

# PRINCIPE INSTITUTIONNEL

# 6

## SUIVI SOUTENU

### TABLE DES MATIÈRES

Standards minimums

Un suivi proactif fait la différence

Une stratégie de sensibilisation: plaider en faveur des messages du rapport

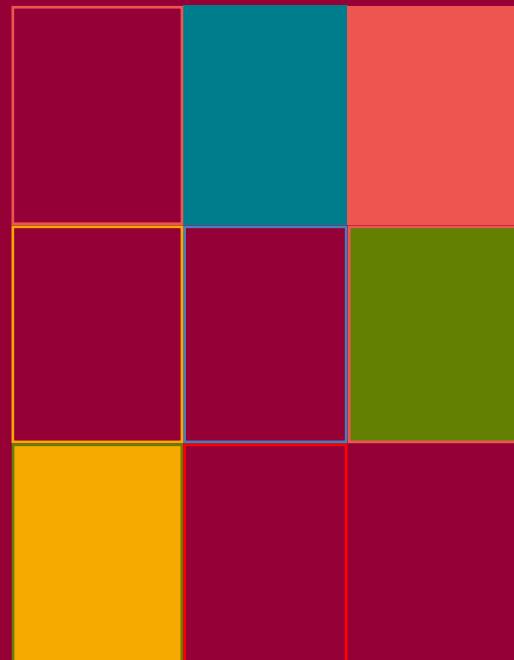
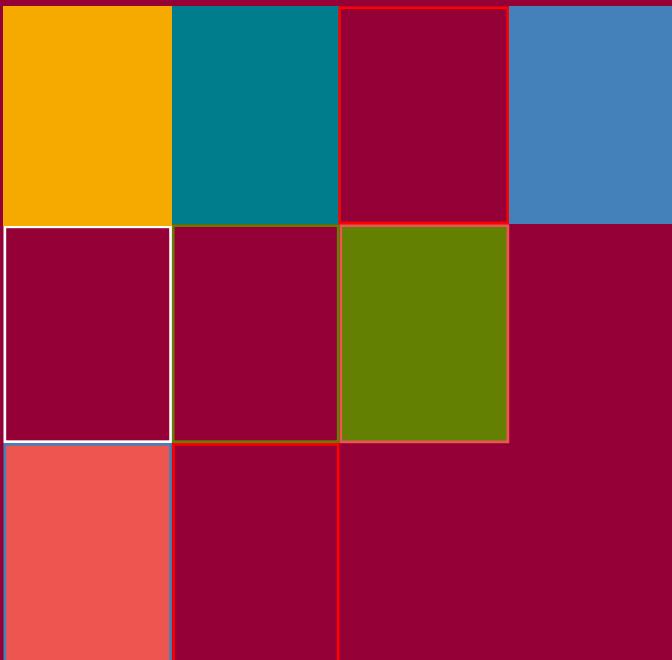
Une stratégie de communication: évènements médiatiques et de lancement

Marketing proactif et diffusion

Mesurer résultats et impacts

Liste de contrôle

Outils



## CHAPITRE 6

# SUIVI SOUTENU

UN RDH DOIT FAIRE ENTENDRE SA VOIX. CECI APPELLE À UNE STRATÉGIE DE MOBILISATION QUI GÉNÈRE SENSIBILISATION ET DIALOGUE, ET INFLUENCE LES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT NATIONALES. UN PLAN STRATÉGIQUE COUVRE LA SENSIBILISATION, LA COMMUNICATION, LE MARKETING ET LE SUIVI DES RÉSULTATS. UN ENGAGEMENT FINANCIER SOLIDE ET UNE EXPERTISE SPÉCIALISÉE SONT NÉCESSAIRES.

### DÉFINIR LES STANDARDS MINIMUMS

Six questions clés aident les équipes du RDH à respecter les standards minimums concernant le suivi soutenu:

1. Une stratégie de suivi a-t-elle été planifiée, utilisant l'expertise issue des domaines de la mobilisation et de la communication, et vise-t-elle à perpétuer les messages du rapport pendant une période prolongée après le lancement ?
2. Le rapport contient-il des messages politiques spécifiques de permettant concentrer l'attention politique et le débat public?
3. L'équipe s'est-elle basée sur les participants au façonnement du RDH pour le lancement et les activités de suivi ?
4. Un plan proactif de marketing et de diffusion a-t-il été développé afin que les messages clés soient transmis au public prévu et contribuent aux impacts politiques ?
5. Y-a-t-il moyen de mesurer les résultats et un individu a-t-il été désigné pour gérer ce processus ?
6. Le rapport est-il disponible en ligne avec des indications sur la manière d'obtenir une copie papier ?

Ce chapitre se concentre sur l'exploitation du pouvoir de communication afin de catalyser le changement, autonomiser les individus et renforcer les communautés. Il décrit également la manière de suivre ces impacts. Prévu comme un guide pragmatique destiné aux professionnels non formés des relations publiques et de la communication, le chapitre examine les dimensions les plus élémentaires de la mobilisation en vue du changement social. Celles-ci incluent la sensibilisation, la communication et les médias, le marketing et la diffusion, et la mesure des résultats. Les outils et une bibliographie finale proposent conseils, exemples de documents, lectures et autres ressources d'expertise et d'information.

### UN SUIVI PROACTIF FAIT LA DIFFÉRENCE

“L'objectif principal des rapports est de sensibiliser publiquement et inciter à prendre des mesures sur des préoccupations critiques du développement humain. Pour réaliser pleinement ceci, un RDH ne doit pas seulement présenter des informations bien écrites et substantives. Les mesures prises une fois le rapport publié sont tout aussi importantes.

Grâce à des stratégies comprenant des campagnes de sensibilisation soutenues, ainsi que des documents et événements adaptés aux divers publics, les équipes du RDH partout dans le monde s'engagent dans des efforts de mobilisation sociale. Bien qu'il soit rare pour un seul document de produire des changements politiques directs, qui sont plus susceptibles de faire leur apparition avec le temps, à la suite d'une mobilisation soutenue, les RDH ont une expérience qui a fait ses preuves pour influencer le cours du développement à long terme. Les bonnes mesures doivent être prises afin de traduire les messages des rapports en progrès concret, en gardant à l'esprit que le but ultime est la réduction de la pauvreté et une croissance équitable, ainsi que l'expansion des libertés humaines et de la participation (voir encadré 6.1).

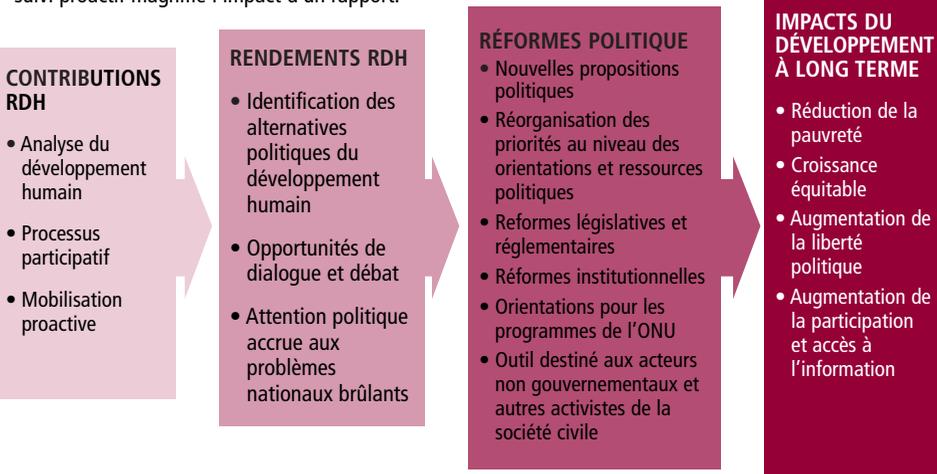
### QUI A LA RESPONSABILITÉ PRINCIPALE DU SUIVI ?

Alors que les configurations varient largement, le PNUD a joué en général un fort rôle de direction dans les pays où la mobilisation continue en faveur du développement humain a catalysé de véritables changements politiques. Ce rôle est particulièrement important au début de la préparation du RDH, quand le PNUD peut intervenir pour initier et coordonner les campagnes et les activités de sensibilisation, tout en rassemblant un éventail de partenaires pour les mettre en oeuvre. Dans les pays qui ont produit une série de RDH, approfondir la propriété avec le temps a parfois encouragé d'autres groupes à assumer cette responsabilité.

C'est le cas aux Philippines, où le Réseau du développement humain, établi formellement comme un groupe répertorié en 1996, a maintenant pris la responsabilité principale de diffuser les concepts du développement humain partout dans le pays. Il mène des campagnes et des recherches pour le RDH, suit les engagements et le progrès des gouvernements, et plus encore.

## ENCADRÉ 6.1 COMMENT LES RDH ONT-ILS UN IMPACT

La chaîne de résultats suivante montre comment un RDH aidera à alimenter l'élan des changements, que ce soit au niveau des processus ou des décisions, qui s'ajoutent au progrès du développement humain. Le suivi proactif magnifie l'impact d'un rapport:



### UNE STRATÉGIE DE MOBILISATION : PLAIDER EN FAVEUR DES MESSAGES DU RAPPORT

Les domaines de communication pour les changements sociaux, le marketing social et les relations publiques sont bien développés dans presque tous les pays et sont basés sur de nombreuses années d'études en science du comportement, en théorie des réseaux et, plus récemment, en application de la technologie. Tandis que la « marque » occidentale du marketing social est devenue plutôt dominante dans beaucoup de pays, chacun pourtant, a ses propres traditions de communication qui demeurent un moyen puissant de transmission des messages du changement social.

Dans le cas du développement humain, ce qui est « lancé sur le marché » est souvent la sensibilisation, la connaissance et de nouvelles formes de comportement.

Tandis que les aspects particuliers de tout plan de suivi du RDH dépendront des stratégies les plus efficaces dans chaque contexte, certaines stratégies générales méritent d'être considérées. Cette section abordera quelques-uns des ingrédients d'une sensibilisation bien conçue et proactive, ciblant des publics multiples.

La première étape consiste à concevoir la stratégie de mobilisation (voir encadré 6.2). La discussion initiale doit commencer dès les premières phases de la préparation du rapport, avec le thème et les résultats politiques souhaités, et doit être révisée

*« Ce qui n'est pas connu, ne s'est jamais passé. »*

*Ce qui n'est pas présenté, ne peut jamais être choisi.*

*Ce qui n'est pas discuté, ne sera jamais pleinement compris.*

*Ce qui est supposé ne conduira jamais au changement. »*

Marisol Sanjines, Conseiller de Communication, PNUD Bolivie

## ENCADRÉ 6.2 ÉTAPES DE BASE D'UNE STRATÉGIE DE SENSIBILISATION

1. Commencez la planification de la mobilisation/sensibilisation au début du processus de préparation.
2. Identifiez des publics cibles.
3. Convenez des messages d'action centraux du RDH et des résultats politiques souhaités issus des activités de sensibilisation.
4. Désignez un point de contact pour le suivi.
5. Concevez la stratégie de façon à perpétuer les messages bien au-delà la journée de lancement – parfois jusqu'au début du RDH suivant.
6. Faites appel à l'équipe de RDH et à tous les partenaires pour façonner et mettre en oeuvre la stratégie.
7. Recrutez l'expertise de communication et de mobilisation de professionnels.

tout au long du processus. Les stratégies devraient couvrir une période d'un an ou plus, afin que le RDH continue de rester pertinent et d'exercer son influence bien après son lancement. Dans de nombreux cas, les activités de suivi continuent du lancement jusqu'au moment où le RDH suivant est préparé.

La sensibilisation commence par l'identification des publics du rapport (voir la section « Identifier le Public Cible » au chapitre deux, et l'encadré 6.3 pour une liste des groupes de soutien potentiels des RDH), suivie d'une période d'étude de leurs convictions, attitudes, processus décisionnels et préoccupations. Développer une stratégie nécessite d'adapter la conception de la forme et du contenu de chaque aspect de la sensibilisation aux divers groupes, en se fondant sur la recherche (voir outil 6.1 pour un exercice de mappage politique) et en faisant le lien avec les résultats politiques prévus.

L'étape suivante est d'arriver à un plan réalisable concernant les activités et les documents. L'outil 6.4 présente un exemple de plan créé par le PNUD du Laos pour le lancement de son RDH 2001 sur le progrès du développement rural. Il expose deux objectifs centraux – sensibiliser le public au développement humain et générer des mesures

concernant des préoccupations sélectionnées – et déterminer les activités pour les réaliser.

Pendant les activités de sensibilisation, les porte-paroles les plus importants pour tout RDH sont les participants à la préparation. Les auteurs qui rédigent les chapitres, les activistes qui fournissent des études de cas, les Parlementaires qui n'ont pu être présents qu'à une seule consultation – tous sont des atouts de valeur pour la mobilisation en faveur des messages du rapport au sein de leurs groupes de soutien respectifs, souvent avec peu ou sans effort.

Ils peuvent être sollicités pour chaque événement de suivi – lancer le rapport, accorder des entrevues, entreprendre des engagements verbaux, enseigner le rapport dans leur cours, préparer des lettres à l'éditeur ou des articles d'opinion pour les médias, partager des listes pour des mailings publicitaires et beaucoup d'autres possibilités. Rechercher la contribution d'individus bien en vue pour les encadrés de textes du rapport peut être l'une des activités de la stratégie visant à maximiser la visibilité auprès des médias. Dans certains cas, ces encadrés sont reproduits dans la presse ou bien l'individu est interviewé.

### ENCADRÉ 6.3 GROUPE DE SOUTIEN POTENTIELS

- Dirigeants politiques locaux, provinciaux et nationaux, en cours de mandat ou non
- Agents du ministère
- Partis politiques et dirigeants de l'opposition
- Associations professionnelles
- Éducateurs et étudiants
- Jeunes
- Représentants des principales organisations de la société civile, particulièrement celles avec une sensibilisation de masse.
- Dirigeants du secteur privé
- Médias
- Organisation du travail
- Personnalités des arts et du spectacle
- Représentants des publics cibles
- Dirigeants d'opinion
- Grand public

Une discussion en réseau sur le RDH, initiée par l'Afrique du Sud en 2000 présente un nombre d'expériences utiles liées à la sensibilisation. ([http://hdr.undp.org/docs/nhdr/consolidated\\_replies/Dissemination\\_and\\_Advocacy\\_of\\_NHRDs\\_May\\_10\\_2000.pdf](http://hdr.undp.org/docs/nhdr/consolidated_replies/Dissemination_and_Advocacy_of_NHRDs_May_10_2000.pdf)). Les pages suivantes exposent en détail quelques-uns des types généraux d'activités qui peuvent constituer une stratégie efficace.

### ACTIVITÉS DE MOBILISATION ET MATÉRIELS POUR FAIRE PASSER LE MESSAGE

Les activités de sensibilisation des différents groupes de parties prenantes diffusent les conclusions des RDH, renforcent la compréhension de leurs implications politiques et améliorent les chances d'obtenir des résultats concrets. Ils peuvent nécessiter d'organiser des réunions individuelles ou multiples, d'organiser des concours, d'offrir des prix, de fournir des interventions ou de mettre en place des commissions. Les seules limitations sont l'argent et la créativité. Une option courante maximisant les deux consiste à planifier une activité au sein d'une conférence ou d'un événement organisé par une autre organisation. Ceci n'est pas seulement une manière économique afin d'atteindre des groupes clés, mais c'est souvent aussi un moyen efficace pour galvaniser des publics cibles importants.

Voici un éventail d'exemples novateurs d'activités de sensibilisation provenant des quatre coins du monde:

L'État de Maharashtra en Inde a préparé son premier RDH en 2002. Puisque la capitale, Mumbai, se trouve au cœur de « Bollywood », l'industrie du film de l'Inde, un outil de sensibilisation se composait d'un film documentaire, produit en anglais et marathi. Grâce à des présentations et discussions publiques partout dans l'État, le film a été à l'origine de débats animés sur plusieurs sujets délicats mais critiques: le déclin continu du rapport de filles-garçons (le rapport a montré que la croissance économique n'a pas amélioré les chances de survie des filles), la qualité de l'éducation (même avec une scolarisation élevée, les taux de réussites aux examens pour des enfants plus âgés sont très bas), et les problèmes de justice sociale pour

des castes défavorisées (dalits) et les groupes tribaux (adivasis). En conséquence, le gouvernement de l'État réfléchit maintenant sur un programme de développement humain pour les districts à l'IDH le plus faible, et a également proposé une législation sur la justice sociale qui permettrait le calcul d'un indicateur de justice social, principalement en ajustant l'IDH afin de refléter le statut des dalits et des adivasis.

En collaboration avec un institut de recherche fédéral et une agence de l'État, le PNUD du Brésil a produit l'« Atlas [annuel] du développement humain », une banque de données électronique très remarquée de plus de 100 indicateurs du développement humain, dont de nombreux désagrégés pour l'ensemble de plus de 5 000 municipalités du Brésil. Les impacts sur les initiatives politiques et affectation des ressources ont été profonds, allant de l'utilisation de l'IDH municipal pour la distribution des médicaments à la création d'un programme de lutte contre la pauvreté de 6.5 milliards USD qui s'appuie sur l'IDH pour cibler les comtés en matière de santé, d'installations sanitaires et pour d'autres projets. ([www.undp.org.br/IDHM-BR%20Atlas%20Webpage/index.asp](http://www.undp.org.br/IDHM-BR%20Atlas%20Webpage/index.asp))

Grâce à un processus hautement intégrateur rassemblant les opinions des citoyens pour les Capacités politiques du développement humain en 2002, l'équipe RDH de la Bolivie a organisé des entrevues auprès de 90 dirigeants importants portant sur leur vision politique du pays. Ces entrevues sont présentées dans un livre intitulé *Politics and Society in the Mirror*, qui en est déjà à sa deuxième impression ([www.idh.pnud.bolews/idh\\_politicas/todo/htm](http://www.idh.pnud.bolews/idh_politicas/todo/htm))

Le RDH régional, *Avoiding the Dependence Trap*, sur le peuple Rom dans cinq pays de l'Europe de l'Est, fait partie

d'un projet de beaucoup plus grande envergure et d'action, présenté sur un site web complet (<http://roma.undp.sk/>). Il entend cataloguer les efforts des diverses organisations, amasser des informations (y compris données, législation, publications etc.) et encourager le débat sur cette question essentielle dans la région.

Pour le RMDH, le Bureau du Rapport mondial sur le développement humain a mis au point plusieurs documents de sensibilisation, dont le *Journal of Human Development : Alternative Economics in Action*. Publication bisannuelle de style universitaire assemblée par le Taylor and Francis Group, il sert de forum à un échange ouvert sur le développement humain, et encourage un travail original sur les concepts et les outils de mesure du développement ([www.tandf.co.uk/journals/carfax/14649888.html](http://www.tandf.co.uk/journals/carfax/14649888.html)).

Un autre exemple lié au RMDH est le CD-ROM sur le développement humain. Cette première version contient le texte complet des dix premiers RDH en format interactifs et PDF, accompagnés d'une base de données permettant à l'utilisateur de produire des tableaux et autres informations personnalisées. Une suite, couvrant la période 2000-2003 sera disponible en automne 2003 par les publications de l'ONU ([www.un.org/Pubs/whatsnew](http://www.un.org/Pubs/whatsnew)).

Deux stratégies en particulier qui impliquent d'installer des réseaux et de planifier des événements dans tout le pays ont connu du succès à plusieurs endroits

**Des réseaux de mobilisation annuels :** le vibrant Réseau du développement humain aux Philippines se compose de 90 professionnels et praticiens du développement très réputés. Ils organisent de manière active des séminaires d'information en continu afin de discuter des questions politiques courantes, et lancent chaque RDH en collaboration avec

le PNUD et le Ministère de la planification nationale.

Le Nigeria possède un « réseau virtuel du développement humain » de plus de 80 dirigeants aux expériences variées, dont des universitaires, le gouvernement, des ONG et des institutions religieuses et traditionnelles. Ils entament des discussions générales sur les questions pressantes du développement, dont le Document stratégique de réduction de la pauvreté. Leurs contributions significatives au troisième RDH sur le VIH/sida, actuellement en préparation, vont de l'assistance pour sélectionner le thème du rapport à la prestation d'une expertise et d'une orientation générales.

Pour plus d'informations sur les diverses configurations des réseaux dans les différents pays, une discussion en réseau du RDH est mise à disposition. Tenue en 2001, elle aborde les types et les objectifs des réseaux RDH, à la fois virtuels et actuels ([http://hdr.undp.org/docs/HDR/consolidated\\_replies/National%20Human%20Development%20Networks\\_August%209%202001.pdf](http://hdr.undp.org/docs/HDR/consolidated_replies/National%20Human%20Development%20Networks_August%209%202001.pdf)).

**Représentation ambulante** : une série de consultations régionales ont eu lieu dans huit villes suite au lancement du RDH 2002 de la Pologne sur la société d'information. Des réunions avec les conseils municipaux, le secteur privé, les universités et autres institutions, toutes couvertes par les médias, ont visé à accroître la sensibilisation aux questions des TIC et faire parvenir au gouvernement, sous forme de rétroaction, une analyse concrète des principaux problèmes, craintes, attentes et approches.

Pour leur rapport 2002 sur les capacités politiques et la démocratie délibérative, l'équipe RDH de la Bolivie a imaginé une stratégie de sensibilisation en « spirale vertueuse » qui toucherait chaque secteur de la société. Une campagne de masse se composait d'une chanson à thème, de

publicités télévisées, de spots radio et d'une caravane de jeunes où participaient 18 jeunes étoiles des mondes du spectacle et des arts, se déplaçant d'une ville à l'autre pendant 57 jours afin d'apporter le message du développement humain à la jeunesse dans chaque recoin du pays.

Le rapport 2002 sur le VIH/sida du Burkina Faso a été produit en français et en anglais. Une série d'ateliers couvrant l'ensemble du territoire national devait veiller au développement de l'appropriation populaire d'une politique nationale sur le sida, et esquisser des options de mise en oeuvre. Les recommandations ont alors été soumises à une conférence nationale formelle, la première en son genre dans le pays. Elle a adopté une stratégie nationale sur le VIH/sida, tandis que les recommandations politiques, juridiques et autres recommandations pratiques seront à présent soumises à l'examen des organes exécutifs et législatifs.

### STRATÉGIES POUR LES SYSTÈMES D'ÉDUCATION FORMELS ET INFORMELS

**I**ntégrer le concept du développement humain au programme scolaire est un investissement de mobilisation auprès des membres de la génération future. D'excellents résultats ont été obtenus à travers le système d'éducation formel (enseignement primaire, secondaire, supérieur), ainsi que par le biais de l'alphabétisation et de cours d'éducation pour adultes, de la sensibilisation aux questions de santé et communautaires et d'autres programmes spécifiques.

Pour des efforts tels que celui-ci, il est important de rencontrer les parties prenantes dans le domaine de l'éducation au début du processus afin d'identifier les initiatives qui seront les plus efficaces, ainsi que les sources de financement.

Songez à contracter les services d'éducateurs en fonction pour la production de documents, après avoir convenu avec les utilisateurs finaux de la manière dont ils seront employés. Certaines des nombreuses expériences en ce domaine incluent :

- **Sensibiliser les enfants** : le Ministère de l'éducation a considéré le Rapport 2002 du **Botswana** sur le VIH/sida comme un outil si profitable pour répondre à l'épidémie qu'il en a demandé une version abrégée pour les écoles. Il est accompagné d'un guide pour les enseignants.

Lors d'une collaboration mondiale avec le Bureau du Rapport mondial sur le développement humain, une ONG basée au Royaume-Uni, Peace Child International, et des jeunes de tout autour du monde ont créé le *Sustainable Human Development : A Young People's Introduction*. Le livre est une compilation dynamique des dix premiers Rapports sur le développement humain, 1990-2000, avec des illustrations et des travaux originaux effectués par les étudiants ([www.peacechild.org](http://www.peacechild.org)).

- **Fournir des documents éducatifs et modifier les programmes** : Grâce à une stratégie énergique de mobilisation sociale, l'équipe du RDH du **Chili** a développé un certain nombre de produits de sensibilisation afin d'orienter leur travail pour aider à façonner la politique et le programme politique futurs du pays. Un exemple est un site web ([www.pnud.cl/idhc/wwwroot/index.htm](http://www.pnud.cl/idhc/wwwroot/index.htm)), qui présente les conclusions du RDH sous forme interactive. Deux caractéristiques novatrices incluent une carte facile d'utilisation des indicateurs du développement humain par municipalité, et l'application détaillée du développement humain au

programme national, matière par matière.

Le RDH 2002 en **Arménie** analyse les réalisations de la promotion des droits de l'homme et du développement, et étudie les défis que réserve l'avenir. Plus de 1400 lycées ont maintenant utilisé le rapport pour les cours de sciences sociales et humaines, tandis que plus de 500 enseignants ont été formés aux concepts du développement humain.

Le RDH 2000/2001 du **Mozambique**, *Education and Human Development*, a avancé l'argument que l'éducation est fondamentale aux droits de l'homme et a discuté des changements nécessaires dans ce domaine afin de répondre au VIH/sida. En conséquence, le programme national a maintenant été modifié pour faire le point sur l'épidémie, en intégrant la dimension des droits de l'homme, et une introduction à ces questions débute dans les écoles primaires.

- **Organiser des cours sur le développement humain** : un programme de maîtrise en administration des affaires (MBA) en développement humain a été créé à la Faculté d'économie de l'université d'état de Moscou Lomonosov, en **Russie**, avec des cours supplémentaires de MBA prévus pour un certain nombre d'universités régionales.

Le PNUD collabore avec la faculté d'économie et de gestion de l'université de **Tunisie** afin de créer un nouveau diplôme de troisième cycle en développement humain durable, tandis qu'un programme de maîtrise en développement durable a été institué à l'université du **Bahreïn**.

Au **Maroc**, le PNUD coopère avec l'université Al Akhawayn à Ifrane pour la création d'une chaire de développement humain. L'universitaire qui

occupera ce poste donnera les cours sur le développement humain, participera à la production du RDH et mobilisera activement en faveur des rapports nationaux, régionaux et mondiaux.

## UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION : MÉDIAS ET ÉVÈNEMENTS DE LANCEMENT

Une stratégie de communication bien construite doit constituer une portion clé de tout plan de sensibilisation. Elle doit mettre l'accent sur les publics cibles du rapport et les médias, qui sont un vecteur permettant d'atteindre les acteurs haut-placés. Trois éléments clés sont discutés ci-dessous : le travail de liaison avec les médias ; les évènements de lancement et les documents publicitaires.

### LE TRAVAIL DE LIAISON AVEC LES MÉDIAS

Le lancement d'un excellent rapport, comportant des conclusions novatrices et stimulantes peut être couvert par la presse dès le lendemain. Mais susciter un intérêt continu demande un effort soutenu, afin d'identifier et de séduire les journalistes, y compris en procédant à des

synthèses d'information pour leur faciliter le travail. A la suite, voici une liste d'actions stratégiques à considérer. Bien que l'investissement initial dans ce travail puisse être coûteux, les RDH ultérieurs pourront largement s'en inspirer :

- 1) Développer et entretenir des contacts au fil des ans avec des acteurs clés des médias (éditeurs de journaux, reporters économiques ou spécialisés en développement, journalistes politiques, personnalités de la télévision ou de la radio etc.). Invitez-les à participer au processus du RDH ou à agir en tant qu'animateurs ou membres des évènements de lancement. Le point de contact des médias doit agir toute l'année en tant que « source » fiable pour les journalistes sur les questions du développement, et peut engager des discussions avec les comités éditoriaux sur des questions importantes du développement.
- 2) Procurer une formation aux médias sur les concepts du développement humain, les questions thématiques, les indicateurs etc. Ceci peut être combiné avec des ateliers préalables au lancement, portant sur un RDH particulier.
- 3) Songez à développer et entretenir des

#### ENCADRÉ 6.4 ENCOURAGEMENTS AUX REPORTAGES SUR LE DÉVELOPPEMENT



Afin de promouvoir des reportages positifs sur le développement, le PNUD du Liban a créé un Prix des médias pour le développement humain durable. Accordé en 1998 et 2002, le prix se compose d'un concours et d'une série d'activités de soutien, dont une formation pour les cadres des médias et les journalistes, un processus de sélection auquel les médias participent et une formation aux questions principales pour les lauréats.

En conjonction avec la préparation du RDH 2001 du Guatemala sur le financement du développement humain, le PNUD a établi le Prix Irma Flaquer, nommée d'après une journaliste assassinée en 1980, afin d'encourager un journalisme d'investigation dans le domaine du développement humain. Les lauréats ont bénéficié de plusieurs opportunités, dont un voyage au Costa Rica pour participer à un atelier de journalisme.



réseaux de médias afin de bâtir un groupe de soutien en faveur du progrès du développement humain.

- 4) Mettre au point des initiatives favorisant l'excellence dans les reportages sur le développement humain (voir encadré 6.4).

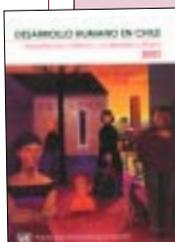
### ÉVÈNEMENT(S) DE LANCEMENT

Les événements de lancement varient grandement d'un pays à l'autre (voir les outils ci-dessous pour une discussion complète sur les documents de lancement, avec quelques échantillons, et voir encadré 6.5 pour un exemple). Les principales questions à examiner sont :

- **Le public** : Identifier clairement le(s) public(s) cible(s) pour chaque événement. Ceci détermine la forme et le type des documents nécessaires. Si le lancement est principalement orienté vers les médias, assurez-vous que la programmation et la forme sont adaptées aux intérêts et aux délais des journalistes.
- **La durée** : en général, un lancement pour la presse ne doit pas excéder le maximum absolu d'une heure, avec des discours préparés et largement assez de temps pour les questions des journalistes. L'événement principal de lancement doit inclure au moins une personnalité publique éminente qui aidera à attirer le public, ainsi que le Représentant résident du PNUD et un leader du gouvernement, qui complète les autres. Les lancements destinés aux médias ne doivent pas inclure plus de trois intervenants.
- **La programmation** : Les délais d'impression des médias se situent fréquemment en fin d'après-midi, il vaut donc mieux organiser des événements matinaux; vérifiez ceci auprès de vos contacts.
- **Localisation** : Un lancement dans la

### ENCADRÉ 6.5 LE RDH 2002 DU CHILI PLANTE LE DÉCOR POUR

Ce rapport, portant sur les profondes modifications culturelles du Chili, a été lancé au Musée national des beaux-arts, en présence du Président chilien, de l'ancien Premier ministre français et de plus de 400 invités. L'événement a marqué le coup d'envoi d'une alliance à plus long terme avec les spécialistes français de la politique culturelle, le rapport a maintenant été crédité d'être à l'origine d'une loi du Sénat créant un Ministère de la culture.



capitale doit être complété par d'autres lancements hors de celle-ci afin de toucher des groupes de soutien différents et d'élargir la sensibilisation. Parfois, les événements peuvent se greffer sur des conférences, réunions ou ateliers existants.

- **Compétences** : Si nécessaire, assurer une formation en art du discours public et préparation aux médias pour les participants qui joueront un rôle prédominant de porte-parole. Ceci doit inclure une formation sur la création et la diffusion d'un message, et une formation individuelle. Même une session d'une demi-journée peut s'avérer extrêmement utile, notamment si elle inclut un enregistrement vidéo d'une similitude entrevue avec les principaux responsables du lancement et la rétroaction d'un expert.
- Les différents types de médias (radio, télévision, journaux) exigent des approches et des matériaux différents. Dans les pays à faible taux d'alphabétisation, songez aux affiches, à la radio et aux spots télévisés afin de couvrir un

large éventail du grand public.

- Dans certains cas, relier le lancement d'un RDH à celui d'un rapport mondial peut s'avérer être avantageux.
- La promotion spécifique des conclusions ou d'indicateurs novateurs ou surprenants accroît énormément l'intérêt.

### DOCUMENTS PUBLICITAIRES DESTINÉS AUX MÉDIAS

Les types de documents et de styles d'écriture qui attirent les médias sont très différents de ceux qui conviennent à des décideurs politiques, des universitaires, des éducateurs, des ONG, la communauté des affaires et ainsi de suite. Tenter de leur être à tous agréables en leur proposant la même chose revient parfois à ne satisfaire aucun de leurs besoins.

Il est important de mettre au point des documents spécifiquement pour les médias, qui parlent un langage qu'ils comprennent et les aident à respecter leurs délais. Ceux-ci doivent être clairs et utiliser un langage simple, et mettre en lumière les informations qui peuvent être provocatrices ou nouvelles. Dans certains pays, il est également important de fournir des documents promotionnels dans plusieurs des langues nationales.

La pièce indispensable du document publicitaire pour les médias est la **trousse de presse** (voir encadré 6.6 pour les éléments clés d'une trousse de presse). Cette trousse doit être mise à disposition au moins une semaine avant le lancement. Là où les restrictions sur la presse sont monnaie courante, les troussees ne doivent pas être distribuées plus d'une semaine en avance.

Une trousse de presse bien conçue peut faire une différence claire. En Thaïlande,

#### ENCADRÉ 6.6 LES PRINCIPAUX INGRÉDIENTS D'UNE TROUSSE DE PRESSE

Bien que tous les rapports et les pays soient différents, il existe certains éléments communs, que voici :

- 1) Une première page de communiqué de presse résumant les principales conclusions du rapport et faisant le lien avec les événements actuels. Essayez de composer un communiqué qui puisse être repris mot par mot par les journalistes. Dans de nombreux cas, ils l'utiliseront.
- 2) Jusqu'à trois communiqués supplémentaires (deux pages maximum chacun), soulignant les principaux thèmes du rapport et/ou d'importantes nouvelles données
- 3) Des documents qui adaptent ou reproduisent toute information visuelle ou graphique majeure (cartes, tableaux etc.) et qui transmettent des messages clés
- 4) Si cela est souhaitable, le rapport lui-même ou un résumé
- 5) Des documents qui sont faciles d'utilisation pour les animateurs radio dans les pays à fort taux de communication via radio
- 6) Une adresse Internet pour les versions en ligne du rapport et de la trousse de presse complète
- 7) Des informations générales sur le PNUD et tous les renseignements de contact pour les journalistes désirent davantage d'informations ou une entrevue
- 8) **Documents antérieurs au lancement** : dans certains pays, les équipes RDH ont issu des « teasers » - tels un fait provocateur ou une donnée saisissante – avant le lancement. Ceci pique la curiosité des médias.
- 9) **Documents postérieurs au lancement** : à d'autres moments, dépendant de l'intérêt et de l'accès des médias et des objectifs de la stratégie de communication, il y a lieu de publier des communiqués sur les impacts politiques et opérationnels du rapport.

par exemple, tandis que le RDH 2003 sur l'autonomisation des communautés et le développement humain venait d'être lancé au moment où cette trousse à outil était envoyée à l'imprimeur, il avait déjà déclenché un débat politique dans le pays. Une stratégie de sensibilisation bien planifiée comprenait une excellente trousse de presse (voir outil 6.5 qui contient un des communiqués de presse). Il évite tout jargon, est simple et direct, et résume de manière succincte les principales conclusions du rapport. Doublé de l'excellence du processus de préparation du rapport et de sa qualité globale, les documents de lancement de la Thaïlande ont propulsé le RDH en première page des journaux et ont inspiré un grand nombre d'éditoriaux et d'articles d'opinions.



## MARKETING PROACTIF ET DIFFUSION

Actuellement, la plupart des RDH ne sont pas disponibles en librairie ou vendus par une société d'édition commerciale. Le PNUD et les autres agences les distribuent toujours librement. Bien que ce soit l'approche la plus réaliste dans de nombreuses situations, étant donné le niveau de développement des pays et la demande pour le rapport, l'inconvénient est que souvent seuls ceux qui se sont déjà familiarisés avec le PNUD les découvriront. De plus, dans de nombreux cas, les RDH ne bénéficient pas du marketing et des efforts publicitaires professionnels que peuvent offrir les éditeurs. Ceci réduit énormément leur capacité à diffuser les idées et générer une sensibilisation au-delà des habitués.

Lorsque cela est possible, le PNUD et l'équipe des RDH devraient rechercher une publication commerciale, comme moyen d'élargir la disponibilité et la sensibilisation (et dans certains cas, réaliser une certaine récupération des coûts).

## MARKETING

Même si le PNUD et/ou l'équipe des RDH peut prendre quelques mesures pour commercialiser un rapport, une expertise embauchée à court terme peut élargir les capacités de ces efforts et produire des résultats significatifs. La commercialisation par un éditeur commercial doit inclure nombre des composants suivants, et ceux-ci doivent être à la base des négociations contractuelles :

- **Brochure** avec formulaires de commande détachables.
- **Publipostages directs** aux listes de diffusion adéquates, dont universités et autres écoles, afin d'annoncer lorsque le RDH est disponible.
- **Listing de catalogues** : inscription dans le plus de catalogues de livres ou de publications possibles, non seulement des éditeurs commerciaux, mais également de tout partenaire institutionnel ou autres organisations de développement situées en dehors du pays.
- **Publicité** dans les journaux pertinents ou autres publications.
- **Évaluation** des RDH, préférablement par des dirigeants éminents ou des experts reconnus, à paraître dans des journaux ou des publications médiatiques d'importance.
- **Placement en librairie**, y compris dans les points de vente internationaux qui présentent des publications des Nations Unies et de grandes collections sur le développement.
- **Listing en ligne**, afin que le rapport

## ENCADRÉ 6.7 LISTER LE SITE WEB D'UN RAPPORT AUPRÈS DES MOTEURS DE RECHERCHE

Pour faire du RDH une ressource allant au-delà des frontières nationales, il est important de s'assurer qu'il apparaisse dans toutes les recherches web liées à un pays, à un thème et à des sous-thèmes.

La première étape est que le rapport soit déjà disponible en ligne.

La seconde est de soumettre l'adresse web (URL) aux principaux moteurs de recherche. Il n'existe aucune garantie qu'ils incluent l'adresse URL, mais cela permet d'assurer que le moteur de recherche connaît l'existence des pages et donc accroît les chances de couverture. Il vaut mieux soumettre l'adresse de la page d'accueil, et peut-être une ou deux URL de l'intérieur du site. Chacun des principaux moteurs de recherche propose une page « ajoutez URL » :

- Google ([www.google.com/addurl.html](http://www.google.com/addurl.html))
- Inktomi ([www.inktomi.com/products/web\\_search/submit/html](http://www.inktomi.com/products/web_search/submit/html))
- AllTheWeb ([www.alltheweb.com/add\\_url.php](http://www.alltheweb.com/add_url.php))
- Teoma (<http://ask.ineedhits.com/>)
- Altavista (<http://addurl.altavista.com/addurl/new>)

La troisième phase consiste à chercher systématiquement à lier les pages web du RDH à d'autres sites plus importants, c-à-d ceux des grandes institutions, des donateurs et des autres agences des Nations Unies, etc. Les moteurs de recherche examinent régulièrement les sites web pour de nouveaux listings et suivent ces liens, ces efforts peuvent ainsi grandement accroître les chances qu'un site web sera contacté et listé.

Il existe des programmes payants qui accéléreront les processus de listing, mais ceci n'est pas nécessaire, si vous suivez les suggestions mentionnées auparavant.

*Juan Pablo Mejia, Bureau du Rapport mondial sur le développement humain*

apparaisse lors de recherches sur le web (voir encadré 6.7).

- **Ventes en ligne** lorsque possible, par le biais de l'éditeur et/ou de grands libraires en ligne (tels qu'*Amazon.com* ou *fnac.com* ou autres).

### DISPOSITIONS DE PUBLICATION

Le PNUD et/ou les équipes des RDH peuvent également étudier les alternatives suivantes, le cas échéant :

**Éditeur commercial ou presse universitaire :** Songez à proposer la publication du RDH aux éditeurs les plus prestigieux du pays ou de la région qui publient des livres sur le développement. Les options peuvent inclure un éditeur commercial intellectuel, une presse universitaire ou un autre groupe spécialisé. La plupart peuvent proposer des systèmes et des expériences dans une variété de domaines qui sont

### ENCADRÉ 6.8 LES SECTIONS D'UN ACCORD DE PUBLICATION

- |                                |                             |
|--------------------------------|-----------------------------|
| • Droits d'auteurs             | réimpression                |
| • Royalties                    | • Programmation             |
| • Efforts de marketing         | • Diffamation               |
| • Ventes, dont ventes en ligne | • Prix                      |
| • Licences et                  | • Indexation (si souhaitée) |

peu connus du PNUD. Leur rôle peut varier largement – allant de l'édition, correction, conception, production et impression des RDH avec toutes les activités publicitaires, de vente et de licences d'utilisateurs, à des dispositions plus limitées. Ceci peut être négocié au cas par cas, selon ce qui est le plus souhaitable pour le RDH, mais doit être couché dans un accord avec l'éditeur (voir

encadré 6.8). Les RDH de la Chine par exemple, sont publiés par Oxford University Press depuis 1999, et le RDH arabe est maintenant également porté par Oxford University Press.

**Agent de distribution ou libraire :** Si un éditeur commercial n'est pas faisable, une autre option consiste à passer un accord avec un distributeur ou vendeur de livres, soit au niveau local, soit au niveau international, qui aidera à commercialiser le RDH et à gérer les ventes. Ils prennent normalement un pourcentage sur les ventes, ce qui les encourage fortement à promouvoir le rapport de manière active. Le rôle d'un agent de distribution est de gérer les commandes passées et d'expédier le RDH, et à des degrés variables, il est possible de s'appuyer sur eux pour contribuer également au marketing.

**Publications des Nations Unies :** Elles s'occupent d'inclure tous les RDH dans leurs catalogues papier et en ligne, ainsi que leurs librairies à New York et Genève. Tout ce qu'elles demandent est que le RDH contienne un numéro de vente (elles le fourniront avec le numéro ISBN). Pour toute information, veuillez contacter Ms. Leslyn Camacho à [Camacho@un.org](mailto:Camacho@un.org) ou au 1-212-963-4469.

**Autres partenariats :** Dans certains cas, les institutions de recherche, universités, groupes et agences partenaires et les autres organisations incluront le RDH dans leurs listes de publications et enverront des informations concernant le RDH à leurs membres, clients etc.

## DIFFUSION

La tâche principale de la diffusion concrète du rapport consiste à développer et maintenir des listes actualisées de distribution. Celles-ci peuvent s'avérer utiles pour de nombreuses autres activités et documents de mobilisation en faveur du développement humain, dont des invitations à participer aux événements. Cela vaut donc la peine d'investir dans une base de données bien organisée pour les informations des contacts.

Là où les langues sont un facteur, les listes doivent être séparées en conséquence. Il est également important de décider quels publics doivent recevoir quels types de documents. S'il est peu probable qu'un bénéficiaire lise le rapport dans son ensemble, il peut être plus souhaitable, et plus rentable, d'envoyer une trousse de presse ou un résumé.



## MESURER LES RÉSULTATS ET LES IMPACTS

Mesurer les impacts des efforts de mobilisation, et en fin de compte, du changement social, est un procédé qui demande du temps, mais essentiel. Parmi les motivations importantes:

**Responsabilité** : envers les individus engagés dans la communication par le biais des entités procurant un financement.

**Progrès** : impact sur les questions prioritaires.

**Amélioration** : informations pour élaborer des stratégies futures et décisions de programme ajustées

**Motivation** : un sentiment de réalisation, crucial pour tous les participants

**Crédibilité** : accroît la crédibilité déjà admise du travail<sup>2</sup>

Jusqu'à présent, peu d'efforts avaient été effectués afin de développer des méthodes systématiques de mesure des résultats des RDH. Et pourtant, l'impact sur chaque groupe ciblé par le rapport (tels que le gouvernement, les universitaires, la société civile, le secteur privé etc.) et à chaque niveau pertinent (fédéral, provincial, local etc.) doit être examiné. Certains travaux préliminaires ont été effectués par le Chili afin d'évaluer les accomplissements de leurs RDH depuis 1996, avec l'idée de saisir la diversité de leur influence dans de nombreux secteurs (voir outil 6.6).

Une suggestion consiste pour une équipe RDH à établir ses propres objectifs dès le départ, et à évaluer les résultats quelques temps après le lancement. Certains des indicateurs suivants peuvent être utiles. Cependant, il est important de tenir compte également des mesures qualitatives et quantitatives :

- Variations de l'IDH, IPH, IDS et IPF au fil du temps ou de tout autre indicateur composite du développement humain
- Couverture médiatique au fil du temps, au niveau national et à l'étranger
- Législation proposée et/ou adoptée à tout niveau
- Utilisation des conclusions du RDH dans les débats parlementaires
- Changement dans affectation des ressources
- Établissement de nouveaux organes institutionnels et/ou changement des organes existants
- Apparition de nouveaux partenariats et/ou amélioration de ceux existants
- Nombre d'étudiants dans les cours ou les programmes de développement humain
- Utilisation du RDH pour le Rapport sur les Objectifs de développement du millénaire (RODM), le Bilan commun de pays (CCA), le Rapport annuel, le rapport annuel orienté vers les résultats (ROAR), le Document stratégique de réduction de la pauvreté (DSRP) et tout instrument comparable au niveau régional
- Enquête ou groupes de discussions pour déterminer l'exposition à un RDH ou son utilisation
- Nombre de personnes visitant le site web en ligne
- Évaluation des résultats en utilisant le cadre de résultats (SRF) qui trace et donne un compte-rendu de la production et des résultats du travail du PNUD
- Ventes des rapports

<sup>2</sup> *Measuring and Evaluation Communication for Social Change*. 2001. The Rockefeller Foundation Communication and Social Change Network ([www.comminet@eval/sld-2180.html](http://www.comminet@eval/sld-2180.html))



## SUIVI SOUTENU

# LISTE DE CONTRÔLE

### Quelques actions nécessaires :

#### *MÉDIA ET SENSIBILISATION*

- Établir une équipe pour le suivi/sensibilisation dès les étapes initiales de la production du RDH.
- Identifier les publics cibles clés pour la stratégie de sensibilisation.
- Dresser une stratégie de sensibilisation avec des initiatives distinctes pour les divers publics cibles.
- Inciter les individus et groupes impliqués dans le RDH à « stratégiser » et participer aux activités de sensibilisation et de suivi.
- Identifier les conclusions clés, les messages politiques, les indicateurs et les faits marquants pour les documents de presse et de sensibilisation (souvent effectué par le biais d'une évaluation participative).
- Préparer une trousse de presse et d'autres documents destinés à la presse.
- Créer des documents de sensibilisation, y compris des versions du RDH dans d'autres langues ou simplifiées.
- Prévoir toute formation nécessaire en préparation aux médias pour les principaux porte-paroles.
- Prévoir des briefings pré et post-lancement avec les décideurs politiques clés afin de discuter des implications politiques des conclusions du rapport.
- Prévoir/tenir des briefings avec les médias avant lancement, pour les médias clés de la presse, de la télévision et de la radio.
- Prévoir/effectuer le lancement à une date liée à un événement national ou international significatif, si possible.
- Prévoir une série d'événements ciblés de sensibilisation (dans le temps) afin d'atteindre des publics variés.



### *MARKETING ET DIFFUSION*

- Élaborer un plan de marketing et de diffusion.
- Déterminer si un partenariat peut être forgé avec un éditeur commercial pour la vente et la distribution du HDR.
- Mettre en œuvre le plan de commercialisation, y compris par le biais de la préparation de documents publicitaires tels que brochure, vidéo, site web etc.
- Établir la distribution de listes, classées par préférences de langues, si cela est pertinent.
- Distribuer le RDH à un vaste public.
- Inclure des informations dans le rapport sur la manière dont les lecteurs peuvent recevoir des copies (électroniques et/ou copies papier).
- S'assurer que l'année de lancement soit l'année du titre du rapport.
- Mettre le RDH à disposition en ligne à la date de publication.

### *SUIVRE LES IMPACTS*

- Identifier les indicateurs de succès pour l'accès au public cible.
- Mettre au point une méthode d'étude de la rétroaction du public cible.
- Concevoir une matrice pour enregistrer les informations et l'impact du rapport.
- Suivre l'influence du rapport sur : les politiques, les plans, la législation, les affectations budgétaires, la mise en œuvre de programmes, les débats parlementaires, les discussions publiques, le travail de mobilisation des ONG, les programmes des institutions éducatives, la couverture des médias, la demande pour le rapport etc.
- Organiser des réunions d'examen du comité directeur à six et douze mois, en combinaison avec des réunions de planification pour les questions ultérieures qui pourraient se présenter.

## OUTIL 6.1 • MAPPAGE POLITIQUE- Développer des objectifs de sensibilisation à partir d'une compréhension de vos publics



# OUTILS

Les équipes des RDH peuvent appliquer cet outil<sup>3</sup> à une stratégie de sensibilisation qui cible directement les institutions et les individus essentiels à l'impact du rapport. Cet outil forme la seconde partie de l'exercice de cartographie politique initiée au chapitre 2, avec l'identification des publics principaux et secondaires.

La seconde phase consiste à présenter les connaissances et comportements de chaque public, en examinant ce qu'ils savent, ce qu'ils pensent et éprouvent envers un ensemble de conclusions et de recommandations politiques. De plus, cette phase aide à rechercher quelles sont les autres questions qui sont chères aux yeux du public de façon à lier les objectifs de sensibilisation à l'une ou l'autre de ces questions. Plus il existe de liens, plus la probabilité de voir le public appuyer votre effort est grande.

Ci-dessous se trouve un exemple d'une carte politique où figure une étude de cas identifiant les connaissances du public et les questions concernant un objectif de sensibilisation sur l'éducation des filles. Il est suivi d'une matrice vierge pour un exercice de mappage politique.

<sup>3</sup> Ritu R. Sharma. 1997. *An Introduction to Advocacy : A Training Guide*. Washington, DC: Agence américaine pour le développement international (USAID), Bureau pour l'Afrique, Office du développement durable.

## OUTIL 6.1 • MAPPAGE POLITIQUE- Développer des objectifs de sensibilisation à partir d'une compréhension de vos publics Suite



### EXEMPLE DE CARTE POLITIQUE 1: Passer une loi sur la construction d'écoles communautaires - Que savent et que pensent vos publics ?

<b>OBJECTIF DE SENSIBILISATION : Passer une loi pour l'autorisation et le financement de la construction de 100 écoles communautaires pour filles</b>			
<b>Public</b>	<b>Connaissances du public sur le sujet/objectif</b>	<b>Opinion et comportements du public quant au sujet/objectif</b>	<b>Questions auxquelles tient le public (peut ne pas être en rapport avec votre question)</b>
<b>Premier ministre</b>	Peu de connaissances sur l'instruction des filles	Les questions relatives aux femmes et aux filles sont peu importantes aux yeux du Premier ministre ; il croit que les femmes devraient s'occuper de leur famille et ne pas demander une éducation	Commerce/affaires internationales Prêts de la Banque mondiale Réélection
<b>Ministre de l'éducation</b>	Grande connaissance de l'éducation des filles et des écoles communautaires ; comprend les aspects sociologiques et économiques de l'éducation des filles	Plutôt en faveur de l'éducation des filles, mais considère le sujet comme de faible priorité	Nouveau plan de réforme des écoles Technologie pour les écoles et l'éducation scientifique

### MATRICE DE MAPPAGE POLITIQUE : Que savent et que pensent vos publics ?

<b>OBJECTIF DE SENSIBILISATION</b>			
<b>Public</b>	<b>Connaissances du public sur le sujet/objectif</b>	<b>Opinion et comportements du public quant au sujet/objectif</b>	<b>Questions auxquelles tient le public (peut ne pas être en rapport avec votre question)</b>

## OUTIL 6.2 • CONSEILS VISANT À MAXIMISER L'IMPACT DES MESSAGES



# OUTILS

Voici trois suggestions visant à maximiser l'impact des messages des RDH<sup>4</sup>:

- 1. Transmettre un message cohérent à un public par le biais d'une variété de voies sur une période de temps étendue.** Les individus n'absorberont pas des messages qui influenceront leur opinion du jour au lendemain – la répétition est essentielle. La cohérence est également essentielle : ne changez pas votre message jusqu'à ce qu'il ait été absorbé. Transmettez le même message de différentes manières, en utilisant des mots différents, de façon à ce qu'il ne devienne pas ennuyeux.
- 2. Assurez-vous que votre message est transmis par une source que le public considère comme crédible.** Le messenger est souvent aussi important (ou parfois plus) que le message lui-même. Par exemple, si vous tentez de toucher le public par l'intermédiaire de la presse, utilisez un journal qui est largement lu et bien respecté. Si vous ciblez les parents, essayez de les sensibiliser par le biais d'organisations parentales ou d'autres parents.
- 3. Créer un message que le public comprendra.** Utilisez le « langage » du groupe cible. Evitez tout terme technique ou jargon. Si la présentation de votre message utilise des tableaux, que ceux-ci soient clairs et faciles à comprendre. Utilisez des mots ou des phrases qui ont des images positives, plutôt que des termes qui peuvent avoir des connotations négatives. Par exemple, il vaut parfois mieux dire « espacement entre les naissances » que « contrôle des naissances » ou « planning familial ».

<sup>4</sup> Ritu R. Sharma. 1997. *An Introduction to Advocacy: A Training Guide*. Washington, DC: Agence américaine pour le développement international (USAID), Bureau pour l'Afrique, Office du développement durable.

## OUTIL 6.3 • FAIRE PASSER VOTRE MESSAGE AVEC POWER POINT



Il est de plus en plus important de maîtriser Power Point, qui est devenu le logiciel le plus répandu pour les présentations en public. Voici quelques règles de base d'utilisation du système et comment éviter les pièges <sup>5</sup> :

### À FAIRE

- Utilisez des arrières-plans simples.
- Assurez-vous que les arrières-plans sont identiques pour toutes les diapositives de votre présentation.
- Comptez environ un minimum de trois minutes par diapositive (c-à-d. pour un briefing de dix minutes, pas plus de trois diapositives).
- La Règle des six appelle à un maximum de six lignes par diapositive, six mots par ligne.
- Utilisez une police de taille importante (au moins 18 points) en caractères gras ou Arial Black.
- Entraînez-vous à charger et télécharger votre présentation de diapositives, et assurez-vous qu'elle est en place et prête à l'emploi avant le début de votre présentation, de façon à éviter les pauses gênantes pendant que vous cherchez et tâtonnez.
- Essayez d'assurer qu'un partenaire est disponible pour gérer l'ordinateur ou le projecteur lorsque vous effectuez la présentation. Si vous devez le faire vous-même, assurez-vous que vous n'avez pas à tourner le dos au public lorsque vous faites avancer chaque diapositive.

### À NE PAS FAIRE

- N'utilisez pas de documents qui ne sont pas destinés à une présentation Power Point, notamment des pages de documents prévus pour la lecture.
- Ne pas utiliser de tableaux et de diagrammes complexes qui ne peuvent être lus du fond de la salle.
- Ne pas utiliser des présentations Power Point préparées en tant qu'instruments de mobilisation à des fins de formation et vice versa. Leurs objectifs sont différents et ils doivent être conçus de manière différente.
- Ne faites pas une sélection sur écran de quelques diapositives issues d'une plus grande présentation – vous paraîtrez peu organisé et donnerez l'impression qu vous cachez des informations à votre audience.
- Ne pas lire les diapositives mot pour mot.

<sup>5</sup> Sarah Murison. 2002. The Capacity Development Group.

**OBJECTIF 1 : SENSIBILISER LE PUBLIC**

GROUPES CIBLES : INTERNÉS À LA RPD LAO	MESSAGES CLÉS	ACTIVITÉ	OUTIL	HYPOTHÈSE D'ATTEINDRE LA CIBLE	COÛT ET FAISABILITÉ	UTILISATION ATTENDUE DU RDH	RÉSULTAT DÉSIRÉ
<b>Population urbaine</b>	L'instruction est un facteur clé du développement pour les pauvres ; l'inégalité entre les sexes exacerbe la pauvreté ; les engins explosifs non étiquetés sont un obstacle au développement ; la consommation d'opium et l'abus de drogue sont un problème croissant dans les principales villes ; notamment chez les jeunes épidémie du VIH/sida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Écrire des articles d'une page dans la presse lao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Article d'une page contenant un message clé</li> <li>• Télévision lao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 68 % de la population a accès aux journaux (principalement en zones urbaines)</li> <li>• 30 % de la population a la télévision (72 % en zones urbaines)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non coûteux, réalisable</li> </ul>	En tant que source d'information générale sur le développement	Accroître la sensibilisation du public aux questions du développement
<b>Population rurale</b>	Même que ci-dessus, plus comment assurer des moyens d'existence durables pour la population rurale tout en protégeant l'environnement ?						
<b>Étudiants en université</b>	L'instruction est un facteur clé du développement ; l'inégalité entre les sexes exacerbe la pauvreté ; épidémie du VIH/sida...	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Séminaires, réunions</li> <li>• Ateliers</li> <li>• Conférences publiques</li> <li>• Peut-être une alliance spéciale avec les universités proposant des cours de deuxième cycle en développement humain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Séminaires, conférences publiques menés par des praticiens du développement et des spécialistes, avec des représentants du gouvernement et des membres du personnel du PNUD, suivi d'une discussion ouverte</li> </ul>	Il existe déjà plusieurs séminaires au sein de l'université. Rendre ceci plus attrayant pour les jeunes (utilisation de la petite série vidéo déjà mise au point pour la télévision, présentation Power Point), avoir des invités spéciaux (héros national ou chanteur) pour présenter les messages clés du RDH	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestation des certaines dépenses de déplacement pour les facilitateurs. Le coût de la participation d'un personnage national peut revenir cher (mais c'est à son avantage en termes d'image publique, le prix peut donc être raisonnable)</li> </ul>	En tant que source d'information générale sur le développement	Améliorer la sensibilisation aux questions du développement chez les étudiants et les jeunes
<b>Universitaires</b>	L'instruction est un facteur clé du développement ; l'inégalité entre les sexes exacerbe la pauvreté ; abus de drogue chez les jeunes ; épidémie du VIH/sida...	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les mêmes que ceux utilisés pour atteindre les étudiants en universités</li> </ul>				En tant que document de référence pour les données sur les aspects du développement humain	Une recherche plus éclairée qui contribue à une formulation politique plus éclairée
<b>Enfants scolarisés</b>	L'instruction est un facteur clé du développement ; l'inégalité entre les sexes exacerbe la pauvreté ; abus de drogue ; épidémie du VIH/sida...	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser des débats sur des sujets inspirés par le RDH</li> <li>• Organiser un concours national de petites histoires ou de dessin sur les questions du développement humain et publication des gagnants dans la presse lao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ateliers, discussions interactives conduites par les praticiens du développement</li> <li>• Le concours national de dessin pourrait être lié au lancement d'une campagne par affiches sur les ODM ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendre les ateliers attrayants pour les jeunes : utilisation de la petite série vidéo déjà mise au point pour la télévision etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non coûteux, réalisable</li> </ul>	En tant que concours et de la publication dans les journaux non coûteux, non sensible du point de vue politique	Améliorer la sensibilisation des enfants scolarisés sur les questions de développement
							La campagne par affiche sur les ODM est plus coûteuse, non sensible du point de vue politique

6 Avec la gracieuse permission du Bureau national du PNUD au Laos.

**OUTIL 6.4 • EXEMPLE DE PLAN DE DIFFUSION DU LAOS**

L'outil<sup>6</sup> suivant fournit un excellent exemple de plan de sensibilisation mis au point au Laos à l'occasion du lancement de son RDH 2001, *Advancing Rural Development*.

## OUTIL 6.4 • EXEMPLE DE PLAN DE DIFFUSION DU LAOS, suite

OBJECTIF 2 : GÉNÉRER UN ACTION SUR DES PRÉOCCUPATIONS ESSENTIELLES DU DÉVELOPPEMENT HUMAIN							
GROUPES CIBLES : INTERNES À LA RPD LAO	MESSAGES CLÉS	ACTIVITÉ	OUTIL	HYPOTHÈSE D'ATTEINDRE LA CIBLE	COÛT ET FASABILITÉ	UTILISATION ATTENDUE DU RDH	RÉSULTAT DESIRÉ
Décideurs politiques au Ministère des finances, aux ministères sectoriels, gouverneurs provinciaux	Inégalité entre les sexes et ethnique au niveau de la longévité, de l'éducation et des niveaux de vie ; la diversité ethnique est une richesse en termes de développement humain ; coopération étroite nécessaire entre la politique de développement rural et la politique sur les minorités ethniques	<ul style="list-style-type: none"> <li>Séminaires de dialogue politique</li> <li>Rédaction d'articles dans la presse lao et anglaise</li> <li>Production de clips vidéo (en cours)</li> <li>Programmes radio (en cours)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Séminaires regroupant des décideurs politiques et des ministères sectoriels (selon la question), des organisations de masse, des représentants du PNUD, des ONG, des universitaires, les médias nationaux</li> <li>Editoriaux de l'opposition (op-éds)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des séminaires entre ces acteurs existent déjà (motivation accrue par la diffusion de l'événement aux médias nationaux)</li> <li>La plupart du personnel gouvernemental a accès aux journaux et à la télévision</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prestation de certaines dépenses de déplacement pour les facilitateurs du séminaire. Réalisable ?</li> <li>Ecrire des articles n'est pas coûteux</li> <li>La production de vidéo clips peut être politiquement sensible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Par les décideurs politiques, le Ministère des finances : afin d'identifier la mauvaise répartition du financement pour les différents secteurs et sous-secteurs</li> <li>Par ministère sectoriel : afin d'identifier les faiblesses des liens entre les différents secteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pour les décideurs politiques, Ministère des finances : réaffectation intra et intersectorielle des fonds pour accroître l'impact sur le dev. humain</li> <li>Pour les ministères sectoriels (ex : minorités ethniques, éducation) : une plus grande sensibilisation aux besoins spécifiques du secteur</li> </ul>
ONG et praticiens du développement, organisations de masse	Toutes les préoccupations nationales concernant le développement humain	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ateliers et débats sur les préoccupations du développement</li> <li>Rédaction d'articles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participation des décideurs politiques, représentants du PNUD, journalistes, et spécialistes aux ateliers</li> <li>Articles dans <i>Vientiane Times</i>, <i>Le Rénovateur</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les ONG seront intéressées par la possibilité de mobiliser des fonds pour le dev. humain et d'influencer les politiques nationales sur le dev. humain</li> <li>La plupart des praticiens internationaux lisent au moins un des deux journaux internationaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas de coûts spéciaux inclus pour la participation des représentants des ONG ; peut être politiquement sensible ; il faut « contenir » le débat</li> <li>Non coûteux, réalisable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En tant que source d'arguments en faveur de causes spécifiques du développement humain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La société civile, notamment par le biais d'organisations de masse, sera automatisée et contribuera plus efficacement au dev. humain</li> <li>Coordination accrue entre les praticiens du développement et entre ces acteurs et le travail du PNUD au Laos</li> </ul>
Mass médias nationaux	Inégalité entre les sexes et ethnique au niveau de la longévité, de l'instruction et des niveaux de vie ; la diversité ethnique est une richesse en termes de développement humain ; les problèmes liés aux engins explosifs non étiquetés ; production et consommation d'opium, abus de drogue notamment chez les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rédaction d'articles dans les journaux lao, <i>Vientiane Times</i>, le <i>Rénovateur</i></li> <li>Ateliers avec les journalistes et les acteurs du dev. humain</li> <li>Débats télévisés ou à la radio suite à la diffusion de la série de films vidéo/audio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article d'une page, possible dramatisé et lié à une personne/ sujet événement d'intérêt actuel pour les médias ou éditoriaux d'opposition (op-éds) écrits au journal par un porte-parole du PNUD ou un personnage important en réponse à un problème actuel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les éditoriaux d'opposition (op-éds) sont une bonne manière d'appliquer les messages et recommandations des RDH aux questions d'actualité brûlantes</li> <li>Les journalistes sont intéressés par les ateliers s'ils peuvent utiliser ceci pour écrire d'autres articles (motivation accrue par la participation du gouvernement aux ateliers)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rédaction des articles non coûteuse</li> <li>La participation des journalistes aux ateliers n'inclut pas de coûts spéciaux</li> <li>Prestation de certaines dépenses de déplacement pour les participants au débat. Difficulté possible d'assurer la participation du personnel du gov.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En tant que source d'information et d'analyse pour la mobilisation en faveur du développement humain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilisation accrue aux questions et causes du dev. humain</li> </ul>
EN DEHORS DE LA RPD LAO							
Personnel des organisations internationales, de l'UE et du PNUD	Toutes les préoccupations nationales du développement humain	Poster les RDH, ainsi que les clips vidéo, séminaires communiqués de presse, statistiques de base etc. sur les sites web du PNUD	Sites web du PNUD dont réseaux RDH, site web des SURF	Le personnel des organisations internationales navigue souvent sur le web	Non coûteux, réalisable (le RDH est déjà disponible sur le site web du PNUD au Laos)	Partager les expériences, tirer des enseignements des autres stratégies de diffusion du RDH	
Médias internationaux	Les mêmes que ceux adressés aux médias nationaux						Sensibilisation accrue aux questions et causes du dev. humain



STILNO

## OUTIL 6.5 • EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE PROVENANT DE LA THAÏLANDE



OUTILS

Le RDH 2003 de la Thaïlande s'est concentré sur l'autonomisation des communautés. Une solide stratégie de sensibilisation, dont une trousse de presse bien construite, a généré une couverture médiatique de grande envergure. Un débat national s'est ouvert sur la manière dont les communautés établissent des rapports avec les institutions



**THAILAND HUMAN DEVELOPMENT REPORT 2003  
COMMUNITY EMPOWERMENT**

[www.undp.or.th](http://www.undp.or.th) STRICTLY EMBARGOED UNTIL 28 May 2003, 12:00 noon BKK time

### Courts and Democratic Institutions off the Communities' radar screen

UNDP report cites Thailand's progress in local empowerment, but outlines barriers to deeper reforms.

**Bangkok, 28 May 2003.** The *Human Development Report of Thailand 2003*, compiled by UNDP and released today, finds that Thailand's rural communities do not view parliamentary democracy and the judicial system as relevant to their struggle to access their rights granted by the 1997 Constitution.

The Report on the theme of "community empowerment" was compiled with viewpoints and research from communities in all regions of Thailand.

In these stories and opinions from communities themselves, there is no sign of a "representative of the people", of an MP or elected member of local government. Moreover, there is no reference to the use of legal process. Formal democracy and the judicial system seem to be off the radar screen of local communities as they fight for their rights.

Communities feel that Thailand's parliamentary democracy represents the interests of the rich much better than those of the poor, the Report concludes.

However, the Report finds that recent changes have greatly improved the potential for Thai communities to empower themselves. The 1997 Constitution defines important new community rights. Democratic decentralization (to the Tambon Administrative Organizations) provides the mechanism for communities to influence resources and development priorities. The Ninth Development Plan is committed to "people-centred development", including community participation. Many government agencies started community-based schemes to combat the 1997 economic crisis.

Yet the Report argues, these changes are incomplete and are at risk of fading with time. Thailand has a legacy of centralized government, top-down thinking, and paternalist attitudes. Elective democracy and judicial process do not necessarily function well in a society where paternalistic traditions remain strong. Furthermore, now that the economic

**United Nations Development Programme**  
12<sup>th</sup> Floor, UN Building, Rajdamnern Nok Avenue, Bangkok 10200  
Contacts: Tongta Temboonkiat 02-286-2142 [tongta.temboonkiat@undp.org](mailto:tongta.temboonkiat@undp.org)  
Punnipa Ruangtorsk 02-286-2130 [punnipa.ruangtorsk@undp.org](mailto:punnipa.ruangtorsk@undp.org)

## OUTIL 6.5 • EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE PROVENANT DE LA THAÏLANDE, suite

démocratiques formelles et le système judiciaire, et sur la mesure des disparités entre les régions. Un certain nombre de gouverneurs provinciaux utilisent maintenant le rapport afin d'obtenir l'engagement des autorités centrales eu égard à ces disparités que le rapport a délimitées grâce à un indicateur des réalisations humaines.

*Thailand Human Development Report 2003* UNDP

crisis has eased, there is a risk that the motivation for reform will fade before the process is complete and government becomes truly responsive to the people.

"The democracy we have today is a forum for those with power and privilege, for the bankers and industrialists," says Nithi Eiewsiwong, Thai social critic quoted in the Report. "It isn't a forum for the small farmers, the slum-dwellers, those with AIDS, and all those many others who are socially disadvantaged and deprived."

The Constitution establishes many new rights for individuals and communities. In reality, these exist on paper only, says the report. There is as yet no tradition in Thailand for using the judicial system to activate constitutional rights.

A community leader who participated in creating the Report commented: "We are not clever at politics and we don't know about law." Another perceived law as "something which belongs to the state".

In addition, the constitution includes the rights of people to express an opinion before the approval of any project which will affect the community. Today, the government's monitoring of environment issues is covered by the Enhancement and Conservation of the Environment Quality Act of 1992. While the intentions of the Act are good, the implementation has been ineffective, notes the Report. The legislation is built around the "polluter pays" principle, but the courts have refused to accept cases by quibbling over who is the affected party when pollution occurs.

Even the creation of the Tambon Administrative Organizations (TAO), aimed at empowering local communities, may have limitations in the long haul. Some fear that the TAOs will be overrun by local "influence" or become clearing houses for local contractors in the same way as provincial councils, says the Report.

But Thailand has a strong trend towards democratization, and hence these challenges can be faced head on. The Report outlines areas of policy-making that are important for further strengthening of community empowerment:

- Maintaining the momentum of the public sector reform, reforming it right down to the lower levels whose responsiveness is critical for the success of community empowerment
- Making the Official Information Commission, charged with promoting access to information, truly independent like the other independent bodies established by the Constitution;
- Sustaining the intention of the National Education Act 1999 to overhaul the education system, teaching young people to think independently and act politically.
- Bringing judicial reform more firmly into the national agenda so the judicial system becomes more effective for ensuring rights, particularly for the poor
- Addressing gender bias, particularly within the local power structures which are rising in importance

The communities involved in the Report conclude: "Communities have no wish to reject modernity, oppose globalization, and cling to the past. But they want the power to determine the direction of development based on their own body of knowledge, their own values, the principle of sustainable balance between man and nature, and the community's rights to manage resources."





## OUTIL 6.6 • MESURER L'IMPACT DES RDH AU CHILI

PHASE DE L'ÉVALUATION D'IMPACT		CHAMP D'IMPACT										
		Communauté internationale	Système des Nations Unies		Système des Nations Unies		Secteur public		Société civile			
		A l'intérieur du PNUD	A l'extérieur du PNUD	A l'intérieur du PNUD	A l'extérieur du PNUD	Gouvernement	Parlement	Système judiciaire	Unversités Centres académiques	ONG	Eglises	Org. sociales
Distribution	Gratuit											
	Vente											
Lancement												
Appropriation	Valorisation											
	Débat											
	Utilisation technique											
	Application aux politiques publiques, indicateurs, stratégies											
Institutionnalisation	Réseaux											
	Centres											
	Établissement d'une base de données nationale											
Demande pour de nouveaux rapports et autres travaux												

Le Chili a mis au point la matrice suivante afin de saisir l'impact des RDH de 1996 à nos jours. La matrice caractérise les différents « profils d'impact », en identifiant les groupes parmi lesquels le RDH a été le plus demandé, ainsi que ceux auprès desquels il a été accueilli avec le plus grand enthousiasme.

## OUTIL 6.7 • LECTURES SUPPLÉMENTAIRES

Andreasen, A. 1995. *Marketing Social Change*. San Francisco: Jossey-Bass.

Cohen, David, Rosa de la Vega et Gabrielle Watson. 2001. *Advocacy for Social Justice: A Global Action and Reflection Guide*. Bloomfield, CT.: Kumarian Press. UN manuel pratique.

Communication Initiative ([www.comminit.com](http://www.comminit.com)) est un partenaire de la BBC World Trust, de la Fondation Rockefeller, de plusieurs agences des Nations Unies, du Canadian International Development Agency (CIDA), de PANOS et d'autres agences apportant leur appui à des interventions visant à une communication plus efficace sur le développement. Le site est une riche mine d'informations portant sur différentes expériences.

Kotler, Philip, and Ned Roberto. 1989. *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. New York et Londres: Free Press.

Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD). 2002. *Tools for Effective Communications in UNDP: Communications Training Manual* (<http://intra.undp.org/coalcommunicationsmanual.html>). Disponible en anglais, français et espagnol.

Wallack, Lawrence, et al. 1999. *News for a Change: An Advocate's Guide to Working with the Media*. Thousand Oaks, Londres et New Delhi: Sage.

