

Evaluation réalisée avec l'appui du F3E (ref.174 Ev) pour :

F3E

Fonds pour
la promotion des
études préalables
études transversales
évaluations

Le CRID

14 passage Dubail
75010 Paris
33 (0) 144 72 07 71
info@crid.asso.fr
<http://www.crid.asso.fr>

Evaluation de la Semaine de la solidarité internationale - France

Rapport définitif

Mars 2004

Catherine Cyrot
cyrotcath@aol.com
<http://www.catherine-cyrot.net>

Assia Saou
assia_saou@yahoo.fr

32, rue Le Peletier
75009 Paris
T. 33 (0)1 44 83 03 55
F. 33 (0)1 44 83 03 25
f3e@f3e.asso.fr
www.f3e.asso.fr

Table des matières

1	INTRODUCTION.....	5
1.1	LES OBJECTIFS DE L'EVALUATION	5
1.2	LA METHODOLOGIE	6
1.3	LES EVOLUTIONS MARQUANTES DE LA SEMAINE AU FIL DES ANS.....	8
1.4	LA SEMAINE, LA SOLIDARITE INTERNATIONALE ET L'EDUCATION AU DEVELOPPEMENT	9
2	LA PERTINENCE DES STRATEGIES ET MODES D'INTERVENTION DU PROJET	11
2.1	LE MANQUE D'AFFIRMATION D'UN POSITIONNEMENT CLAIR ET FORT	11
2.2	LE ROLE DE LA CHARTE ET LES TRAVAUX DE LABELLISATION	12
2.2.1	<i>La charte.....</i>	12
2.2.2	<i>Le label.....</i>	12
2.3	L'ARTICULATION ENTRE LE NIVEAU NATIONAL ET LE NIVEAU LOCAL	14
2.4	LES ANIMATIONS EN REGION	15
2.4.1	<i>L'évolution de la mobilisation des acteurs en région.....</i>	15
2.4.2	<i>La traduction des objectifs par les acteurs en région.....</i>	15
2.5	LES OUTILS DE LA COORDINATION NATIONALE	16
2.5.1	<i>Le rôle des outils dans la stratégie d'animation, d'information et de communication.....</i>	16
2.5.2	<i>Le rôle du site Internet.....</i>	17
2.5.3	<i>Quelques principes élucidés du contenu des documents édités</i>	17
2.6	LA PERTINENCE DE LA MEDIATISATION DE L'OPERATION	18
2.6.1	<i>Les stratégies de communication.....</i>	18
	POINTS FORTS ET FAIBLESSES.....	19
3	LA COHERENCE DES STRATEGIES	20
3.1	LA CONTEXTUALISATION DU PROJET	20
3.1.1	<i>Le postulat de départ.....</i>	20
3.1.2	<i>L'évolution des objectifs.....</i>	20
3.2	LA PLACE DES DIFFERENTES CAMPAGNES.....	21
3.2.1	<i>La cohérence avec les autres campagnes au niveau national</i>	21
3.2.2	<i>Les autres campagnes au niveau des régions</i>	21
3.3	LES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT DES PARTENARIATS	22
3.3.1	<i>Le renouvellement du milieu.....</i>	22
3.4	LES STRATEGIES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION	23
3.4.1	<i>Six ans d'histoire</i>	23
3.4.2	<i>La cohérence entre les outils</i>	24
3.5	LA COHERENCE DES STRATEGIES DE COMMUNICATION - MEDIAS	25
3.5.1	<i>Des actions média avec l'ensemble des partenaires.....</i>	25
3.5.2	<i>De nouvelles orientations en 2003, vers une communication institutionnelle</i>	26
	POINTS FORTS ET FAIBLESSES.....	27
4	EFFICACITE DES ACTIONS MENEES	28
4.1	LES ANIMATIONS EN REGION	28
4.1.1	<i>La Semaine un rendez vous annuel d'envergure nationale.....</i>	28
4.1.2	<i>La ventilation sur le terrain.....</i>	28
4.1.3	<i>L'évolution des partenariats.....</i>	29
4.1.4	<i>Ventilation des manifestations par thème.....</i>	30
4.1.5	<i>Les types d'animations et les visions de la solidarité</i>	32
4.2	LA SEMAINE ET LES POUVOIRS PUBLICS	34
4.2.1	<i>Au niveau national.....</i>	34
4.2.2	<i>Au niveau local.....</i>	36
4.3	L'EFFICACITE DES OUTILS DE LA COORDINATION	37
4.3.1	<i>Les outils à destination des partenaires locaux.....</i>	37
4.3.2	<i>Les outils d'information à destination des publics</i>	40

4.3.3	<i>L'efficacité du site Internet</i>	41
4.4	L'EFFICACITE DE LA MEDIATISATION DE L'OPERATION	43
4.4.1	<i>Evolution de la couverture médiatique</i>	43
4.4.2	<i>La couverture médiatique au niveau local</i>	43
4.4.3	<i>Le problème de l'accès aux médias « nationaux »</i>	44
4.5	L'EFFICACITE INSTITUTIONNELLE DE LA SEMAINE	45
POINTS FORTS ET FAIBLESSES		47
5	L'EFFICIENCE DE L'ORGANISATION DU PROJET	48
5.1	L'EVOLUTION ET LA REPARTITION DES RESSOURCES ET DES BAILLEURS	48
5.2	L'EFFICIENCE DU FONCTIONNEMENT AU NIVEAU NATIONAL	49
5.2.1	<i>Les instances stratégiques de coordination au niveau national</i>	49
5.2.2	<i>Le Comité de pilotage au fil des éditions</i>	49
5.2.3	<i>Les instances opérationnelles de la coordination nationale</i>	51
5.2.4	<i>Schématisation des évolutions des différentes instances dans la coordination nationale</i>	52
5.2.5	<i>Les interactions entre les instances stratégiques et opérationnelles</i>	54
5.2.6	<i>Tension entre animateur d'une opération d'EAD et communicateur</i>	54
5.3	L'EVALUATION DANS LA COORDINATION NATIONALE	55
5.3.1	<i>Les avancées du groupe de travail « évaluation »</i>	55
5.3.2	<i>Les outils d'évaluation existants</i>	55
5.3.3	<i>Les points d'amélioration du dispositif d'évaluation interne</i>	56
5.4	LA COORDINATION NATIONALE ET LES ACTEURS EN REGION	56
5.4.1	<i>Un besoin d'une proximité plus forte</i>	57
5.4.2	<i>Des délais trop courts de diffusion des outils d'information</i>	57
5.5	CONCLUSIONS SUR L'EFFICIENCE DE L'ORGANISATION NATIONALE	57
POINTS FORTS ET FAIBLESSES		58
6	L'IMPACT DE LA SEMAINE AUPRES DES BENEFICIAIRES	59
6.1	L'IMPACT AUPRES DES PUBLICS.....	59
6.1.1	<i>Qui sont les publics des animations dans la Semaine ?</i>	59
6.1.2	<i>Que retirent ils de leur participation ?</i>	60
6.1.3	<i>L'impact auprès des publics de la Semaine et le processus de l'EAD</i>	61
6.2	L'IMPACT AUPRES DES ACTEURS LOCAUX	62
6.2.1	<i>Les visions de la solidarité</i>	62
6.2.2	<i>Le label de la Semaine</i>	62
6.2.3	<i>Les outils de communication</i>	63
6.3	LE SITE INTERNET	65
6.3.1	<i>Le travail de Webmaster</i>	65
6.4	LA MEDIATISATION DE L'OPERATION	66
6.4.1	<i>La visibilité médiatique de la Semaine</i>	66
6.4.2	<i>La visibilité des autres campagnes</i>	67
POINTS FORTS ET FAIBLESSES		68
7	PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS	69
7.1	RECOMMANDATIONS STRATEGIQUES	69
7.1.1	<i>Les préalables stratégiques fondamentaux</i>	69
7.1.2	<i>Une implication plus forte des acteurs en région dans la coordination nationale</i>	69
7.1.3	<i>Pour une nouvelle orientation de la stratégie médiatique au niveau national</i>	70
7.1.4	<i>Une coordination nationale mieux structurée pour articuler les deux missions de la SSI</i>	70
7.2	LES OUTILS D'INFORMATION, D'ANIMATION ET DE COMMUNICATION	71
7.2.1	<i>Une simplification des supports</i>	71
7.2.2	<i>Une Charte graphique affirmée et diffusée</i>	71
7.2.3	<i>Revoir le calendrier de diffusion des outils</i>	71
Liste des annexes		73

1 Introduction

Le projet d'une Semaine de la Solidarité Internationale¹ est une des propositions faites par les ASI² au cours de l'atelier « dire la solidarité » aux Assises de la coopération et de la solidarité internationale en 1997 : *«Organiser une action commune peut être envisagé comme moyen de toucher un public élargi. C'est le sens de « la Semaine de la solidarité » proposée par les Organisations de Solidarité Internationale, pour favoriser la mise en place d'une initiative annuelle de sensibilisation collective commune à toutes les Organisations de Solidarité Internationale»³.*

La SSI vise à communiquer sur les actions de solidarité internationale réalisées par des organisations à travers la France. Ces organisations sont pour la plupart des associations de solidarité internationale. Des collectivités territoriales, des établissements scolaires, des structures d'éducation populaire, mettent en œuvre également des animations sur le thème de la solidarité internationale et s'inscrivent au programme de la SSI.

1.1 Les objectifs de l'évaluation

Les objectifs de l'évaluation portent sur l'impact du projet sur les bénéficiaires directs et indirects et sur la pertinence et l'impact des stratégies de communication nationale et locale.

1. *Effectuer une analyse de la Semaine sur les grandes catégories de bénéficiaires (directs et indirects) qui sont concernés : les acteurs locaux d'une part et les publics touchés de l'autre.*
2. *Evaluer la pertinence et l'impact des stratégies de communication nationale et locale (impact médiatique et visibilité) mises en place dans le cadre de la Semaine au regard de la nature de l'opération (qui est décentralisée et s'inscrit dans une logique de proximité) et au regard du rôle des associations, d'autres réseaux de la société civile et des pouvoirs publics.*

(Termes de référence pour l'évaluation externe de la Semaine)

Les questions, traitées par cette évaluation, ont été articulées autour de :

- ✓ La pertinence et la cohérence des stratégies du projet,
- ✓ L'efficacité des actions menées,
- ✓ L'efficacité de l'organisation du projet,
- ✓ L'impact auprès des publics touchés et auprès des acteurs locaux et l'impact de la médiatisation.

Les résultats attendus de cette évaluation pour le Comité de pilotage de SSI sont :

- ✓ Permettre au projet de gagner en efficacité et d'examiner la pertinence des stratégies et modes d'intervention,
- ✓ Evaluer l'impact global de l'action sur le terrain,
- ✓ Vérifier si ce qui est donné à voir de la solidarité internationale par les animations locales correspond aux postulats fondateurs du projet,
- ✓ Préciser la place de la SSI par rapport aux autres campagnes.

¹ On proposera l'appellation abrégée SSI tout au long de ce rapport

² Association de Solidarité Internationale

³ Extrait du livre blanc des assises de la coopération et de la solidarité internationale, 1997, p.56

Ces attendus seront travaillés à partir d'une analyse rétrospective des évolutions de la SSI. L'évaluation, comme un temps de recul et de réflexion, dégagera sur la base des éléments d'analyse :

- ✓ Des recommandations stratégiques,
- ✓ Des propositions opérationnelles,
- ✓ Des suggestions d'amélioration.

1.2 La méthodologie

La régulation de l'évaluation

L'évaluation a été régulée en deux temps avec le comité de suivi de l'évaluation (composé des membres du groupe de travail évaluation et du Comité d'animation). Ces temps de régulation ont servi à déterminer les sites à visiter pendant la SSI, à enrichir et valider les outils de recueil de données (guide d'entretien aux acteurs locaux et questionnaires aux publics). Les résultats de l'enquête sur le terrain et l'analyse des retombées médiatiques ont été présentés au Comité de pilotage du 15 décembre 2003. Un rapport intermédiaire⁴ a été proposé et discuté avec le comité de suivi de l'évaluation pour recueillir des réactions sur les premières conclusions.

Les méthodes de recueil de l'information

- ✓ Une analyse documentaire : documents de projet et bilans réalisés par la SSI, comptes rendus des réunions du Comité de pilotage et du Comité d'animation, rapports d'évaluation des autres campagnes d'EAD⁵, argus de la presse⁶, ...
- ✓ Une analyse approfondie des documents d'information et de communication produits au niveau national et de ceux recueillis au niveau des animations visitées en collaboration avec un cabinet en communication « Studiograph »,
- ✓ Une enquête de terrain : entretien auprès des acteurs locaux, observation des animations, et questionnaire auprès des publics,⁷
- ✓ Une enquête institutionnelle : entretien auprès d'un échantillon de représentants au Comité de pilotage⁸, auprès de partenaires privés et publics et auprès de journalistes,
- ✓ Des entretiens auprès de l'équipe opérationnelle et de l'attaché de presse 2002 et 2003,
- ✓ La participation à la restitution de l'évaluation de la campagne Alimentterre.

Nous remercions l'ensemble des acteurs en région pour leur accueil et leur disponibilité à nous faire découvrir leurs actions, ainsi que l'équipe opérationnelle pour sa disponibilité, les membres du Comité de pilotage et l'ensemble des personnes interrogées au niveau de la coordination nationale.

Les modes d'analyse

Les outils de recueil ont été conçus pour apporter des éléments de réponses et de réflexion aux questions posées dans les termes de référence de l'évaluation.

⁴ Voir termes de référence de l'évaluation p. 23

⁵ EAD sera le sigle retenu tout au long de ce rapport pour désigner l'éducation au développement

⁶ Selon liste des documents consultés en annexe 6

⁷ La liste des sites visités est en annexe 7

⁸ Liste des personnes interrogées en annexe 4

Le traitement des données privilégié a été qualitatif notamment lorsqu'il s'est agit de recueillir le discours des acteurs en région ou les entretiens institutionnels.

Le questionnaire auprès des publics a fait l'objet d'un traitement plus quantitatif, le nombre des questionnaires collectés (327) et le type de questions étant, pour la majorité d'entre elles, fermées. Le public a été interviewé à la sortie des animations, il s'agit, ici, du public effectivement touché par les animations dans le cadre de la SSI. L'échantillonnage a été fait à partir du croisement entre représentativité des types d'acteurs et animations.

L'efficacité a été travaillée à partir des résultats de l'action menée par le projet avec une approche plus globale d'appréciation de la qualité des actions. Cette orientation est induite par les modes de prévision du projet, qui travaille à partir d'objectifs très généraux non déclinés en résultats attendus.

L'efficience, quant à elle, a porté sur l'analyse du dispositif institutionnel mis en œuvre pour coordonner le projet et sur la pérennité de ses ressources financières. L'appréciation plus globale du système organisateur est l'angle retenu pour ce critère afin de dégager des pistes d'amélioration des modes d'organisation.

L'impact du projet concerne en premier lieu les bénéficiaires directs que sont les acteurs locaux et en second lieu les publics touchés par les animations mises en œuvre. L'interaction entre le projet et les acteurs locaux n'a pas été analysée à partir d'une situation de référence mais de la dynamique provoquée par le projet à partir de leur discours. L'impact auprès du deuxième cercle de bénéficiaires, les publics présents aux animations, a porté sur les effets immédiats de leur participation à des animations de solidarité internationale et une identification de leurs caractéristiques.

Les difficultés rencontrées et les limites de l'étude

La phase d'enquête auprès des publics devait être confiée à une équipe d'étudiants. La stratégie d'enquête a dû être revue quelques jours avant sa mise en œuvre. Les délais entre la réponse du F3E sur le financement de l'évaluation et le début de la SSI ayant été très courts, cette étape n'a pu être réellement mise en œuvre. Le réseau Pigier, contacté peu de temps avant la SSI, n'a pu répondre positivement à cette demande par manque de temps de préparation avec les étudiants. Ils n'auraient pas pu être impliqués dans l'ensemble du processus d'enquête, cette expérience n'aurait donc pu être valorisée dans leur formation. Les enquêtes auprès des publics dans la région parisienne ont été appuyées par les étudiants du pôle universitaire Léonard de Vinci⁹. Les évaluatrices ont utilisé le questionnaire sur certains sites visités. Des questionnaires ont été passés par des équipes de bénévoles (par exemple village de la solidarité à Lyon, tournoi de foot solidaire à Draguignan) ou remplis directement par les publics présents aux manifestations.

Le temps consacré aux différentes phases de l'évaluation a été supérieur à celui prévu dans le budget, du fait du volume d'informations à traiter et de la complexité des modes d'interaction au niveau local.

L'étude auprès des publics et les tendances dégagées par type de publics portent sur 327 personnes. La SSI estime toucher 300 000 personnes. Nous sommes donc dans une représentation quantitative de 1/1000. Les résultats de l'impact devront être mis en perspective avec des études d'impact ultérieures par le biais de sondage au cours de chaque édition.

⁹ Université privée des Hauts de Seine

1.3 Les évolutions marquantes de la Semaine au fil des ans

La SSI en 2003 c'est une opération avec :

- ✓ 1819 animations menées dans 22 régions par 335 pôles organisateurs avec la participation des ASI, structures d'éducation populaire, de jeunesse, établissements scolaires... organisés en réseaux régionaux ou relais de têtes de réseaux nationales.
- ✓ Un dispositif « coup de pouce » qui dans 197 animations a financé des actions de communication, des outils pédagogiques...
- ✓ Une communication médias avec près de 600 parutions principalement dans la PQR¹⁰, mais aussi des émissions radios et une diffusion sur Internet.
- ✓ La réalisation d'outils d'information et de communication au niveau national avec 85 000 documents diffusés et des programmes, des tracts, des affiches réalisés localement.
- ✓ Un soutien du MAE (40% du budget) et d'autres partenaires publics, des appuis des collectivités locales mis en œuvre dans les régions et des partenaires privés.

1998 : *Année de lancement* de l'opération à partir du réseau du CRID et sans moyen de gestion et de coordination au niveau national. Cette première expérience n'a pas fait l'objet d'un compte rendu mais d'un document de demande de cofinancement pour l'édition suivante.

1999 : *Année de mise en place d'une coordination nationale* avec un Comité de pilotage pléthorique dont l'ambition était d'assurer une certaine représentativité des organisations engagées dans la solidarité internationale (une trentaine d'organisations membres du Comité de pilotage dont les prérogatives ne sont pas clairement définies). Le dispositif d'appui financier « coup de pouce » *qui devait servir d'appel pour inciter les structures à mener des animations lors de la SSI¹¹* est mis en place pour la première année.

2000 : *Année de construction d'une coordination nationale efficace* avec des modes de fonctionnement mieux définis (élaboration d'un règlement) et création d'un comité restreint issu du Comité de pilotage, participant à l'activité opérationnelle du projet et de groupes de travail. Une réunion nationale avec les acteurs locaux a eu lieu en 2000 et n'a pas été reconduite les années suivantes. Cette année a consacré la définition d'un cadre de principes du projet qui au fil des ans s'est transformé en « charte ». La parution au Bulletin Officiel du Ministère de l'Education de la SSI au côté de la SECSI (Semaine à l'Ecole de la Coopération et de la Solidarité Internationale) joue un rôle déterminant pour l'impact de la SSI auprès des publics de l'éducation nationale. Cette parution sera reprise l'année suivante toujours au côté de la SECSI mais apparaîtra comme un événement à part entière d'éducation au développement et à la solidarité internationale en 2002.

¹⁰ Presse Quotidienne Régionale

¹¹ Bilan de la SSI 1999

2001 : *Année consacrée à l'élargissement de la représentativité des types d'organismes* au sein de la coordination nationale, entrée du HCCI¹² et de structures d'éducation populaire (FFMJ)¹³ et Fédération Léo Lagrange).

Le comité restreint, émanation du Comité de pilotage appelé Comité d'animation n'a pas réellement fonctionné mais son action a largement été relayée par des groupes de travail opérationnels. La SSI entre au programme de la « Global Education Week » du Centre Nord – Sud du Conseil de l'Europe dont les dates sont volontairement choisies identiques à celles de la SSI.

2002 : Pour la première fois le Comité de pilotage a voté la *création d'un événement fédérateur* « Comm'une Planète 100 débats pour être citoyens et solidaires » motivé entre autre par le contexte électoral français qui a porté le candidat du Front National au deuxième tour des élections présidentielles. Le Comité de pilotage passe de 17 à 25 membres avec la présence d'un syndicat (FSU). Une participation financière est, pour la 1^{ère} fois, demandée aux membres du Comité de pilotage.

Le CRID jusque là porteur de l'opération et participant au Comité de pilotage, affirme son rôle de coordinateur de l'opération et sa responsabilité juridique et financière. Pour la première fois la SSI a été lancée au niveau national par une conférence de presse en région (Lyon). Cet événement consacrait aussi la création du « Village de la Solidarité » à l'initiative de la Ville de Lyon et d'un collectif d'associations de solidarité lyonnaises. Il n'a pas eu l'effet médiatique national attendu par la SSI.

2003 : *Entrée pour la première fois de collectifs régionaux de la coopération internationale* dans le Comité de pilotage national (CERCOOP, CENTRAIDER). Confirmation de la contribution financière comme condition sine qua non pour faire partie du Comité de pilotage et création d'un Comité de soutien. Les membres de ce Comité de soutien peuvent assister comme participants (sans droit de vote) au Comité de pilotage et participer aux groupes de travail. Création de la Plate-forme d'Education Au Développement et à la Solidarité Internationale (PF EAD SI) prévue pour 2004. Elle réunira 5 campagnes dont le programme du CRID « Acteurs solidaires », la SSI (coordonnée par le CRID) et des associations de solidarité internationale. Introduction d'une gestion du projet par objectifs avec une déclinaison des priorités et des instances de la coordination en charge de leur réalisation. Les priorités sont données à la mobilisation des fonds, des acteurs et de leur accompagnement, à une communication régionale et à une diffusion de l'information par le biais du site Internet.

1.4 La Semaine, la solidarité internationale et l'éducation au développement

La solidarité internationale est une notion définie par chacun à partir de ses propres visions du monde : administrations, collectivités locales, milieu associatif.¹⁴ Dans le milieu des ASI ces contours ne sont pas clairement posés comme peuvent l'être les notions de développement durable ou d'éducation au développement.

Cette solidarité internationale a évolué dans ses modes d'expression et s'inscrit aujourd'hui dans un « *paradigme de la complexité* ».

¹² Haut Conseil de la Coopération Internationale

¹³ Les développés des sigles des membres du Comité de pilotage figurent dans les termes de références de l'évaluation, annexe page 94

¹⁴ Cabinet Evalua .- Rapport Evaluation des actions d'EAD cofinancées par le MAE, 2003, chapitre 1.

La vision du monde de la solidarité internationale traduite par un regard porté sur l'Autre et dans une relation basée sur l'aide a prévalu dans les années 50 jusque dans les années 80. Le principe du partenariat lui a succédé et la solidarité internationale n'a plus été « *d'être solidaire pour mais d'être solidaire avec* ». A partir des années 90 le monde bipolaire s'effondre et la solidarité internationale n'a plus à voir seulement avec le développement au Sud car la crise est aussi au Nord. La solidarité dite citoyenne gomme les frontières symboliques de l'international pour fonder une solidarité de citoyens du monde.

Le point focal n'est plus la dimension géopolitique de la solidarité mais centrée sur le plus petit dénominateur commun à tous « *la citoyenneté mondiale* ». « *On est passé d'une solidarité internationale définie par une relation d'aide à une solidarité basée sur le partenariat (faire avec) à une solidarité dite citoyenne (la façon d'être avec le Sud commence par nos actions et manières d'être ici) très liée à l'émergence du mouvement alter mondialiste.* » (Entretien Michel Faucon – CRID).

La SSI est née à la fin des années 90, alors que les notions de « solidarité » et « tiers monde » vieillissent et celles « d'interdépendance et de mondialisation » apparaissent pour être plus proches de la situation du monde et de ses visions dominantes.

La distinction entre solidarité internationale et éducation au développement est illusoire. Ces deux notions sont « *interdépendantes* ». Dire la solidarité internationale, ce qui est la mission de la SSI n'a de sens, de significations que si cela se matérialise par une démarche éducative pour faciliter des changements de comportements individuels et collectifs et dépasser le simple discours persuasif.

L'enjeu de la SSI, est d'articuler une mission de communication et une mission d'éducation. Elle mobilise pour cela son réseau à partir d'un fonctionnement sur le mode du consensus. La mobilisation massive d'acteurs à travers la France a pour effets la mise en acte des prises de conscience provoquées par les animations, associée à une communication médiatique auprès d'un public le plus large possible.

2 La Pertinence des stratégies et modes d'intervention du projet

2.1 Le manque d'affirmation d'un positionnement clair et fort sur la solidarité internationale

La SSI représente un condensé des courants qui traversent ce milieu ; certaines de ses manifestations sont des réminiscences de la période caritative, avec des actions liées au désir d'aider : participer à la construction ou à l'aménagement d'une école par exemple, souvent associée à une démarche participative « *ne pas faire pour mais avec* ». Cette vision de la solidarité largement dominante jusqu'aux années 70¹⁵ imprègne encore bon nombre de manifestations.

Un autre volet d'actions plus contemporain est développé autour de¹⁶ :

- ✓ La perspective du développement durable,
- ✓ La thématique interculturelle,
- ✓ La thématique de la mondialisation et la mise en cause des rapports Nord Sud,
- ✓ Le respect des droits humains.

Aucune de ces thématiques si elles sont constitutives du concept de solidarité internationale ne répond à la question posée par Roland Biache, « *Pourquoi un individu, et donc un citoyen a le droit et le devoir d'être solidaire ?* ». Elle n'apparaît pas non plus dans la charte qui en définit quelques enjeux dans l'esprit de l'analyse ci-dessus, sans aller plus loin. L'expression « *dépasser les clichés misérabilistes* » de la charte est une définition en creux de ce que ne peut pas être la solidarité internationale. Il reste à produire un texte fondateur qui en définisse les objectifs en terme

- ✓ Politique, autour des enjeux de la solidarité internationale, pour le développement personnel, la modification des modes de fonctionnement économiques et sociaux, l'impact sur les enjeux géopolitiques.
- ✓ Pédagogique, pour que cette réflexion imprègne les actions menées sur le terrain, elle doit être relue, discutée par les acteurs eux-mêmes ; les rencontres entre acteurs autour des échanges d'expériences auraient aussi ce travail de réflexion à mener en commun.
- ✓ Communicationnel, pour le traduire en message compréhensible par tout un chacun, décliné par exemple à partir de témoignages vécus. Les pages « visages de la solidarité » actuellement peu utilisées, pourraient être retravaillées, associées à cette réflexion de fonds. Un lien étroit sera établi avec l'actualité pour donner au message un impact plus fort sur un plus grand public.

¹⁵ Cabinet Evalua - Rapport d'évaluation des actions d'éducation au développement cofinancées par le Ministère des affaires étrangères, 2003

¹⁶ Voir § 4.1.4 La ventilation des manifestations par thème

La réflexion sur la nécessité d'un message fort a été posée par le groupe de travail évaluation de la SSI au Comité de pilotage de février 2003 : « *Les attachés de presse travaillant pour la SSI ont tous souligné, depuis l'édition 2000, "la difficulté de communiquer sur un seul cadre". Il convient donc de savoir si, oui ou non, il est nécessaire de construire un message fort, clair, "accrocheur"... accrocheur pour les médias, si on souhaite que les médias nationaux (cela pourrait aussi renforcer les médias locaux) relaient la Semaine et/ou la solidarité internationale. Il faut donc répondre à cette question : souhaite-t-on que cet objectif reste ou soit celui de la Semaine ?* »¹⁷

Affirmer le positionnement de la SSI, c'est répondre à la question « Pourquoi être solidaire ? » et préciser les enjeux, les contenus et les contours de la solidarité internationale.

2.2 Le rôle de la charte et les travaux de labellisation

2.2.1 La charte

La charte actuelle comme « *cadre de référence qui régit les différents acteurs et organisateurs de la Semaine de la solidarité internationale répartis sur le territoire français et qui s'investissent dans cette opération commune et solidaire* »¹⁸ n'a été que peu citée par les acteurs locaux rencontrés lors de notre étude. Une hypothèse est que malgré un affichage fort par le site Internet, et dans le « cahier pratique », les acteurs locaux ne se sont pas appropriés ce cadre de référence. Les valeurs de la solidarité internationale n'y sont pas assez explicites. La charte dit les engagements attendus par la déclinaison des objectifs de la SSI mais pas les valeurs qui fondent ce projet. Bien entendu, les objectifs portent en eux de manière implicite les valeurs de la solidarité internationale puisqu'ils portent sur les enjeux sociaux comme l'interdépendance, la mondialisation. Les valeurs éthiques de la SSI doivent apparaître plus clairement. Ce sont ces valeurs mises en perspective qui produisent de l'engagement sur des enjeux sociaux.

La charte doit être déclinée à partir du travail de réflexion sur le Message de la SSI tel que défini précédemment. Il s'agit à partir des objectifs déjà précisés dans la charte actuelle, de mieux définir les lignes de force pour mener des actions de solidarité internationale, de poser clairement les valeurs sous tendues et partagées de la solidarité internationale, puis de préciser les modes opératoires à respecter en terme de partenariat, de communication, etc ...

2.2.2 Le label

Sa création a été décidée lors du Comité de pilotage du 15 Décembre 2003, dans les termes suivants (voir page 13). Une labellisation introduit un souci de qualité des animations qui s'inscrivent dans la SSI. La mettre en œuvre est un processus long et exigeant, qui ne peut être fait à moitié.

Il prend logiquement la suite des actions définies au préalable, la rédaction d'un texte fondateur, puis sa traduction dans une charte. Il implique de rédiger à partir de la charte le référentiel de labellisation, diffusé de manière publique, qui fixe les critères à respecter pour cette labellisation.

¹⁷ Annexe 3 des termes de références de l'évaluation

¹⁸ Préambule de la charte de la Semaine de la solidarité internationale

Il suppose de déterminer qui est responsable de l'attribution de ce label, sans en faire un label « public »¹⁹. La plate-forme EAD SI pourrait jouer le rôle d'accréditation²⁰, après avoir déterminé la composition d'un « comité » et ses règles de fonctionnement.

Conclusions du débat²¹ :

- ✓ **La création d'un label pour les animations locales fait l'unanimité** mais le Comité s'accorde à dire que cela devra être un processus progressif sur au moins 3 années.
- ✓ Il s'agira de renforcer la structuration en collectifs locaux, gage de qualité des animations.
- ✓ Il s'agira de construire « une charpente de principes plus importante » en s'appuyant sur des textes existants, notamment la Charte de la Plate-forme EAD SI et la charte de principes du FSM²².
- ✓ La Semaine n'ayant pas vocation à créer des outils pédagogiques sur la solidarité internationale dans son acception la plus large, pourrait en revanche communiquer de manière plus conséquente sur les documents existants dans une logique d'élargissement de leur diffusion pour que l'information circule mieux, pour qu'une information « vulgarisée » soit facilement accessible et exploitable par tous types d'acteurs : par exemple les productions du réseau Ritimo (ex. un ouvrage sur le don à paraître dans la lignée du guide « partir pour être solidaire ? »...), ceux « à venir » de la Plate-forme EAD SI (kit d'outils pédagogiques : BD, vidéo, CDROM etc. ?)...
- ✓ Méthode de diffusion de « la dimension qualitative » de la Semaine : Pendant les temps forts existants (par ex. l'Université d'été du CRID) il pourra être organisé des temps d'information / formation avec les acteurs locaux : rencontres/échanges, capitalisation etc. (accompagnement des acteurs locaux par une transmission pédagogique du message « solidarité internationale » et des outils de la Semaine à des structures relais ou ressources afin qu'elles soient porteuses du message qualitatif en local...).

Les modalités de validation et d'attribution seront à déterminer, en prévoyant un calendrier de revalidation qui suive le rythme de la SSI. Enfin les modalités de publication des associations labellisées et l'affichage par l'organisme de ce label seront à préciser.

La SSI pour préparer ce travail pourrait s'appuyer sur des expériences de labellisation dans des domaines proches ; par exemple, pour le développement durable, ou les produits du commerce équitable, la campagne demain le monde, ou la campagne Ethique sur l'étiquette, qui définit ainsi ce travail de labellisation : « Un label social est à la fois une information sur la qualité sociale des produits et un système de communication de cette information : logo ou étiquette, création d'un organisme de vérification indépendant, procédure d'attribution du label, etc. »²³

Engager la décision de « créer un label » suppose la rédaction d'un cahier des charges pour en préciser les enjeux, les contenus, les modalités d'attribution et de publication.

¹⁹ Un label public suppose le dépôt d'un dossier auprès de l'Afnor

²⁰ Cette accréditation, qui relève en général d'un organisme indépendant

²¹ Extrait du Comité de pilotage du 15 Décembre 2003

²² Forum Social Mondial

²³ Europact, Elisabeth Paquot, Véronique Verrière, Hervé Murat - Rapport d'évaluation de l'éthique sur l'étiquette, 2003

2.3 L'articulation entre le niveau national et le niveau local

L'organisation en 2000 d'une rencontre nationale des acteurs locaux répondait à la nécessité d'organiser d'avantage de synergie entre les actions locales et de développer la participation des acteurs locaux aux orientations de la SSI.

« Cette réunion annuelle est l'occasion d'avoir un contact direct et personnalisé entre la coordination nationale et les acteurs locaux, de faire le bilan de la SSI passée, de présenter les perspectives de celle à venir, de transmettre des initiatives originales et d'échanger sur les orientations générales de la Semaine²⁴ ». Cette expérience n'a pas été reconduite après 2000.

L'idée de ces rencontres annuelles au niveau national est de dégager les enjeux contemporains de la Solidarité internationale et de déterminer des axes de travail communs aux différentes animations de la SSI pour une ou deux années. Ces rencontres nécessitent la présence et la participation des acteurs régionaux.

Ces axes de travail pourraient être repris lors du lancement de l'opération, comme éléments structurants entre les différentes actions locales. Ils permettent également aux équipes plus excentrées et donc à l'écart des courants d'opinion majoritaires de participer plus étroitement aux dynamiques de fonds qui traversent la société française et donc les militants de la solidarité internationale.

Les temps de rencontres organisés par le réseau CRID, l'université d'été ou les colloques, pourraient intégrer cette articulation entre la coordination nationale et les acteurs en régions du milieu associatif.

Ces temps fort de prises de parole des collectifs régionaux porteraient sur les orientations de la SSI et leurs traductions en enjeux opérationnels au niveau du terrain. Le site Internet et la lettre d'information pourraient servir d'interface entre le niveau régional et le niveau national pour maintenir un contact plus continu et pertinent avec la coordination nationale.

D'autres espaces de rassemblement des réseaux de la DRIC²⁵, de CUF, entre autres, pourraient servir d'espaces de concertation et de réflexion avec les autres acteurs qui font la SSI. *« La Semaine reste très associative. Les institutions et les collectivités n'ont pas envie de plonger au milieu d'une assemblée majoritairement associative ».* (B. De Reviers, Cercoop)

La coordination nationale intervient dans d'autres espaces de rassemblement des réseaux (DRIC, CUF, entre autres). Elle pourrait développer une stratégie pro-active pour être plus présente dans ces espaces de concertation et de réflexion avec les autres acteurs qui font la SSI.

La présence, pour la première fois en 2003, d'acteurs régionaux de la coopération internationale au sein du Comité de pilotage national ouvre la possibilité d'une articulation plus forte entre le niveau national et le niveau régional, il reste à la traduire en actions directement perceptibles par les acteurs locaux.

²⁴ Extrait du bilan de la SSI 2000

²⁵ Ministère de l'Education nationale, Direction des Relations internationales et de la Coopération

2.4 Les animations en région

2.4.1 L'évolution de la mobilisation des acteurs en région

Les chiffres suivant dénotent une progression constante des organisations qui s'inscrivent dans le cadre de la SSI et des animations qu'elles mettent en œuvre.

- ✓ En 1999, 80 organisateurs animent 200 manifestations,
- ✓ En 2000, 200 organisateurs animent 450 manifestations,
- ✓ En 2001, 170 organisateurs²⁶ animent 720 manifestations,
- ✓ En 2002, 300 organisateurs animent 1300 manifestations,
- ✓ En 2003, 335 organisateurs animent 1819 manifestations.

La croissance quantitative du nombre d'organisateur couplée à la montée en puissance des collectifs en région (44 en 2001, 61 en 2002 et 70 en 2003)²⁷ est un indicateur de la qualité des synergies partenariales insufflées par la SSI. Certains collectifs ont été expressément créés pour participer à la SSI dont la particularité est de rassembler des acteurs différents pour une même action.

Par exemple la plate-forme des Associations de solidarité internationales Doloise qui réunit 16 associations a été créée à l'occasion de leur première participation à la SSI en 1999.

Le collectif Haut - Saônois pour la promotion du commerce équitable fondé par 5 associations participe aussi à la SSI pour ouvrir le collectif à d'autres associations et permettre au collectif d'aborder d'autres thématiques que celle du commerce équitable.

L'évolution de cette mobilisation s'inscrit dans une stratégie au niveau national à partir de 2001 confirmée en 2002 : élargir la diffusion de l'information de la SSI à des structures très variées. Un des aboutissements de cette stratégie a été l'entrée au Comité de pilotage de la FSU, de la Délégation Interministérielle à l'Insertion des Jeunes (DIJ) entre autres. La collaboration avec Pigier a deux résultats : un partenariat financier renouvelé et la mobilisation du réseau des établissements Pigier pour mener des actions dans le cadre de la SSI (intra muros ou à l'extérieur des centres par une implication dans des projets locaux).

2.4.2 La traduction des objectifs par les acteurs en région

Nous avons rencontré 23 acteurs locaux²⁸ lors de l'enquête de terrain pendant le déroulement de la SSI. Six d'entre eux y participaient pour la première fois. Inscrire leurs actions dans le cadre de la SSI leur paraissait dans la logique des thèmes qu'ils abordaient. C'est pour eux un atout d'inscrire leurs animations dans un événement d'une envergure nationale.

²⁶ A partir de 2001, les collectifs sont comptabilisés

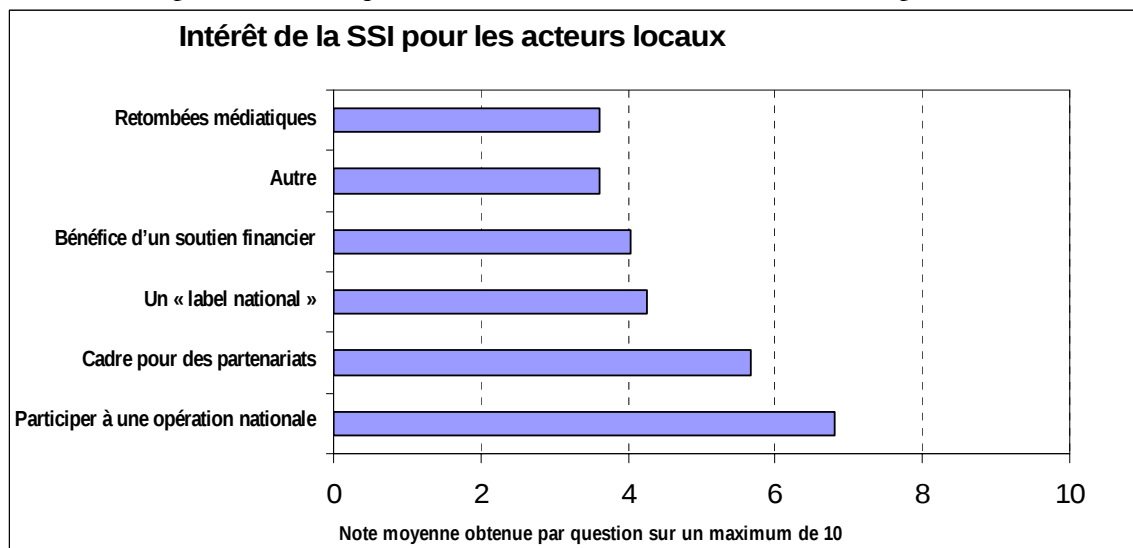
²⁷ Bilan 2002 et bilan « à chaud » 2003 de la SSI

²⁸ 6 ASI, 8 collectifs, 3 communes, 3 autres collectivités territoriales, 1 association étudiante, 2 établissements d'enseignement

Quelques extraits de ce que signifie la SSI pour les acteurs locaux rencontrés :

- ✓ « C'est un peu un forum social par les thèmes et les messages que l'on veut passer et parce qu'on est les relais locaux des acteurs nationaux »
- ✓ « La Semaine a un effet de dynamique et de catalyseur en local »
- ✓ « Tous les types d'acteurs peuvent s'y retrouver et toutes les facettes de la solidarité peuvent y être »
- ✓ « La Semaine n'a pas de thématique et permet la diversité et de faire connaître des choses pas forcément spectaculaires »
- ✓ « La Semaine c'est la mise en lumière d'un travail tout au long de l'année »
- ✓ « C'est le moment où on parle d'éducation au développement au niveau des médias »
- ✓ « La Semaine c'est un peu le bazar de la solidarité internationale, la foire aux affaires »

Le tableau ci-dessous fait état de ce qu'apporte la SSI aux acteurs locaux. Les données sont issues de l'exploitation du questionnaire – bilan aux acteurs locaux pour l'édition 2003.



En s'inscrivant à la SSI, les acteurs locaux trouvent place dans un événement à portée nationale. Ils peuvent, plutôt que de se sentir isolés, déclencher des partenariats ponctuels ou permanents. Les retombées médiatiques et le soutien financier sont des bénéfices secondaires de leur participation à la SSI.

2.5 Les outils de la coordination nationale

2.5.1 Le rôle des outils dans la stratégie d'animation, d'information et de communication

Ces outils sont définis dans la demande de cofinancement autour de deux axes de travail principaux :

Susciter, soutenir et accompagner la mise en place d'initiatives locales, par une mobilisation des acteurs connus ou potentiels pour la réalisation d'animations : Les outils d'information et d'animation à destination des acteurs locaux entrent dans cette catégorie,

- ✓ La plaquette « organisez une action » avec 2 cartes postales détachables, une pour recevoir plus d'information et une pour élargir la diffusion de l'information,
- ✓ Le cahier pratique pour les organisateurs,
- ✓ Une lettre d'information, « La Semaine au jour le jour ».

Sensibiliser les publics, par la promotion de l'opération nationale et la sensibilisation à la solidarité internationale avec les outils suivants :

- ✓ La plaquette « publics » est un support de sensibilisation à destination du grand public via les pôles organisateurs,
- ✓ Un jeu d'affiches de différents formats avec un espace libre pour les programmes locaux.

2.5.2 Le rôle du site Internet

Le site Internet répond à ces deux objectifs, mobiliser les acteurs locaux et sensibiliser le public.

- ✓ La mise en ligne d'un site Internet favorise les échanges. Ce site nécessite une actualisation et un développement en permanence, pour faire le lien entre deux éditions de la SSI, pour sortir de « l'événementiel » et conserver tout au long de l'année un outil d'information et de mobilisation interactif efficace, présentant les acteurs et les initiatives. La mise en ligne de la base de données « programme » est un des pivots de cet espace d'échanges. Les partenariats constitutifs de la SSI sont clairement affichés sur le site Internet.
- ✓ Accessible au grand public, le site est une porte d'entrée pour découvrir la SSI et éventuellement y participer.

2.5.3 Quelques principes élucidés du contenu des documents édités

2.5.3.1 Le message

Il importe avant tout d'éviter la confusion. C'est vrai pour l'ensemble des documents et a fortiori pour le visuel de l'opération. Celui de 2003 s'appuie sur un logotype simplifié avec un impact visuel amélioré. Il n'en reste pas moins que la multiplication des messages est déroutante : dates de la SSI, titre, sous-titre, logo qui reprend le titre, mention de l'édition, de l'adresse du site Internet, titre du document et dans certains cas, mention des soutiens !

A cette demi-douzaine de messages, il convient d'ajouter la carte du monde et différents effets graphiques.

En ce qui concerne la mention des soutiens sur les affiches, le caractère très institutionnel des logotypes choisis est à noter. L'affichage institutionnel donne une image décalée du caractère militant de la SSI²⁹.

2.5.3.2 Le graphisme

La couleur dominante des documents produits est un facteur important d'identification, le choix du orange depuis 2002 est pertinent. En ce qui concerne le visuel de l'opération, nous avons souligné la confusion résultant de la multiplication des messages, la multiplication des typographies utilisées ne fait que renforcer ce sentiment.

²⁹ Voir point 4.3.2

2.5.3.3 Le support

L'utilisation du papier recyclé jusqu'en 2001 était en cohérence avec le message véhiculé par les documents produits, il est regrettable que ce parti pris n'est pas été maintenu.³⁰

Le choix d'un format n'est pas neutre, c'est un des éléments sur lequel il est possible de jouer pour renforcer la visibilité. Il paraît donc important de se focaliser sur deux formats (A4 et A5) pour les outils à l'exception, bien sûr, des affiches. La multiplication des documents de communication externe se justifie au regard des cibles visées, les documents internes par contre pourraient être réunis en un seul **Cahier pratique**, celui produit en 2003 est particulièrement efficace.

2.5.3.4 L'interactivité

Bien exploitée à travers la lettre info et le site Internet, l'interactivité s'est appuyée en 2003 sur la production de **cartes postales**. Cette bonne idée pourrait être approfondie afin d'utiliser à l'avenir tout le potentiel de ce support de diffusion.

Les outils réalisés par la SSI gagneraient à être simplifiés en cohérence avec leurs objectifs ce qui leur donnerait un impact plus fort.

2.6 La pertinence de la médiatisation de l'opération

2.6.1 Les stratégies de communication

Un des objectifs opérationnels de la SSI est de « *communiquer auprès des médias et du grand public sur la Semaine de la solidarité internationale et donc sur la solidarité internationale* »³¹. L'effort de communication est réel tant en région qu'au niveau national avec des effets différenciés du fait de la proximité des acteurs locaux et de la difficulté d'accès aux médias nationaux pour la coordination nationale. La PQR relaie les animations locales, majoritairement par des articles de fonds pour la première année en 2003.

La communication au niveau national est un objectif secondaire en 2003 du Comité de pilotage. Il faut noter que le Comité de pilotage a pour la première fois dans l'histoire de la SSI eu à statuer sur une priorisation des objectifs corrélée avec les financements acquis.

Le besoin de ressources financières pour élaborer une stratégie de communication pertinente par rapport à la raison d'être de la SSI soulevé comme un déterminant est à relativiser. D'autres éléments sont des fondamentaux préalables pour une stratégie de communication externe :

- ✓ Communiquer sur la SSI n'est pas communiquer sur la solidarité internationale. Dans le premier cas de figure, ce qui est mis en avant est une communication sur le projet et les journalistes entendent qu'il s'agit de communication institutionnelle. Dans le deuxième cas de figure, il s'agit de communiquer sur les expressions de la solidarité et donc sur un contenu, des enjeux plus parlants pour s'en faire l'écho que le cadrage institutionnel de la SSI. Ces éléments de définition d'un message sur le sens et pas sur le cadre sont cohérents avec l'analyse faite précédemment sur le message de la SSI.

³⁰ Il ne s'agit pas ici, d'entrer dans des considérations techniques sur la qualité « écologique » du papier recyclé, mais d'insister sur la cohérence de ce choix avec les objectifs de la SSI en terme de communication.

³¹ Extrait des termes de références de l'évaluation, p. 5

- ✓ Le travail de communication pour faire passer un message de fond est un travail au long cours qui ne peut être réalisé sur quelques semaines pendant la mise en œuvre de l'édition en cours. Ce travail doit être réalisé par un professionnel dont le réseau relationnel journalistique se construit et se développe tant au niveau national qu'au niveau régional (pour appuyer les acteurs en région). Il pourrait être la courroie de transmission entre la SSI et le monde des journalistes.

Construire une stratégie de communication dans la durée sur le message de la solidarité internationale avec des « services professionnels » associés à l'équipe opérationnelle de manière permanente pour sa mise en perspective.

Pertinence : points forts et faiblesses

Points forts

Un rendez vous annuel et d'envergure nationale confirmé par le nombre croissant d'animations et d'organiseurs.

Faiblesses

Un message flou difficilement communicable avec des valeurs de la solidarité internationale pas assez affichées,

Un lien encore timide entre les acteurs en région et le niveau national.

3 La cohérence des stratégies

3.1 La contextualisation du projet

3.1.1 Le postulat de départ

Les fondements du projet sont d'organiser une action commune aux organisations de solidarité internationale comme un **moyen** de toucher un public élargi. Le public élargi sous-tendu est le public non militant, par ailleurs dénommé « grand public ». C'est cette acception qui est retenue dans le rappel du postulat fondateur des termes de références de l'évaluation. « *Le postulat fondateur du projet est que la solidarité internationale n'est pas assez connue du grand public*³². »

Certains acteurs locaux notent leur difficulté à toucher un public plus large. Le caractère parfois trop « pointu » des thèmes des animations rend peu probable l'accès à un public non convaincu.

On peut relever à ce stade que, lors de l'enquête auprès des publics des animations (327 personnes) répartis dans 7 régions, le public présent aux manifestations était majoritairement non « militant » puisqu'une personne sur deux interrogée n'est pas engagée dans une association. On observe que des animations portées, soutenues par des municipalités et mises en œuvre dans des lieux ouverts (place en centre ville, salle des fêtes municipale...) favorisent l'accès au « grand public ».

3.1.2 L'évolution des objectifs

L'idée du « dire la solidarité » avait été définie lors des Assises de la coopération et de la solidarité internationale en 1997 de la façon suivante : « *Dire, c'est communiquer dans son acception la plus large ; c'est donc informer, sensibiliser, former ou éduquer à la solidarité internationale, parce que, et précisément concernant la solidarité le « dire » et le « faire » marchent ensemble*³³. »

Les objectifs à l'origine du projet formulés dans le document de demande de cofinancement de 1999 déclinent les formes du « dire la solidarité » à partir des dimensions de la démarche éducative : *informer pour comprendre et comprendre pour agir*.

Donner des outils qui permettent d'aider à mieux comprendre le monde dans sa complexité ;

Favoriser la connaissance des pratiques existantes en matière de solidarité et de coopération internationale ;

Tracer des ***pistes d'actions*** individuelles permettant d'exercer au quotidien, sa solidarité avec les pays les plus pauvres (acheter équitable, faire du tourisme profitable aux populations visitées, signer des appels pour la défense des droits économiques et sociaux, etc³⁴.)

³² Extrait des termes de références de l'évaluation, p. 15

³³ Extrait du livre blanc des assises de la coopération et de la solidarité internationale, 1997, p. 54

³⁴ Extrait des termes de références de l'évaluation, p. 4

Dans les précisions apportées dans la charte du projet (dernière mise à jour avril 2003), les objectifs posent les contours du cadre de la SSI : valoriser les actions en favorisant des dynamiques partenariales locales pour informer sur les enjeux de la solidarité.

La charte recommande fortement de ne pas recourir à « *des clichés misérabilistes* », ce qui ne peut être un objectif en soi ; sinon à réaffirmer que la notion de solidarité ne peut se réduire à la notion d'aide.

Ces objectifs sont toujours ceux poursuivis par la SSI. L'utilisation de l'approche « cadre logique » nous semble importante pour transformer les objectifs de la SSI en résultats attendus. Un travail de déclinaison de ces objectifs en activités à mettre en œuvre et en résultats attendus rendrait plus cohérente la logique d'intervention. La logique du projet programmée sur plusieurs années et découlant d'une stratégie globale ouvrirait la possibilité d'introduire un suivi – évaluation des résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés.

3.2 La place des différentes campagnes

3.2.1 La cohérence avec les autres campagnes au niveau national

En 2002, les 7 campagnes d'EAD (la quinzaine du Commerce Equitable, la campagne « Sécurité alimentaire partout et pour tous », la SSI, le programme « Acteurs Solidaires », la campagne « Demain le monde », le Collectif de l'éthique sur l'étiquette, et le Programme Terre d'Avenir) se sont réunies dans le but d'avancer en complémentarité et de façon cohérente sur l'EAD. Le projet d'une Plate-forme EAD SI a alors été mis en place, cette plate-forme prenant la suite du Programme Terre d'Avenir³⁵. La SSI fait partie de la plate-forme.

La plate-forme EAD et SI

Ses visées :

- ✓ *renforcer le travail de coordination du milieu de l'EAD SI, lui donner plus de cohérence et de visibilité, le doter d'une instance de représentation ayant la capacité de se positionner et de porter des revendications*
- ✓ *élargir la démarche de mutualisation des savoir – faire entre acteurs pour renforcer leur compétence*

Ses groupes de travail :

- ✓ *lobbying*
- ✓ *synergie inter – campagnes d'EAD SI*
- ✓ *échange et valorisation des expériences, outils et compétences*
- ✓ *formation des acteurs*

Extrait de l'annexe 1 de la demande de cofinancement de la plate-forme EAD SI

3.2.2 Les autres campagnes au niveau des régions

Les acteurs locaux perçoivent les différentes campagnes comme autant d'occasions de relancer la sensibilisation aux actions de solidarité. En fonction des actions qu'ils mènent et de leur sensibilité, ils choisissent l'un ou l'autre angle.

³⁵ Couramment appelé PTA

Comme indiqué dans l'analyse des thématiques, les campagnes le plus porteuses sont celles du développement durable et du commerce équitable. La thématique de l'éthique sur l'étiquette est souvent présente dans les animations, même si elle ne fait pas l'objet d'un affichage spécifique.

La spécificité de la SSI est bien de permettre, lors d'un rendez vous unique et sous un label commun, le rassemblement de ces campagnes dans le champ de la solidarité internationale. La SSI est la seule opération qui peut mobiliser l'ensemble des forces militantes quelques soient les thématiques sur lesquelles elles travaillent.

Les acteurs locaux lors du bilan de la SSI 2003 ont confirmé leur souhait de ne pas retenir de thématique spécifique (60% des réponses) pour la SSI.

La cohérence inter campagnes EAD SI est un des enjeux de la plate-forme. Cette cohérence porte sur la mise en commun et la valorisation des savoirs et des savoirs faire de chaque campagne. Une réflexion de fond sur la problématique de visibilité et de relation entre les campagnes et les médias pourrait faire l'objet d'un chantier dans le groupe « synergie inter – campagnes d'EAD SI ».

3.3 Les stratégies de développement des partenariats

Le développement de dynamiques partenariales inscrit dans la charte de la SSI en est le deuxième objectif opérationnel : *« mobiliser l'ensemble des acteurs investis sur le champ de la solidarité internationale et leurs partenaires afin que ceux-ci réalisent des animations pour les publics ciblés »*.

L'enquête de terrain relève que la SSI favorise fortement le partenariat, la synergie et la structuration entre acteurs locaux (associations, municipalités, entreprises, établissements d'enseignement, établissements culturels). Le dispositif « coup de pouce » favorise la mise en œuvre de cet objectif en l'introduisant comme un des critères d'octroi du « coup de pouce ».

On peut relever le différentiel entre l'implication des OSIM³⁶ qui participent ou mettent en œuvre des animations dans le cadre de la SSI et leur non représentation au Comité de pilotage nationale en 2003. Les OSIM ne sont pas distinguées des ASI dans les représentations quantitatives des types d'organisations participant à l'opération. Ce type d'organisation relativement bien représentée au cours de la première édition dans les instances nationales a disparu de ces instances malgré les invitations qui leur ont été faites. La présence de ces organisations au sein de la coordination nationale semble fondamentale pour qu'elles se fassent l'écho de l'investissement des OSIM en région et que l'interculturalité soit introduite comme un élément important du message de la solidarité internationale. Le thème des rencontres interculturelles est le plus fréquent des animations dans le cadre de la SSI.

3.3.1 Le renouvellement du milieu

L'élargissement de la participation à la SSI se traduit également par l'arrivée de nouvelles associations ; l'observation des manifestations fait en particulier ressortir deux voies de renouvellement,

- ✓ Le voyage à l'étranger est souvent l'occasion de rencontres qui interpellent fortement leurs participants et provoquent au retour la création d'une association pour maintenir les relations établies au cours de ces rencontres.

³⁶ Organisation de solidarité issue de l'immigration

- ✓ Des jeunes sensibilisés aux thèmes du développement durable, des droits humains s'impliquent dans la SSI pour organiser une manifestation. C'est parfois l'occasion pour eux de pérenniser leur action à travers une structure associative, plutôt que de rejoindre une association existante, souvent animée par des gens plus âgés ou ils auraient plus de difficultés à s'insérer.

La SSI est l'occasion pour les collectifs locaux comme pour l'équipe de la SSI d'insérer ces primo arrivants dans un réseau qui leur propose un espace de réflexion pour faire progresser leur démarche et un soutien logistique. Ce n'est pas toujours facile, d'autant que ces démarches se font souvent très proches du calendrier de la SSI, particulièrement pour les étudiants qui commencent leur année universitaire un mois avant la SSI.

Les dynamiques partenariales au niveau local sont indiscutables. L'ouverture de la SSI aux autres acteurs de la société, initiée en 2001 par l'élargissement de la diffusion de l'information et non reconduite en 2003, doit être réintégrée dans une stratégie à long terme et cohérente avec les publics - cibles de la SSI.

3.4 Les stratégies d'information et de communication

3.4.1 Six ans d'histoire

Il est intéressant pour commencer cette étude de suivre l'évolution des documents de communication papier sur la période 1998 – 2003.

- 1998 Plaquette « publics », 4 pages deux couleurs (création d'un logo).
- 1999 Plaquette « publics », dépliant six volets (création d'un nouveau logo)
Affiche.
- 2000 Plaquette « publics », 8 pages quadri (création d'un nouveau logo par appel d'offre à 10 graphistes)
Tracts
Plaquette Organisez une action (interne).
- 2001 Plaquette « publics », 8 pages quadri (même logo)
Tracts
Plaquette Organisez une action (interne)
Cahier de présentation et outils pratiques (interne)
Livret coup de pouce (interne).
- 2002 Plaquette « publics », 8 pages quadri (même logo)
Affiches
Plaquette Organisez une action (interne).
Cahier de présentation et outils pratiques (interne)
Livret Coup de pouce (interne)
Plaquette Comm'UNE Planète (interne)
- 2003 Plaquette « publics », 8 volets quadri (création d'un nouveau logo)
Affiches (trois formats)
Plaquette organisez une action (interne)
Cahier de présentation et outils pratiques (interne).

Les outils d'information, d'animation du réseau et de communication externe ont évolué constamment tant dans les contenus que dans les visuels.

Ce perpétuel changement ne permet pas de fixer l'opération dans la mémoire des publics et gêne l'appropriation des visuels par les acteurs locaux (même si beaucoup d'entre eux ont apposé le logo sur leurs outils locaux). Les couleurs et le logo ont changé au moins à deux reprises.

La variabilité du nombre et de la typologie des supports rend peu lisible la continuité de l'action, les organisateurs ont du mal à retrouver le fil conducteur de documents dont le nombre et la destination changent chaque année, comme cela apparaît dans le tableau suivant. La variation des éléments graphiques d'une année sur l'autre, voire entre deux supports diffusés ensemble la même année, brouille l'image.

On constate que le nombre de documents produits a considérablement évolué. Cela est bien sûr lié au succès de la SSI et à la volonté d'élaborer une gamme efficace tant pour la communication interne que pour la communication externe.

De ce point de vue il est intéressant de constater que les documents « internes » se sont multipliés en 2001³⁷ et 2002 puis que leur nombre s'est réduit en 2003. L'orientation vers une simplification et une réduction des outils de communication interne pourrait être renforcée par le maintien d'un seul outil d'animation, « le cahier pratique » et la carte postale pour une mobilisation au-delà des acteurs déjà inscrits dans le rendez vous de la SSI. Il est souhaitable de déterminer la typologie des visuels associée à leur charte graphique³⁸ et de s'y tenir d'une année sur l'autre.

Communication interne	1 998	1 999	2 000	2 001	2 002	2003
Plaquette Organisez une action			oui	oui	oui	oui
Cahier de présentation et outils pratiques				oui	oui	oui
Livrets coup de pouce				oui	oui	
Plaquette Comm'UNE Planète					oui	
Communication externe						
Plaquettes "publics"	oui	oui	oui	oui	oui	oui
Affiches 30x40		oui			oui	oui
40x60					oui	oui
60x80						oui
Tracts			oui	oui		

3.4.2 La cohérence entre les outils

En terme de communication externe la complémentarité entre l'affiche et la plaquette est forte, l'abandon du tract correspondant souvent au fait que ces derniers sont en général directement réalisés par les partenaires locaux.

Il est dommage que le « cahier pratique », dans une dominante verte, n'ait pas en 2003 suivi le principe graphique d'une dominante orange.

On voit moins l'intérêt de redonder l'information vers des partenaires locaux entre un document d'appel « organisez une action » et le cahier pratique. D'autant que, le 1^{er} niveau d'information est souvent réalisé par les acteurs locaux organisés en collectifs.

³⁷ Dernière année de progression des subventions publiques avant la stagnation et la diminution.

³⁸ Voir point sur les principes des outils

Un seul document, le cahier pratique, diffusé à temps devrait répondre à leur demande, quitte à inciter les collectifs à faire une première opération de sensibilisation auprès des nouveaux partenaires, ce qu'ils font en général déjà.

Cette idée d'utiliser une carte postale comme document de communication léger pour de nouveaux partenaires, ou pour faire connaître la SSI à un public plus large pourrait être conservée, associée à la plaquette et aux affiches, lors des prochaines SSI. Elle pourrait être jointe au cahier pratique pour leur permettre la demande de nouveaux supports. Elle serait alors rediffusée par les collectifs lors de la première opération de sensibilisation.

Il est proposé de ne garder que le « cahier pratique » pour les acteurs locaux et d'y joindre les cartes postales pour une diffusion locale. La charte graphique devra être simplifiée pour en augmenter l'impact et être utilisée sur tous les documents produits par la SSI.

3.5 La cohérence des stratégies de communication - médias

3.5.1 Des actions média avec l'ensemble des partenaires

La communication de la SSI pourrait être mieux articulée avec des initiatives prises dans son environnement immédiat pour en améliorer l'impact. Ce qui suppose un travail de réflexion et la définition de cibles prioritaires pour engager des actions communes au-delà de l'annualité de l'opération.

3.5.1.1 Le HCCI

Le Haut Conseil de la coopération internationale a reçu mandat de sensibiliser l'opinion publique aux enjeux de la coopération internationale pour le développement.

Dans ce cadre il a proposé d'établir un état des lieux des réalisations des divers acteurs en matière de sensibilisation de l'opinion publique : associations, collectivités territoriales, confédérations syndicales..., cet état des lieux fournissant une base de réflexion pour une journée d'échange sur les complémentarités possibles et souhaitables entre les divers acteurs.

Le HCCI organise par ailleurs des actions spécifiques de communication, par exemple : autour de la remise des prix de la coopération internationale. Il envisage en particulier la production d'une série télévisée de programmes courts (deux séries de 26 portraits) visant à valoriser les actions de solidarité internationale (cf. la série « Talents de vie » - produite par Auchan et diffusée sur France 2 après le JT de 20 h.- ou la série « Un cœur qui bat » produite par les Entreprises du médicament).

Il n'est pas certain aujourd'hui que cette opération se réalise, les contacts avec France-Télévision n'en sont qu'au début, mais il serait souhaitable, si l'opération se fait, qu'il y ait une articulation entre la SSI et le HCCI à cet égard. L'idéal serait que les premiers programmes courts puissent être diffusés au moment de la SSI 2004, ou que cette diffusion soit, au minimum, annoncée au moment de la Semaine. De plus ces programmes courts, s'ils sont réalisés, pourraient être mis sur DVD pour être diffusés en local dans différentes manifestations, dont celle de la SSI.

Il pourrait également y avoir un rapprochement des dates pour la remise des prix de la Coopération internationale au moment de la SSI. Pour la SSI, décerner le prix dans les dates de l'opération aurait un impact de visibilité et le HCCI bénéficierait de l'effet amplificateur de la SSI.

Le HCCI, enfin, incite les collectivités territoriales (régions, départements, villes) à communiquer davantage sur leur action internationale au moment de la SSI. Il contribue aussi largement à l'organisation de la Semaine de la Solidarité internationale à l'Université qui se tient également cette troisième semaine de novembre.

3.5.1.2 Un service de presse en commun³⁹

Les fonctions d'attaché de presse que chacune des campagnes ne peut financer que ce soit en interne, ou sous traité à une entreprise de communication qui s'engage sur la durée, pourrait être pris en charge par l'ensemble des campagnes. La Plate-forme EAD SI récemment mise en place pourrait coordonner la réflexion et la faisabilité d'un service de presse inter campagnes. Cette réflexion commune serait au **service de la cohérence** entre les différentes campagnes qui la composent en mettant au travail une problématique de médiatisation nationale que connaisse toutes les campagnes. La cohérence porte ici sur :

- ✓ La complémentarité des formes et modèles d'éducation au développement et de solidarité internationale à communiquer,
- ✓ Le renforcement des actions de lobby porté par le groupe de travail idoine.

Les résultats de cette réflexion commune sur les stratégies médias à développer pourraient être restitués par la plate forme EAD SI au groupe de travail sur la communication au sein du HCCI et y trouver des modalités de mises en œuvre et de financement.

3.5.2 De nouvelles orientations en 2003, vers une communication institutionnelle

En 2003 le Comité de pilotage a confirmé l'orientation vers une communication institutionnelle (via les pouvoirs publics), orientation qui avait été amorcée en 2002.

Quelques résultats de la communication institutionnelle en 2003 :

- ✓ Ministère de l'éducation et MAE via leurs services de communication : lien sur leurs sites et articles auprès des consulats, ambassades et information aux fonctionnaires en interne,
- ✓ Service Inter Gouvernemental – SIG – qui dépend de la primature : lien sur leur site et liste de contacts presse,
- ✓ HCCI : remise du prix de la Coopération Internationale prévue au cours de la SSI mais remis dans le cadre du FSE,
- ✓ Association des départements : article et lien sur leur site Internet,
- ✓ Association des maires de France : article dans leur journal,
- ✓ Allocution de Bernard Stasi (CUF) lors d'un congrès au Sénat,
- ✓ Dossiers de presse diffusés à l'Assemblée Nationale.

La stratégie de communication institutionnelle initiée en 2003 devrait être maintenue. Elle sert aussi de lisibilité aux partenaires institutionnels.

³⁹ C'est une des propositions faites par l'atelier « dire la solidarité » aux Assises de la Solidarité et la Coopération Internationales en 1997.

Cohérence : points forts et faiblesses

Points forts

Créatrice de synergies et de partenariats locaux et régionaux,

Ouverte sur d'autres milieux que ceux directement impliqués dans la solidarité internationale,

Faiblesses

Des outils d'information, d'animation et de communication trop nombreux et complexes.

La communication de la SSI pourrait être mieux articulée avec des initiatives prises dans son environnement immédiat pour en améliorer l'impact.

Efficacité des actions menées

4.1 Les animations en région

4.1.1 La Semaine un rendez vous annuel d'envergure nationale

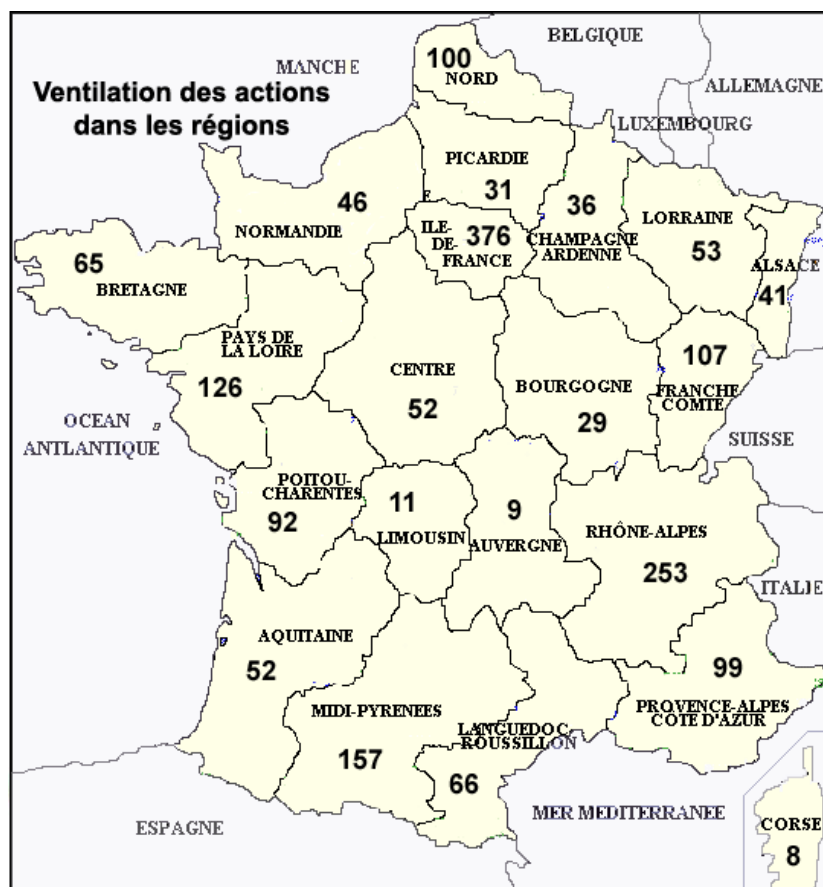
La participation à la SSI donne un poids institutionnel au niveau local et permet d'inscrire des actions en local au niveau d'un événement national. Cette affirmation est un des bénéfices majeurs de la SSI pour 15 sur les 23 acteurs locaux interviewés.

« La SSI est un affichage important qui nous rend plus solidaire de ce qui se passe ailleurs, à travers la France » (Mairie en Rhône Alpes).

L'opération en local est un rendez vous pris d'une année sur l'autre (6 acteurs locaux sur 23 le disent). « Le fait que la SSI existe et que nous sommes tenus par une date et une échéance. Ca nous donne un cadre et allège le travail de coordination » (Comité de Jumelage région parisienne)... « A priori, la Semaine est un RDV à prendre » (lycée, première participation à la Semaine).

« La SSI donne pour la majorité des structures, une visibilité locale et une reconnaissance nationale de leurs actions. Elles la considèrent comme un « coup de projecteur ». Elle sert à faire connaître les actions permanentes et les structures » (extrait des entretiens téléphoniques auprès de 14 acteurs locaux dans le bilan de la Semaine 2002)

4.1.2 La ventilation sur le terrain

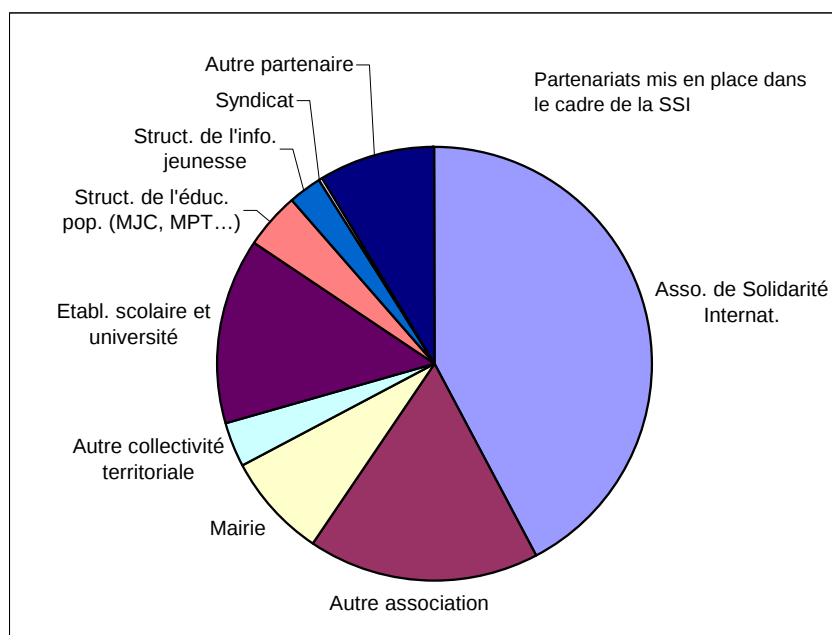


Si toutes les régions sont concernées, certaines sont nettement plus dynamiques, le volume d'activité dans chaque région est à rapprocher du volume des partenariats, liés à la vitalité des collectifs, comme en Franche Comté, en Aquitaine ; au poids de l'intervention des collectivités locales comme à Nantes ou Lyon ; à la densité du tissu associatif local comme dans le Nord.

La région Ile de France n'a pas développé de coordination régionale comme on peut en retrouver en Franche Comté, à Lyon, à Marseille... On peut dire que l'Ile de France avec des centres multiples paralyse le travail de synergie, l'offre d'animations étant trop importante et trop éclatée pour faciliter des regroupements. On peut également noter que la présence des sièges des différents réseaux et la forte imbrication entre pilotage national et action locale rend très difficile toute recherche de synergie. Monter ensemble une animation dans le cadre de la SSI serait une première expérience de travail ensemble en Ile de France. Cette 1^{ère} opération pourrait rester d'envergure modeste, pour en élargir l'impact ensuite, au vu de l'évaluation de ce projet pilote.

Les centres RITIMO d'Ile de France ont réalisé en 2003 avec des financements de la Région une enquête sur les animations en Ile de France. Le résultat de ce travail de recensement, édité sur une plaquette a été diffusé à 20 000 exemplaires. Le travail des centres RITIMO n'était pas prévu pour aller au-delà de l'exploitation de cette enquête ; il n'a pas débouché sur une réflexion prospective pour l'organisation de partenariats autour d'actions communes.

4.1.3 L'évolution des partenariats



Le travail en partenariat est un des acquis importants de la SSI, les associations à travers la SSI comme à travers les autres campagnes qui leur sont proposées ont appris à s'organiser pour monter ensemble des opérations d'éducation au développement.⁴⁰

Si les associations représentent 60% des partenaires, les collectivités locales en représentent près de

12%. Ce chiffre sous-estime en fait leur poids, le nombre de collectivités impliquées est à rapprocher du nombre de communes concernées par la SSI, plusieurs actions pouvant se passer dans la même commune.

⁴⁰ Typologie et chiffres présentés dans le graphique joint sont issus des bilans retournés à la SSI en février 2004, à partir des questionnaires réalisés par la coordination nationale de la SSI.

Sur les 329 communes où des animations ont été organisées, les municipalités se sont impliquées dans les $\frac{3}{4}$ des cas⁴¹. Si l'on comptabilise uniquement les villes de plus de 100 000 habitants, ce sont 32 villes sur 37 qui ont accueilli la SSI. Les collectivités locales ont participé à son organisation dans 25 villes sur les 32. La participation des collectivités locales est un des leviers importants pour diffuser le message de la solidarité au-delà du cercle des militants de la SSI.

La participation des syndicats, structures d'éducation populaire est encore marginale, mais devrait se développer. La tendance actuelle va vers le rapprochement de ces mouvements qui oeuvrent tous dans une perspective citoyenne. Leur participation cette année aux forums sociaux traduit des évolutions de fond dont l'impact devrait se faire sentir au niveau local.

La participation d'institutions tournées vers les jeunes⁴² est à mettre en relation avec la forte participation des tranches d'âge de 15 à 25 ans telle qu'elle a été relevée lors de l'enquête menée lors des manifestations. La participation des écoles Pigier dans un certain nombre de villes relève de la même dynamique.

4.1.3.1 Au niveau local

Les collectifs régionaux structurent localement les partenariats entre organisations de statuts divers, selon des modes d'implication différenciés. Au 1^{er} niveau, ils rassemblent et rediffusent l'information des acteurs de la région (Collectif CODES en région PACA ou RADSI en Aquitaine). Au niveau le plus abouti, ils développent un réseau régional avec Comité de pilotage régional, rencontres régulières pour programmer des actions coordonnées et en tirer un bilan annuel utilisé pour améliorer le dispositif l'année suivante (Coordination Franche Comté).

Une implication plus forte des acteurs en région dans la coordination nationale devrait permettre de renforcer leur rôle en fonction des réalités historiques et géographiques et de faciliter les échanges d'expériences entre collectifs régionaux. Certains ont réussi à développer un dispositif régional intéressant, probablement lié aux traditions associatives locales. Ces expériences profiteraient sans doute à d'autres collectifs régionaux pour améliorer leurs modes de fonctionnement.

4.1.4 Ventilation des manifestations par thème

Si la Semaine est multi-thèmes, on voit se dégager des thèmes plus porteurs, ils correspondent à l'évolution des idées et des engagements en terme de solidarité internationale. Les 4 thèmes dominants sont :

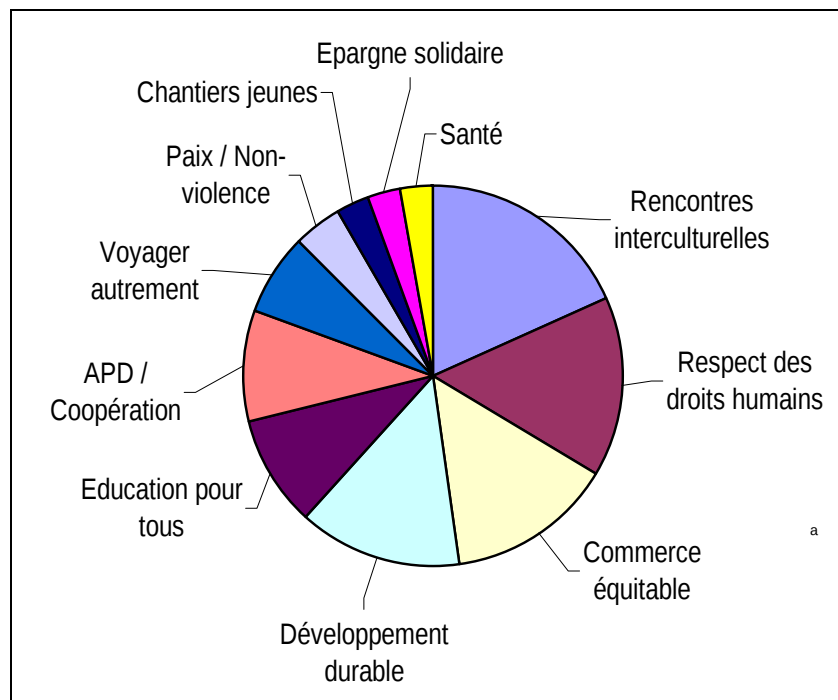
- ✓ Thématique interculturelle
- ✓ Respect des droits humains
- ✓ Développement durable
- ✓ Commerce équitable

Les regroupements les plus fréquents se font entre

- ✓ Thématique interculturelle et respect des droits humains
- ✓ Développement durable et commerce équitable

⁴¹ Plusieurs animations peuvent se situer dans la même commune, la liste des communes concernée est extraite de la base de données.

⁴² Etablissements scolaires et universitaires, structures d'information jeunesse.



La thématique interculturelle (19%) est le 1^{er} thème retenu pour les animations, il rejoint les thèmes de la lutte contre le racisme. Faire connaître la réalité des cultures du Sud à travers expositions, contes, théâtre, musique, films est souvent le mode d'animation retenu par les organisateurs. Cette démarche est parfois poursuivie par des débats sur l'interculturel : rencontre entre personnes issues de cultures différentes, ou par des échanges de savoirs associés à une mise en situation de dialogues interculturels. Comme le signale le rapport Evalua, « les frontières entre l'éducation au développement et l'éducation à la tolérance interculturelle au sein de nos sociétés sont fluides ». La relation interculturelle avec la participation d'associations d'immigrés n'est pas actuellement identifiée de manière claire dans les actions (une opération de ce type a été montée par les étudiants de l'IUT de Bordeaux). Cette faible interaction est sans doute à relier avec la faible représentation de têtes de réseaux d'OSIM au sein du Comité de pilotage national.

Le respect des droits humains (15%) rejoint la dynamique paix et liberté elle aussi très portée par les forums sociaux et le mouvement alter mondialiste. Pour Bernard Pinaud, « On est passé de la réponse aux besoins fondamentaux à l'accès aux droits fondamentaux, et donc à une inflexion du discours politique de manière convergente dans toutes les familles de pensée. Du coup la mission de plaidoyer / lobbying est concomitante avec l'éducation au développement et l'appui au projets du Sud ». Ces actions se déclinent en animations sur la défense des droits des enfants ; la lutte contre toutes les formes d'oppression, des paysans sans terre aux peuples opprimés ou aux mouvements pour la défense des droits des femmes. Ces actions prennent la forme de conférences, témoignages. Toutes les formes d'expression artistiques : cinéma, théâtre musique sont sollicitées pour l'animer.

Le développement durable (14%) est un thème qui sensibilise fortement les militants, même si ce thème est parfois utilisé de manière « attrape tout », depuis le sommet de la terre de Rio en 1992, confirmé au sommet de Johannesburg en 2002.

Il se focalise sur la prise de conscience : « *nous habitons la même terre en étroite interdépendance entre les hommes et leur environnement, ce qui implique d'en préserver les ressources pour le présent et le futur* »⁴³.

Cette thématique est parfois reliée à des actions portées par les collectivités locales autour du recyclage des déchets, ou de la sauvegarde environnementale. Leurs organisateurs cherchent parfois des modes d'animation plus participatifs de type : jeu de rôle, relais de campagnes de presse, collecte de cartouches usagées.

Le thème du commerce équitable situé dans une perspective humaniste⁴⁴ est privilégié par les organisateurs au même niveau que le précédent porté par les réflexions pour une autre mondialisation. Il est souvent associé à des actions qui visent des changements de comportement. Les publics peuvent ainsi contribuer à cette action en achetant des produits du commerce équitable, se faire plaisir avec des produits à l'esthétique séduisante, agir en relation directe avec des producteurs. L'aspect très concret et relativement facile à mettre en œuvre de ces animations, grâce au soutien des boutiques Artisans du Monde, fait le succès de cette thématique. Mais, elle est aussi un support pour une remise en cause plus politique. « *Il ne s'agit plus de remédier à un déséquilibre constaté dans la société ou de protéger un équilibre jugé menacé, mais plutôt de créer un autre mode d'organisation de la société* »⁴⁵

Cette ventilation entre thématiques ne doit pas laisser penser à une dispersion pour les raisons suivantes

- ✓ Au niveau global, « *On assiste à un rapprochement entre les organismes de défense des droits de l'homme, de développement durable, et de solidarité internationale. Les problèmes sont perçus dans leur globalité même si chacun part de son point de vue spécifique* » (B. Pinaud).
- ✓ Au niveau local, les organisateurs jouent souvent sur plusieurs thématiques et associent de fait développement durable, défense des droits humains avec un stand de commerce équitable.
- ✓ Les outils d'animation sont souvent transversaux par rapport aux thématiques annoncées, que ce soit des tables rondes, des manifestations artistiques, ou les repas festifs qui font souvent levier pour attirer le public.

4.1.5 Les types d'animations et les visions de la solidarité

Au fil des visites, les évaluateurs transformés en journalistes se sont fait l'écho de quelques manifestations pour en dégager des « visions de la solidarité », et compléter, par des images « prises sur le vif », les données factuelles recueillies dans les documents de bilan ou les interviews des acteurs locaux.

⁴³ Le développement durable est une richesse fondée sur l'utilité sociale et sur des systèmes d'appropriation collective des biens et services essentiels. Le développement durable est un développement social, politique, écologique et démocratique. Il passe par les droits humains, la lutte contre les discriminations, la participation citoyenne, la solidarité entre les générations. A la dictature de la rationalité des marchés, nous opposons l'égalité d'accès aux droits fondamentaux et aux services essentiels (eau, énergie, éducation, transport, sécurité alimentaire, sécurité sociale), Gus Massiah lors de l'ouverture du sommet pour un autre monde à Annemasse du 29 au 31 mai 2003.

⁴⁴ Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine (article 2 de la déclaration des droits de l'homme en préambule sur le site <http://www.commerceequitable.org>).

⁴⁵ Cabinet Evalua - Rapport d'évaluation des actions d'éducation au développement cofinancées par le Ministère des affaires étrangères, 2003

Il pleut sur Besançon ce dimanche après midi de novembre. Au programme des activités, quoi de mieux qu'une séance de cinéma au « mégastore » de Valentin. Les films à l'affiche sont tous des superproductions, à l'exception d'une petite salle consacrée exclusivement à la projection des films du « Festival des cinémas d'Afrique ». Dans la progression pour accéder à la salle, un petit étalage propose des friandises issues du commerce équitable. Au programme cet après – midi là, des films documentaires dont les seuls titres auraient rebuté la

plupart des non avertis ou les non ressortissants du Cameroun : « les peuls M'boro du Nord Cameroun » et « les Bamiléké ». Surprise, à quelques minutes de l'ouverture de la séance en présence du réalisateur, la salle d'une centaine de places est quasiment pleine (mais pas de ressortissants de la communauté camerounaise de Besançon). Il y a bien sur des anciens coopérants du Cameroun en famille (sur trois générations !) mais aussi des voyageurs d'une autre « Afrique » (celle du Nord par exemple) etc... Certaines images sont assez

violentes. En tout cas d'une violence sans armes à feu, mais d'un réalisme auquel nos yeux de spectateurs occidentaux ne sont pas habitués. Des scènes de circoncision, mais aussi et surtout un rituel d'initiation des jeunes peuls appelé « bastonnade ». Les explications du réalisateur et l'échange avec le public en fin de projection a insisté sur la nécessité de ne pas porter un regard critique à partir de nos références socio – culturelles mais d'entrevoir ces pratiques dans un autre environnement social.

Ils sont venus raconter leur découverte ; celle d'un chantier au Sénégal dans lequel ils se sont faits maçons, terrassiers, jardiniers. Et puis le soir ils ont fait la fête avec ces jeunes si différents et pourtant si proches. Cela s'appelle « changer d'air », mais aussi, se découvrir responsables, citoyens ensemble de ce monde dont ils ont fait reculer les murs. Alors ils racontent leurs découvertes, au maire de Bassens et à ceux qui de Léo Lagrange, du RADSI, ou de leur famille sont venus les écouter. Ils disent comment à travers le voyage, ils ont appris à se prendre en charge.

Dimanche prochain, les photos, les paquets de café équitables, seront remballés mais ils se sentent mieux dans leurs baskets à Bassens. Des copains leur ont demandé s'ils étaient « en vacances » au Sénégal. Ils n'en sont pas si sûrs.

Les enfants du collège et du lycée de Boulogne sont accueillis dans la médiathèque par des photos de ce village du Sénégal. Ils ont participé à la construction de l'école, du jardin. Avec Francine Wallaert et son mari, ils

découvrent la vie quotidienne et les objets de là bas, étonnés, un peu perdus. Le goûter est l'occasion de reprendre pied dans leur quotidien à la périphérie de Boulogne sur mer, très loin de Keur Moussa dont les photos leur racontent l'histoire. Des adultes les rejoignent, élue en charge de l'animation culturelle de la ville, amis et co-animateurs d'associations locales, les jeunes sont un peu intimidés. Et puis, Marème raconte la vie de Fatou qui parlait avec les poissons, au bord du fleuve. Les regards brillent, les enfants de Dakar se sont invités à Boulogne sur mer. A travers l'histoire de Fatou, ils ont appris à parler ensemble.

A Savigny, pour cette semaine, c'est toute la ville qui s'est mise aux couleurs de la solidarité internationale. Pour les animateurs des services de la mairie, c'est faire leur travail de tous les jours, dans une perspective ouverte sur le monde. A l'entrée de la crèche, les parents qui accompagnent leurs enfants se voient proposer café et thés du commerce équitable. Le déjeuner est l'occasion pour des personnes âgées, un peu étonnées mais bientôt séduites de découvrir les saveurs du Sud. Pendant ce temps les enfants du centre aéré reconstituent les proverbes d'un jeu de Poie solidaire. Les jeunes en situation d'échec investissent la place de la mairie avec leurs bombes de peinture, solidaires de ces marginaux à l'autre bout du monde dont ils partagent la désespérance, et la volonté de construire

un monde plus juste. A l'entrée de la piscine, les sportifs découvrent que s'habiller chez les marchands d'articles de sport n'est pas un geste neutre. La mairie de Savigny, sous ses couleurs et celles de la SSI, a embarqué ses habitants dans la semaine de la Solidarité.

La richesse des animations en région tant sur le couplage des thèmes, des formes d'animation et des publics visés est réelle. Les acteurs locaux savent se saisir de thèmes précis pour mobiliser leurs publics. Sans chercher une harmonisation des modes de fonctionnement des coordinations en région, la SSI pourrait faciliter la définition des différents rôles à minima et la plus value apportée par l'association d'acteurs de différents types.

4.2 La Semaine et les pouvoirs publics

4.2.1 Au niveau national

Les pouvoirs publics voient le travail avec la société civile figurer dans leurs missions. Cet appel au travail avec la société civile est omniprésent dans le rapport annuel 2002 de la DGCID. Cette relation est malgré tout ambiguë comme le note le rapport Evalua : « *Sans que cette préoccupation soit clairement affichée, le ministère s'inquiète des effets de son soutien aux actions d'éducation au développement sur le contenu de sa politique de coopération avec les pays du sud : en initiant le public aux questions de coopération, à la place que la France tient dans ce domaine, en informant, en faisant réfléchir et en faisant débattre sur le sens et l'efficacité de la coopération (tant en ce qui concerne l'action des États que celle des groupes locaux et des individus), le ministère renforce les capacités de contre-pouvoir de la société civile.* »

Le HCCI⁴⁶ est une instance consultative placée auprès du Premier ministre, pour favoriser une concertation régulière entre les différents acteurs de la coopération et de la solidarité internationale et pour sensibiliser l'opinion publique aux enjeux de cette coopération. Dans le cadre de sa mission, il nous semble la structure la plus appropriée pour poser la problématique globale de l'Education au Développement, telle qu'elle a été évoquée au cours des entretiens ou lors de la séance de restitution. Cette concertation interministérielle se ferait en lien avec la Commission Coopération Développement qui relance un groupe de travail plus opérationnel « Education au développement ». La participation plus spécifique des pouvoirs publics à la SSI prend les formes suivantes.

4.2.1.1 Une participation au Comité de pilotage

Les pouvoirs publics sont directement impliqués dans la SSI, à travers des bureaux spécifiques, qui tous participent au Comité de pilotage de la SSI ; la relation de la SSI avec les administrations qui la soutiennent est donc une relation directe, elles sont partenaires de la définition des orientations de la SSI au niveau du Comité de pilotage. Mais le niveau de cette implication est très lié aux personnes en charge du dossier de la SSI dans chaque administration.

La MCNG

Pour la MCNG plus particulièrement en charge de la coopération non gouvernementale

« *Toutes les actions que la SSI promeut et valorise répondent collectivement*

- ✓ *à des préoccupations, portées par les ASI et les pouvoirs publics (ministères et collectivités locales),*
- ✓ *à des enjeux politiques en matière de relations Nord/Sud.*

Porter à la connaissance des publics visés ces enjeux est le rôle de la SSI. Cette meilleure visibilité rendrait peut-être l'événement plus attractif pour les grands médias... »

⁴⁶ Voir aussi § 3.5.1.1

Les attentes du MAE rejoignent la réflexion sur le message véhiculé par la SSI. Pour la MCNG⁴⁷, « la SSI devrait mettre en avant les enjeux politiques forts en liens avec les problèmes de migrations, de commerce, de sécurité, la responsabilité sociale des entreprises. La présentation de la SSI est trop timorée par rapport aux enjeux en cause. Les enjeux de la solidarité internationale touchent aux points clés de l'évolution de la société française, il reste à les définir comme des enjeux politiques forts ». La MCNG souhaite voir émerger un discours politique cohérent, l'image donnée au public en serait plus claire.

Pour la MCNG, la présentation est trop similaire d'une année à l'autre. La SSI pourrait lancer des chantiers et se donner des défis à relever en fonction de cibles à définir sur une campagne, formation des enseignants, implication des collectivités locales, etc ... Cette priorisation introduirait plus de cohérence et renouvellerait un discours trop similaire d'une année à l'autre.

Le Ministère de l'Agriculture

« Educagri⁴⁸ a la responsabilité des former des jeunes conscients des enjeux environnementaux sociaux économiques du monde d'aujourd'hui. Les jeunes de l'enseignement agricole ont besoin d'une action concrète, ce que la SSI permet de monter.⁴⁹ » ; Mais le changement de la personne en charge de ce dossier a rendu plus difficile l'évaluation de sa participation à la SSI.

Au Ministère de l'Éducation nationale

L'éducation au développement est considérée comme une priorité par le représentant de ce Ministère au Comité de pilotage de la SSI⁵⁰. Elle est inscrite tous les ans au Bulletin officiel de l'éducation nationale pour rappeler aux recteurs d'académie les objectifs du Ministère en matière d'éducation au développement et à la solidarité internationale. Le bureau des institutions multilatérales et de la Francophonie représentait jusqu'à ce jour le MEN au Comité de pilotage ; cette situation pourrait évoluer du fait de remaniements internes liés à des restrictions budgétaires.

4.2.1.2 Ils participent au financement de la SSI

Avec près de 40% des financements, le ministère des Affaires étrangères est le 1^{er} bailleur de fonds de la SSI. Le MAE soutient cette action depuis 1999, il a doublé sa contribution passant de 91 000 € en 1999 à 180 000 € en 2004. Dans un contexte de restrictions budgétaires, ceci marque l'intérêt que porte le MAE à cette initiative. La poursuite des activités de la SSI est donc très dépendante de ce financement.

Cette augmentation compense en partie, l'arrêt des financements de la DIESES⁵¹ (convention triennale annulée la dernière année), du FNDVA ou la diminution d'autres financements publics, il est vrai moins conséquents, comme celui du Ministère de l'Éducation nationale, dont la subvention, de l'ordre de 15 244 € a baissé entre 2001 et 2002, pour rester au même niveau en 2003.

⁴⁷ Mission pour la Coopération Non Gouvernementale au Ministère des Affaires étrangères

⁴⁸ Au Bureau de la Coopération internationale de la Direction Générale de l'Enseignement et de la Recherche du Ministère de l'Agriculture.

⁴⁹ Interview menée au Ministère de l'Agriculture le 19 février 2004, (cf Circulaire DGER S/D FOPDAC n° 2001 portant sur les orientations et actions prioritaires pour la mission de coopération internationale de l'enseignement agricole).

⁵⁰ Direction des Relations internationales et de la Coopération, bureau des Institutions multilatérales et de la Francophonie.

⁵¹ Délégation Interministérielle à l'économie sociale et à l'Innovation solidaire.

4.2.1.3 Ils sont parfois têtes de réseau pour des animations locales

Au Ministère de l'éducation nationale, l'information sur la SSI est diffusée par les canaux officiels au délégué « Relations internationales » de chaque académie, un envoi en parallèle est fait par mail aux établissements d'enseignement.

Un dispositif analogue est mis en place pour les lycées agricoles par le Ministère de l'Agriculture. C'est donc entre autres, par ce biais que l'ensemble de la communauté éducative est théoriquement touché par ces messages pour participer à la SSI.

4.2.2 Au niveau local

4.2.2.1 Les collectivités territoriales

Leur représentant au Comité de pilotage est CUF, Cités Unies France. « *Cités Unies France a pour mission d'accompagner les collectivités locales dans leurs démarches de coopération décentralisée* ». La solidarité internationale est l'un des engagements des collectivités locales sur lesquels CUF répond à leurs attentes. La coopération décentralisée manque de visibilité et la SSI leur en donne. CUF participe au Comité de pilotage et au Comité d'animation, afin de suivre les évolutions de la solidarité internationale, faire valoir le point de vue des collectivités locales et servir d'interface entre collectivités locales et ASI.

CUF joue également par rapport à la SSI, un rôle de tête de réseau. Il tient ses adhérents informés de la SSI par mail, sur le site Web de CUF, par des articles dans la lettre d'infos. Il assure également des formations auxquelles il invite la SSI pour faire connaître ses possibilités de mobilisation, ses modes d'emploi, les pièges à éviter pour monter une animation. Il donne par téléphone des renseignements et renvoie sur les regroupements régionaux des acteurs de la solidarité internationale⁵² pour des partenariats de terrain. Un de ses buts est alors de faire mieux connaître le milieu de la solidarité internationale et ses enjeux, avoir un effet démultiplicateur sur les actions menées et donner un coup de projecteur pour leur assurer une meilleure visibilité.

Des partenariats ont également été montés avec les conseils régionaux d'Ile de France ou de l'Essonne par exemple pour financer des « coups de pouce » au niveau régional, ou faciliter les synergies entre ces actions, comme cela a été pratiqué en Ile de France.

4.2.2.2 Les collectifs régionaux

D'autre part, deux collectifs régionaux participent au Comité de pilotage. Nous avons précédemment fait des propositions pour une meilleure participation des collectifs régionaux dans les instances de décision de la SSI. Nous analyserons également ce rôle à partir de l'exemple du CERCOOP, Centre de Ressources sur la Coopération décentralisée. Cette expérience très performante de travail en réseau en Franche Comté peut servir de « modèle » pour mettre en place une concertation dans d'autres régions, ou transformer des tentatives de concertation. Il perçoit sa mission autour des actions pour développer la coopération internationale et la solidarité internationale dans la région, coordonner la médiatisation de la SSI en région, en faisant partie de la coordination nationale. La SSI doit servir aussi à influencer sur les politiques des élus locaux. Pour lui, l'enjeu est double :

⁵² Voir le répertoire des acteurs de la solidarité internationale réalisé par le réseau RITIMO, page 52

- ✓ Développer une plus grande implication des collectivités locales et des partenariats financiers. Les collectivités locales jouent un rôle essentiel en terme d'impact local, leur participation est un facteur majeur pour toucher un public élargi et accroître l'impact médiatique des animations.
Cet effet amplificateur s'explique facilement par le volume des moyens mis en œuvre, tant pour la mise à disposition de lieux centraux, que pour leur appui logistique, ou l'accès aux médias locaux.
- ✓ Faire que les associations soient des interlocuteurs de poids vis à vis des collectivités locales, ce qui compte tenu du décalage entre les moyens des associations et ceux des collectivités peut se révéler un problème majeur pour le milieu associatif.

Dans certains cas comme à Nantes, ou Bassens, les collectivités locales co-organisent la manifestation. A Savigny le Temple, la Mairie a été l'opérateur direct de la SSI.

4.2.2.3 La relation ASI Collectivités locales n'est pas simple

Par leur différence de statut : la commune est un espace public, les ASI relèvent d'un statut privé, certaines associations ont une base militante solide, d'autres ne représentent pas grand-chose. La solidarité internationale est la raison d'être de l'ASI, pour la collectivité locale, c'est un petit bout de son activité. Certaines collectivités délèguent à des associations, d'autres font elles mêmes. Les municipalités sont élues sur un programme, les ASI demandent d'intégrer leurs propres priorités dans l'activité de solidarité internationale ; d'où la nécessité de négocier, mais les ASI ont peur d'être récupérées par des collectivités locales aux moyens plus importants surtout si elles reposent sur des bases militantes faibles. La couleur politique et les affinités personnelles jouent un rôle dans cette négociation.

Point positif de la participation des pouvoirs publics à la SSI : ne pas laisser le souci de solidarité dans l'espace associatif et donc privé. L'éducation à la solidarité vise des changements individuels, mais aussi porte sur les politiques à l'œuvre dans ce domaine au niveau local, national et bien évidemment sur l'aide publique au développement de la France.

Point négatif : Les changements de stratégie en fonction des sensibilités politiques provoquent parfois des tensions dont les effets peuvent être déstabilisants pour le milieu associatif.

4.3 L'efficacité des outils de la coordination

En application des objectifs définis pour les outils de communication, on tirera ici des conclusions pratiques.

4.3.1 Les outils à destination des partenaires locaux

4.3.1.1 Les supports de communication interne

La plaquette organisez une action, (4 volets dont un prédécoupé, format 10,5 x 29,8 cm, R°V° quadri.) est conçue comme un appel à participer à la SSI, diffusée aux partenaires locaux par le biais de leurs collectifs, elle comporte deux cartes postales, dont une pour demander à recevoir la Semaine mode d'emploi,

Point forts : Le format, induit par la taille des cartes postales, est original.

Points faibles : Le message et la mise en page sont confus. Le papier choisi n'est pas recyclé.

Il est proposé après l'étude de la cohérence entre les supports de supprimer ce dernier afin de conserver un seul support vers les partenaires, le cahier pratique.

L'analyse de sa diffusion (19 000 exemplaires), dépasse très largement le public de partenaires qu'il est censé toucher ; elle devient en quelque sorte une plaquette publique redondante avec la plaquette « publics ».

Elle pourrait être remplacée par une simple carte postale, qui diffusée avec le cahier pratique aux acteurs locaux serait un support pour leur promotion vers les partenaires potentiels avec lesquels ils sont en contact ; d'autant plus que ces nouveaux partenaires peuvent trouver sur le site Web toutes les réponses à leurs questions, avant de recevoir le cahier pratique, envoyé à leur demande grâce à la carte postale.

Le cahier pratique (chemise à rabat format 22 x 31 cm, couverture quadri, intérieur noir, 17 pages) propose un cadrage général et la charte des actions de la SSI, puis récapitule tout ce dont les pôles organisateurs peuvent avoir besoin pour lancer une action, informations sur les campagnes, les centres d'information RITIMO, outils pédagogiques disponibles via le Programme Terre d'avenir, outils d'animation et de communication, modalités pour l'obtention d'un « coup de pouce ».

Points forts : L'utilisation du noir et blanc pour les pages intérieures qui permet de ne pas faire trop « riche » a surtout été envisagée pour en faciliter la reprographie. La chemise permet de ranger des documents annexes. La mise en page est claire et attractive.

Points faibles : Le logo de la campagne n'est pas mis en valeur, le visuel est confus, la couleur dominante (verte) n'est pas cohérente avec les autres documents, le papier choisi n'est pas recyclé, ce qui n'est pas cohérent avec l'image que veut donner la SSI, vers un public sensibilisé aux thématiques du développement durable.

4.3.1.2 Les outils pédagogiques

La Semaine s'appuie sur le Programme Terre d'avenir pour la recherche et l'utilisation d'outils pédagogiques. A partir d'un formulaire de recherche portant sur les thèmes, publics cibles, nature du support, etc. ...Ce dernier propose des fiches descriptives d'outils pédagogiques, avec l'adresse des centres RITIMO où il est possible de les emprunter. De même une base d'échanges d'expériences présente des actions d'éducation au développement et à la solidarité internationale. Les acteurs locaux à la recherche d'idées ou d'outils pédagogiques sont invités à consulter ce site.

En retour, après la Semaine, ils reçoivent une fiche d'expériences à retourner avec le bilan de leurs actions à l'équipe de la SSI.

Lors de l'évaluation de ce programme menée en 2001 par l'équipe de consultants FORS – action sociale⁵³, les conclusions suivantes en avaient été tirées. Les fiches d'outils pédagogiques comme les recueils d'expériences, permettaient bien de connaître les outils existants. Mais pour le passage à une utilisation opérationnelle, il y manquait des éléments d'évaluation pour en préciser les conditions d'usage. L'appropriation de ces outils restait pour les évaluateurs une question ouverte.

« Le passage d'une utilisation théorique à une utilisation plus pratique de ces outils nécessiterait sans doute, au-delà d'une plus grande diversité et donc d'un plus grand nombre d'expériences répertoriées, une présentation non seulement plus attractive, mais également plus opérationnelle ». En fait le travail documentaire réalisé est un support pour un travail d'animation qui reste à assurer autour de ces outils. Leur consultation est une première étape pour, à travers des contacts plus personnalisés, s'approprier ces outils.

⁵³ Catherine Froissart, Christophe Robert.- Rapport d'évaluation du programme terre d'Avenir. Décembre 2001

A partir de mars 2004, ce programme est intégré dans la Plate-forme EAD SI qui reprend les outils mis en place par le Programme Terre d'Avenir au niveau de sa dimension « appuis méthodologiques ».

Le Programme Terre d'Avenir

Le Programme Terre d'Avenir est une plate forme permanente de rencontre et d'échange ouverte à tous les acteurs de l'éducation au développement. Il a pour objectifs :

- ✓ *D'améliorer la portée et l'efficacité des actions menées dans ce domaine.*
- ✓ *De s'informer sur ce qui se fait en Education au Développement et découvrir des compétences et des savoir-faire utiles pour sa propre pratique.*
- ✓ *De communiquer ses expériences pour qu'elles servent à d'autres, mutualiser ses outils pédagogiques et prendre le temps de la réflexion et de l'évaluation.*
- ✓ *De confronter les idées et les analyses sur les notions d'éducation à la citoyenneté internationale.*

Le programme Terre d'avenir propose 3 outils :

- ✓ *Une base de données d'échanges d'expériences contenant 300 fiches présentant des actions d'éducation à la solidarité internationale et permettant de susciter des initiatives novatrices.*
- ✓ *Une base de données d'outils pédagogiques comportant plus de 900 fiches présentant des outils (vidéos, expositions...) pour différents types de public afin d'animer des actions éducatives, de se former sur une problématique concernant la solidarité Nord/Sud ou de susciter un débat public.*
- ✓ *Des rencontres échanges avec des partenaires du Sud et européens ainsi que des formations méthodologiques ou thématiques.*

Les bases de données sont consultables sur le site Internet ou au siège du Programme et dans les centres RITIMO. Des extraits de ces bases sont publiés sous forme de sélections d'outils pédagogiques ou de recueils d'expériences.

4.3.1.3 Le dispositif « Coup de pouce »

Les « coups de pouce » correspondent à un coup de pouce financier de 200 à 1000 euros, la contrepartie de ce « coup de pouce » correspond aux critères suivants :

- ✓ Le respect de la charte,
- ✓ Le multi partenariat, afin de favoriser les synergies au niveau local,
- ✓ La visibilité avec l'édition de programmes, tracts, et de contacts avec les médias locaux.

Les bénéficiaires de coups de pouces s'engagent à apposer le logo de la Semaine sur leurs documents de promotion et à envoyer un compte rendu, qui conditionne le versement de la dernière tranche du coup de pouce.

Au niveau des financements, en 2002 et 2003, le Conseil général de l'Essonne et le Conseil régional d'Ile de France ont cofinancé la coordination nationale pour le dispositif « coup de pouce » sur le territoire de leur collectivité. Le 28 février 2003, le Comité d'animation a envisagé de solliciter l'ensemble des régions pour participer financièrement à ce dispositif ; sa gestion pourrait alors en être délocalisée au niveau des régions.⁵⁴

Sur 163 dossiers de candidature, 137 dossiers ont été attribués en 2003, contre 169 bénéficiaires pour 217 candidatures en 2002, 91 candidatures en 2001 et 80 en 2000.

⁵⁴ Le dispositif « coup de pouce » est pour l'instant géré par l'équipe nationale.

Dans les sites d'animation visités par les évaluatrices et bénéficiaires de « coups de pouce » ; l'ensemble des animateurs interviewés soulignent l'importance du « coup de pouce » pour :

- ✓ La reconnaissance de la qualité de leur travail et l'aspect labellisation apporté par l'attribution d'un « coup de pouce »
- ✓ Réaliser tracts, programmes et plus généralement améliorer l'impact médiatique de leurs actions
- ✓ La crédibilité que ce « coup de pouce » leur donne au niveau régional ; dans certains cas il a joué un rôle non négligeable pour décrocher des compléments de financement locaux ; il les crédibilise également vis-à-vis des médias locaux.

4.3.2 Les outils d'information à destination des publics

La plaquette « publics » (dépliant 4 volets, format 15 x 21 cm, quadri.) avec une accroche en forme de questions propose une réflexion sur les exigences de la solidarité, explicite les modes d'engagement, avec pour chacune un site Internet contact et présente la SSI.

Point forts : Mise en page intérieure claire et efficace qui utilise à bon escient les renvois sur Internet. Les logos des soutiens sont bien répartis entre partenaires institutionnels, partenaires entreprises et membres du Comité de pilotage.

Points faibles : Visuel de une, papier non recyclé.

Les affiches réalisées en trois formats (trois formats 30 x 40, 40 x 60, 60 x 80 cm, quadri recto) rappellent le titre, les dates et le visuel de la campagne, ainsi que la liste des partenaires, un espace y est laissé libre pour permettre à chaque pôle organisateur d'écrire son propre programme.

Point forts : La diversité des formats, l'espace laissé pour une personnalisation éventuelle.

Points faibles : Visuel confus, mise en valeur des logotypes institutionnels et entreprises alors que les autres partenaires y apparaissent sous la forme de liste, papier non recyclé. L'espace laissé libre aux organisateurs pour y insérer leur programme a souvent été jugé insuffisant par ces derniers.

En 2000 et 2001, des **tracts** avaient été réalisés. Leur fabrication a été remplacée à partir de 2002 par celle des affiches, la fabrication de tracts est le plus souvent réalisée au niveau local.

4.3.2.1 Mise en valeur du logotype

Le logo de la SSI est utilisé comme visuel pour l'ensemble des documents sans aucune surcharge (ni visuel d'accompagnement, ni titre, ni sous titre). Comme cela est précisé sur le site Internet [<http://www.lasemaine.org/enpratique/outil.html>] le logo peut être agrandi ou réduit mais ses proportions (hauteur/largeur) doivent être respectées, selon le principe d'homothétie.

Les informations pratiques se limiteront aux dates de la SSI, à la mention des structures qui organisent les animations localement et, dans certains cas (Affiches, encart « publicitaire »...) à l'adresse du site Internet. La typographie utilisée pour ces mentions doit être unifiée, nous préconisons l'utilisation d'un caractère sans empattements, type Helvetica. Une typographie minuscule sera préférée aux lettres capitales, trop impérieuses.

Lorsqu'il est possible d'utiliser la couleur, le orange clair (Pantone 123U) peut être utilisé en fond de page (se référer à la page d'accueil du site Internet).

Pour des questions d'image, autant que pour des raisons d'éthique, il est recommandé d'utiliser du papier recyclé, de bonne tenue, mais sans caractère de prestige. Toutefois pour des questions techniques spécifiques telles que certaines reprographies motivant le choix de papiers spéciaux, des exceptions pourront être faites.

4.3.2.2 Éléments d'animation graphique des publications

Différents éléments d'animation graphique peuvent être utilisés à l'intérieur des documents de campagne :

- ✓ La mappemonde ne doit pas apparaître en « une » des documents mais peut être utilisée à l'intérieur d'une brochure ou d'un quatre pages. Il en va de même pour les silhouettes et les « effets matières » fréquemment utilisés dans les documents.
- ✓ Le slogan « Le monde bouge... et vous ? » a lui aussi toute sa place à l'intérieur d'un document. Il sera retravaillé pour être cohérent avec le Message de la SSI.
- ✓ Les mentions : N^{ème} édition, la reprise du titre « la semaine de la solidarité internationale », l'adresse du site Internet (dans la plupart des cas) seront utilisées autant que de besoins en dehors de la une.

4.3.3 L'efficacité du site Internet

Rien ne permet de différencier les informations à destination du public externe, de celles qui relèvent du fonctionnement interne de la SSI. Ce manque de lisibilité externe risque fort de décourager le visiteur qui cherche des réponses simples à ses questions et se retrouve perdu entre les partenariats de la SSI et l'organisation des coups de pouce. La rédaction des pages est bien adaptée à un public motivé qui sait déjà ce qu'il va chercher.

L'analyse du site a été faite en essayant de différencier les espaces destinés au public extérieur et ceux pour les partenaires de la SSI. Selon le tableau ci-dessous, environ la moitié des pages peut être utilisée avec profit par le public extérieur, moyennant quelques aménagements.

Pour un public externe, il manque de phrases d'accroches qui resituent sa recherche (pages *agir au quotidien* ou *espace presse* par exemple). La rédaction des pages à usage externe devrait être revue pour accrocher plus directement le public. Par exemple, l'espace « Visages de la solidarité » propose un détour par une page méthodologique avant de voir les visages et leur histoire, qui intéressent directement le visiteur. Cette bonne idée pourrait être d'avantage mise en valeur, associée aux textes sur le message de la solidarité internationale.

La mise à jour de la base de données du programme a posé de gros problèmes à la coordination nationale, en partie liés à la croissance exponentielle du nombre des animations. Les outils proposés pour une saisie directe des informations locales n'ont pas été utilisés, et il a fallu trouver rapidement quelqu'un pour les saisir à Paris⁵⁵. De plus, les informations précises de lieu et de dates n'étaient pas complètes ou à jour, comme on a pu le constater en montant les programmes de visite. Ceci alors que la plupart des organisateurs réalisent un programme papier de leurs animations.

⁵⁵ Un poste en CDD a dû être recruté pour en 6 semaines, pallier la défaillance des saisies locales.

Plan du site

Qu'est ce que c'est	Une semaine pour dire la solidarité	externe	interne
	Les acteurs		interne
	La charte		interne
	Fonctionnement		interne
	Un peu d'histoire		interne
	Bilan de la 5 ^{eme} édition		interne
	La semaine et l'Europe		interne
Les outils de la semaine	Le coup de pouce, qu'est ce que c'est		interne
	Le coup de pouce, comment ça marche		interne
	Attributions de Septembre		interne
	Les outils de la communication		interne
Organiser une action	L'union fait la force		interne
	Exemples de thématiques solidaires		interne
	Des campagnes et programmes à relayer		interne
	Trouver des outils		interne
Programme 2003	Programme 2003	externe	interne
	Inscrire ou modifier une action		interne
	Extraits 2002		interne
	Programme 2002		interne
Partenariats	Nos partenaires	externe	interne
	Soutenir la Semaine	externe	interne
	Remerciements	externe	interne
Lettre info			interne
Agir au quotidien	Participer à une campagne citoyenne	externe	interne
	S'informer	externe	interne
	Consommer responsable	externe	interne
	Adhérer à une association	externe	interne
	Partager ses compétences et son terr	externe	interne
	Epargner solidaire	externe	interne
	Voyager autrement	externe	interne
	Faire un don	externe	interne
Visages de la solidarité		externe	interne
Espace presse		externe	

Pour alléger le travail et avoir un site plus à jour, on propose les solutions suivantes :

Garder la base de données en insistant auprès des organisateurs pour qu'ils la mettent à jour en début de campagne avec des informations relativement pérennes, le titre de la manifestation (en insistant pour donner un titre significatif et accrocheur), les coordonnées de l'organisateur, les dates et lieux de la manifestation, la thématique dominante.

Le programme envoyé sur le site au format Word ou PDF, rédigé par les organisateurs, pourrait être lié à la fiche pour être consulté ; ce qui peut permettre d'en renvoyer un nouveau si nécessaire. En alternative, on pourra ultérieurement proposer un lien sur le site Web régional si ce dernier héberge la manifestation. Les programmes des régions et départements seraient comme aujourd'hui proposés en téléchargement sur le site de la SSI.

Comme avantages attendus de ce mode d'organisation on pourra éviter une double saisie des programmes, de toute façon saisis localement en traitement de texte et recueillir des programmes plus à jour par renvoi de leur dernière version, sans obliger les acteurs locaux à corriger la base de données, chaque fois que leur programme est modifié, alors que ces modifications de dernière minute sont le plus souvent inévitables.

Utiliser le site Web comme une interface avec les collectifs régionaux par la mise en ligne des comptes rendus (un espace de ce type a été développé sur le site du CRID) et un espace de discussion aux moments clés de la préparation et du suivi de la SSI. Il ne s'agit pas de créer un intranet, mais plutôt de proposer une espace bien identifié pour rassembler les informations nécessaires aux collectifs locaux, ce qui pour l'instant n'existe pas sur le site Web.

La lettre d'infos, diffusée à près de 1153 abonnés, est un outil essentiel pour cette relation avec les acteurs locaux. Il semble que la SSI ait su trouver le ton juste pour les informations pratiques ou les comptes rendus d'expériences que ces derniers souhaitent trouver auprès de la coordination nationale, associés à une présentation agréable à lire.

On propose donc de simplifier les outils à destination des acteurs locaux

Revoir l'exploitation des outils pédagogiques proposés en lien avec la PF EAD SI.

Pour le site Web, différencier clairement sur la page d'accueil un espace public qui propose les pages destinées au public extérieur ; revoir la rédaction des pages vers le public extérieur, en resituer rapidement la problématique, rendre plus concise, plus lisible et plus percutante leur rédaction.

4.4 L'efficacité de la médiatisation de l'opération

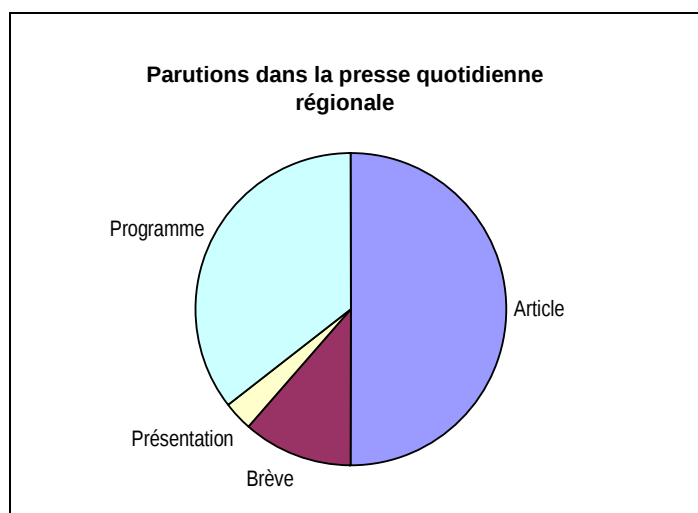
4.4.1 Evolution de la couverture médiatique

Si la progression de la couverture médiatique au niveau régional est importante ; au niveau national, la Semaine n'y trouve toujours pas un écho conséquent.

- ✓ *En 2001, 57 articles ont paru dans la presse nationale contre 400 dans la presse régionale*
- ✓ *En 2002, 38 articles ont paru dans la presse nationale contre 615 dans la presse régionale*
- ✓ *En 2003, 55 articles ont paru dans la presse nationale contre 513 dans la presse régionale*

4.4.2 La couverture médiatique au niveau local

Ces parutions correspondent le plus souvent à des articles de fonds sur la Solidarité internationale accompagnés d'interviews des organisateurs des manifestations couvertes. Les programmes des manifestations sont également largement diffusés par la PQR.



Les manifestations organisées par des jeunes scolaires et étudiants sont également bien couvertes par la PQR.

Les principaux titres de la presse quotidienne régionale relaient largement les manifestations de la SSI dans leurs colonnes. On constate également quelques insertions dans la presse sur Internet, ce qui pourrait être développé en 2004.



Les journaux mentionnés sur cette carte sont les titres de la PQR qui ont publié plus de 5 articles sur la SSI, d'après l'analyse de l'Argus de la presse.

4.4.3 Le problème de l'accès aux médias « nationaux »

Environ 55 articles sont parus dans la presse dite nationale, plusieurs raisons expliquent ce déficit de visibilité, souvent à l'ordre du jour des réunions du Comité de pilotage. Elles sont toutes liées et se renforcent les unes les autres.

- ✓ La nécessité de redéfinir un message plus clair et plus moderne, cette redéfinition réalisée à travers les vécus des militants au niveau local n'est pas faite au niveau national. L'absence de controverse sur ce thème et le peu de renouvellement de la réflexion proposé d'une année sur l'autre, expliquent en partie cette stagnation du nombre de parutions dans la presse nationale.
- ✓ L'affichage au niveau national d'une communication via les médias sur le projet de la Semaine et pas sur les solidarités qui sont à l'œuvre à travers la France. La focalisation sur un type de médias – presse pour un type de public, de lectorat a été plus efficace dans l'histoire des expériences de communication. *« Ce serait intéressant de travailler avec Bayard presse autour du journal Okapi : le but serait de faire participer les lecteurs à un concours par exemple et non pas de relayer une information institutionnelle »*. Des expériences réussies de ce type ont pu être analysées avec le représentant du MJER au Comité de pilotage, lors de l'entretien pour l'évaluation de la SSI le 27 février 2004.
- ✓ Les difficultés à déplacer des personnalités médiatiques pour défendre un message perçu comme flou, mais le message tout aussi flou du forum social européen a malgré tout fait un succès médiatique. Toutefois, l'histoire récente est pleine d'actions montées avec des personnalités connues dans des lieux centraux ayant fait un flop médiatique.
- ✓ Le déficit d'engagement des autorités politiques et tout particulièrement du Ministère des Affaires étrangères pour « porter » ce type de manifestation. Ce qui se traduit par l'absence de participation d'autorités politiques, ou des rendez vous annulés ; pas d'engagement sur le financement d'actions visibles du type de celles menées avec succès pour le fête de la musique.
- ✓ Le manque de visibilité des actions pour la région Ile de France, et le manque de relais pour diffuser ces actions faute d'un réseau de militants locaux. Mais il n'est pas sûr qu'une action montée en Ile de France se traduise par des retombées médiatiques, les médias politiques s'intéressant peu aux manifestations locales parisiennes.

L'analyse des médias, radio et TV est rendue plus difficile, par l'absence d'un équivalent fiable de l'Argus de la presse. Un partenariat avec l'EPRA, banque d'échanges de programmes radios en partenariat avec RFI, l'IMA et 110 radios associatives a permis de diffuser 3,20 heures d'émissions sur 12 radios, dont une heure pour la présentation de la SSI au niveau national.

A ce stade de l'existence de la SSI (6 ans) et de ses expériences multiples d'amélioration des résultats de ses efforts de communication nationale, l'élaboration d'une stratégie pluriannuelle de sa communication avec des choix d'orientation sur des lectorats, des types de médias, ... mais aussi et surtout de compétences par le biais d'un service presse abordé précédemment et d'un budget spécifique est inévitable pour toucher un public élargi.

4.5 L'efficacité institutionnelle de la Semaine

Les choix institutionnels semblent occuper une large place dans l'histoire de la SSI. On peut comprendre ce poids au vu de la complexité des relations entre acteurs à la fois partenaires et concurrents. Mais, force est de reconnaître que l'importance accordée à la mise en place de ce dispositif produit des lourdeurs de fonctionnement qui altèrent une réflexion de fond et à plus long terme les visées du projet au-delà des enjeux spécifiques des parties prenantes du projet.

La Semaine de la solidarité internationale dans la composition des instances de la coordination nationale fluctue entre deux bornes :

- ✓ Le souci de la représentativité qui amène à faire participer tous les types d'acteurs représentatifs au Comité de pilotage, donc des assemblées proches de 30 personnes, difficiles à mobiliser et à motiver sans une réflexion sur ses missions fondamentales et ses fréquences raisonnables de réunion ;
- ✓ le souci de l'opérationnalité réparti entre plusieurs instances (l'équipe opérationnelle, le Comité d'animation et dans certains cas les groupes de travail)

La Semaine a fait la preuve de son efficacité par une mobilisation croissante des acteurs en région et pas seulement des Associations de Solidarité internationale. Même si ces dernières sont encore les organisateurs majoritaires des animations, les collectivités territoriales et les établissements d'enseignement s'impliquent de plus en plus pour réaliser des animations dans le cadre de la Semaine.

Au niveau national, des membres non associatifs participent au Comité de pilotage (ex FSU ou FFMJC) ; par ailleurs des partenariats spécifiques ont été mis en place, par exemple avec le groupe Pigier.

La FSU – Fédération Syndicale Unitaire - participe au Comité de pilotage de la SSI depuis 2002 et motive son investissement par l'espace offert par la SSI pour réfléchir sur la question d'éducation à la citoyenneté qui fait partie des missions des enseignants de l'éducation nationale. La distorsion dans les missions et modes de fonctionnement des syndicats avec les ASI n'exclut pas les convergences d'actions dans les buts qu'ils ont à partager.	La FFMJC – Fédération Française des Maisons Jeunes et de la Culture – est présente au Comité de pilotage de la SSI depuis trois éditions. La FFMJC trouve dans la SSI un espace de travail sur l'EAD et de réflexion sur la signification des actions d'EAD qui est un des axes de travail de la mission relations internationales. La mobilisation des maisons de jeunes est tributaire des orientations de la direction de chaque MJC.	Le groupe PIGIER est partenaire financier de la SSI et impliqué dans la mise en œuvre d'animations à travers son réseau d'école à travers la France. La participation à cette semaine est fédératrice entre les enseignants et les élèves pour une action programmée en début d'année scolaire et qui ait du sens et s'inscrive dans les projets de formations des établissements.
--	--	--

Les principaux acquis institutionnels portent sur la participation de partenaires venus d'autres secteurs que ceux traditionnellement engagés dans la SSI. En ce sens, ces nouveaux acteurs sont l'expression que la solidarité internationale n'est pas l'exclusivité des ASI.

Effacité : points forts et faiblesses

Points forts

La seule opération qui peut mobiliser l'ensemble des forces militantes quelques soient les thématiques sur lesquelles elles travaillent,

Une couverture médiatique régionale forte et de plus en plus d'articles de fond,

Des animations dans toutes les régions de France et qui semblent touchées un public jeune et pas seulement militant,

Le dispositif « coup de pouce » comme outil de reconnaissance des animations en local,

La participation de partenaires d'autres secteurs que ceux de la solidarité internationale dont les pouvoirs publics.

Faiblesses

Un public informé mais ne trouvant pas systématiquement des pistes d'actions pour mettre en œuvre sa solidarité,

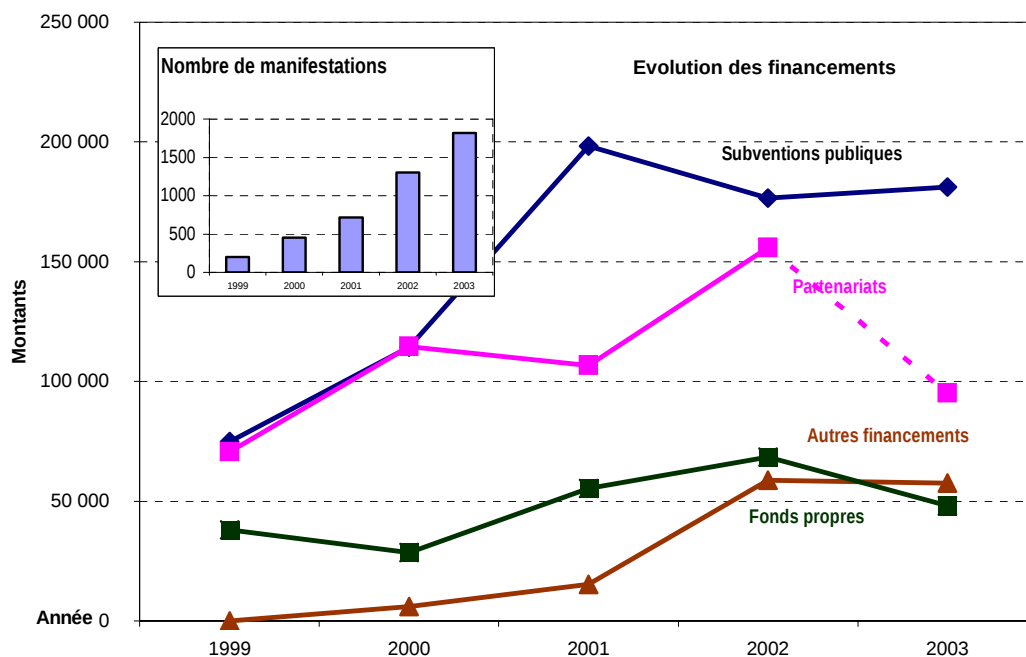
Une communication nationale avec peu d'impact,

Des outils d'information et d'animation trop denses et qui donnent une image brouillée.

L'efficacité de l'organisation du projet

5.1 L'évolution et la répartition des ressources et des bailleurs

La baisse des attributions de financement des pouvoirs publics aux ASI depuis quelques années, qui fait d'ailleurs l'objet d'une pétition lancée en mars 2004, affecte tout particulièrement le fonctionnement de la SSI au regard de son activité et de la mobilisation en région qui augmente. L'impact de cet accroissement d'activités n'est pas sans effet sur les besoins humains et financiers au niveau national.



Alors que le nombre d'animations est en croissance régulière, le volume des financements marque une nette tendance à la stagnation, voire à la régression depuis 2001 ; maintien, puis augmentation en 2003 des financements du Ministère des affaires étrangères, premier bailleur de fonds de la SSI avec près de 40% du montant, régression ou arrêt des subventions d'autres administrations.

La baisse des financements affichée par les partenariats est fictive, elle résulte d'une nouvelle donne dans la présentation des comptes qui en 2003, plafonne à 20% du montant total le volume des participations financières au niveau local ; en réalité la participation financière, en particulier celle des collectivités locales est probablement restée au moins égale en 2003 à celle de 2002.

Les fonds propres liés aux cotisations des membres, à la participation du CRID et aux ventes de documents se sont maintenus, mais ne compensent pas, loin s'en faut, la baisse des financements publics.

Le partenariat avec le CFIE, Comité d'information sur les entreprises, n'a pas donné les résultats escomptés. La convention entre le CFIE et le CRID (pour la SSI) a été annulée d'un commun accord devant le constat d'un calendrier trop court pour permettre des résultats concrets d'appui à la recherche de financements. Ce qui s'est traduit par une légère baisse des financements privés ; ils avaient augmenté de façon importante en 2002.

Au total, la SSI, malgré des efforts importants de diversification de ses ressources, reste très dépendante des financements publics. Cette dépendance et l'annualité de ces financements, liées au risque d'une remise en cause de leur principe ou d'une baisse de leurs montants sont une cause forte d'instabilité pour l'équipe en charge de la SSI. Même quand ils sont acquis pour l'année en cours, ils ne peuvent être engagés qu'une fois le versement assuré ; les risques de régulation budgétaire, postérieurement à leur attribution en rendent la réalisation toujours aléatoire.

Poursuivre la recherche de financements privés pour la SSI

Au niveau de la structure porteuse de la responsabilité financière – CRID - : équilibrer les apports français pour la SSI par des financements d'autres bailleurs notamment de l'union européenne sur la ligne « sensibilisation au public » (B7-6000).

Il reste que le CRID, comme les autres partenaires en charge des campagnes d'éducation au développement, mette les pouvoirs publics français en face de leurs responsabilités devant l'opinion publique ; comme le montre la campagne d'opinion de ces dernières semaines dans les médias associatifs.

5.2 L'efficacité du fonctionnement au niveau national

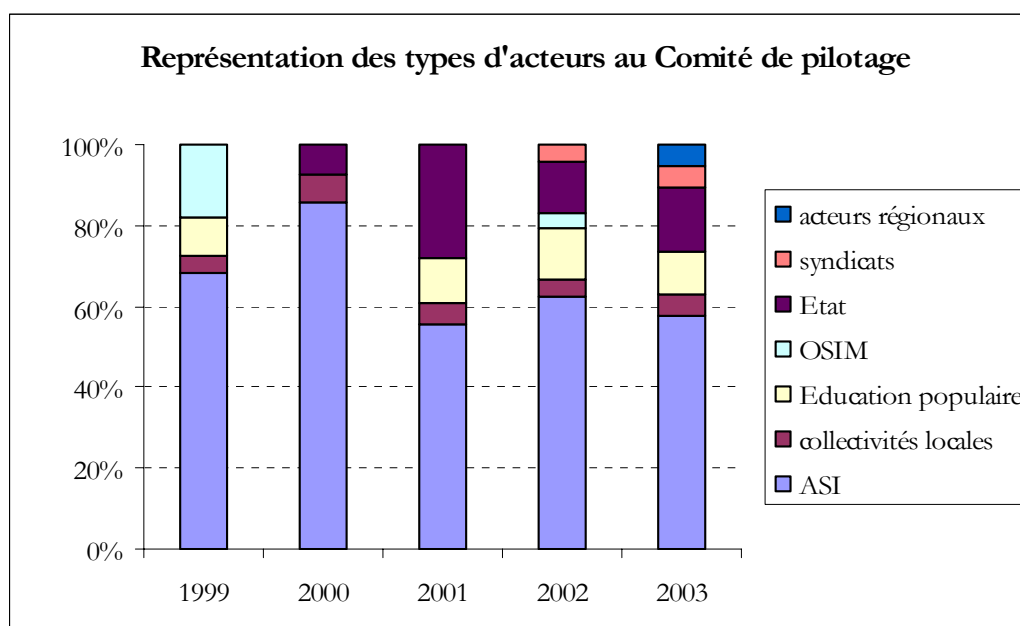
5.2.1 Les instances stratégiques de coordination au niveau national

5.2.2 Le Comité de pilotage au fil des éditions

Le Comité de pilotage a mandat de débattre et statuer les orientations stratégiques de la SSI. Cette instance a été mise en place depuis la deuxième édition – 1999 - sous sa forme « multi acteurs ». Il s'y exerce un principe de subsidiarité.

Le Comité de pilotage réunit différentes organisations concernées par la Solidarité internationale,

- ✓ Des ASI,
- ✓ Des collectivités territoriales,
- ✓ Des pouvoirs publics,
- ✓ Des structures de l'éducation populaire et de la vie associative,
- ✓ Des syndicats.



La représentation des ASI relativement importante (proportionnellement) au cours des éditions de 1999 et 2000 tend à se stabiliser ces trois dernières éditions. Les OSIM ont disparu des instances de coordination et notamment du Comité de pilotage.

La majorité des membres du Comité de pilotage sont aussi des têtes de réseaux. A ce titre :

- ✓ Ils diffusent l'information et les outils d'information et d'animation produits au niveau national auprès de leurs groupes locaux,
- ✓ Ils contribuent financièrement depuis 2002 au budget de la SSI. Cette contribution leur donne droit à l'affichage de leur logo sur tous les documents imprimés de la SSI.

La participation effective des membres du Comité de pilotage a été variable au fil des ans et ceci malgré l'introduction de procédures d'engagement (contribution financières, contrat d'engagement moral...). En 2003, sur une vingtaine d'invités au Comité de pilotage, seule une douzaine d'organisations étaient régulièrement présentes. Des raisons diverses sont évoquées pour justifier le retrait de certaines organisations au Comité de pilotage (IFAFE, CNAJEP...).

A partir de 2003 le Comité de pilotage « *délègue ses pouvoirs au Comité d'animation (validations et décisions nécessaires au montage et à l'avancée du projet conformément aux orientations qu'il a prises) et aux groupes de travail pour la mise en œuvre* »⁵⁶.

Un Comité de soutien de la SSI a été créé depuis l'édition 2003. Ses organisations apportent une contribution financière moins importante et apparaissent sans logo sur les documents de la SSI. Ils ont un statut d'observateurs aux séances de travail du Comité de pilotage.

5.2.2.1 Le Comité d'animation au fil des éditions

Le Comité d'animation est un groupe restreint composé de représentants du Comité de pilotage pour suivre la progression du projet et faciliter la prise de décision opérationnelle. Son rôle est de piloter la traduction opérationnelle des stratégies définies par le Comité de pilotage. Ses fréquences de réunion ont varié d'une édition sur l'autre ainsi que sa composition. Il a été mis en place pour la première fois en 2000. Le CRID est membre de droit de cette instance. Le Comité d'animation au cours de l'édition 2003 a accru son pouvoir décisionnel par rapport aux éditions précédentes.

5.2.2.2 Le collectif CRID

Le collectif CRID porte la SSI depuis sa création en 1998. Il est présent au Comité de pilotage de la SSI depuis sa création. Son investissement s'est accru progressivement à partir de 2002 (nouveau bureau, nouveau délégué général) ; année depuis laquelle il participe également au Comité d'animation par le biais du délégué général. Cette participation dans les deux instances stratégiques est motivée par une volonté de défendre le point de vue du CRID et éventuellement de trancher sur des décisions qui auraient des incidences fortes sur l'engagement du CRID (exemple : les décisions budgétaires). Rappelons que le CRID est responsable du projet sur les plans juridique, administratif et financier. « *L'interconnexion entre le CRID et la SSI est très forte. La SSI est un des instruments de la stratégie du CRID* ». (Bernard Pinaud)

⁵⁶ Texte aménagement de la coordination nationale 2003

5.2.3 Les instances opérationnelles de la coordination nationale

5.2.3.1 Les groupes de travail

Les premiers groupes de travail sont mis en place à partir de la troisième édition. Les thèmes des groupes sont proposés et validés par le Comité de pilotage. Les groupes sont constitués de membres du Comité de pilotage et de l'équipe opérationnelle qui s'y inscrivent volontairement et souhaitent participer à la thématique portée par le groupe. Ils peuvent accueillir des intervenants extérieurs (consultants, experts).

Les thématiques des groupes de travail sont opérationnelles et ils ont « un pouvoir de décision pour la mise en œuvre de certains aspects techniques du projet ». Attribuer un pouvoir direct de décision à des groupes de travail, qui habituellement sont plutôt des espaces d'études et de propositions, qui rendent compte aux instances de décision (en l'occurrence le Comité d'animation) paraît aux évaluatrices un mode de fonctionnement inhabituel.

Les groupes de travail ont un fonctionnement effectif et efficace proportionnel à l'investissement consenti des membres du Comité de pilotage. En 2003 pour les 3 groupes de travail constitués, l'équipe opérationnelle souligne que la charge de travail pour la préparation des séances, l'animation et la restitution est restée forte alors que les groupes ont eu du mal à fonctionner (peu de membres inscrits et peu d'assiduité).

5.2.3.2 L'équipe opérationnelle

L'équipe opérationnelle permanente est composée d'une coordinatrice de projet, d'un animateur des réseaux. Un(e) attaché(e) de presse et une webmestre⁵⁷ complètent l'équipe permanente quelques mois par an. Sa fonction est d'assurer l'animation, le suivi des groupes de travail, d'organiser les regroupements des comités de pilotage et d'animation. Elle est l'interlocuteur des acteurs locaux, en leur apportant des conseils pour la réalisation de leurs actions. Son implication dans les instances stratégiques de la coordination est nettement plus forte en pratique que ne le laissent indiquer les missions qui lui sont dévolues en « théorie ».

5.2.3.3 Les acteurs locaux

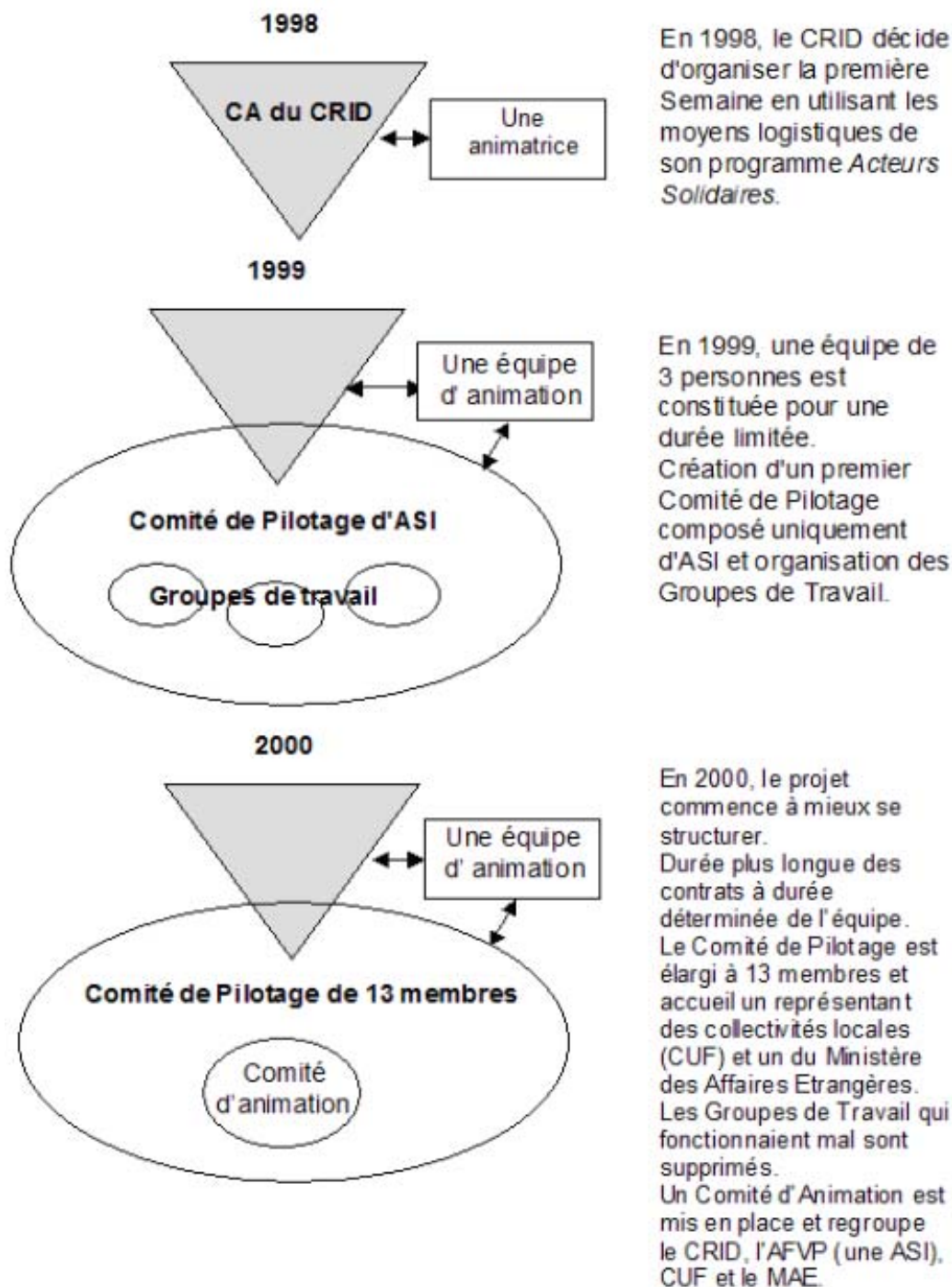
Les acteurs locaux sont pour certains d'entre eux représentés au Comité de pilotage par leurs têtes de réseaux, CCFD, RITIMO, CUF, FFMJC... En 2003 deux acteurs régionaux siègent au Comité de pilotage dont un dans le Comité de soutien.

La participation des acteurs locaux non membres d'un réseau national et celle des collectifs régionaux, serait plus efficiente avec la mise en place d'un dispositif de concertation par le biais de rencontres annuelles, entretenu en continu via le site Web.

Un travail de diagnostic organisationnel a été initié en 2003 et mérite d'être abouti dans ses propositions d'amélioration du fonctionnement pour articuler en cohérence et en efficacité les différentes instances de la coordination nationale.

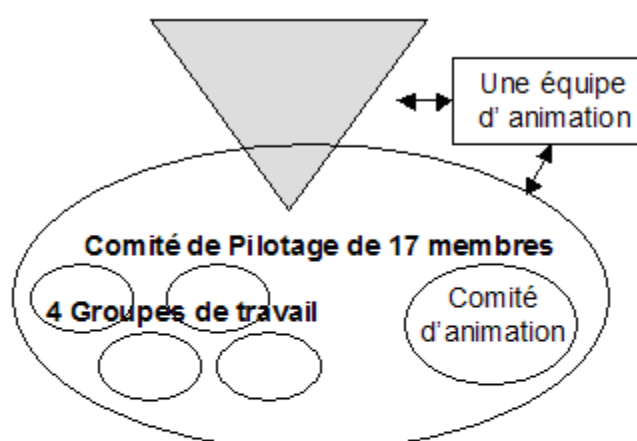
⁵⁷ En contrat avec la SSI depuis plusieurs années.

5.2.4 Schématisation des évolutions des différentes instances dans la coordination nationale⁵⁸



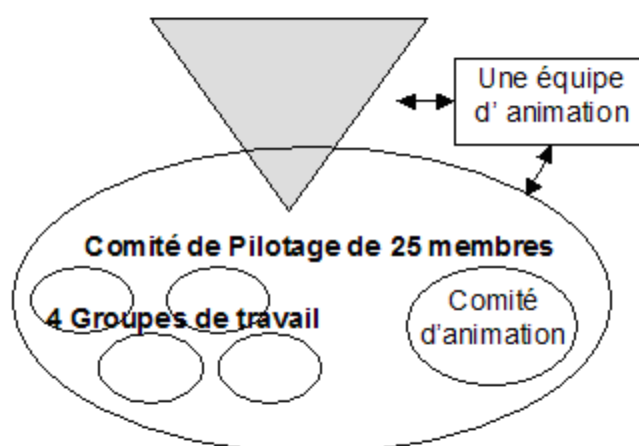
⁵⁸ Extrait du « Rapport d'intervention sur la Semaine de la solidarité internationale », Hervé Di Grégorio, Nov. 2003, p.60, 61

2001



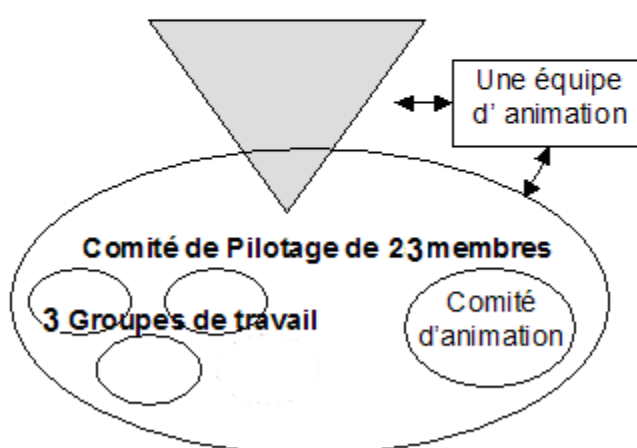
En 2001, le fonctionnement se consolide et se perfectionne. La coordinatrice est employée à plein temps. Le Comité de Pilotage est élargi à 17 membres dont deux représentants supplémentaires de l'Etat. Les quatre Groupes de Travail sont mis en place et sont mieux structurés. Le Comité d'Animation ne fonctionne pas.

2002



En 2002, l'équipe est étoffée par le recrutement à temps plein d'un assistant et la participation de plusieurs stagiaires. Le Comité de Pilotage est élargi à 25 membres pour accueillir plusieurs représentants de la société civile. Le Comité d'Animation est restructuré et regroupe une dizaine des membres les plus impliqués.

2003



En 2003, l'équipe est composée de la coordinatrice, de l'animateur réseaux-assistant à la coordination, d'un attaché de presse (4 mois CDD), et d'un Webmaster en prestataire externe

Le CP de 23 membres a réuni des Assemblées de Dizaines de représentants
Le CA est composé de 4 membres, CRID, SL, AFVP, CCFD (7 réunions)

5.2.5 Les interactions entre les instances stratégiques et opérationnelles et ses effets sur l'efficience

Le partage des responsabilités et la chaîne décisionnelle entre Comité de pilotage et Comité d'animation, équipe opérationnelle et groupes de travail est flou malgré un travail continu de perfectionnement et de clarification initié depuis l'édition 2000. Les textes de structuration de la coordination nationale ont été revus quasiment chaque année avec un effort de précision progressif mais réel basé sur la concertation entre les membres du Comité de pilotage. Deux comités de pilotage sur quatre en 2003 ont eu à l'ordre du jour « la structuration de la coordination nationale ». La chaîne décisionnelle se précise pour chaque instance. Mais les missions ont encore besoin d'être précisées. Les répercussions sont multiples.

- ✓ Les stratégies à long terme et les enjeux de la solidarité internationale ne sont pas travaillés dans les instances actuelles,
- ✓ Les actions lancées au cours d'une édition et prévues comme pérennes ne sont pas forcément reconduites l'édition suivante sans qu'aucune explicitation écrite soit donnée (par exemple : la non reconduction de la rencontre annuelle des acteurs locaux en 2000),
- ✓ L'équipe opérationnelle se trouve dans une relation hiérarchique bicéphale et assume des rôles qui ne relèvent pas de ses missions (par exemple l'animation du Comité de pilotage),

On peut proposer les pistes de réflexion suivantes.

- ✓ Le Comité de pilotage comme une assemblée générale définit les grandes orientations et mandate le Comité d'animation pour la mise en œuvre,
- ✓ Le Comité d'animation, à l'instar d'un conseil d'administration, a un rôle de décideur. Ses décisions doivent être effectives et ne peuvent être remises en causes par exemple par le Comité de pilotage qui lui a délégué ce rôle,
- ✓ Les groupes de travail n'ont pas à être des instances opérationnelles mais à donner des avis techniques au Comité d'animation. Dans la situation actuelle, les décideurs du Comité de pilotage sont aussi les opérateurs techniques, au niveau des groupes de travail.
- ✓ Les différentes instances devraient avoir une présidence propre qui les anime et l'équipe opérationnelle en serait le rapporteur.

5.2.6 Tension dans les missions de la Coordination nationale : entre animateur d'une opération d'EAD et communicateur

L'éducation au développement propose une démarche dont les visées sont d'ordre politique (transformation des rapports Nord – Sud, lobby auprès des élus...) ; pédagogique (apprentissage des formes de solidarité qui vont de l'information jusqu'à la mise en acte d'une appropriation des connaissances) ; et de communication (les modes de transmissions des savoirs et des informations sont multiples et corrélés aux publics visés).

Les objectifs de la SSI rejoignent ceux de l'Education au développement. La SSI a été créée pour « Dire » la solidarité que mettent en œuvre les acteurs en région. Dire au sens de le faire savoir et on entre là dans une mission de communication de la SSI.

La tension entre ces deux pôles est forte et des arbitrages doivent régulièrement être pris pour en définir les priorités. L'articulation de ces deux pôles est indispensable pour que la SSI ne se limite pas un « haut parleur » mais participe également par sa forte capacité de mobilisation d'acteurs locaux aux changements de comportements individuels et collectifs attendus d'une action d'éducation au développement.

5.3 L'évaluation dans la coordination nationale

5.3.1 Les avancées du groupe de travail « évaluation »

Le groupe évaluation a été mis en place par le Comité de pilotage 2001 et il avait travaillé sur l'élaboration du questionnaire à destination des acteurs locaux. En 2002 il a été reconduit et le groupe a opté pour un travail de réflexion sur les modes d'évaluation adéquats pour le projet et les questions évaluatives du projet.

Les premiers travaux du groupe exposés au conseil d'administration du CRID ont mis en relief que certains objectifs spécifiques de la SSI n'étaient pas traités ou difficilement atteints.

Le groupe a réfléchi sur « quoi évaluer » et a réaffirmé la double mission de la SSI : animer et communiquer.

Le point commun retenu par le groupe sur cette double mission porte sur la visibilité. Le travail initié par le groupe révèle une progression dans le questionnement sur le sens (la signification) de la SSI et procède de l'auto - évaluation. Le groupe de travail évaluation est le seul groupe dont l'objet porte plus sur un processus réflexif et au long cours que sur un besoin de résultats dans le temps de l'année en cours.

Ses membres sont volontaires et deux d'entre eux ne sont pas représentés au Comité de pilotage (PTA⁵⁹ et RED⁶⁰). L'équipe opérationnelle qui anime les autres groupes de travail est dans ce groupe un participant au même titre que les autres.

En 2003 le groupe n'a pas tenu de séances de travail. Il a participé au Comité d'animation pour lui restituer les travaux préparatoires de l'évaluation externe (élaboration des termes de références). Le groupe a constitué le comité de suivi de cette évaluation (séances de régulation avec l'équipe d'évaluation externe).

5.3.2 Les outils d'évaluation existants

Depuis la deuxième édition de l'opération, la coordination nationale produit un bilan de la Semaine. Ces bilans rendent compte des modes d'organisation au niveau national, de la mission d'animation (analyse quantitative et évolution des acteurs, animations, bilan des coups de pouce...), du site Internet et de la médiatisation et proposent les pistes d'orientation pour l'édition suivante. Un bilan « à chaud » est élaboré dans les premières semaines qui suivent la fin de l'opération. C'est une photographie synthétique et quantifiée des premiers éléments d'appréciation de la réalisation et de ses résultats.

Les outils utilisés pour le recueil des données qui permettent la réalisation du bilan annuel sont :

- ✓ Un questionnaire à remplir par les acteurs locaux après l'édition (les taux de renvois de questionnaires avoisinent généralement les 40%, ce qui est un bon taux de retour),

⁵⁹ Le Programme Terre d'Avenir

⁶⁰ Réseau d'éducation au Développement de l'enseignement privé agricole (EDUCAGRI)

- ✓ Un guide d'entretien semi directif a été réalisé et passé par téléphone auprès d'un échantillon d'organismes locaux en 2002 mais non reconduit en 2003,
- ✓ Un bilan détaillé des actions des organismes locaux bénéficiaires d'un coup de pouce (condition sine qua non pour recevoir la dernière tranche de financement),
- ✓ L'analyse de la base de données « programmes »,
- ✓ Un bilan de l'argus presse et du travail réalisé par le chargé de communication pour l'édition en cours,
- ✓ Un bilan du site Internet réalisé par la Webmaster après chaque édition.

L'analyse de l'ensemble de ces outils permet une photographie de ce qu'a été la SSI pour l'édition en cours à posteriori de sa réalisation avec un accent un peu plus qualitatif de l'étude du discours des acteurs locaux en 2002.

L'ensemble de ces bilans, de la base de données, etc... ont été des outils de travail précieux pour enclencher l'évaluation externe. Par ailleurs, ils ont permis aussi de mettre à jour des manques, concernant certaines informations, partagés avec l'équipe au fil de l'évaluation. Par exemple, il n'y a pas de données sur le volume de la participation financière des collectivités territoriales dans les animations de la SSI, ou encore la part des OSIM incluses dans les ASI, ne peut être évaluée.

5.3.3 Les points d'amélioration du dispositif d'évaluation interne

Un travail essentiel reste à réaliser pour passer d'un constat à posteriori de l'édition qui vient de s'écouler à la détermination d'une dynamique prospective pour les prochaines éditions. La fixation d'objectifs prioritaires en 2003, focalisés sur des modes opératoires est une première étape à condition de les améliorer par le travail suivant :

- ✓ Introduire une gestion du projet à partir d'un cadre logique (outil pour améliorer la logique d'intervention du projet⁶¹),
- ✓ Mettre en place un système de suivi – évaluation du projet à partir de la détermination préalable de résultats à atteindre et d'indicateurs de suivi et de réalisation.

Le fil conducteur de ces améliorations doit être une réflexion sur le message, sur les publics bénéficiaires et la qualité des animations, et doit s'appuyer sur une programmation pluriannuelle.

La question sera « en quoi les animations de la SSI participent-elles à faire des publics, des citoyens solidaires ? »

5.4 La coordination nationale et les acteurs en région

L'interdépendance des deux niveaux porte sur la légitimité. Le niveau national n'a de vocation que par la mobilisation des acteurs en région. Et la dimension nationale renforce la légitimité du travail en région. La SSI est un rendez vous annuel national pris par les acteurs en région.

⁶¹ GRET Daniel Neu .- Evaluer : apprécier la qualité pour faciliter la gestion. 6 notes pour contribuer à l'efficacité des évaluations, Mars 2001.

5.4.1 Un besoin d'une proximité plus forte

Certains acteurs en région expriment le besoin d'une présence plus forte de la coordination nationale. Si ce besoin n'est pas fondamental pour les relais des têtes de réseaux membres du Comité de pilotage, la coordination nationale par le biais de l'équipe opérationnelle doit porter une attention particulière aux organisations qui participent à la SSI pour la première fois et qui la sollicitent et aux collectifs régionaux. Le cahier pratique riche en informations ne suffit pas à répondre à toutes les questions des nouveaux organisateurs. Le lycée agricole de Limonest aurait souhaité « pour sa première participation, avoir un appui sous forme d'échanges d'expériences ». Les liens avec la coordination sont le plus souvent qualifiés par les acteurs locaux de « rares ». Ils sont matérialisés en 2003 par l'inscription de leur animation sur la base de données du site Internet de la SSI.

5.4.2 Des délais trop courts de diffusion des outils d'information

Les organisateurs qui renouvellent leur participation à la SSI, commencent à prévoir l'opération de l'année à venir au cours du 2^{ème} trimestre, avant la coupure des vacances d'été. Ils reçoivent les supports de communication nationaux trop tard alors que leur propres supports sont déjà sinon réalisés, ou au moins programmés⁶² (surtout pour ceux réalisés en lien avec les collectivités locales). A Belfort, par exemple, pour l'information auprès des écoles des animations pédagogiques, les affiches sont arrivées en octobre alors que l'information devait être faite depuis septembre. Les affiches nationales ont donc été utilisées uniquement dans le lieu de l'animation. Une partie de ces supports pourrait leur être diffusée au cours du 2^{ème} trimestre. Il ne resterait alors à envoyer que la diffusion liée à de nouvelles opérations. Ces dernières organisées par de nouveaux partenaires, nécessitent une grande réactivité (ce sont souvent des organisations étudiantes, qui se préoccupent de la SSI après la rentrée universitaire), cette forte réactivité n'est envisageable que si l'essentiel de la diffusion est déjà réalisé.

Des délais de diffusion plus adaptés aux calendriers des régions et la réponse aux besoins d'une proximité plus forte amélioreraient l'efficacité dans la relation national – local.

5.5 Des éléments de conclusions sur l'efficacité globale de l'organisation en national

Les instances de la SSI ont connu une efficacité relative entre les moyens mobilisés et les résultats obtenus, due à la combinaison des facteurs suivants :

- ✓ Des restrictions budgétaires des organisations traditionnellement impliquées dans les instances de la coordination, ce qui est sans doute une des raisons du désistement de certaines d'entre elles recentrées sur leurs missions propres (raisons invoquées notamment par RITIMO qui est une des têtes de réseaux principales de la SSI et a quitté en 2003 le Comité d'animation et les groupes de travail),
- ✓ Un fonctionnement consommateur de temps avec une forte fréquence de mobilisation,
- ✓ Des rôles et responsabilités dilués.

Un des leviers pour rétablir cette efficacité, mais surtout une mobilisation effective et « performante » des partenaires – membres de la coordination nationale, est de mieux caler le fonctionnement de la coordination nationale sur le fonctionnement classique d'une association.

⁶² Mais les retards de diffusion sont souvent dus aux délais de tirage ; la SSI attend que les financements soient « sûrs » avant d'engager des dépenses auprès de prestataires externes (voir § 5.1).

L'organigramme de la plate-forme EAD SI⁶³ peut être une excellente base de travail pour décliner les différentes instances, leur composition, leurs missions et le statut spécifique de certains acteurs (Comité de soutien et équipe opérationnelle) notamment pour les instances stratégiques de la SSI.

La plate-forme EAD SI prévoit les organes suivants :

- ✓ Une assemblée générale composée des associations et campagnes membres, 3 réunions par an avec une animation tournante par un des membres du CA, l'équipe salariée y siège comme invitée.
- ✓ Un Comité d'animation composé des membres du comité de gestion (3), des associations animatrices des groupes de travail permanents (2) et 2 associations membres de l'AG (nomination par l'AG), équipe invitée.
- ✓ Un comité de gestion composé de l'ONG porteuse du projet, de l'ONG employeur de l'équipe et d'une organisation membre de l'AG et fortement impliquée financièrement dans la plate-forme
- ✓ 4 groupes de travail permanents et chaque groupe est animé par une ASI membre – fondatrice de la plate-forme.
- ✓ Un coordinateur général : association qui emploie l'équipe.
- ✓ Une équipe opérationnelle composée de 5 personnes plus un prestataire externe pour le site de la plate-forme.

La mise en œuvre de ces clarifications sur les instances de la coordination nationale sera à articuler avec le travail initié sur le fonctionnement interne.

Efficienne : points forts et faiblesses

Points forts

Un souci réel d'une représentativité d'acteurs de différents secteurs au sein de la coordination nationale,

Des têtes de réseaux membres de la coordination nationale mobilisatrices de leur base en région,

Une culture en évaluation interne en cours de développement.

Faiblesses

Une forte dépendance de la SSI aux financements publics nationaux

Une coordination nationale pas encore stabilisée dans ses modalités de fonctionnement,

Une programmation annualisée de l'opération, des stratégies et des financements.

⁶³ Annexe 3 du document de demande de cofinancement de la Plate-forme EADSI

6 L'impact de la Semaine auprès des bénéficiaires

6.1 L'impact auprès des publics

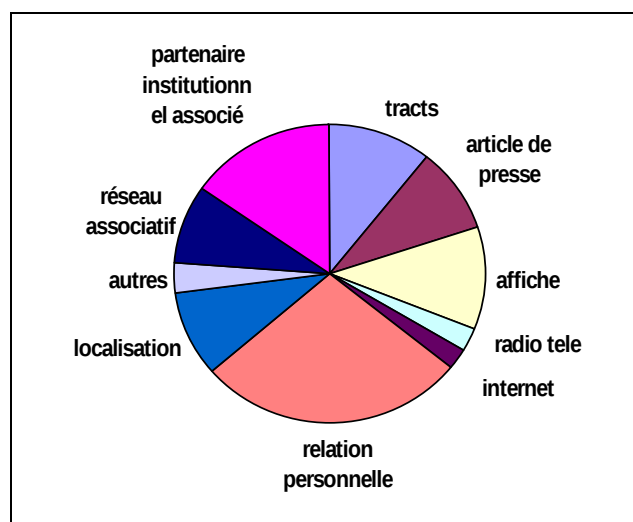
6.1.1 Qui sont les publics des animations dans la Semaine ?

L'analyse de cet impact est fait à partir des résultats d'une enquête auprès de 327 personnes rencontrées dans les 23 lieux d'animations visités lors de l'évaluation. Le profil des enquêtés se répartit comme suit :

Pyramide d'âges		Métier		Situation professionnelle	
Moins de 15 ans	2%	Ouvriers / employés	5%	travail à temps complet	24%
15 à 25 ans	41%	Social et sanitaire	15%	travail à temps partiel	7%
26 à 35 ans	18%	Culturel	3%	demandeur d'emploi	8%
36 à 45 ans	8%	Gestion / économie	11%	étudiant, élève, stagiaire	34%
46 à 55 ans	9%	Arts / architecture	5%	retraité	8%
56 à 65 ans	4%	Enseignants/instituteurs	11%		
plus de 66 ans	4%	Métiers du tertiaire	7%		
		Technicien / ingénieur	5%		

Les jeunes entre 15 et 35 ans représentent 58% des publics interviewés lors des animations et seulement 1% étaient en milieu scolaire. Près de 40% des personnes interrogées au cours des animations pendant la SSI ont entre 15 et 25 ans. La cible privilégiée des jeunes qui sont les adultes de demain semble être touchée, 33% des personnes interrogées sont des étudiants, élèves. Les animations auxquelles ils ont participé sont majoritairement des temps de réflexion (34%) et des animations conviviales (30%).

Les adultes en activité professionnelle proviennent majoritairement des métiers de la santé, du social et de l'enseignement (27% des personnes actives).



Comment viennent ils ?

30% des personnes sont venues à ces animations par le biais de relations, personnelles ou établies à travers le réseau associatif. Le bouche à oreille est bien un vecteur essentiel pour faire connaître ce type de manifestation.

La participation d'un partenaire institutionnel (mairie, médiathèque, ...) souvent associée à une localisation publique représente encore 1/3 des cas.

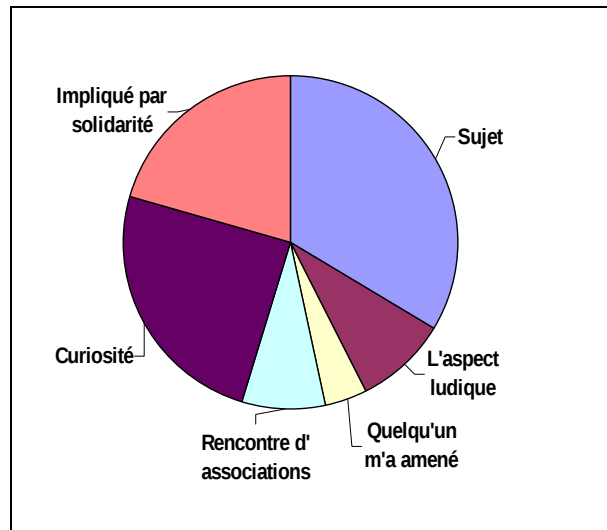
Les tracts, affiches, médias (presse, radio, télé) représentent 32% des raisons qui ont amené les participants à ces manifestations.

Leur envie de venir était motivée par :

Le thème : 33%, raison principale de leur venue, ce qui est à mettre en relation avec l'analyse des thèmes dominants de la SSI : développement durable, commerce équitable, interculturel, respect des droits humains.

La curiosité : 25%, la curiosité joue principalement quand la manifestation se passe dans un lieu ouvert au grand public avec une plus forte participation d'un public non militant, on peut rapprocher de cette motivation l'aspect ludique ou le fait d'être amené par quelqu'un.

Leur implication dans la solidarité : 19%, comme pour la rencontre associative, la manifestation touche là un public militant.



6.1.2 Que retirent ils de leur participation ?

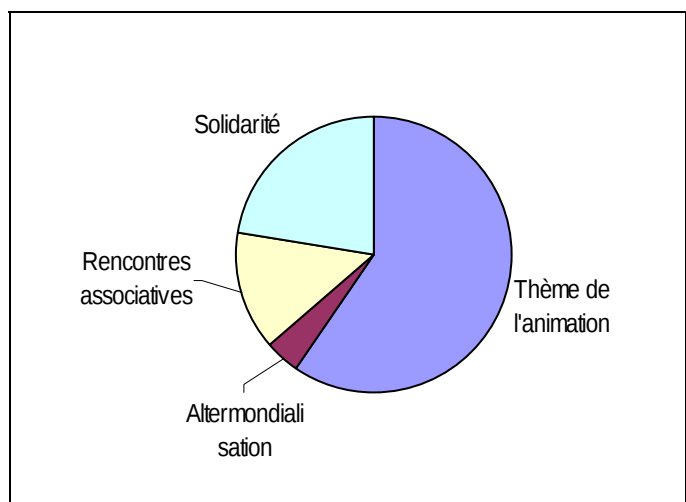
Une personne sur deux n'est pas engagée dans une association de solidarité. Seules 20% des personnes enquêtées disent être déjà venues à une animation dans le cadre de la SSI. Elle arrive donc à toucher au delà du public militant, ce phénomène est encore accentué quand la SSI se passe dans un lieu public ; le nombre de participants venus par curiosité est alors en forte augmentation.

Une part notable du public qui fréquente ces animations ne perçoit pas le cadre national dans lequel elles sont insérées. Cela est sans doute à mettre en relation avec les remarques faites précédemment sur les outils de communication externe et avec le fait que les acteurs locaux n'affichent pas systématiquement et de manière claire l'inscription de leur animation dans le cadre de la SSI.

La SSI les a aidé à mieux comprendre

Participer à ces animations a comme effet premier l'envie d'en savoir plus (79%), principalement sur le thème de l'animation. 45% d'entre eux affirment avoir une meilleure compréhension du sujet abordé au cours de l'animation. Le % de ceux qui n'ont pas compris est à corréler avec : soit un niveau d'engagement élevé et donc ils connaissent déjà bien le sujet ; soit au contraire un niveau faible d'implication de visiteurs venus par curiosité.

La rencontre avec les autres militants est à mettre en relation avec les partenariats qui se mettent en place dans le cadre de la SSI.

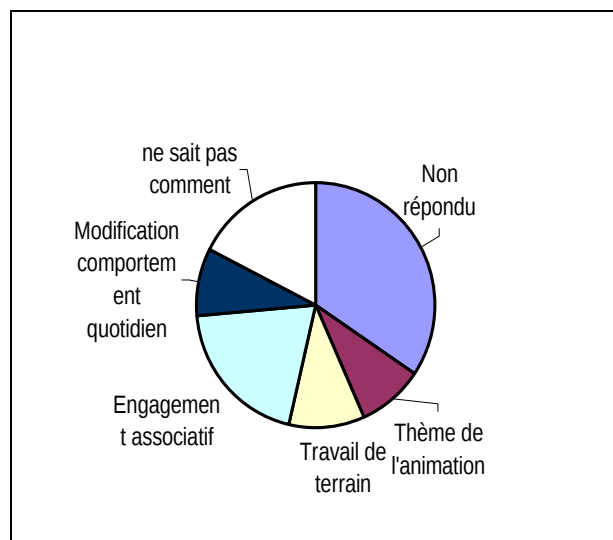


La SSI leur a donné envie d'agir

Une personne sur deux dit avoir envie d'agir plus suite à l'animation.

Mais la moitié ne répondent pas ou ne savent pas comment agir plus. Il y a là une attente du public pour l'accompagner dans le choix de ses engagements à laquelle les partenaires associatifs répondent mal.

La première forme d'action que propose le public est l'engagement associatif (28%)⁶⁴, suivi du travail de terrain qui fait souvent référence, surtout chez les jeunes, à l'envie de partir. La modification des comportements quotidiens renvoie souvent à des actions de commerce équitable, voire plus rarement d'épargne solidaire.



6.1.3 L'impact auprès des publics de la Semaine et le processus de l'EAD

6.1.3.1 L'Education au développement c'est ...

La SSI créée à partir du constat des ASI que des actions étaient menées à travers la France et qu'elles n'étaient pas assez connues du grand public, a une mission d'éducation à la solidarité internationale ; car « *dire la solidarité implique, à des niveaux différents, la nécessité de dépasser un discours seulement persuasif pour construire les éléments d'un discours propre à l'éducation au développement, laquelle donne non seulement à connaître et à voir mais aussi à faire* ». ⁶⁵

Les animations qui s'inscrivent dans la SSI ont donc une visée pédagogique et doivent non seulement faire passer un message, mais donner à comprendre et enfin offrir des pistes pour la mise en acte de cette solidarité.

L'ambition du processus éducatif de l'EAD s'inscrit dans une temporalité dont l'impact en terme de modifications de comportements prend en compte le temps nécessaire pour évoluer.

6.1.3.2 Les publics de la Semaine disent ...

Les publics interrogés pendant les animations de la SSI 2003, nous l'avons vu précédemment, sortent des animations avec l'envie d'en savoir plus (3/4 d'entre eux), et un sur deux dit avoir une meilleure compréhension du sujet traité par l'animation.

L'action, identifiée ou même exprimée qu'ils pourraient mettre en œuvre, est la gageure du passage d'un discours convaincant à un processus « éducatif » dans le sens d'une transformation en train de s'opérer.

Les formes d'action à proposer aux publics des animations sont une façon d'inscrire un discours, un engagement dans leur vie quotidienne.

Insister sur cette étape du processus est importante pour accompagner les acteurs locaux à améliorer la qualité et surtout l'impact de leurs animations.

⁶⁴ Le pourcentage pour les formes d'actions est basé sur les personnes ayant manifestées une volonté d'action et non sur l'ensemble des personnes enquêtées.

⁶⁵ CRID.- Cahiers de la solidarité, 1998, p. 5

Les jeunes (15-35 ans) participent aux animations, auxquelles ils sont venus d'abord pour le thème. On peut déduire de cette analyse :

- une personne sur deux a moins de 35 ans,
- une personne sur deux n'est pas engagée dans une association,
- une personne sur deux ne répond pas ou ne sait pas comment rendre concrète cette solidarité.

Les résultats de cette étude laissent à penser que la SSI a un rôle à jouer pour rendre concrète la solidarité internationale auprès de son public jeune.

6.2 L'impact auprès des acteurs locaux

6.2.1 Les visions de la solidarité

A l'exception d'une animation observée dont une partie du public, averti sur le sujet, n'a pas apprécié la simplification de l'animation, l'ensemble des animations auxquelles nous avons participé tendait à valoriser les actions en local, à une vision d'une solidarité possible en agissant sur les modes de consommation, sur la valorisation des savoirs du Sud... Ces visions ont souvent été personnalisées par des témoignages personnels, et les médias locaux s'en sont fait l'écho. Ce travail sur des témoignages du Sud a parfois associé des migrants, comme la conteuse venue participer aux animations à Boulogne sur Mer.

Les portraits réalisés sur le site Web, visages de la solidarité, peu souvent cités par les acteurs locaux pourraient être exploités pour approfondir cette approche des «visions de la solidarité».

6.2.2 Le label de la Semaine

La SSI, du fait de son ampleur nationale est un vecteur favorisant la synergie de dynamiques de partenariat au niveau local. A la question « qu'est ce que ça leur apporte de s'inscrire dans la SSI » 15 acteurs locaux sur 23 répondent qu'ils apprécient de situer leurs actions dans un événement d'envergure nationale.

Les acteurs locaux qui utilisent la SSI comme label, s'en servent de levier pour solliciter plus facilement les collectivités territoriales. Or l'implication des collectivités territoriales est un facteur favorable pour la mobilisation du grand public (Lyon, Bassens, Savigny). On ne dispose pas de chiffres pour étayer cette constatation faite au cours des interviews avec les acteurs locaux des sites rencontrés pendant la SSI⁶⁶.

Il faut noter, cependant, qu'au niveau national la SSI n'est pas encore un label. Cette notion de label de la SSI n'est pas un acquis pour les acteurs locaux interviewés (4/23). Un chantier reste à ouvrir sur cette problématique importante pour l'avenir de la SSI⁶⁷.

⁶⁶ Une étude pour mieux cerner l'impact financier de la participation des collectivités locales lancée par la SSI, est en cours de réalisation.

⁶⁷ Voir le § 2.2 de ce rapport sur « le rôle de la charte et les travaux de labellisation »

6.2.3 Les outils de communication

6.2.3.1 Le graphisme des outils de communication en région

Les productions régionales nous donnent une bonne idée des déformations qui peuvent affecter le visuel national. Elles nous permettent également de cerner le plus petit dénominateur commun d'un visuel trop riche.

Plusieurs régions reprennent sans le modifier le visuel de l'opération nationale. Certaines complexifient encore le visuel, c'est le cas de l'Essonne qui utilise à la fois le logo 2002 et le logo 2003 !

A l'opposé l'Alsace ne garde qu'une partie du nouveau logotype, les deux silhouettes, le texte est recomposé dans une autre typographie. Ces deux exceptions mises à part on constate que dans l'immense majorité des cas seuls le logo et l'orange, couleur dominante dans les documents nationaux, sont repris comme identifiants de l'opération.

Il est possible de tirer de ce constat des enseignements pour les éditions à venir. En premier lieu le nouveau logo doit être mieux mis en valeur, c'est LE visuel qui doit être privilégié comme cela est fait sur la page d'accueil du site web. L'image du monde peut être reprise en animation graphique à l'intérieur des documents mais pas dans le visuel principal. De la même manière le slogan « Le monde bouge et vous ? » devrait être utilisé en page intérieure mais pas en sous-titre. La couleur orange doit par contre être conservée comme couleur d'accompagnement, peut-être avec un effet matière, certaines régions ont utilisé les nervures d'une feuille. Il importe également d'indiquer la date de la SSI. Les autres informations pourront être placées ailleurs ou clairement séparées du visuel principal.

6.2.3.2 L'analyse de la diffusion des outils

Les outils à destination des pôles organisateurs

La plaquette « **organisez une action** » a été tirée à 19 000 exemplaires ; près des 4/5 de ces envois est diffusé à plus de 100 exemplaires. On peut penser que cette diffusion, du fait de son volume sans commune mesure avec le nombre d'organisations impliquées dans la SSI est utilisée localement pour faire connaître la SSI au public extérieur, elle serait alors redondante avec la plaquette « **publics** », réalisée dans ce but et tirée à 54 000 exemplaires. C'est pourquoi on a proposé de la remplacer par une simple carte postale diffusée par les pôles organisateurs locaux.

Le **cahier pratique** est diffusé à près de 2000 exemplaires, ce qui correspond à peu près au nombre de structures impliquées en 2003, soit près de 2500 structures. Le 1/3 de cette diffusion est envoyé 6 mois avant environ aux organisations ayant participé à la SSI les 3 dernières années ; le reste est diffusé en réponse aux demandes

- ✓ Des membres du Comité de pilotage,
- ✓ Des organisateurs locaux,
- ✓ De demandeurs individuels.

Les outils à destination du public

La coordination nationale relève que l'achat des outils d'information nationaux a dépassé les prévisions en 2003. Pour la première fois devant l'afflux des commandes, des affiches (+ 200%) et des plaquettes (+180%) ont été réimprimées cette année. Un grand nombre de tirages est fait localement, essentiellement programmes et tracts. De ce fait, l'affichage et la distribution de tracts et plaquettes sont en hausse plus forte que la simple analyse des tirages ne le laisse supposer.

La plaquette « publics » tirée à 54 000 exemplaires a été diffusée à 53 615 ex, dont 35 852 exemplaires payants, 9 923 ex gratuits et 841 ex pour la presse.

Les affiches proposées en trois formats ont été tirées à 10 400 ex (dont 5 900 au format 30 x 40), elles ont été diffusées à 9 600 exemplaires, dont 7 124 payants.

On peut à partir des enquêtes réalisées lors de la SSI, répertorier plusieurs cas de figure. Dans la majorité des cas, 19/23 des tracts ont été en plus réalisés localement.

- ✓ Les pôles organisateurs utilisent la plaquette publique dans laquelle ils insèrent leur programme réalisé localement et les affiches nationales en mentionnant leurs activités dans l'espace réservé pour cela (Boulogne sur mer, Bassens, Marseille (CODES), Limonest, Frotey les Vesoul)
- ✓ Plaquettes ou tracts et affiches sont réalisées en local, le plus souvent avec l'appui des collectivités locales, il n'y a pas réutilisation des supports transmis du national (Nantes, Savigny le Temple, Marseille (Jeunes voyageurs solidaires), Aix en Provence, Lyon, Echirolles)
- ✓ Seuls des tracts sont réalisés en local, sans utilisation des supports nationaux, ce qui correspond en général à une relation très distendue avec le niveau national (Paris, IUT de Bordeaux, Belfort).

Une bonne part des acteurs locaux⁶⁸ pour communiquer sur leurs animations auprès des publics (19/23) conçoit ses propres outils de communication (tracts, programmes locaux, affiches et dossiers de presse). Dans la moitié des cas enquêtés, ils utilisent de manière complémentaire les outils nationaux.

Dans le tiers des cas⁶⁹, ils n'affichent pas clairement l'animation dans le cadre de la SSI.

Les acteurs locaux déclinent bien les facettes de la solidarité internationale. Les contenus sont travaillés. Il reste à ancrer le message dans le quotidien des publics et leur proposer des pistes d'actions innovantes et pertinentes. Le travail du passage de la « conscientisation » à l'acte par une diversité de choix pour ne pas le réduire aux dons et à l'adhésion associative (même si ces actes restent des actes de solidarité citoyenne intéressants) reste à faire.

⁶⁸ D'après l'échantillon des 23 acteurs locaux rencontrés pendant la SSI (voir annexe 5)

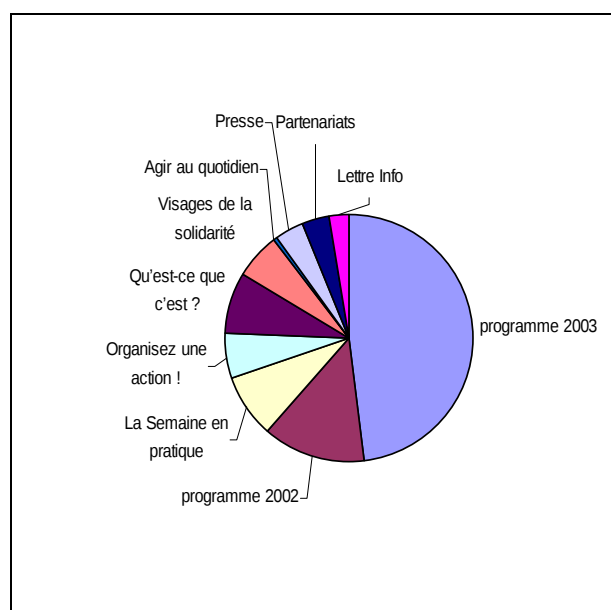
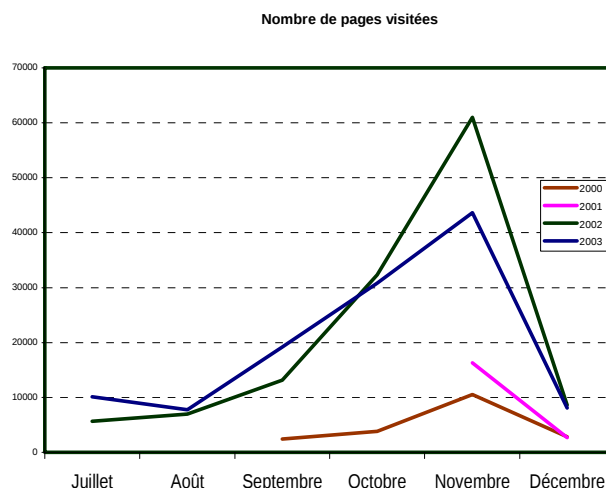
⁶⁹ Cette proportion est tirée de l'étude des outils produits localement et recueillis lors des visites sur le terrain.

6.3 Le site Internet

6.3.1 Le travail de Webmaster

On constate sur plusieurs années une hausse de la consultation du site Web de la SSI.

Avec l'architecture qui lui a été donnée et les textes, le Webmaster du site a fait un travail de très bonne qualité au niveau de la présentation du site, lisibilité de la navigation, graphisme simple et efficace, efficacité des outils utilisés (PHP, My SQL) pour l'accès aux bases de données.



Le programme 2003 est de loin la rubrique la plus consultée, par des publics à la recherche d'informations pratiques ou des acteurs associés, mais aussi par les partenaires directs de la SSI. En revanche on peut penser que les accès au programme 2002 sont le fait d'acteurs locaux.

L'analyse de la fréquentation des rubriques met en évidence l'utilisation du site par les partenaires de la SSI, à travers la semaine en pratique, le programme 2002, etc. ...

Les rubriques à usage externe (espace presse, visages de la solidarité) sont probablement moins consultées.

L'analyse des liens en retour des sites associatifs est intéressante, selon le bilan dressé par le webmestre du site de la SSI.

Parmi les annuaires et sites spécialisés (associatifs, citoyens, solidaires, etc.) qui retournent le plus de visiteurs, on trouve en tête le site du « Programme Terre d'Avenir », le site « Envie d'agir » et le site du « Comité de la Charte ».

Du côté des membres du Comité de pilotage, le site qui « envoie » le plus de visiteurs est celui du Ritimo, talonné par celui du Crid. Viennent derrière ceux de Coordination Sud et du CCFD.

Chez les associatifs et autres types de structures non membres du Comité de pilotage, on trouve dans le peloton de tête des « envoyeurs » de visiteurs, Max Havelaar, la Plate-forme du Commerce équitable et le Diocèse de Besançon.

L'analyse des sites liés⁷⁰ des principales campagnes permet de constater dans certains cas des absences de renvois de sites proches et de leur suggérer de renvoyer de manière plus systématique sur les autres campagnes d'éducation au développement.

Le travail technique réalisé sur le site est clair et maîtrisé, il ne compense pas la révision à opérer sur les contenus et sur leur organisation, tout particulièrement en direction du grand public et des médias.

6.4 La médiatisation de l'opération

6.4.1 La visibilité médiatique de la Semaine

La presse quotidienne régionale qui représente près de 70 % des parutions relevées par l'Argus de la presse, domine largement ce panorama. Ce sont dans la quasi-totalité des cas des articles rédigés, qui le plus souvent partent de l'événement et en dégagent les spécificités, avec parfois des interviews.

La parution de dossiers d'information sur des sites Internet, encore récente, offre des pistes de travail intéressantes pour toucher un public plus large avec des moyens financiers encore aléatoires.

La couverture régionale ne peut avoir un effet sur le national que si elle réussit à servir une information nationale via la télévision principalement. Mais, certains titres de la presse régionale, s'ils ne sont pas lus par le microcosme parisien ont de fait une visibilité largement équivalente à certains des titres dits « nationaux ».

Les dossiers de presse proposés par la coordination nationale sont peu utilisés par les organisateurs des manifestations pour monter leur propre plan médias. Ceci est cohérent avec l'analyse des retombées de la presse quotidienne régionale qui privilégient souvent des expériences locales ou des témoignages.

On note un fort décalage avec la presse nationale, peu présente malgré les efforts de la coordination. Les raisons en ont été évoquées tout au long de cette note : un message trop flou pour être saisissable, l'incidence forte de l'absence d'un événement parisien, l'absence d'un collectif Ile de France qui porte la SSI, une stratégie de médiatisation dont la pertinence reste à définir en fonction du lectorat et du contenu...

Ce constat en creux doit être tempéré par la lecture des autres évaluations récentes en éducation au développement. Elles font toutes le même constat sur la faible implication de la presse nationale.

⁷⁰ Recherche des sites liés avec le moteur Google

6.4.2 La visibilité des autres campagnes

Il est intéressant de confronter l'analyse de la médiatisation de la SSI avec celles des autres campagnes d'éducation au développement récemment évaluées. Les constantes suivantes peuvent être dégagées. La remarque d'Elisabeth Paquot, à propos d'Alimenterre vaut pour toutes les campagnes.

« La surcharge d'événements à couvrir par la grande presse médiatique et audiovisuelle, ainsi que le primat de la politique et des événements « qui brillent » et proches des sphères de pouvoir, créent de telles zones de bouchons dans l'accès aux médias qu'il est quasiment impossible pour le mouvement associatif d'y accéder sans avoir engagé au préalable un travail de fond sur le contenu et les stratégies d'approche des médias. ». L'analyse du relatif succès du CRID porté par son implication dans les forums sociaux, ou des campagnes Ethique sur l'Etiquette sur des sujets controversés et reliés à l'actualité, conforte cette affirmation.

Le programme « acteurs solidaires »

L'analyse a porté sur la mention du CRID dans l'argus de la presse. Les évaluateurs⁷¹ ont constaté un tournant au cours de l'année 2002 avec des articles de fonds dans la presse nationale, ainsi que d'avantage d'articles dans la presse spécialisée. Cette évolution a accompagné le recentrage de la communication du CRID sur des thématiques porteuses, mondialisation, Forum social mondial, Conférence de Monterrey. Pendant ce temps, la presse locale et régionale s'est fait l'écho des opérations menées par les pôles locaux⁷².

La campagne De l'éthique sur l'étiquette

La couverture médiatique des campagnes de presse est considérée comme bonne par les évaluateurs⁷³. Ils attribuent cet état de fait à la bonne qualité des dossiers de presse et des bonnes relations avec les médias. *« Avec 63 % des articles édités, la presse régionale est largement dominante, devant la presse nationale (23%) et la presse associative, syndicale et professionnelle. Ce chiffre témoigne à la fois du dynamisme des collectifs locaux et du fait, bien connu, qu'il est plus facile d'accéder à la presse locale que nationale. »*

Les évaluateurs notent à propos des médias que *« S'ils ne parlent pas plus souvent du sujet, c'est souvent parce qu'ils éprouvent des difficultés à le relier à l'actualité ou à un événement spécifique qui peut fournir « l'accroche » d'un article ou d'un sujet radio ou télé. D'où bien sûr, les taux très élevés de reprise médiatique au moment d'événements d'actualité : les jouets à Noël, le sport et la coupe du monde de football... »*

On peut compléter par l'observation suivante ; la thématique de l'éthique sur l'étiquette suscite débats et controverses, ce qui la rend plus « médiatique » que des thèmes moins controversés qui suscitent « un consensus mou ».

⁷¹ GRET, Elisabeth Paquot, Catherine Cyrot.- Evaluation du programme acteurs solidaires, janvier 2003

⁷² Le programme Acteurs solidaires avait à l'époque un mode de fonctionnement au niveau local très proche de celui de la SSI

⁷³ EUROPACT, Elisabeth Paquot, Véronique Verrière, Hervé Murat.- Evaluation du collectif De l'éthique sur l'étiquette, Mai 2003.

La campagne Alimenterre

La couverture médiatique d'Alimenterre reste modeste, lié à la difficulté de mobiliser largement le tissu associatif et syndical. *« De façon générale c'est la presse régionale (les pages locales de cette presse) qui rend le plus compte d'Alimenterre. En effet, même si elles n'ont pas tous toujours une très grande ampleur, l'organisation de manifestations Alimenterre en province constitue un évènement local que relatent les périodiques ou radios locales. En revanche, à l'échelle nationale et parisienne (deux notions souvent très voisines pour les médias nationaux), l'évènement n'est pas assez significatif pour qu'ils en témoignent. »*

En revanche, des partenariats spécialisés ont été lancés avec Bayard presse, Alternatives économiques, et des annonces avec France Info.

Un bon ancrage régional avec des événements porteurs au niveau local est souvent bien accueilli par les médias. Un partenariat bien ciblé avec des médias spécialisés, que l'on implique dans l'opération peut se révéler une piste prometteuse.

Impact : points forts et faiblesses

Points forts

Un public jeune présents aux animations,
Plus de la moitié des publics ne sont pas des « militants »,
Les acteurs locaux déclinent bien les facettes de la solidarité internationale,
Un bon ancrage régional avec des événements porteurs au niveau local est souvent bien accueilli par les médias.
Le travail technique réalisé sur le site est clair et maîtrisé.

Faiblesses

Les animations n'offrent pas de réelles pistes d'actions, d'engagements aux publics
Une faible médiatisation nationale,
Une réutilisation peu claire des outils d'information et de communication nationaux,
Un site Internet peu tourné vers le public extérieur,

7 Propositions et Recommandations

7.1 Recommandations stratégiques

Les recommandations stratégiques touchent aux deux missions de la SSI

- ✓ Communiquer sur la solidarité internationale,
- ✓ Animer le réseau des diverses organisations qui mettent en œuvre cette solidarité internationale.

7.1.1 Les préalables stratégiques fondamentaux

Construire un Message fort et clair de la SSI.

Le sens (signification et orientation) de la SSI en sera renforcé. La diversité de la SSI n'exclut pas de réunir les familles et les formes de la solidarité sous un même message. Le slogan actuel « le monde bouge et vous ? » est dynamique mais il ne renvoie pas explicitement à la solidarité internationale.

Renforcer la charte actuelle par une mise en relief des valeurs de la solidarité internationale portées par la SSI

Poursuivre le travail initié récemment de création d'un label de la SSI

7.1.2 Une implication plus forte des acteurs en région dans la coordination nationale

Développer une interaction plus forte entre les collectifs régionaux et les acteurs locaux et avec la coordination nationale

- ✓ Les encourager à participer au Comité de pilotage national en présentiel si possible, et faciliter les échanges d'expériences entre collectifs régionaux,
- ✓ Par le biais de leur participation à d'autres rassemblements des têtes de réseau des membres du Comité de pilotage,
- ✓ Par le biais du site de la SSI avec un accès réservé pour les informer et leur proposer de participer à distance à certains chantiers nationaux.

Ouvrir une réflexion participative sur les choix d'actions possibles à offrir aux publics et améliorer l'impact sur les publics visés

- ✓ Favoriser le couplage fructueux entre le travail de réflexion (les conférences, tables rondes ...), et les manifestations artistiques et conviviales (cinéma, théâtre musique, les manifestations festives autour de la fête et du repas...).
- ✓ Développer des animations qui impliquent plus directement le public (participation à des campagnes d'opinion, achats solidaires...) et répondent à son envie de s'engager.
- ✓ Encourager l'animation dans des lieux « ouverts » efficaces pour attirer un public nouveau et l'implication forte des municipalités.

Accorder une attention toute particulière aux nouveaux participants à la SSI

- ✓ tant au niveau local pour les intégrer dans la démarche des collectifs régionaux,
- ✓ qu'au niveau national pour leur apporter le soutien méthodologique dont ils ont tout particulièrement besoin.

Maintenir et développer les acquis de la SSI pour l'ouverture vers des organisations dont la solidarité internationale n'est pas la mission principale.

7.1.3 Pour une nouvelle orientation de la stratégie médiatique au niveau national

Inscrire la communication externe de la SSI dans le long terme,

- ✓ Mener un travail de fond sur la définition d'une stratégie de communication externe,
- ✓ Recentrer la communication sur les contenus de la solidarité et moins sur le cadre de la SSI,
- ✓ Instaurer de la continuité dans les contacts médias par un attaché de presse sur la durée et consolider les relations avec les professionnels de rédactions nationales et régionales pour appuyer la médiatisation des actions en local.
- ✓ Elaborer une stratégie pluriannuelle de sensibilisation des publics par les médias et déterminer progressivement des priorités par types de publics.

Développer des relations – médias à partir de cibles précises (jeunes moins de 15 ans, adolescents, jeunes adultes, ...) et construire les sujets avec les rédactions médias (concours, dossier sur un thème...)

Construire une stratégie de communication externe en concertation avec la plate forme EAD SI

Comme les autres campagnes d'EAD et de SI, la SSI bute contre un impact médiatique toujours relatif au niveau national.

- ✓ Mener une réflexion commune sur les freins de cette désaffection des médias nationaux,
- ✓ Faire une étude de faisabilité technique et financière d'un service de presse commun aux différentes campagnes

Maintenir et développer le partenariat initié avec les services de communication des pouvoirs publics

Rendre plus attractive la rubrique « espace presse » sur le site de la SSI,

De plus en plus de journalistes font leur repérage via Internet.

7.1.4 Une coordination nationale mieux structurée pour articuler les deux missions de la SSI

Clarifier les rôles de chaque instance et les procédures de délégation,

- ✓ Aboutir le travail d'audit du fonctionnement initié en 2002,

Sortir de l'annualité d'organisation et de gestion et développer une programmation stratégique pluriannuelle de la SSI et de ses financements,

- ✓ Introduire une gestion du cycle de projet dans les stratégies de programmation,
- ✓ Adopter une approche de gestion du projet par le cadre logique.

Diversifier les sources de financements publics nationaux et européens et poursuivre la recherche de financements privés.

Développer la culture en évaluation interne initiée par le groupe de travail en orientant les méthodes sur les changements provoqués par le projet auprès des acteurs locaux,

- ✓ Confier à ce groupe la réalisation des outils de suivi – évaluation à partir des indicateurs identifiés dans les cadres logiques du projet,
- ✓ Combiner les questionnaires aux acteurs locaux avec d'autres outils d'analyse qualitative de l'impact (entretiens semi directifs à l'instar de ceux réalisés en 2002) auprès d'un échantillon représentatif.

Améliorer les capacités nationales et locales de mesure de l'impact des actions sur les publics,

- ✓ Construire un dispositif de mesure d'impact sous forme de sondage (questionnaire) à administrer aux publics des manifestations pour poursuivre l'analyse d'impact initiée par cette évaluation. Les résultats de ce dispositif permettront d'adapter la progression de l'opération.

7.2 Les outils d'information, d'animation et de communication

7.2.1 Une simplification des supports

Simplifier la gamme de documents de la coordination nationale

- ✓ En interne, le cahier pratique comme seul document de communication, associé à une carte postale pour contacter les nouveaux partenaires
- ✓ En externe, la plaquette publique comme document de communication léger, associée aux affiches

Simplifier les documents de communication

- ✓ Au niveau des messages dont la multiplicité brouille le message
- ✓ Au niveau des effets graphiques

7.2.2 Une charte graphique affirmée et diffusée

Afin de renforcer l'impact de la SSI nous proposons la publication d'une charte graphique à destination des associations locales qui participent à cet événement. Il va de soi que les documents émis par la coordination nationale devront s'y conformer.

7.2.3 Revoir le calendrier de diffusion des outils

- ✓ Pour les partenaires connus, l'avancer au 2^{ème} trimestre de l'année en cours,
- ✓ Pour les nouveaux partenaires « tardifs », améliorer la réactivité des envois à la demande au dernier trimestre de l'année en cours.