

## Synthèse de l'évaluation de la Semaine de la solidarité internationale

---

Catherine Cyrot, Assia Saou. Mars 2004

**Mots clés :** solidarité internationale, éducation au développement, animation, communication

La Semaine de la Solidarité Internationale<sup>1</sup> est un projet collectif, né lors des Assises de la Coopération et la Solidarité Internationale organisées en 1997. L'enjeu de la SSI, est d'articuler une mission d'éducation au développement et à la solidarité internationale et une mission de communication sur la solidarité internationale. La SSI a pour projet de « dire » la solidarité internationale qui se pratique par les Associations de solidarité internationale<sup>2</sup> et les autres acteurs impliqués dans la Semaine à travers la France. Elle a lieu la troisième semaine de novembre chaque année. Elle est portée et coordonnée par le CRID<sup>3</sup> depuis 1998 et animée par un comité de pilotage national multi acteur.

L'évaluation externe intervient au cours de la sixième édition de l'opération. Elle porte sur les critères habituellement utilisés pour des évaluations de projet : la pertinence et la cohérence des stratégies, l'efficacité des actions menées, l'efficacité du dispositif institutionnel et l'impact (auprès des acteurs locaux, des publics, des médias). L'évaluation a été régulée avec le comité de suivi de l'évaluation de la SSI. Ces temps de régulation ont permis de déterminer les sites à visiter pendant la SSI, d'enrichir et valider les outils de recueil de données et de discuter les premières conclusions suite à l'enquête menée sur le terrain pendant la 3<sup>ème</sup> semaine de novembre.

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 collectifs régionaux ou relais de têtes de réseaux nationales.
- ✓ Un dispositif « coup de pouce » qui dans 137 projets a financé des actions de communication, des outils pédagogiques...
- ✓ Une communication médias avec près de 700 parutions, principalement dans la Presse Quotidienne Régionale (plus de 500) mais aussi de manière significative, des émissions radios et une diffusion sur Internet.
- ✓ La réalisation d'outils d'animation, 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 Ministère des Affaires étrangères (40% du budget) et d'autres partenaires publics, des appuis des collectivités locales mis en œuvre dans les régions et des partenaires privés (associations, entreprises et fondations).

### 1 Pertinence et cohérence des stratégies et modes d'intervention

---

Les objectifs à l'origine du projet 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, etc.)

Ces objectifs sont toujours ceux poursuivis par la SSI. Un travail de déclinaison de ces objectifs en activités à mettre en œuvre et en résultats attendus rendrait plus cohérent 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 de la réalisation.

---

<sup>1</sup> En abrégé SSI tout au long du texte

<sup>2</sup> En abrégé ASI tout au long du texte

<sup>3</sup> Centre de Recherche et d'Information pour le Développement

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

La SSI représente un condensé des courants qui traversent le milieu de la solidarité internationale. Certaines des manifestations organisées dans le cadre de la SSI sont des réminiscences de la période caritative, souvent associées à une démarche participative « ne pas faire pour mais avec ». Cette vision de la solidarité largement dominante jusqu'aux années 70 imprègne encore bon nombre de manifestations.

Un autre volet d'actions plus contemporain est développé autour de la solidarité entre citoyens du monde dans la perspective du développement durable, la thématique interculturelle et le respect des droits humains, la thématique de la mondialisation et la mise en cause des rapports Nord Sud.

Il reste à produire un texte fondateur qui définisse les objectifs de la SSI 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.
- ✓ Communicationnel, pour le traduire en message compréhensible par tout un chacun, décliné par exemple à partir de témoignages vécus. Un lien étroit sera établi avec l'actualité pour donner au message un impact plus fort sur un plus grand public.

### Le rôle de la charte et les travaux de labellisation

**La charte actuelle** est un « *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* »<sup>4</sup>. 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. 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 création d'un label de la SSI** a été décidée lors du Comité de pilotage du 15 Décembre 2003. Le 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.

## Les animations en région

La croissance quantitative du nombre d'organismes couplée à la montée en puissance des collectifs en région (44 en 2001, 61 en 2002 et 70 en 2003) est un indicateur de la qualité des synergies partenariales insufflées par la SSI.

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.

Les collectifs régionaux structurent localement les partenariats entre organisations de statuts divers, selon des modes d'implication différenciés. Au 1<sup>er</sup> niveau, ils rassemblent et rediffusent l'information des acteurs de la région. 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 (par exemple la 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.

---

<sup>4</sup> Préambule de la charte de la Semaine de la solidarité internationale

## Les stratégies de développement des partenariats

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<sup>5</sup> » favorise la mise en œuvre de cet objectif en l'introduisant comme un des critères d'octroi du « coup de pouce » financier.

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 et l'organisation d'animations par des jeunes sensibles aux thèmes du développement durable. 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.

On peut relever le différentiel entre l'implication des OSIM<sup>6</sup> qui participent ou mettent en œuvre des animations dans le cadre de la SSI et leur non représentation au Comité de pilotage national en 2003. 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.

Si les associations représentent 60% des partenaires, la participation des collectivités locales constitue un levier important pour une meilleure visibilité des actions entreprises, grâce à l'ouverture de lieux publics pour les animations, à leur efficacité en termes de communication.

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.

### Mieux articuler les partenariats autour de la SSI

Des rencontres annuelles au niveau national avec les acteurs locaux devraient permettre 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.

Les temps de rencontres organisés ou co-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.

D'autres espaces de rassemblement des réseaux, notamment pour les établissements d'enseignement ou les collectivités locales, pourraient servir d'espaces de concertation et de réflexion avec les autres acteurs qui font la SSI.

## La cohérence avec les autres campagnes

Plusieurs programmes d'éducation au développement et de sensibilisation à la solidarité internationale existent en France depuis de nombreuses années. Chacun a un champ d'action, des exigences et des objectifs qui lui sont propres : sécurité alimentaire pour « Alimenterre », développement durable pour « Demain le monde », la quinzaine du commerce équitable, la campagne « De l'Éthique sur l'étiquette » pour les principales ...

Les partenaires de la SSI sont appelés à relayer leurs actions à l'occasion de *la Semaine de la solidarité internationale*. 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 quelles que soient les thématiques sur lesquelles elles travaillent. 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'une ou l'autre.

---

<sup>5</sup> Le «Coup de pouce» est un soutien financier créé en 1999, de 200, 500 ou 1000 € (en 2003) destiné aux organisateurs d'animations dans le cadre de la Semaine de la solidarité internationale

<sup>6</sup> Organisation de solidarité internationale issue des Migrations

## 1.2 La pertinence et la cohérence des outils de la coordination nationale

La coordination nationale produit deux types d'outils d'animation, d'information et de communication :

- ✓ Ceux à destination des acteurs locaux : plaquette « Organisez une action ! », cahier pratique « La Semaine mode d'emploi », lettre d'information.
- ✓ Ceux à destination des publics : plaquette « publics », affiches de différents formats.

Le site Internet de la SSI répond aux mêmes objectifs que les outils sous format papier : mobiliser les acteurs locaux et sensibiliser le public.

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. L'analyse de quelques principes de communication sur les outils dégage les éléments suivants.

Les messages sur les outils sont trop nombreux (dates, titre, sous titre, logo qui reprend le titre, mention de l'édition, adresse Internet, titre du document et mention des soutiens). Le visuel est surchargé par la multiplicité des messages et des typographies. La variation des éléments graphiques d'une année sur l'autre, voire entre deux supports diffusés ensemble la même année, brouille l'image. La visibilité pourrait être améliorée par l'introduction d'une charte graphique qui en simplifie le visuel.

L'interactivité à travers la lettre d'information, le site Internet et la possibilité d'utiliser une carte postale (détachable sur la plaquette « Organisez une action ! » pour demander plus d'informations) en 2003 est un acquis positif pour la SSI.

### La cohérence entre les outils

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

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.

Il est proposé d'introduire plus de cohérence entre ces différents supports ; 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 utilisée sur tous les documents produits par la SSI, pour y introduire plus de cohérence et en augmenter l'impact.

## 1.3 Pertinence et cohérence de la médiatisation de l'opération

L'effort de médiatisation est réel tant en région qu'au niveau national avec des effets différenciés du fait de la proximité des acteurs locaux pour la Presse Quotidienne Régionale<sup>7</sup> et de la difficulté d'accès aux médias nationaux pour la coordination nationale. La presse quotidienne régionale relaie les animations en locales, majoritairement par des articles de fonds pour la première année en 2003.

Le besoin de ressources financières pour élaborer une stratégie de communication nationale 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.
- ✓ 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.

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.

La plate-forme d'éducation au développement et à la solidarité internationale récemment mise en place pourrait mener une réflexion sur un service de presse inter campagnes (la faible médiatisation nationale est un problème commun à toutes les campagnes). Un service de presse commun serait un outil au service de la cohérence entre les différentes campagnes qui la composent.

---

<sup>7</sup> En abrégé PQR

## 2 Efficacité des actions menées

---

### 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 dans le cadre d'un évènement national. C'est là un des bénéfices majeurs de la SSI pour les acteurs locaux interviewés.

#### La ventilation des animations en France

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. Monter ensemble une animation dans le cadre de la SSI serait une première expérience qui pourrait rester d'envergure modeste, pour en élargir l'impact ensuite, au vu de l'évaluation de ce projet pilote.

#### Ventilation des animations 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.

**La thématique interculturelle** 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, ou par des échanges de savoirs associés à une mise en situation de dialogues interculturels.

**Le respect des droits humains** rejoint la dynamique paix et liberté. Elle est aussi très portée par les forums sociaux et le mouvement alter mondialiste. 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** est un thème qui sensibilise fortement les militants. 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 commerce équitable** est 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 acheter des produits du commerce équitable, se faire plaisir avec des produits à l'esthétique séduisante, agir en relation directe avec des producteurs. Elle est aussi un support pour une remise en cause plus politique des échanges économiques internationaux.

Cette ventilation entre thématiques ne doit pas laisser penser à une dispersion car 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.

### 2.1 La Semaine et les pouvoirs publics

#### Au niveau national

Les pouvoirs publics sont directement impliqués dans la SSI, à travers des Bureaux en charge de la solidarité internationale, qui 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 Comité de pilotage. Mais le niveau de cette implication est très lié aux personnes en charge du dossier de la solidarité internationale dans chaque administration.

Avec près de 40% des financements, le ministère des Affaires étrangères est le 1er 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 ou la diminution d'autres financements publics moins conséquents.

### **Au niveau local**

La solidarité internationale est l'un des engagements des collectivités locales. Sur les 329 communes ou des animations ont été organisées, les municipalités se sont impliquées dans les 3/4 des cas.

Cités Unies France représente bon nombre d'entre elles au Comité de pilotage national, 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.

Plusieurs Conseils régionaux et généraux se sont également impliqués dans la SSI, ils y financent des « coups de pouce » pour les animations et participent à la communication de la SSI sur leur territoire.

### **L'efficacité institutionnelle de la Semaine**

Les choix institutionnels semblent occuper une large place dans l'histoire de la Semaine. On peut comprendre ce poids au vu de la complexité des relations entre acteurs à la fois partenaires et concurrents.

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.

## **2.2 L'efficacité des outils de la coordination**

### **Les outils à destination des partenaires locaux**

#### **Les supports de communication interne (outils d'animation)**

- ✓ **La plaquette « Organisez une action ! »** 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 le cahier pratique « la Semaine mode d'emploi »,
- ✓ **Le cahier pratique** 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, outils d'animation et de communication, modalités pour l'obtention d'un « coup de pouce ».

Les évaluatrices proposent de ne garder qu'un seul support de communication interne « le cahier pratique », associé à une carte postale pour sa diffusion. Le visuel devra être simplifié, cohérent avec la charte graphique évoquée précédemment.

#### **Les outils pédagogiques**

La Semaine s'appuie sur le programme Terre d'avenir (devenue depuis mars 2004 la PF EAD SI) pour la recherche et l'utilisation d'outils pédagogiques. En fait le travail documentaire réalisé par ce programme 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.

#### **Le dispositif « Coup de pouce »**

Les « coups de pouce » correspondent à un coup de pouce financier de 200, 500 ou 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.

Dans les sites d'animation visités au cours de l'étude 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 » ;

- ✓ La réalisation de tracts, programmes ;
- ✓ 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.

## Les outils d'information à destination des publics

- ✓ **La plaquette « publics »** avec une accroche en forme de questions propose une réflexion sur les exigences de la solidarité internationale, explicite les modes d'engagement, et présente la SSI :
- ✓ **Les affiches** réalisées en trois formats 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.

Les évaluatrices proposent de revoir le visuel de ces documents, en particulier l'affichage des logotypes des partenaires, en cohérence avec la charte graphique énoncée précédemment.

## L'efficacité du site Internet

Sur le site de la SSI 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 dans l'organisation interne de la SSI. La rédaction des pages est bien adaptée à un public motivé qui sait déjà ce qu'il va chercher. Il serait nécessaire de rendre plus lisible la rédaction des pages destinées au grand public et d'en simplifier l'organisation.

## 3 Efficience du dispositif institutionnel

---

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 ; maintien et hausse 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.

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.

Le partage des responsabilités 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. 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 SI ne sont pas travaillés dans les instances actuelles ; l'équipe opérationnelle se trouve dans une relation hiérarchique bicéphale et assume des rôles qui ne relèvent pas de ses missions. Un des leviers pour rétablir cette efficience, 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 un fonctionnement d'association (Assemblée générale, Conseil d'administration).

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, 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.

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.

Pour aller plus loin, on propose d'introduire une méthodologie de cadre logique<sup>8</sup> pour gérer le projet de la SSI, et de mettre en place un système de suivi – évaluation du projet après en avoir déterminé au préalable les résultats à atteindre et les indicateurs de suivi et de réalisation.

---

<sup>8</sup>Méthodologie pour la présentation de projets qui permet de relier les objectifs aux actions puis aux moyens et de suivre avec rigueur le projet de sa conception à son évaluation.

Certains acteurs en région expriment le besoin d'une présence plus forte de la coordination nationale. 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.

Les organisateurs qui renouvellent leur participation à la SSI, commencent à prévoir l'opération de l'année à venir au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre, avant la coupure des vacances d'été. Ils reçoivent les outils d'animation et de communication nationaux trop tard alors que leur propres supports sont déjà sinon réalisés, ou au moins programmés (surtout pour ceux réalisés en lien avec les collectivités locales). Les évaluatrices proposent donc d'avancer le calendrier de diffusion des outils de communication.

## **4 Impact des actions sur les publics cibles**

---

### **4.1 L'impact auprès des publics**

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. Les publics ont été interrogés à la sortie des animations auxquelles ils venaient de participer.

- ✓ 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. Les animations auxquelles ils ont participé sont majoritairement des temps de réflexion et des animations conviviales.
- ✓ Un visiteur sur deux n'est pas engagé 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 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 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 difficilement. Des formes d'action sont proposées aux publics pour passer du discours à un engagement dans leur vie quotidienne. Insister sur cette étape du processus est importante pour améliorer la qualité et surtout l'impact des animations locales.

### **4.2 L'impact auprès des acteurs locaux**

#### **Les visions de la solidarité internationale qu'ils déclinent**

Les acteurs locaux déclinent bien les facettes de la solidarité internationale. La majorité 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.

#### **La Semaine entrevue comme un label**

La SSI, du fait de son ampleur nationale est un vecteur favorisant la synergie de dynamiques de partenariat au niveau local. Les acteurs locaux apprécient de situer leurs actions dans un événement d'envergure nationale. Ceux 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 significatif pour la mobilisation d'un public plus large.

#### **Les outils de communication**

Les outils de communication réalisés localement 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.

Une bonne part des acteurs locaux 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 cas ils n'affichent pas clairement l'animation dans le cadre de la SSI. 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. Les autres informations pourront être placées ailleurs ou clairement séparées du visuel principal.

### **4.3 Le site Internet**

On constate sur plusieurs années une hausse de la consultation du site Web de la SSI. Le travail technique réalisé sur le site est clair et maîtrisé. 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 pour l'accès aux bases de données.

Il reste à revoir les contenus et leur organisation, tout particulièrement en direction du grand public et des médias pour les rédiger dans un langage plus compréhensible. Ce qui devrait être facile si le message lui-même est mieux défini.

### **4.4 La médiatisation de l'opération**

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.

#### **L'impact dans la presse quotidienne régionale**

La presse quotidienne régionale qui représente près de 70 % des parutions relevées par l'Argus de la presse, domine largement ce panorama avec plus de 700 parutions. La plupart des grands quotidiens régionaux se font le relais de la SSI. 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 sur les lieux des animations. 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 radios locales et dans certains cas des médias diffusés par Internet se font également l'écho des manifestations de la SSI

#### **Le problème de l'accès aux médias « nationaux »**

Environ 55 articles sont parus dans la presse dite nationale en 2003, plusieurs raisons expliquent ce déficit de visibilité.

- ✓ La nécessité de redéfinir un message plus clair et plus moderne,
- ✓ Les difficultés à déplacer des personnalités médiatiques pour défendre un message perçu comme flou,
- ✓ 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,
- ✓ Le déficit d'engagement des autorités politiques pour « porter » ce type de manifestation,
- ✓ 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.

Ce constat en creux doit être tempéré par la lecture des autres évaluations récentes des campagnes d'éducation au développement. D'une part, elles font toutes le même constat sur la faible implication de la presse nationale. D'autre part, la focalisation sur un type de médias – presse pour un type de public, associé à un travail avec leurs rédactions semble une perspective plus efficace en terme d'impact. Les exemples du partenariat avec l'EPRA, du relais par les Clés de l'Actualité Junior ou de France Info ont démontré l'efficacité de ces relations avec les médias.

## 5 Recommandations

---

### 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.

#### Les préalables stratégiques fondamentaux

- ✓ Construire un Message fort et clair de la SSI,
- ✓ 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.

#### 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,
- ✓ Ouvrir une réflexion participative sur les choix d'actions possibles à offrir aux publics et améliorer l'impact sur les publics visés,
- ✓ Accorder une attention toute particulière aux nouveaux participants à la SSI,
- ✓ Maintenir et développer les acquis de la SSI pour l'ouverture vers des organisations dont la solidarité internationale n'est pas la mission principale.

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

- ✓ Inscrire la communication externe de la SSI dans le long terme,
- ✓ 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 les autres campagnes d'EAD dans le cadre de la plate forme EAD SI,
- ✓ 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.

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

- ✓ Clarifier les rôles de chaque instance et les procédures de délégation, et aboutir le travail d'audit du fonctionnement initié en 2003,
- ✓ Sortir de l'annualité d'organisation et de gestion et développer une programmation stratégique pluriannuelle de la SSI et de ses financements,
- ✓ Diversifier les sources de financements publics et poursuivre la recherche de financements privés,
- ✓ Développer la culture en évaluation interne initiée par le groupe de travail.

### 5.1 Recommandations pour les outils d'animation, d'information et de communication

**Simplifier les supports de communication**

**Rédiger une Charte graphique et la diffuser**

**Revoir le calendrier de diffusion des outils**