (voire, dans certains cas presque caricaturés).

Public concerné :

Le « tout public » est plus facile à obtenir pour des expositions : c'est alors la problématique de la localisation de l'exposition qui décide du type de public touché (public relativement captif dans une galerie ou une médiathèque, ouverture au plus grand nombre sur l'espace public – même si alors les regards de tous les types de public ne sont pas attirés de la même façon...).

Une réflexion sur le public visé et les moyens à utiliser pour attirer son regard et le toucher permettra en amont de définir la méthodologie et les outils à utiliser pour la réalisation des images, l'importance de l'esthétique et la subtilité du message.

Ressources employées :

Les ressources employées peuvent être réduites, et les principaux coûts sont souvent liés à la reproduction des images (impression, tirages, panneaux, ...). Des partenariats avec des professionnels de l'image permettent de réduire sensiblement les frais engagés (photographe semi bénévole envoyé sur le terrain, droits à l'image offerts, ...).

Il faut faire une différence entre une exposition correspondant à un véritable projet en soit (et comprenant alors tous les coûts de transport et hébergement sur le terrain) et une exposition illustrant une action de terrain (les images étant réalisées par des chargés de mission en parallèle du suivi des actions au Sud). Cependant, il faudra alors souvent choisir entre coût et qualité professionnelle des images, la logique d'exposition étant alors différente et devant être adaptée au public visé : l'utilisation des « moyens du bord » pour la réalisation d'images en parallèle du déroulement de l'action au Sud suppose une diffusion à destination d'un public déjà sensibilisé à la problématique, et éventuellement captif.

Prévoir un minimum de 1500 € pour les pellicules et la réalisation de panneaux classiques, beaucoup plus si embauche de professionnels, frais de déplacement et d'hébergement, etc.

Exemple de l'exposition de Nadège Moyart

Exposition de dessins illustrant la protection de l'environnement dans les oasis marocains

Nadège Moyart a décidé d'appuyer les actions de protection de l'environnement dans les oasis marocains, en travaillant sur la sensibilisation du grand public tant marocain que français. Pour cela, elle a réalisé un voyage dans cinq oasis du Sud marocain, au cours duquel elle a réalisé plusieurs séries de dessins représentant les initiatives locales. Ces dessins ont fait l'objet de plusieurs expositions, dont l'une sur les murs du X^{ème} arrondissement de Paris, et une autre à la gare routière Gallieni de Bagnole, d'où partent les bus pour le Maroc.

Lien avec le projet :

La réalisation des dessins et leur partage avec les différents publics fait partie intégrante du projet de Nadège Moyart. Partant du principe que des personnes techniquement plus compétentes travaillaient sur des actions de protection de l'écosystème des oasis, elle s'est directement positionnée sur les actions de sensibilisation, son objectif étant de faire connaître les enjeux de la préservation des oasis autant auprès des Marocains urbains du nord du pays, que des Européens.

Méthodologie et outils :

Pour la réalisation des images graphiques Nadège Moyart a utilisé trois types d'outils : le dessin, la photographie (deux appareils argentiques N&B) et le son (enregistreur). Le choix prédominant du dessin était directement lié au fait que ce sont majoritairement les femmes qui sont présentes sur place et qu'elles se laissent peu photographier. Les enregistrements des interviews permettaient de retravailler les textes et anecdotes agrémentant les croquis. La réalisation d'un blog a d'ailleurs permis de prolonger ces rencontres et échanges.



Public concerné et méthodologie d'exposition :

L'exposition réalisée sur les murs de Paris (10^{ème}) cherchait à toucher le maximum de Français possible, en donnant au plus grand nombre un aperçu des problématiques évoquées. L'endroit d'exposition a été choisi pour être le plus ouvert possible. Du fait de son organisation au cours de la « dizaine durable » (fête de proximité de 10 jours dans le X^{ème} arrondissement de Paris mettant à l'honneur le développement durable), la légitimité et la lisibilité de l'exposition était assurée.

L'exposition de la gare routière Gallieni de Bagnole était par contre orientée vers un public à la fois français et marocain : des Marocains venus en vacances en France ainsi que leurs familles venues les accompagner à la gare routière. L'objectif était alors de sensibiliser des Marocains où qu'ils résident aujourd'hui à la nécessaire protection des oasis, et leur faire mieux connaître leur propre pays.

Ressources employées :

Le voyage (préparation et réalisation) a entraîné un coût d'environ 2900 €.

L'intégralité des frais liés aux expositions s'élève à 1600 € (papier pour croquis, matériel pour développement, impression d'affiches...). Le développement et les tirages des photos préalables aux expositions a été réalisé par elle-même, elle n'a dû acheter que le matériel de développement. L'impression d'affiches pour un coût de 700 € a été couverte par un sponsoring de La Poste.

Lien avec le projet

La réalisation de ces expositions est en soi le projet qui a motivé le voyage et les rencontres au Sud.

Méthodologie

X^{ème} à Paris : affiches accrochées sous forme de frise sur les murs de la ville.

Gare Bagnole : installations provisoires des dessins originaux pendant 6 demi-journées, et mise à disposition des carnets originaux, avec discussion avec le public.

Public

X^{ème} à Paris : toute personne passant sur l'espace public rue des Récollets.

Gare de Bagnole : marocains en visite ainsi que leur famille en France.

Ressources

2900 € pour la préparation et la réalisation du voyage lui-même + 1600 € pour la réalisation des expositions (matériel de développement photo, impressions...)

FICHE ACTION 3 :

Tenue de stands lors de manifestations

Lien avec le projet :

Le lien avec le projet dépend directement du message que l'on cherche à transmettre : s'agit-il de sensibilisation à une thématique transversale ou au contraire la mobilisation de sympathisants autour d'actions au Sud ? Cependant, les liens avec le projet au Sud doivent être suffisamment évidents pour qu'ils justifient, et d'une certaine manière légitiment, la présence de l'association sur le stand.

Contrairement aux conférences ou aux expositions qui peuvent présenter des problématiques générales, il est indispensable sur un stand d'être en mesure de présenter concrètement les actions réalisées au Sud par l'association.

La première question à se poser est de définir l'objectif de l'exposition, pour opter entre présentation concrète d'actions et images plus esthétiques de problématiques plus larges.

Méthodologie et outils :

Le principal mot d'ordre pour animer des stands lors de manifestation est d'attirer et intéresser les visiteurs. Que l'objectif soit de sensibiliser à une problématique, de recruter de nouveaux bénévoles ou de convaincre de nouveaux donateurs, il faut au préalable que le visiteur s'arrête, discute, s'intéresse.

Plusieurs solutions s'offrent pour cela : mise en place d'ateliers ludiques pour les enfants (et quand les enfants sont arrêtés, les parents aussi...), la présentation de photographies attirant l'œil, l'appel du chaland version marché, la proposition de gâteaux ou thé,...

D'une manière générale, un stand doit donc être pensé selon deux axes : qu'est-ce qui va faire que les gens vont s'arrêter ? et comment leur transmettre de manière claire le message ?

Public concerné :

Encore une fois, il n'existe pas réellement de « grand public » : les personnes présentes à la manifestation en question représentent une première sélection, et celles s'arrêtant au stand la complète pour que, finalement, les personnes rencontrées soient déjà sensibles à la cause de l'association.

Pour optimiser les chances de toucher ce public, il sera donc nécessaire de s'interroger sur ses centres d'intérêt en fonction du type de manifestation, et de préparer ainsi son approche : privilégier les ateliers ludiques dans une manifestation principalement orientée vers les enfants, privilégier des informations environnementales dans le cadre d'un événement lié au développement durable...

Ressources employées :

La tenue de stand est relativement ponctuelle, permet de rencontrer des personnes intéressées et de promouvoir l'objet associatif de la structure, et ont souvent lieu le week-end... il s'agit donc souvent d'activités prises en charge par les bénévoles de la structure, qui trouvent dans cette activité la justification de leur valeur ajoutée et l'encouragement de leur militantisme.

En termes de coûts, les principales dépenses sont généralement liées à l'impression de matériel publicitaire (brochures, plaquettes...). Le reste des dépenses (qu'il s'agisse de bonbons ou de petit matériel pour des ateliers) ne représente généralement pas de grosses sommes.

A partir de 500 € pour l'équipement du stand et quelques « consommables » (bonbons...), plus si réalisation de supports de communication plus conséquents.

Exemple de l'association « L'Eau-Tarit »

Tenue d'ateliers pédagogiques lors de portes ouvertes et manifestations

En parallèle des actions réalisées en Mongolie, l'association réalise également des sessions de sensibilisation à destination d'un public jeune à l'occasion d'évènements (journées portes ouvertes, semaine de la solidarité...), ou en partenariat avec des écoles ou des centres de loisirs. Les ateliers sont organisés autour de la thématique de l'eau, et ont la particularité de faire la part belle à l'expérimentation par le public lui-même.

Lien avec le projet :

Les ateliers ont différentes thématiques en fonction de l'âge du public et/ou du thème développé par l'organisateur de l'évènement, mais elles sont toujours en rapport avec la problématique de l'eau. Les deux animatrices n'orientent pas vraiment leurs ateliers vers les actions réalisées par leur association, mais plutôt sur des connaissances transversales et d'actualité localement, de manière à ce que le jeune public comprenne réellement les enjeux soulevés, et qu'ils puissent s'approprier de manière pratique les informations.

Méthodologie et outils :

Les ateliers sont donc le plus souvent orientés sur le traitement de l'eau, le parcours de la rivière jusqu'au robinet, les caractéristiques des différentes eaux, etc... Des essais pratiques de filtrage, de flottaison, et autres expériences, sont proposés aux enfants et aux jeunes. Le matériel utilisé pour ces expériences est simple (aquariums, bouteilles d'eau, œuf pour comparer les densités, vinaigre sel et poivre, gobelets...) et est amené par l'association.

En revanche, l'évènement lui-même dans le cadre duquel prend place l'animation est organisé par le partenaire qui invite l'association, qu'il s'agisse d'une commune (comme par exemple dans le cadre de l'atelier réalisé au sein de la ferme pédagogique de Rosny-sous-Bois lors des journées du patrimoine 2011), de centres de loisirs ou d'écoles. Ce partenaire met alors à la disposition de l'association un stand « de base » : table et chaises.

Public concerné :

Le public concerné est un public jeune, en raison du type de partenaire demandant à l'association de réaliser ces ateliers : écoles primaires et collèges principalement, quelques maternelles, et quelques lycées (mais rare), centres de loisirs, ferme pédagogique,...

Toutes ces structures s'adressent à des publics d'âges différents. Le principal enjeu pour l'association est donc



l'adaptation des expériences au public rencontré, à leur connaissance et à leurs centres d'intérêt.

Ressources employées :

Les ateliers sont animés par les membres de l'association sur leur temps bénévole. L'association facture ce type d'atelier à ceux qui l'invitent 50 € par demi-journée (200 € pour un week-end entier). Ce montant prend juste en charge le déplacement des personnes tenant l'atelier et l'achat du matériel de base nécessaire pour les expériences (aquarium, bouteilles...).

Lien avec le projet

L'objectif est d'intéresser et de faire participer des jeunes, les thèmes sont choisis autour du thème de l'eau.

Méthodologie

Les ateliers prennent la forme d'expériences pratiques ludiques, adaptées à l'âge et aux questionnements du public.

Public

Public jeune, de 6 à 17 ans environ, en fonction du partenaire organisant l'atelier.

Ressources

Achat de matériel rudimentaire par l'association, atelier tenu par des bénévoles.

FICHE ACTION 4 :

Partenariats avec des écoles

Lien avec le projet :

Dans la mesure où les écoles sont surtout demandeuses d'informations transversales sur des problématiques générales, il est assez difficile de construire des interventions dans des écoles reposant directement sur le projet de solidarité mené par l'association. A moins que l'association ne base son projet lui-même sur l'intervention en milieu scolaire (et ne conduise alors pas vraiment de projet de solidarité au Sud), la présentation (ponctuelle ou au contraire déclinée tout au long de l'année) devra être construite de manière transversale, abordant les parallèles entre les problèmes rencontrés au Nord et au Sud.

Dans le cadre des interventions dans les écoles, il s'agit le plus souvent de créer une nouvelle culture du développement et de la préservation des ressources, et non simplement de sensibiliser aux actions réalisées par l'association. C'est pourquoi les interventions seront plutôt basées sur ce que, concrètement, les gens du Nord peuvent faire dans leur vie de tous les jours (changement dans les habitudes pour éviter les gaspillages, attitude plus ouverte vis-à-vis des populations migrantes...) pour faire avancer les choses. Les actions menées au Sud ne sont alors que peu abordées (voire pas du tout).

Méthodologie et outils :

Comme nous l'avons vu, le propre des partenariats avec les écoles est de chercher à créer une nouvelle culture (de la gestion de l'eau, de l'acceptation de l'autre,... en fonction du projet de l'association). Par définition, cela prend du temps, et ce type d'action ne se borne pas le plus souvent à une simple rencontre. Elle peut être étalée sur toute l'année, sous la forme d'ateliers (hebdomadaires, mensuels...) qui aborderont progressivement différents aspects de la problématique générale. Elle peut également être plus concentrée (une ou deux rencontres annuelles) mais être répétée chaque année, de manière à ce que les jeunes s'approprient progressivement les conseils, grandissent avec.

Selon la thématique et l'âge du public, ces rencontres pourront prendre la forme de rencontres-débats, de présentation de parcours, ou d'ateliers expérimentaux et ludiques. Il est cependant indispensable dans tous les cas que les jeunes se sentent réellement concernés par les thèmes abordés, soit grâce à une approche vivante et visuelle (type expérimentation), soit grâce à la personnification des discours (présentation par les migrants eux-mêmes de leurs parcours).

Public concerné :

Le public concerné dépend essentiellement du type de thématiques abordées et des outils et méthodologies utilisés : les plus jeunes seront sensibles à des ateliers scientifiques au cours desquels ils pourront « mettre les mains à la pâte », alors que les plus grands seront certainement plus intéressés par des questions plus sociologiques et/ou environnementales. C'est pourquoi on peut distinguer des actions à destination d'élèves du primaire, privilégiant les expérimentations, et des rencontres avec des élèves de collèges et lycées où échanges et débats d'idées auront la part belle. A garder également en mémoire la nécessaire disponibilité des élèves : les classes de 1^{ère} et de terminale seront le plus souvent évitées en raison de la proximité du baccalauréat.

Ressources employées :

Du fait de la régularité nécessaire de ce type d'action, et de la difficulté à capter l'attention d'enfants et d'adolescents, ce type de partenariat demande beaucoup de temps de présence, mais également beaucoup de temps de préparation. En revanche, le coût financier de l'action dépend du matériel nécessaire, de la prise en charge d'intervenants extérieurs, d'éventuels déplacements, etc.

**A partir de 100 € pour un équipement basique et une intervention
bénévole, plus en cas de travail salarié pour cette action.**

Exemple de l'association « Paroles d'hommes et de femmes »

Programme de sensibilisation autour des parcours de migrants « 100 témoins, 100 écoles » : la mémoire des aînés migrants, source de lien social et d'échanges interculturels.

Le projet « Paroles d'hommes et de femmes » vise à valoriser la mémoire des migrants aînés francophones, grâce à leur témoignage devant des jeunes Français scolarisés, sur leur parcours de migration de leur pays d'origine à leur lieu de vie en France. Ces biographies sont ensuite écrites en partenariat avec un écrivain public, et transmis aux écoles, collèges et lycées de la ville où vivent actuellement ces migrants.

Ce projet a pour objectif de décroiser chaque génération, de redonner un rôle social à la mémoire, et de la mettre en scène sous forme d'événements culturels.

Lien avec le projet :

L'association travaille pour accompagner l'intégration des populations migrantes dans leurs villes d'accueil en France. Cette action spécifique a pour origine une réflexion sur l'utilisation de la mémoire des aînés dans les multiples processus éducatifs. A travers chaque récit et chaque parcours, les jeunes qui voudront participer pourront prendre conscience de l'évolution des sociétés, de l'Europe et de la francophonie.

En mettant à disposition de l'Education Nationale, des professeurs et des élèves, des biographies d'aînés francophones, l'association cherche à créer un lien entre les jeunes francophones et les jeunes français, entre les villes et écoles françaises et les villes et écoles de pays francophones.

Méthodologie et outils :

Le programme est donc articulé autour de la rédaction de biographies de vie de migrants. Pour assurer l'efficacité du programme, un partenariat étroit doit être créé entre l'association et les professeurs et les établissements scolaires touchés, et l'intervention elle-même doit être découpée en plusieurs phases : intervention de l'écrivain public biographe auprès des élèves ; travail sur l'histoire des migrations francophones dans la région ; et témoignage d'un migrant francophone.

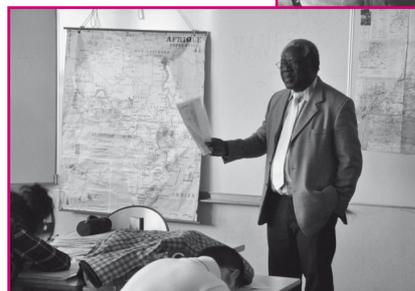
L'écrivain rencontre d'abord le migrant pour un premier travail bibliographique. Une dizaine d'heures d'entretiens biographiques avec le témoin précède donc tout début d'intervention. Les professeurs choisissent ensuite les classes qui participeront aux questionnements des témoins (2 à 3 témoins originaires de continents différents), ces rencontres durent en elles-mêmes entre 10 et 15 heures,.

Public concerné :

Axé sur le rapprochement de deux groupes sociaux, le programme s'adresse donc principalement à deux types de publics : des jeunes de 13 à 19 ans, et les établissements scolaires dans lesquels ils étudient ; des migrants âgés de 50 à 95 ans, et qui se sont intégrés à la France.

Ressources employées :

Le principal coût est lié au temps passé par l'écrivain public biographe tant dans la préparation préalable aux témoignages dans les établissements, que dans les interventions elles-mêmes auprès des élèves.



Lien avec le projet

La sensibilisation autour des parcours de migrants correspond au projet de l'association travaillant étroitement avec des associations de migrants.

Méthodologie

Approche en plusieurs phases : présentation du travail d'écrivain biographe, travail sur l'histoire de la migration francophone, entretiens préalables avec les migrants, interview par les élèves, et entraînement à l'écriture de récit biographique.

Public

De deux natures : des jeunes de 13 à 19 ans, et des aînés migrants, de 50 à 95 ans, tous issus de pays francophones.

Ressources

Le travail de préparation auprès des élèves (présentation du métier d'écrivain public) et des migrants (préparation des entretiens) demande de faire appel à un écrivain public, représentant un coût d'environ 5000 €.

Accompagnement éducatif scientifique en école primaire de ZEP

L'association L'Eau-Tarit a comme principal objectif le soutien des populations de Mongolie par un renforcement de la protection de l'environnement et la limitation des pollutions de l'eau. L'association cherche à sensibiliser les populations du Nord sur la problématique de la protection de l'environnement. Pour cela elle a travaillé en étroite partenariat avec l'école primaire de Bondy, par la mise en place et l'animation d'un accompagnement éducatif scientifique.

Lien avec le projet :

Il s'agissait dans ce cas d'ateliers organisés autour d'un accompagnement scientifique général, mais l'association avait organisé ces ateliers autour de thèmes variés : propriétés physiques de l'eau, traitement de l'eau, cycle de l'eau, courants marins, empreinte environnementale... Il s'agit donc ici de programmes de sensibilisation beaucoup plus larges, non directement liés au projet spécifique de l'association.

Méthodologie et outils :

L'accompagnement éducatif est monté de manière indépendante des programmes de l'école.

Il consiste en un atelier de 2h par semaine, organisé dans l'école même, laquelle laisse à disposition une salle de classe, et, si besoin, la salle informatique.

Les ateliers sont construits autour d'expériences ludiques pour les enfants.

La demande émanait du directeur de l'école de Bondy, lequel faisait partie du réseau des membres de l'association.

Public concerné :

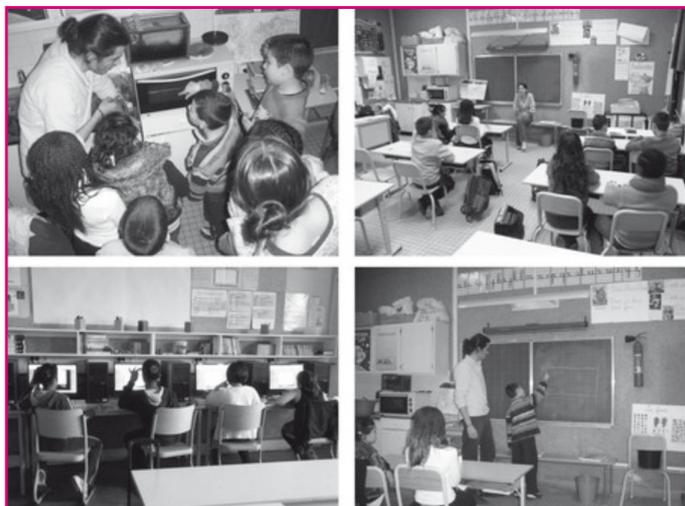
Le public était intégralement composé des élèves de l'école primaire volontaires pour suivre les ateliers de l'accompagnement éducatif. 3 groupes de 10 élèves ont pu être formés pour suivre ces ateliers

Ressources employées :

Cet accompagnement éducatif a été organisé avec l'école et réclamait énormément de temps du bénévole de l'association. Le principal investissement est le temps consacré à la préparation puis au déroulement lui-même des ateliers : une grosse demi-journée par atelier au total.

L'association facture tout de même son intervention en milieu scolaire 10 euros (pour un atelier de 2 heures), ce qui permet tout juste d'acheter le matériel de base utilisé pour les expériences (aquarium, bouteilles, ...).

Le modèle n'est donc équilibré que si l'intervention est réalisée par un ou des bénévoles, et la nécessité d'une mobilisation régulière et longue rend la pérennité d'une telle action difficile.



Lien avec le projet

L'action prend la forme d'une sensibilisation générale des enfants aux disciplines scientifiques, tournant beaucoup autour de la problématique de l'eau.

Méthodologie

Ateliers expérimentaux une fois par semaine pendant toute l'année scolaire, sans lien direct avec le programme scolaire.

Public

Elèves volontaires de l'école primaire.

Ressources

Travail bénévole important et achat du matériel (environ 10 €) qui peut être facturé aux écoles organisatrices

FICHE ACTION 5 :

Tenue d'un blog relatant le quotidien d'une action au Sud

Lien avec le projet :

La tenue d'un blog est intimement liée à l'évolution des activités sur le terrain, et doit donc « coller au projet » pour remplir son rôle. Le choix des sujets présentés dépend de l'objectif recherché et du public ciblé. Ce dernier doit trouver son intérêt dans les thématiques abordées : vie quotidienne du projet, présentation technique...

Méthodologie et outils :

Dans un contexte de projet de solidarité internationale, la principale problématique en matière de méthodologie reste jusqu'ici l'accès à internet. Le blog nécessitant approvisionnement régulier en information, il est préférable de réfléchir au préalable aux modalités d'approvisionnement, en dissociant notamment l'écriture du contenu de son téléchargement sur internet.

Une autre question méthodologique tient à la manière de choisir et de formaliser les informations à mettre sur le blog (qui participe et à partir de quels matériaux). Bien qu'étant principalement un outil de sensibilisation et/ou de mobilisation, le blog peut également servir un objectif de renforcement d'une équipe et/ou permettre de poser un certain nombre de problématiques lors de sa rédaction.

La forme elle-même (tant en termes d'architecture informatique que d'esthétique du blog) dépendra énormément de l'objectif recherché et du public à toucher (présence d'un forum, d'images téléchargeables, ...).

Public concerné :

Il s'agit d'un public se sentant déjà concerné par le sujet : on ne tombe pas sur un blog par hasard, et encore moins le consulte-t-on régulièrement. Plusieurs types de publics peuvent être ciblés, mais l'objectif recherché ne sera alors pas le même.

Le blog peut-être réalisé en vue de renforcer une vie associative au Nord ou les liens entre Nord et Sud par une meilleure connaissance des suites données aux différents travaux. Le public sera alors préférentiellement constitué de bénévoles au Nord, des personnes rencontrées au Sud (et au Nord) au cours d'une partie du projet...

Il peut être réalisé de manière à rapprocher les équipes parties sur le terrain (chantiers solidaires par exemple) de leurs proches, et de leur faire partager cette expérience à distance et ainsi la démultiplier.

Enfin, il peut avoir un objet plus « technique » et avoir pour but de rassembler une certaine expertise autour de thématiques abordées par le projet. La diffusion d'informations suffisamment précises est indispensable pour que les personnes mobilisées soient en mesure de partager leur compétence en donnant avis et conseil.

Ressources employées :

Les coûts sont généralement minimes car le blog est organisé en parallèle du projet lui-même, ce sont le plus souvent des personnes déjà sur place qui approvisionnent le blog, et le matériel informatique est aussi nécessaire au reste du projet. Mais si financièrement la tenue d'un blog entraîne peu de coûts, il faut rappeler qu'elle est par contre très gourmande en temps : le dynamisme d'un blog est lié à la fréquence de mise en ligne de nouveaux articles, et il faut donc compter un temps de rédaction conséquent au moins tous les deux jours.

A partir de 500 € s'il y a besoin d'acquérir un équipement informatique

Exemple de la Mairie de Noisy-le-Sec

Blog accompagnant un chantier solidaire

La commune de Noisy-le-Sec organise régulièrement des chantiers solidaires au Sud. En juillet 2010, le chantier s'est déroulé à Dakar et s'est organisé autour de la rénovation d'un poste de santé par 9 jeunes de Noisy-le-Sec.

L'objectif de ce chantier, plus que technique, était principalement d'ouvrir l'esprit de ces jeunes à une nouvelle culture et mieux comprendre les enjeux du développement. Afin d'élargir cette prise de conscience (et rassurer les familles des jeunes), un blog a été créé autour de cette expérience, racontant de manière régulière les pérégrinations des voyageurs.

Ce blog a également été conçu comme mémoire du voyage et de ses expériences pour les jeunes eux-mêmes.

Lien avec le projet :

Le lien avec le projet est direct : non seulement ce sont les activités spécifiques du chantier qui sont présentées, mais en plus de manière détaillée dans son déroulement. Dans ce blog, ce ne sont en effet pas seulement les actions qui sont décrites, mais également la façon dont les jeunes les abordent et comment ils réagissent à leur nouvel environnement, ajoutant à l'approche technique (quelles actions, quel projet) une approche humaine et émotionnelle (quelles réactions, quelles prises de conscience).

Méthodologie et outils :

Chaque deux jours, l'animateur récupérait et triait avec les jeunes les photos qu'ils avaient prises. Il organisait ensuite le tout en rédigeant un texte présentant les activités passées depuis le dernier article, commentant les photos, dégageant l'atmosphère du groupe.

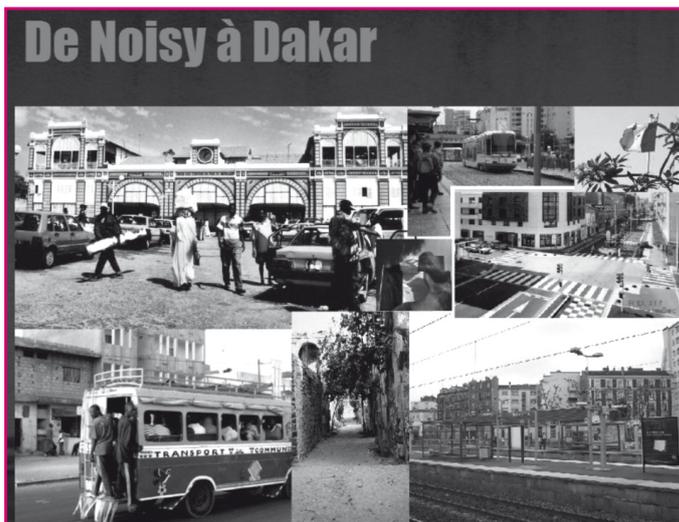
Public concerné :

Le principal public visé était les parents et les amis des jeunes partis sur le chantier, autant pour les rassurer quant au déroulement du chantier que pour les sensibiliser eux aussi à la découverte de l'autre et leur donner envie d'aller vers de nouvelles cultures. Le blog était également destiné aux élus et collègues de la commune de Noisy-le-Sec : ils ont été informés de l'adresse par mail. Un article dans le journal local a également cherché à faire la promotion du blog. Le blog a suscité finalement peu de retours: quelques

commentaires des jeunes eux-mêmes et de leurs amis proches, visibles sur le blog, ainsi que de la part de collègues.

Ressources employées :

Le matériel utilisé (ordinateur, netbook, appareil photo) appartenait à l'animateur qui les a mis à disposition du projet. Il n'y a donc finalement pas eu de frais en matière de matériel. En revanche, la tenue d'un blog représente un investissement conséquent en temps.



Lien avec le projet

Lien direct puisqu'il rend compte fidèlement et régulièrement de l'avancée des travaux, du quotidien des jeunes, des endroits visités et des rencontres faites.

Méthodologie

Entrée tous les deux jours des nouvelles des jeunes et du chantier, articulées en trois parties : un résumé des activités des deux jours, une rubrique compilant les « bons mots » des jeunes et pour finir, un florilège des photos prises par chacun.

Public

Public relativement ciblé : essentiellement les proches des jeunes (amis, parents), les autres services de la commune, ainsi que les élus.

Ressources

La principale ressource mobilisée a été du temps de travail, puisque le matériel personnel de l'animateur a été utilisé.

FICHE ACTION 6 :

Utilisation au Nord d'une méthodologie développée au Sud

Lien avec le projet :

Les actions de sensibilisation au Nord et au Sud sont généralement menées de manière parallèle sans qu'il n'y ait de liens vraiment directs entre elles. Il s'agit plus souvent de toucher des publics similaires mais « éclatés » dans deux zones géographiques différentes, et de développer une méthodologie commune aux deux groupes. Dans ce cas, les actions menées au Nord (qu'il s'agisse de sensibilisation ou pas) font partie intégrante du projet, et ne peuvent pas être apparentées à des actions de restitution.

Méthodologie et outils :

Les méthodologies peuvent varier considérablement d'un exemple à l'autre, puisque le seul dénominateur commun est l'utilisation de techniques ou d'outils développés initialement dans le cadre des actions au Sud, et adaptés au contexte spécifique du Nord.

Il faut quand même mentionner ici la nécessité d'une adaptation de ces outils : même si la problématique est similaire au Sud et au Nord, et que les publics cibles sont généralement très proches, il reste vrai que le contexte global n'est pas le même en Ile-de-France et au Mali, par exemple.

Public concerné :

L'utilisation d'une même méthodologie laisse supposer une réelle proximité des publics touchés par les actions au Sud et ceux ciblés ici dans le cadre d'une adaptation des outils. Ce type de réutilisation de méthodologies efficaces au Sud apparaît souvent dans les associations de migrants, ou travaillant avec les migrants, dont le public et leurs habitudes restent finalement plus proches de ce qu'ils étaient « au pays ».

Ressources employées :

Les coûts, tant humains que matériels, étant directement liés au type de méthodologie appliquée et au type de projet, il n'est pas possible ici de préciser le type de ressources à mobiliser.

Sensibilisation de la communauté migrante aux risques du diabète

L'ONG « Santé Diabète » travaille avec le Mali sur des problématiques liées au diabète.

Afin de mener des actions de prévention et d'éducation thérapeutique au Mali, Santé Diabète a développé une valise pédagogique détaillant par l'image les symptômes du diabète et les comportements alimentaires et de vie limitant les risques. Compte tenu de la présence en France de nombreuses familles migrantes ayant gardé des habitudes alimentaires du pays, Santé Diabète, a décidé de réutiliser les compétences et les outils acquis au Mali et de les appliquer à des campagnes de sensibilisation en France.

Méthodologie et outils :

L'outil de la valise pédagogique a été initialement construit pour travailler avec des Maliens du Mali. Compte tenu du fait qu'il était essentiel de toucher les femmes, responsables de l'alimentation et de la santé de toute la famille, l'outil s'articule autour d'images évoquant successivement le fonctionnement de la maladie, ses symptômes, et les habitudes alimentaires et physiques à modifier.

Le public ciblé en France était sensiblement le même que celui du Mali, les panneaux sont restés construits autour de dessins expressifs avec des modifications concernant la description de l'accès aux soins.

La méthodologie de diffusion a cherché à s'appuyer au maximum sur des réseaux d'associations maliennes, et sur la formation d'éducateurs choisis dans la communauté malienne.

Ces animations étaient complétées par des ateliers cuisine avec ces mêmes femmes pour échanger sur les pratiques de préparation de repas diététiques.

Public concerné :

Dans la mesure où se sont les femmes qui sont responsables des habitudes alimentaires, ce sont les femmes migrantes qui doivent être touchées en priorité (d'où l'intérêt d'avoir recours à des femmes éducatrices issues de la communauté).

Ressources employées :

Le coût principal de cette action est principalement lié aux frais de transport et à l'édition de nouveaux outils adaptés au contexte français. L'ensemble s'est élevé à environ 8000 € (en comptant notamment le voyage au Mali nécessaire à la formation de terrain).

Les ateliers cuisine ont été réalisés dans des locaux prêtés par des associations de soutien aux femmes.



The brochure cover features the title "VALISE PEDAGOGIQUE" in large, bold letters. Below it, the subtitle reads "Prévention des facteurs de risques des Maladies Chroniques Non Transmissibles (Diabète, Hypertension...)". The text indicates that the tool was developed by the ONG Santé Diabète Mali with technical support from the Direction Nationale de la Santé du Mali (DNS), the Unité de diabétologie et d'endocrinologie de l'hôpital national du point G, and the Association Malienne de Lutte contre le Diabète (AMLID). It also provides contact information for the ONG Santé Diabète Mali (SDM) in Mali and France. The cover includes logos of various partners such as the European Union, AFD, the French Republic, Sanofi Aventis, Rhône-Alpes, and the French Diabetes Association. A small illustration of a person is also present.

Lien avec le projet

L'action en France fait partie intégrante du projet de l'association, puisque visant de manière opérationnelle à lutter contre l'épidémie de diabète dans le monde.

Méthodologie

Mise en place d'un outil pédagogique adaptée de la méthodologie utilisée au Mali, construite sur la base d'images évocatrices des différentes situations, et d'une animation permettant un échange avec les participants.

Public

Public de familles maliennes immigrées en France, restant souvent en communauté.

Ressources

Les principaux coûts sont liés à la formation initiale de la bénévole au Mali (déplacement et formation) et à la reproduction des outils ; soit au total environ 8000 €. Le temps du bénévolat est très important.

Sensibilisation et information des femmes migrantes à l'entrepreneuriat

CLAEE est une association de femmes issues de l'immigration qui a pour objectif d'appuyer les autres femmes migrantes dans le développement d'activités génératrices de revenus.

Elle cherche à appuyer les femmes dans leurs démarches d'entrepreneures, dans un contexte multiculturel Sud-Nord.

Lien avec le projet :

La sensibilisation des femmes issues de l'immigration aux contraintes et opportunités de la création d'entreprise représente le cœur même du projet de l'association CLAE E. Mentionner les commerces informels jusque là tenus par les femmes au Sud puis au Nord est le moyen de rebondir sur les obstacles existant au Nord pour ce type d'activité.

Méthodologie et outils :

Cette sensibilisation a plusieurs volets : organisation d'ateliers d'informations auprès des femmes sur la création d'entreprise (1 atelier par mois pendant 11 mois par an) ; suivi des femmes dans le montage de leur entreprise ; mise en réseau des femmes ayant créé leur entreprise et de celles en cours de création, et mise en relation avec le plus de partenaires potentiels possibles.

Pour ce faire, l'association utilise notamment une brochure de sensibilisation faite par CLAE E et transmise aux associations villageoises et communautaires, pour transmission aux

femmes émigrées qui en font partie. Cette brochure a également été distribuée sur les marchés de Château-Rouge par les membres de l'association

Des conférences ont été organisées sur les thèmes du regard de la femme africaine de la diaspora sur le codéveloppement, et sur les réponses entrepreneuriales des femmes africaines. Les femmes aidées par CLAE E viennent également y présenter leurs articles. Lors des ateliers, ce sont des créatrices d'entreprise aidées dans le passé par l'association qui viennent témoigner de leur parcours.

Public concerné :

L'objectif est de toucher toutes les femmes issues de l'immigration africaine et susceptible d'être intéressées par la création d'entreprise.

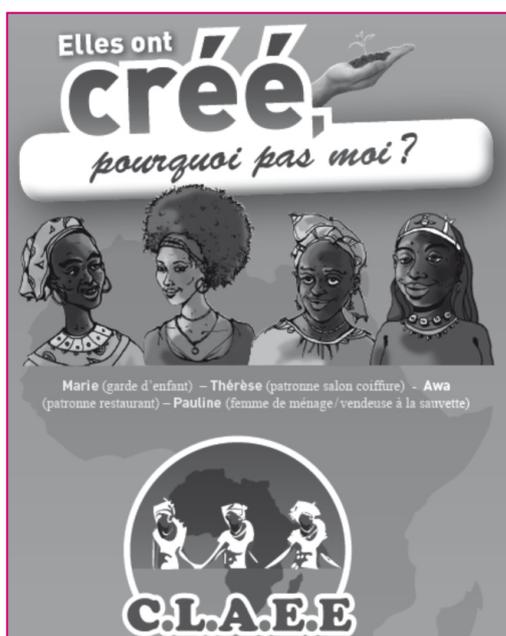
Ressources employées :

Les ateliers sont organisés dans des locaux mis à disposition par la maison du Monde à Evry et animés de manière bénévole.

Les coûts liés aux ateliers et au suivi ne couvrent aucun salaire, et s'élèvent à environ 15000 € et sont pris en charge par la Région Ile-de-France et par le Conseil Général de l'Essonne

La confection par un professionnel, et l'impression à 1000 exemplaires de la brochure a coûté environ 4500 €, et a été financée par des fonds européens.

Enfin, l'organisation d'une conférence coûte autour de 3500 € (location sono, éclairage, buffet africain...).



Lien avec le projet

Sensibiliser et informer les femmes migrantes représente le cœur même du projet de CLAE E.

Méthodologie

CLAE E organise des conférences d'informations, mais le principal suivi prend la forme d'ateliers mensuels d'échanges, d'information et de construction du projet de création d'entreprise.

Public

Des femmes issues de l'immigration, travaillant jusque là dans l'informel.

Ressources

Les ressources humaines sont purement bénévoles. Les frais sont liés à la communication (environ 4500 € pour la brochure), à la mise en place d'une atmosphère de convivialité et de confiance (budget annuel d'environ 15000 €), et à l'organisation des conférences (environ 3500 €).

FICHE ACTION 7 :

Utilisation de la sensibilisation autour d'actions réalisées au Sud pour engager une réflexion sur des thématiques au Nord

Lien avec le projet :

Le projet au Sud est un moyen de légitimer la présence de l'association dans le montage de son action au Nord, mais le projet doit être progressivement dépassé pour aboutir à une réflexion plus spécifiquement locale. Pour être efficace en matière de sensibilisation et permettre de créer une culture locale, il est préférable de concevoir cette action comme progressive, introduite par la présentation de l'action réalisée (ou prévue) au Sud, puis évoluant vers une problématique plus générale, pour finir par une analyse des gestes et des attitudes à privilégier au Nord.

Méthodologie et outils :

Pour passer progressivement d'une action d'information à une réelle démarche de sensibilisation destinée à faire évoluer les habitudes, il faut prendre du recul par rapport aux actions menées au Sud, et passer petit à petit à celles susceptibles d'être construites au Nord. Une seule rencontre ne suffira donc probablement pas, car ne laissant pas aux participants l'opportunité de s'approprier localement la problématique. Pour que l'action soit comprise comme relevant d'une thématique actuelle dans nos vies quotidiennes, il est intéressant de glisser d'interlocuteurs identifiés comme orientés solidarité internationale vers des acteurs agissant spécifiquement au Nord (un intervenant d'EDF sera par exemple plus légitime qu'une ASI pour parler d'économies d'énergie)

Cette progression peut être envisagée selon deux axes : plusieurs rencontres successives, évoluant progressivement d'un constat au Sud à la reconnaissance d'une problématique partagée, pour aboutir à des changements d'attitudes spécifiques au Nord, et/ou par des interventions sur la durée, pour encourager de véritables changements.

Pour les associations de migrants, l'entrée par la présentation de projets au Sud peut permettre de parler plus facilement de problématiques sensibles (droits des femmes, planning familial...) à un public difficile d'accès. Même dans ce cas où les publics cibles sont alors relativement similaires au Sud et au Nord, il peut être intéressant de prévoir des rencontres en plusieurs temps, de manière à faire évoluer la réflexion de « ce qui se passe là bas » à « ce qui pourrait se passer ici ».

Public concerné :

Pour un changement dans les habitudes, il est intéressant de s'adresser aux enfants et aux adolescents, qui travaillent encore à construire leur propre culture : justement en raison de cette prise de conscience progressive, il est indispensable d'envisager ce type d'action sur la durée. Pour garantir sa pérennité, on pourra envisager une « formation de formateur », impliquant et formant des partenaires qui, à leur tour, pourront reprendre à leur compte les activités de sensibilisation (professeurs des collèges et lycée, animateurs dans des centres de loisirs).

Le public adulte peut aussi être ciblé, mais il se mobilisera plus facilement si le changement d'habitude lui permet de faire des économies – les arguments économiques concrets seront donc à privilégier par rapport aux arguments de solidarité internationale.

Ressources employées :

Les partenariats avec des acteurs évoluant spécifiquement au Nord facilitera l'organisation de ce type d'actions, en renforcera la légitimité et limitera les coûts pour l'association. En revanche, cela demandera plus de ressources humaines, puisqu'organiser et coordonner les actions de plusieurs acteurs, et les motiver suffisamment pour qu'ils puissent par la suite les reprendre à leur compte, prend souvent beaucoup de temps.

Un minimum de 500 € sera quand même à prévoir pour l'organisation a minima des rencontres et la réalisation de supports de communication. Des frais plus importants pourront être évités grâce à l'implication de partenaires.

Exemple de l'association AJCSDF – Associations des Jeunes de la Commune de Séro Diamanou (Mali) en France

Sensibilisation des habitants du quartier de Rougemont à Sevrans à la gestion de l'eau

L'AJCSDF regroupe des migrants originaires d'une commune malienne et résidant actuellement dans la commune de Sevrans. L'association a comme principal objectif la construction de puits dans la commune d'origine au Mali. Pour répondre à l'intérêt local demandé par Via le Monde, l'AJCSDF a décidé de mettre en place, en partenariat avec le Collectif « Gestion Urbaine de Proximité », une opération de sensibilisation des habitants du quartier de Rougemont, à Sevrans, à la gestion de l'eau.

Lien avec le projet :

Le projet au Sud et sa promotion auprès des habitants du quartier de Rougemont était à l'origine de la mise en place de ces opérations de sensibilisation. Du fait des partenariats mis en place (bailleurs, associations de quartier), le projet s'est progressivement enrichi de thèmes plus liés à une gestion de l'eau au Nord.

Méthodologie et outils :



L'AJCSDF a presque entièrement confié l'organisation de ces actions de sensibilisation au Collectif « Gestion Urbaine de Proximité » de la Ville. L'association a eu un rôle de déclencheur alors que les bailleurs, les associations de quartier et la ville ont conçu et mis en œuvre le programme de sensibilisation.

La projection des films et documentaires ont été,

comme dans la plupart des cas, suivis de débats. L'action la plus originale de ce programme de sensibilisation est probablement le décryptage de la facture d'eau animée par la Direction de l'Eau et de l'Assainissement du Conseil Général 93, suivi d'échanges sur les « éco-gestes » destinés à limiter cette facture d'eau, avec Véolia.

Public concerné :

L'objectif de ce programme était de toucher le plus possible d'habitants du quartier, en essayant d'atteindre tous les âges – adultes, élèves, et enfants plus jeunes. Cependant, il est apparu un réel problème de mobilisation : une meilleure présence était assurée lorsque le public était un public « captif », membre des associations de quartiers ou élèves au collège.

Les enfants et jeunes ont semblé être beaucoup plus intéressés par la problématique de la gestion de l'eau que les adultes. Cependant, pour que cette sensibilisation soit efficace, il serait nécessaire de faire régulièrement des « piqûres de rappel ».

Ressources employées :

Les principales ressources mobilisées sont les partenariats montés avec des acteurs très divers.

L'obstacle des ressources, tant financières qu'humaines, a été levé grâce à la mobilisation du chef de projet social du quartier. Les coûts engagés par la Ville de Sevrans ont été extrêmement réduits (ils ont pris à leur charge les frais engagés par l'association) : environ 150 € pour l'organisation de la fête de quartier.

Tous les autres coûts ont en fait été pris en charge par les partenaires : interventions gratuites du Conseil Général et de Véolia; films mis à disposition par le centre de ressources de Via le Monde, animations à la médiathèque prises en charge par Les Petits Débrouillards, salles mises à disposition par la Médiathèque, le Cinéma les 39 marches, la Maison de quartier...

Lien avec le projet

Le thème initial du projet a servi d'entrée pour engager la problématique plus spécifique du Nord.

Méthodologie

Mise en place de 9 rencontres variées et complémentaires dans le quartier, sous des approches différentes en fonction du public (projections, rencontres de classes, formation à la lecture d'une facture d'eau, animation lors d'une fête de quartier...).

Public

Public du quartier, de tout âge – mais avec malgré tout une volonté particulière de toucher les enfants du quartier.

Ressources

Programme reposant principalement sur des partenariats pour limiter les coûts (mais augmentant sensiblement le temps d'organisation)

Seule l'animation au sein de la fête de quartier a représenté des frais, mais ne dépassant pas 150 €).

FICHE ACTION 8 :

Utilisation de l'outil de restitution comme support de débats

Lien avec le projet :

La constitution même du support de restitution (rédaction, photographies, film...) fait partie intégrante du projet, dans la mesure où le travail de réalisation est l'occasion d'échanges sur des thématiques diverses. Ces débats peuvent être orientés Nord-Sud (comme c'est le cas dans l'exemple suivant), et/ou spécifiques au Nord ou au Sud. Ils pourront servir à travailler sur la perception des différences culturelles ou sur le concept de solidarité internationale (comme par exemple dans le cadre de chantiers de solidarité).

Méthodologie et outils :

La réalisation du support de restitution prend alors beaucoup plus de temps que dans les autres types de projet. En effet, il ne s'agit pas dans ce cas de faire une simple présentation des actions réalisées, mais de commenter et débattre des thématiques de fond sur le développement.

C'est pourquoi ce type d'approche se fait généralement en plusieurs temps :

- un premier temps de recueil des matériaux de base qui pourront être discutés et compilés : prise de photos, rédaction de textes, réalisation de dessins, etc. ;
- un deuxième temps de discussions et débats autour des matériaux recueillis (images véhiculées, interprétation des mots, a priori sous-jacents...);
- un dernier temps de présentation (mise en page, cadrages, etc.) de manière à arriver au produit fini de restitution.

Public concerné :

Dans ce cadre, on peut finalement distinguer deux types de publics :

- les personnes réalisant le support de restitution elles-mêmes, puisque pour elles, à l'action de solidarité s'ajoute une sensibilisation aux échanges interculturels et à la compréhension de l'autre. Dans ce premier cas, le public est le plus souvent jeune (participants à des chantiers de solidarités, élèves de collèges ou de lycées), se positionnant plus facilement dans une démarche d'apprentissage et d'échanges culturels ;
- les personnes auxquelles sont adressés les supports de restitution (visiteurs de l'exposition, lecteurs de recueils de texte...). Il s'agit alors d'un public plus large, susceptible d'être proche des personnes ayant réalisé le support, mais correspondant de manière générale aux critères des publics mobilisés par des expositions ou des conférences.

Ressources employées :

La principale ressource employée reste le temps. Dans la mesure où chaque aspect du support de restitution est analysé et discuté avant d'être simplement mis en page, un gros (et long) travail d'animation est nécessaire.

Pour ce qui est des ressources financières engagées, elles peuvent varier énormément d'un projet à l'autre. Les coûts dépendent principalement d'une part des moyens humains mis en œuvre pour réaliser les « matériaux de base » et animer le débat (embauche ou non de professionnels de la photographie ou de l'écriture par exemple), et d'autre part des supports de restitution eux-mêmes (impressions, supports d'exposition...)

Outre les dépenses liées aux échanges nécessaires pour sa réalisation, le coût de l'impression d'un support écrit sera au minimum de 3000 €. Dans d'autres cas, les coûts pourront être quasi nuls (comme par exemple dans le cas de la réalisation conjointe d'un blog – voir analyse spécifique de ce type de réalisation P. 17).

Réalisation et diffusion du Livre pour 2 mains



Bibliothèques Sans Frontières vient en appui aux filières du livre dans le monde en développement. BSF a engagé des partenariats entre écoles françaises et maliennes, autour d'un travail sur la relation à l'écrit. L'action était construite autour d'échanges entre deux binômes français et maliens, autour d'ateliers d'écritures dont les productions ont été compilées sous la forme d'un « Livre pour 2 mains ».

Lien avec le projet :

La rédaction du Livre pour 2 mains correspond au projet lui-même, puisque ce sont les échanges autour des techniques développées qui ont permis aux jeunes à la fois d'échanger sur leurs cultures, mais aussi de se réconcilier avec l'écrit et l'apprentissage du français.

En effet, le projet était né d'un constat que les jeunes Africains comme Français montraient le même type de perte de repères par rapport à l'écrit, en raison entre autres de l'avancée des outils technologiques.

Méthodologie et outils :

Chaque binôme d'élèves français a correspondu toute l'année avec un binôme d'élèves maliens. La méthodologie comprenait trois temps :

- Un premier échange par chat via internet entre des binômes d'élèves français et maliens,
- Chaque classe est ensuite encadrée par un professionnel de l'expression orale et/ou écrite, pour rédiger autour de la thématique et de l'échange précédent ;
- Une nouvelles discussion est organisée ensuite entre chaque couple de binômes ;

Les productions maliennes comme françaises font ensuite l'objet d'une diffusion plus large (visio-conférence entre élèves, expositions de photos et de textes dans les écoles maliennes et au Centre Culturel Français).

Public concerné :

Les élèves impliqués sont en seconde ou en troisième : suffisamment mûrs pour que les échanges soient les plus

productifs possibles, mais pas encore occupés par la préparation du bac. Le résultat de leurs travaux est ensuite présenté à l'ensemble des élèves de l'école.

Ressources employées :

Le programme a entraîné des coûts élevés notamment pour faire appel à des intervenants extérieurs qui ont encadré les élèves et pour la réalisation des deux expositions.

Les établissements français ont participé financièrement à hauteur d'environ 1000 € chacun. Les établissements maliens investissaient leur temps, faute de fonds disponibles. Les coûts d'impression du Livre pour 2 mains ont été de 3000 € pour les 500 exemplaires distribués dans les établissements.

Les principaux partenaires financiers sont la ville de Montreuil, le Conseil Général de Seine-Saint-Denis et l'Ambassade de France au Mali, mais l'association a également dû apporter environ 2000 € de fonds propres.



Crédits : BSF

Lien avec le projet

La rédaction du livre pour 2 mains est le projet lui-même, puisque permettant à la fois l'ouverture des jeunes Maliens et Français à l'écriture grâce à des méthodologies modernes et motivantes.

Méthodologie

Echanges par internet autour d'une thématique, soutien plus technique de professionnels, suivis par des discussions sur les productions des uns et des autres, compilés sous la forme du Livre pour 2 mains.

Public

Elèves de 3^{ème} et 2^{nde} dans des écoles françaises et maliennes

Ressources

Participation de professionnels (écrivains, slameurs) et organisation des conférences et des accès internet : 15000 €, auxquels s'ajoutent 3000 € d'impression du livre.

Quelques occasions pour organiser votre action locale sur le territoire yvelinois

Janvier	
1 ^{er} janvier	Journée mondiale de la Paix
Février	
11 février	Journée mondiale des malades
Mars	
8 mars	Journée mondiale de la femme
22 mars	Journée mondiale de l'Eau
Avril	
1 ^{er} au 7 avril	Semaine du Développement durable
7 avril	Journée mondiale de la santé
22 avril	Journée mondiale de la Terre
25 avril	Journée mondiale contre le Paludisme
Mai	
21 mai	Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement
22 mai	Journée mondiale de la biodiversité
25 mai	Journée mondiale de l'Afrique
Juin	
5 juin	Journée mondiale de l'environnement
16 juin	Journée mondiale de l'enfant africain
17 juin	Journée mondiale de lutte contre la désertification et la sécheresse
Juillet	
2 juillet	Journée internationale des coopératives
Août	
7 août	Journée internationale de l'éducation
12 août	Journée internationale de la jeunesse
19 août	Journée mondiale de l'aide humanitaire
Septembre	
8 septembre	Journée internationale de l'alphabétisation
27 septembre	Journée mondiale du tourisme
Octobre	
16 octobre	Journée mondiale de l'alimentation
24 octobre	Journée mondiale d'information sur le développement
Novembre	
19 novembre	Journée mondiale des toilettes
3^{ème} semaine de novembre	Semaine de la Solidarité internationale
Décembre	
1 ^{er} décembre	Journée mondiale de la lutte contre le SIDA
5 décembre	Journée mondiale du bénévolat
18 décembre	Journée mondiale des migrants
20 décembre	Journée internationale de la solidarité humaine



Yvelines
Conseil général

CONTACTS

Adresse postale :	Hôtel du Département Mission Coopération internationale 2 place André Mignot 78000 VERSAILLES (France)
Adresse mail :	coopinter@yvelines.fr
Téléphone :	(+33) 1 39 07 79 94
Site internet :	www.yvelines.fr/coopinter