

Paris March 3-4, 2005

Annual meeting of Informal Network of DAC Heads of Information & Communication

COMMUNICATIONS & AID EFFECIVENESS

**Session II: The UN Millennium Summit + 5 and National Communication
Strategies on the MDGs**

National case - Belgium



**Marc Buys
General Advisor
Directorate for Awareness-
Raising Programmes**

1. Introduction

This document outlines the Belgian approach and the different initiatives that the Belgian Development Cooperation has undertaken since 2003 with the aim of making the general public in Belgium more aware of the Millennium Development Goals.

In order to better define the different actions, we need to have an overview of how awareness-raising activities are organised.

This paper therefore covers the following aspects:

- 1. General Conditions**
- 2. General Overview (matrix) of the Awareness-Raising Department's Activities**
- 3. Structure of the Awareness-Raising Department (D5)**
- 4. General Communication Strategy regarding the Millennium Development Goals**
 - 4.1 Assessing the existing tools in order to integrate the goal of publicising the MDGs**
 - 4.2 Organising a specific campaign on the MDGs**

Annexes

1. General Conditions:

There are a great deal of studies and literature on ‘awareness’, or rather ‘global education’ and ‘development education’.

I am only going to quote a few expressions/definitions that I consider to be particularly important.

“Global Education is education that opens minds to the realities of the world, and awakens them to bring about a world of greater justice, equity and human rights for all.”

Global Education is understood to encompass Development Education, Human Rights Education, Education for Sustainability, Education for Peace and Conflict Prevention and Intercultural Education; being the global dimensions of Education for Citizenship.”

(The Council of Europe’s North-South Centre definitions of Global Education (2002)

*“promote global education to strengthen public awareness of sustainable development, bearing in mind that global education is essential for all citizens to acquire the knowledge and skills to **understand, participate in and interact critically with our global society, as empowered global citizens**”*

(European Parliament resolution – January 2003)

« Development Education fosters the full participation of all citizens in worldwide poverty eradication, and fight against exclusion. It seeks to influence more just and sustainable economic, social, environmental, and human rights based national and international policies.”

*“Development education enables people to move from **basic awareness** of international development priorities and sustainable human development, through **understanding** of the causes and effects of global issues, to personal **involvement** and informed **action**.”*

The Directorate general for Development Cooperation

The Directorate general for Development Cooperation (DGDC) is one out of the 6 directorates general of the Federal Public Service Foreign Affairs, Foreign Trade and Development Cooperation.

The DGDC itself is composed of 5 directorates:

- D1 - Governmental Programmes
- D2 – Special Programmes
- D3 – Non-Governmental Programmes
- D4 - Multilateral and European Programmes
- D5 – Awareness-Raising Programmes

In addition, the management is supported directly by several departments D0.

Remark: a new directorate Press and Communication has been created in 2003 within the FPS Foreign Affairs.

Alignment with the MDG: the goals and priorities of Belgian ODA (Official Development Assistance)

Belgium's public development aid is defined in the law of 25 May 1999 regarding development cooperation, which describes the primary goal of cooperation as 'sustainable human development, to be achieved by means of poverty eradication, on the basis of a true partnership'. **This general goal is in keeping with the vision underlying the Millennium Declaration.**

The Law recognises 5 main sectors for Belgian development aid, sectors that coincide with the areas targeted by the different Millennium Development Goals. These priority sectors are basic healthcare, including reproductive health (corresponding to goals 4, 5, 6), education and training (goal 2), agriculture and food security (goal 1), basic infrastructure, conflict prevention and community building. The equality of rights and opportunities for women and men (goal 3), social economy and environmental sustainability (goal 7) are considered to be cross-cutting themes, which should be taken into account in all policies and strategies and all programmes and activities.

Given the conformity of the (by law) primary goal and priority sectors of the Belgian development cooperation with the MDGs, the awareness-raising activities of the Belgian development cooperation will be (in)directly in support of awareness-raising for the themes of the MDGs.

The awareness programmes financed by the DGDC

Belgian cooperation finances its development education/awareness-raising activities through 2 channels:

- Credits managed by the Awareness-Raising Directorate
- Subsidies to the actors involved in indirect cooperation (mainly NGOs) managed by the Directorate for Non-governmental Cooperation

In addition, part of the activities implemented by the Belgian Survival Fund consists of awareness-raising actions. These activities are managed by the Directorate for Special Programmes.

It should be noted that cooperation and awareness-raising activities are also financed at the regional level (3 Regions).

Expenses for development education/awareness raising	2002	2003
Governmental cooperation (national level)	6.736.078	5.075.376
Funding at national level of the indirect actors (NGOs)	12.549.403	14.447.106
Governmental cooperation (regional level)	76.583	1.943.533
Funding at regional level of the indirect actors (NGOs)	1.130.479	1.436.415
Total (Belgian ODA)	20.492.543	22.902.430

The awareness programmes implemented by Belgian Cooperation are primarily developed around 2 core areas: an education aspect and an information aspect. They take into account the fact that development education is part of the greater whole and therefore touches on several areas, i.e. the multiple dimensions of 'citizenship education'.

Belgian cooperation finances its development education/awareness-raising activities through 2 channels:

- Subsidies to the actors involved in indirect cooperation (mainly NGOs)
- Credits managed by the Awareness-Raising Department

2. General Overview of the Awareness-Raising Department's Activities

← awareness - raising →

← communication →

	D5		D5		P&C	
<i>Research and Strategies</i> → ↓	GLOBAL EDUCATION DEVELOPMENT EDUCATION		INFORMATION on global issues and education		INFORMATION focused on its own activities	
Target groups ↓	Art and socio-cultural activities	Training activities	Events	Compiling Publications	Compiling Publications	Web site
General public	Festivals		Visibility material	Dimension 3		↑
	Film - TV		Exhibitions	Info-DGOS DGDC-Contact		
	Arts podium		Campaigns	Leaflets		
	Africalia			Production images	Production images	
Education (young people)		'Annoncer la Couleur/Kleur Bekennen' [Speaking Out] campaign	Activities	Thematic Files		
Staunch supporters		Info cycles Conferences	Conferences/ seminars/Congresses	Thematic Files	Annual Report Brochures	
Politicians			Symposiums	Thematic Files		
			Info commissions			
Media - Press			<i>Press conferences</i>		Press conferences	
			Journalists-missions			↓

3. Structure of the Awareness-Raising Department (D5)

D5

Directors	
Administrative unit	
SECRETARIAT	FINANCES/BUDGET

D5.1		D5.2		P&C	
Activities by third parties		DGDC's own activities			
Subsidies	via the BTC	Orders/contracts under own authority			
GLOBAL EDUCATION DEVELOPMENT EDUCATION		INFORMATION on education and global issues		INFORMATION focused on own activities	
Art and socio-cultural activities	Training activities	Events	Compiling publications	Compiling publications	Web site

4. General Communication Strategy regarding the Millennium Development Goals

The strategy to raise awareness in Belgium about the Millennium Development Goals has been implemented at several levels and in several phases.

These can roughly be broken down into **2 aspects**:

Assessing the existing tools in order to integrate the goal of publicising the MDGs .

Organising additional specific actions ('campaigns') in the context of the MDG+5 Summit that will be held in New York in September 2005.

In addition, the department has undertaken the following general activities:

- several officers have been involved in a preliminary mission in order to become acquainted with (or to inquire about) the methodologies applied by their European Union colleagues
- organisation of a first **opinion survey**, measuring 1) the Belgian public's knowledge about and attitude toward development cooperation and 2) the visibility of Belgian Federal Cooperation (see attached summary).

Some data on the opinion survey

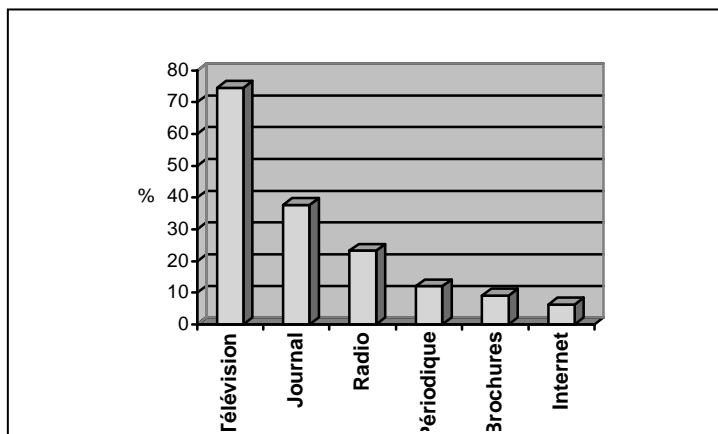
The Millennium Development Goals are not known at all. 5% of the respondents were thinking that MDGs are about peace in the world and 83 % haven't any idea.

Knowledge of the Millennium Development Goals (%):

What are the Millennium Development Goals of the UN?	
Peace	5,1
Combat poverty	2,2
Protection of the environment	0,8
Health care	0,7
Combat terrorism	0,7
Help the poor/poor countries	1,0
Combat hunger	0,6
education	0,5
gender	0,8
No idea	83,8
others	4,0

Base N=2398

How would you like to receive information?



Interview with specific groups (media, politicians, NGO, young people etc.)

Common vision :

- Campaign at a general level
- Concrete campaign with results
- A human approach
- A large and positive communication
- Made no negative reference to migration matters
- DGCD invisible

Some information on the European survey

Period: 22/11/04 – 19/12/04

Number of persons interviewed: 24.999 (> 15 y) – in 25 EU-member states

88% of the European citizens have never heard of the Millennium Development Goals	Belgium: 89%
--	-------------------------

% of persons who think that the goal will be achieved:	Europe	Belgium	
1. primary goal of reducing extreme poverty by 2015	29 %	25 %	-
2. universal primary education	41 %	39 %	-
3. gender equality	41 %	35 %	-
4. reducing child mortality	54 %	58 %	+
5. reducing the number of women who die as a result of child birth	61 %	68 %	+
6. combat HIV/AIDS, malaria and other diseases	42 %	44 %	+
7. ensuring a sustainable environment	36 %	32 %	-
8. global partnership for development			
Increase of development aid	59 %	67 %	+
Fairer access to wealthy countries	41 %	44 %	+
Cancellation of debt	40 %	33 %	-

4.1 Assessing the existing tools in order to integrate the goal of publicising the MDGs.

A. Educational activities

The activities (co-)financed by Belgian Cooperation enjoy a certain degree of autonomy.

Subsidies for artistic and socio-cultural activities (~ 1/6 of the budget + 1/4 for 'Africalia')
Grant applications are examined on the basis of certain criteria by a selection committee from the D5 Department. Grants are awarded to the projects on the basis of their social value.

The **selection criteria** have been refined in order to promote the MDGs through the subsidised activities.

Greater emphasis has been placed on the information and messages included in the brochures for each activity, by inserting references to the MDGs.

N.B.: **Africalia** is a non-profit association, set up in 2001 under the aegis of the State Secretary for Development Cooperation in order to support African cultural development and awareness in Belgium.

Training activities (~ 1/3 of the budget)

The training activities are coordinated by BTC, the Belgian Technical Cooperation, a public-law company with social purposes. The activities of the BTC are governed by a management contract and implementation agreements.

For young people – education. 'Annoncer la couleur/Kleur bekennen' [Speaking Out] campaign

The programme is run via the Provinces.

Technical and financial aid (grants) may be provided to schools or groups of young people.

For adults/the 'staunch supporters': 'Information Cycles' Programme

For the last 35 years, the Belgian Cooperation has been organising training courses for those people who plan to go to developing countries as technical assistants, volunteers, etc. The BTC took over the organisation of this course (usually 4 weekends) in 2002.

The coordinators of these activities have been notified of the importance of highlighting the MDGs in their **programmes**.

B. Information activities

Events

Events are to be taken to mean a series of activities that may trigger awareness.

Visibility material highlighting the MDGs has been prepared: leaflets, bookmarks, calendars, 'International Day' posters.

Information on the MDGs has been provided for events or conferences (see the case of the Brussels Book Fair) or during information sessions with ad hoc parliamentary committees.

A **special event** will be organised during the presentation of the **Belgian MDG 8 Report** and the **recommendations** on the MDGs, prepared by the Senate Globalisation Commission (**press conference, symposium**). At this event, the BTC will launch an MDG brochure including information about several bilateral projects and reports from technical assistants.

Publications – compilations

A special issue of the '**Dimension 3**' magazine has been devoted exclusively to MDGs, while other issues explicitly refer to the MDGs.

The MDGs are the main theme of the section on development cooperation in the **2004 Annual Report** by the Federal Public Service Foreign Affairs.

Whenever the opportunity has arisen, the MDGs have been highlighted in **texts and messages**.

4.3 Organising a specific ‘campaign’ during 2005

Five years after the Millennium Declaration, the international community and developing countries still have a great deal to do to achieve the MDGs. Belgium has pledged to focus its development cooperation policy on the MDGs and it is felt that public support for this commitment is important. In a special effort to help gain this support, a **specific ‘campaign’** will be organised in 2005. Duration of this campaign: 1 year, which may be extended.

The campaign has been divided into **four sections**:

- Section no. 1: organising a travelling exhibition stand on communication and awareness of MDGs and Belgian cooperation;
- Section no. 2: organising a national media campaign, mainly in the written press, focusing on information, communication and awareness of the MDGs and Belgian Cooperation;
- Section no. 3: organising a national media campaign in **the audiovisual press**, focusing on information, communication and awareness of the MDGs and Belgian Cooperation;
- Section no. 4: preparing and publishing a brochure (general, more detailed) on the MDGs and the actions of Belgian Cooperation relating to these MDGs.

Implementation:

- Contacting external consultants (communication agencies)
- Organising an invitation to tender: it has been decided to follow the general procedure for tenders
- The special technical specifications have been prepared for a contract covering 4 different items corresponding to the 4 aforementioned sections.
- Maximum budget (excluding VAT):
 - Item 1: 70,000 EUR
 - Item 2: 50,000 EUR
 - Item 3: 50,000 EUR
 - Item 4: 30,000 EUR
 - With respect to reserving advertising space in the media, a maximum budget of 200,000 EUR (alternative sum: 150,000 EUR) has been set for both Item 2 and Item 3.
- Budget including VAT: ~ 700,000 EUR (alternative sum ~ 600,000 EUR)
- Organisation of the invitation to tender: to be announced throughout Europe
- Analysis of the bids.
- Monitoring: by a steering committee

Comments:

- Not taken into account: website – nonetheless, the DGDC’s existing website will include information and links relating to the MDGs.
- The (important) creativity criterion seems to be a double-edged sword. It is clearly not an easy task for a communications agency to provide a truly representative image of development cooperation.
- The linguistic makeup of Belgium means that the whole campaign has to be prepared and implemented in 2 languages, Dutch and French.

Some specific data:

Item no. 1: **travelling exhibition stand**

The travelling exhibition stand has to be adjustable (can be made larger or smaller) depending on the importance of the event and the number of people likely to attend it. It has to be easily assembled, taken down, loaded, unloaded and stored. In order to ensure that greater awareness is raised among the audience, permanent (fixed) activities have to be planned for this space.
The space also has to be suitable for one-off activities (musical groups, videos) and conferences (aid workers in the field).

Item no. 2: media campaign in the **written press**

Target audience:

- The general public, with particular emphasis on young people
- Decision makers in Belgium. The idea is to involve decision makers and politicians in the work on raising awareness.

Messages:

- Presentation of the MDGs and Belgian cooperation, possibly linked together
- Presentation of the situation in developing countries, the relations between industrialised countries and developing countries, the goal of development cooperation, the different areas in which it intervenes, its projects and their impact, its results, tools, actors and resources.
- The need for the Millennium Development Goals, the concern that the MDGs should not be a full stop.

Materials and services:

- One or more posters, possibly for each MDG + distribution
- adverts: negotiating and regularly monitoring the advertising space in the written press (papers and magazines, and any other possible mediums)
- publication of more detailed articles on the MDGs and Belgian cooperation
- leaflets: lay out (texts and graphics) and distribution (proposals to be drawn up)
- information for the press, preparing press dossiers, organising press conferences.

Item no. 3: media campaign in the **audiovisual press**

Target audience and message: see item no. 2

Materials and presentations:

- One or more TV and cinema commercials – broadcast on at least 2 national channels and 3 regional channels (with each targeting the Dutch- and French-speaking audiences)
- One or more radio adverts – broadcast on national radio (with each targeting the Dutch- and French-speaking audiences).

Item no. 4: **publishing a brochure.**

Brochure including:

- the general situation of the MDGs in the history of development cooperation
- overview of the challenges that these MDGs set on a world scale, considered topic by topic
- strengths – and weaknesses – of the MDGs
- position of Belgian development cooperation with respect to the MDGs
- providing sufficient illustrative visual material, graphics and, where applicable, tables

Distribution of the brochure

Steering committee:

The services will be monitored by a steering committee made up of representatives from the FPS Foreign Affairs, Foreign Trade and Development Cooperation, and from organisations active in the field of development cooperation and/or sustainable development. In the case of these organisations, it will mainly be made up of representatives from indirect development actors (NGOs, possibly universities), from the Commission on Women and Development and the Federal Council for Sustainable Development.

Annex Data on the SURVEY

GOALS

Questionnaire :

KNOWLEDGE What does the Belgian population know about Development Cooperation?
ATTITUDE What is its attitude towards Development Cooperation?
VISIBILITY To what extent is the DGDC (and a few other actors) visible?
 1 Optimise the information and awareness-raising activities 2 Reach a larger part of the population and new target groups

METHODOLOGY – comprehensive study

Phase 1 = CATI telephone survey on related base N = 2398
 Phase 2 = Interviews with preferential witnesses
 Phase 3 = 4 discussion groups with **educated and less educated** citizens

RESULTS

1. Quantitative section

☞ Opinion survey of the Belgian population

2. Qualitative section

☞ Interviews with privileged witnesses

☞ Discussion groups

1. Quantitative section- Opinion survey of the Belgian population

1. Knowledge about cooperation

- A third of Belgians considers themselves to be well, or very well, informed about Cooperation

- One out of every four people questioned knew the general concepts. Much less knowledge about the more technical, more specific topics.

2. Knowledge about Belgian Cooperation

- The best-known cooperation organisations are the NGOs. Very little is known about the public institutions.

- Seven people out of 10 questioned were not aware of what Belgian Cooperation does.

3. Opinion about cooperation

The population generally associates developing countries with negative concepts. Less than half of Belgians consider that Belgium should sort out its own problems before being involved in cooperation.

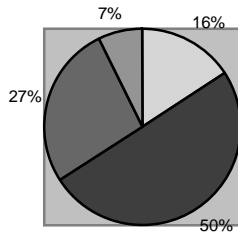
Barely a third of the population considers that the money spent on cooperation is well spent. Cooperation should teach the people in developing countries to become independent and therefore provide them with the necessary knowledge.

What comes to mind when Africa, South America or Asia is mentioned?

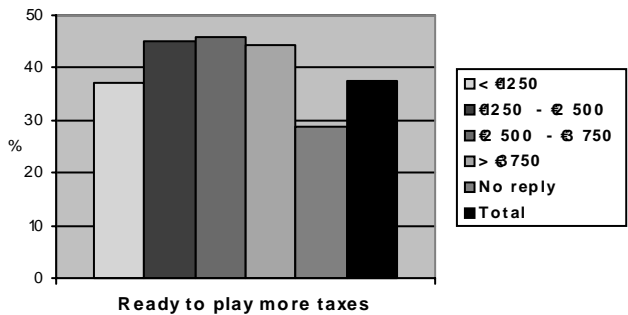
Poverty	40.7
Dependent on us/more backward than us	13.3
Other	10.4
Beauty of: country/nature/culture	5.9
War/Violence	4.3
Hunger	3.6
Development cooperation	3.3
Travel/Tourism	2.8
Blacks, dark-skinned	2.3

4. Attitude towards cooperation

66% of the people questioned were very or rather interested in development cooperation.

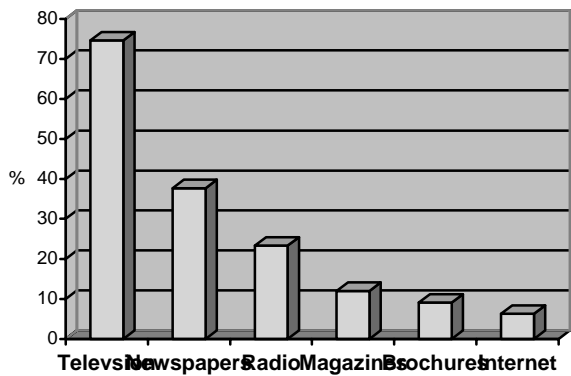


38% of the people questioned would pay more taxes if they were used on cooperation.



5. Need for information

Around half the population wanted more information on cooperation and developing countries. They prefer Television as the means of obtaining more information about cooperation.



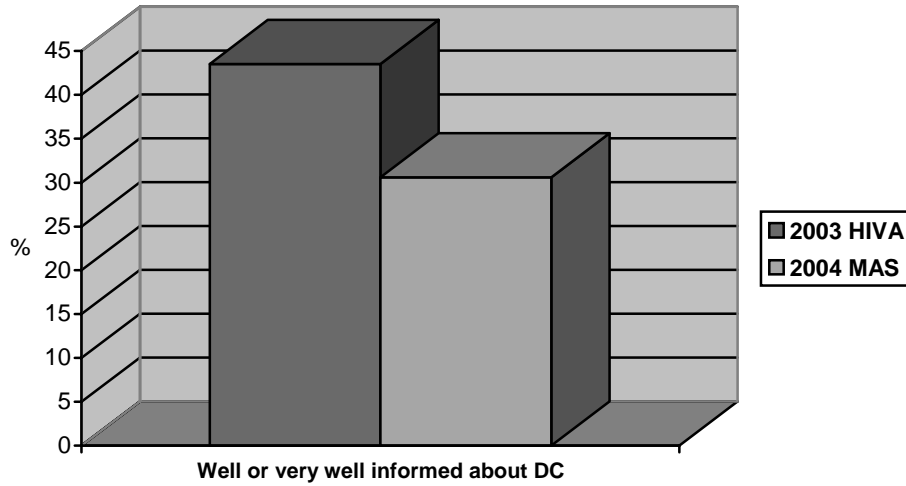
6. View of the future and multicultural society

The people questioned who have a negative view of the future are less interested in cooperation, they have a more negative attitude, and they are less willing to do something.

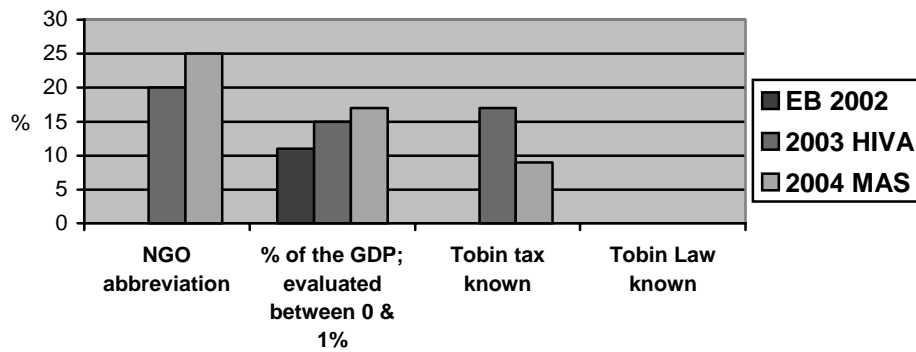
The people questioned who have a negative attitude with respect to the multicultural society are less interested in cooperation, they have a more negative attitude, and they are less willing to do something.

IN ADDITION: COMPARISON OF MAS 2004, HIVA 2003, EB 2002 and EB 1998 RESULTS

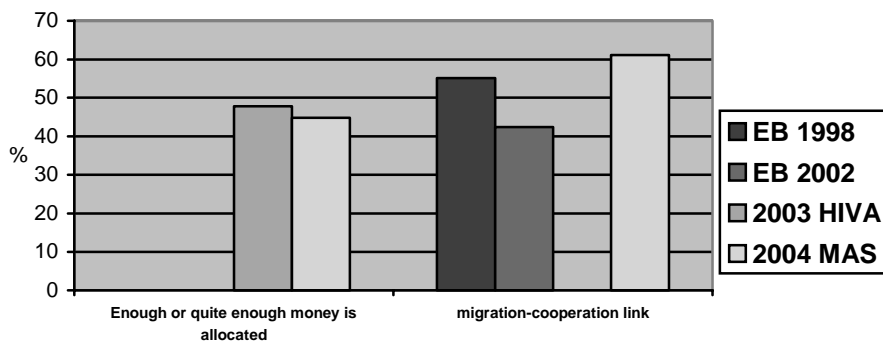
1. Self-assessment of knowledge



2. Effective knowledge



3. Opinion



2. Qualitative section

Interviews with preferential witnesses

COMMON VIEW OF THE ACTORS

- Campaign at all levels
- Specific campaigns with results
- A humane approach
- Far-reaching and positive communication
- Migration not to be referred to in a negative way
- DGDC now very invisible

SPECIFIC ITEMS

Media

- Stimulating role for the DGDC
- Role of outstanding figures
- Also attention to long term problems
- Integrate with local affairs
Human history
Better relationship with the authorities, visible contact person

Politics

- Specific information
- Try to interest MPs in cooperation (e.g. visit the DGDC premises)
- Very few electoral advantages

NGO

- Working more proactively
- Good contact people for the NGOs
- Encourage cooperation rather than competition between the NGOs
- More than just a piggy bank

Young people

- Important role of education
- Infiltration effect
- Positive attitude towards the 'Annoncer la couleur/Kleur bekennen' Speaking Out campaign
- Interest in the youth movements

Communities of visible minorities

- Great deal of interest
- First of all about homeland
- Avoid stereotypes

The underprivileged

- Few possibilities due to the situation of the underprivileged
- First of all help them before they can gain interest in cooperation

Employer and employee organisations

Trade unions:

- Trade unions: training programmes for delegates: possible partnership
- Emphasis on the growing economic globalisation
- Importance of good working conditions in the developing countries for workers here and there

Employers

- Importance of the role that Belgian companies can play.
- Business leaders refer to the advantages, not just to altruism
- Role of tax system

Employers and employees

- Role of other ministries (Economy, Labour, Social Affairs, etc.)

☞ Group discussions

Reluctance about cooperation

- 'Economic' motives/reasons: squandering, scandals and corruption
- Lack of transparency in cooperation
- Other fields are more important
- Lack of long-term vision
-

How can the citizens be convinced about the importance of cooperation?→

Visible guarantee (route)

- Develop, and above all, communicate, a long-term vision
- Make the link between migration and cooperation

How to inform the citizens about cooperation

- TV programmes, TV and radio adverts
- Multicultural activities only touch the people who are already interested
- →→ Do not always highlight misery
- Information about *all* developing countries, not only about Central Africa

CONCLUSIONS

☞ **KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING** of the citizen are limited

☞ **Positive ATTITUDE**, but little trust in official cooperation

☞ **Very limited VISIBILITY OF THE DGDC**

☞ **Less educated people are more RELUCTANT** about cooperation (less interests, knowledge and negative attitude)

1 Visible guarantee to devote resources

2 Long-term vision

3 TV

4 Communicate in a clear and human way

DGDC - Directorate-General for Development Cooperation

Federal Public service Foreign Affairs, Foreign Trade and Development Cooperation

Rue des Petits Carmes, 15 - 1000 Brussels

www.diplomatie.be

www.dgdc.be

Paris 3 – 4 mars 2005

**Réunion annuelle 2005 du Réseau informel des chefs d'information et de communication
du CAD**

Communication & Efficacité de l'aide

**Session II Sommet du Millénaire des Nations Unies 2005 et stratégies nationales des
communications sur les OMD**

Cas national – Belgique



**Marc Buys
Conseiller-général
Direction des Programmes de
Sensibilisation**

1. Introduction

Le présent document donne un aperçu de l'approche belge et des différentes initiatives que la coopération belge au développement a entreprises depuis 2003 pour sensibiliser davantage le public belge pour les objectifs du Millénaire pour le développement (OMD).

Pour mieux situer les différentes actions, il est important d'avoir une vue générale de l'organisation des activités de sensibilisation.

C'est pourquoi le présent exposé comprend les éléments suivants :

5. Bases générales

6. Matrice générale des activités de la Direction des programmes de sensibilisation

7. Structure de la Direction des programmes de sensibilisation (D5)

8. Stratégie générale de communication concernant les Objectifs du Millénaire pour le développement

4.4 Valoriser les instruments existants afin d'y intégrer l'objectif de mieux faire connaître les OMDs

4.5 Organiser une 'campagne' spécifique sur les OMDs

Annexes

1. Bases générales :

La sensibilisation

Il existe beaucoup de littérature et beaucoup d'études concernant 'la sensibilisation', ou plutôt l'éducation à la citoyenneté mondiale ('the global education') et l'éducation au développement ('the development education').

Je vais me limiter à ne citer que quelques expressions/définitions que j'ai trouvées assez significatives.

*« Global Education is education that opens minds to the realities of the world, and awakens them to **bring about a world of greater justice, equity and human rights for all.***

*Global Education is understood to **encompass** Development Education, Human Rights Education, Education for Sustainability, Education for Peace and Conflict Prevention and Intercultural Education; being the global dimensions of Education for Citizenship."*

(The Council of Europe's North-South Centre definitions of Global Education (2002)

*"promote global education to strengthen public awareness of sustainable development, bearing in mind that global education is essential for all citizens to acquire the knowledge and skills to **understand, participate in and interact critically with our global society, as empowered global citizens**"*

(résolution du Parlement Européen – janvier 2003)

« Development Education fosters the full participation of all citizens in worldwide poverty eradication, and fight against exclusion. It seeks to influence more just and sustainable economic, social, environmental, and human rights based national and international policies. »

*"Development education enables people to move from **basic awareness** of international development priorities and sustainable human development, through **understanding** of the causes and effects of global issues, to personal **involvement** and informed **action.**"*

La Direction générale de la Coopération au Développement

La Direction générale de la Coopération au Développement (DGCD) est une des 6 directions générales du Service Public Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au Développement.

La DGCD même compte 5 Directions :

- D1 – Programmes Gouvernementaux
- D2 – Programmes Spéciaux
- D3 – Programmes Non-gouvernementaux
- D4 – Programmes Multilatéraux et européens
- D5 – Programmes de Sensibilisations

En outre, le management est appuyé directement par plusieurs services D0

Il est à noter qu'au sein du SPF Affaires étrangères une **direction Presse et Communication (P&C)** a été créée en 2003. Un plan général de communication a été établi pour les années 2004-2005.

Alignement sur les OMD: objectifs et priorités de l'APD de la Belgique

L'aide publique au développement de la Belgique est définie par **la Loi** relative à la coopération internationale du 25 mai 1999. Celle-ci décrit l'objectif général de l'aide au développement belge comme étant « le *développement humain durable*, à réaliser par le biais de la lutte contre la pauvreté, sur la base du concept de partenariat entre les bénéficiaires et les pays donateurs ». **Cet objectif général correspond à la vision sous-tendant la Déclaration du Millénaire.**

La Loi reconnaît 5 secteurs de concentration de l'aide au développement belge, secteurs qui coïncident avec les thèmes ciblés par les différents objectifs du Millénaire pour le développement. Ces secteurs prioritaires sont les soins de santé de base, en ce compris la santé reproductive (correspondant aux objectifs 4, 5, 6), l'enseignement et la formation (objectif 2), l'agriculture et la sécurité alimentaire (objectif 1), l'infrastructure de base et la prévention des conflits et la consolidation de la société. L'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes (objectif 3), l'économie sociale et la durabilité environnementale (objectif 7) sont considérées comme des thèmes transversaux, devant être pris en compte dans toutes les politiques et stratégies et tous les programmes et activités.

Donc, les activités de sensibilisation de la coopération belge favorisent (in)directement la sensibilisation pour les thèmes des OMDs.

Les activités de sensibilisation financées par la DGCD

La coopération (fédérale) belge finance les activités de sensibilisation/éducation au développement principalement via 2 canaux :

- via les crédits gérés par la Direction des programmes de sensibilisation
- via des subsides aux acteurs de la coopération indirecte (principalement des ONG's) gérés par la Direction de la Coopération Indirecte

En outre, un volet de sensibilisation fait partie des activités réalisées dans le cadre du Fonds belge de Survie géré par la Direction des Programmes Spéciaux.

A noter que des financements ont également lieu au niveau des régions fédérées.

Dépenses pour l'éducation/sensibilisation	2002	2003
Coopération gouvernementale nationale	6.736.078	5.075.376
Financement au niveau national des acteurs indirects (ONGs)	12.549.403	14.447.106
Coopération gouvernementale régionale	76.583	1.943.533
Financement au niveau régional des acteurs indirectes (ONGs)	1.130.479	1.436.415
Total (ODA belge)	20.492.543	22.902.430

Les programmes de sensibilisation que la coopération belge met en oeuvre se développent principalement selon 2 axes : une ligne éducative et une ligne informative. Ils prennent en compte le fait que l'éducation au développement fait partie d'un plus grand ensemble et touche de ce fait à plusieurs domaines, c-à-d aux multiples dimensions de 'l'éducation à la citoyenneté mondiale'.

2. Matrice générale des activités de la Direction des programmes de sensibilisation

← sensibilisation →

← communication →

	D5		D5		P&C	
<i>Etude-et stratégies</i> → ↓	EDUCATION À LA CITOYENNETÉ MONDIALE EDUCATION AU DEVELOPPEMENT		INFORMATION sur des questions globales et d'éducation		INFORMATION plutôt sur les activités propres	
Groupes cibles ↓	Activités d'art et socio-culturelles	Activités de formation	Événements	Publications Rédaction	Publications Rédaction	Site-web
Grand public	Festivals		Matériel de visibilité	Dimension 3		↑
	Film - TV		Expositions	Info-DGOS DGCD-Contact		
	Arts podium		Campagnes	Dépliants		
	Africalia		Expositions itinérantes	Production images	Production images	
Enseignement (jeunes)		Annoncer la Couleur/KB	Animations	Dossiers thématiques		
Convaincus		Infocycles Conférences	Conférences/ seminaires/Congrès	Dossiers thématiques	Rapport d'activités Brochures	
Politiciens/ Décideurs			Colloques	Dossiers thématiques		
			Info commissions			
Média-Presse			<i>Conférences de presse</i>		Conférences de presse	
			Journalistes-missions			↓

3. Structure de la Direction des programmes de sensibilisation (D5)

D5

Direction	
Cellule administrative	
SECRETARIAT	FINANCES/BUDGET

D5.1		D5.2		P&C	
Activités par des tiers		Activités propres de la DGCD			
subsidés	via la CTB	En régie propre commandes/marchés			
EDUCATION À LA CITOYENNETÉ MONDIALE EDUCATION AU DEVELOPPEMENT		INFORMATION sur des questions globales et d'éducation		INFORMATION plutôt sur les activités propres	
Activités d'art et socio-culturelles	Activités de formation	Événements	Publications Rédaction	Publications Rédaction	Site-web

4. Stratégie générale de communication concernant les Objectifs du Millénaire pour le développement

La stratégie pour mieux faire connaître, au public belge, les Objectifs du Millénaire pour le développement, s'est mise en oeuvre à plusieurs niveaux et en plusieurs phases.

En gros, nous pouvons distinguer **2 volets** :

Valoriser les instruments existants afin d' y intégrer l'objectif de mieux faire connaître les OMDs.

Organiser des actions (« campagne ») spécifiques supplémentaires dans les perspectives du sommet 2000 + 5 de septembre 2005 à New York.

En outre, des actions d'ordre général ont été entreprises :

- quelques agents ont entrepris une mission préparatoire afin de s'informer des méthodologies appliquées par des collègues européens
- un **sondage** d'opinion portant sur les connaissances et l'attitude du public belge par rapport à la coopération d'une part et la visibilité de la Coopération Fédérale Belge d'autre part, a été organisé pour la 1^{ère} fois (voir résumé en annexe).

Quelques données concernant le sondage de 2004

En général : 64,9% des répondants se montrent intéressés par la coopération au développement (F : 64,5% ; NL : 64,5%). 38,1% (F: 33,2% ; NL: 41,8%) se disent même prêts à payer plus d'impôts pour consacrer plus de moyens à la coopération.

Plus de la moitié des personnes interrogées n'estiment pas que la Belgique doit d'abord régler ses propres problèmes avant de coopérer au développement d'autres pays.

Pour les répondants, la coopération doit d'abord veiller à rendre indépendants les pays en voie de développement ainsi que la population locale, en insistant sur l'enseignement et la santé.

Les objectifs du Millénaire des Nations Unies sont absolument inconnus (comme terme et comme expression). 5% des personnes interrogées répondent qu'il s'agit de la paix dans le monde et 83 % disent n'avoir aucune idée.

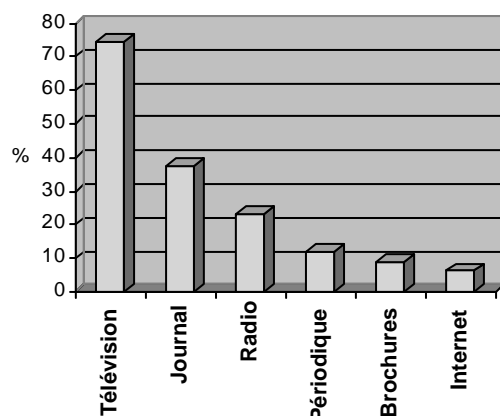
Connaissance des objectifs du Millénaire des NU (%)

Que sont les objectifs du Millénaire des NU?	
Paix mondiale	5,1
Combattre la pauvreté	2,2
Protéger l'environnement	0,8
Soins de santé	0,7
Combattre le terrorisme	0,7
Aider les pauvres/pays pauvres	1,0
Combattre la faim	0,6
Enseignement	0,5
Plus d'égalité	0,8
Aucune idée	83,8
Autres	4,0

Base N=2398

Les grands thèmes de la coopération et de son actualité sont totalement inconnus : Accord de Cotonou, norme des 0,7 %, Objectifs du Millénaire pour le Développement,... sont des concepts connus ou reconnus par à peine 1 à 2% des répondants. Le concept de commerce équitable est connu par 25 % des répondants. Seuls 30% des répondants connaissent la signification du sigle ONG.

Comment souhaite-t-on recevoir plus d'informations ?



On préfère la Télévision quand il s'agit d'obtenir plus d'informations sur la coopération

Plus de Francophones (77,7%) que de Néerlandophones (56,8%) choisissent la Télévision; Les gens veulent être tenus au courant via les médias en général et la Télévision en particulier; Contenu: informer plus et mieux, et montrer les résultats.

Interviews avec témoins privilégiés (média, politiques, ONG, jeunes etc.):

Vision commune des acteurs :

- Campagne à tous les niveaux
- Campagnes concrètes avec résultats
- Une approche humaine
- Une communication large et positive
- Ne pas faire référence à la migration de façon négative
- DGCD maintenant très invisible

- Les problèmes comme l'enseignement et la santé publique ont été identifiés comme des problèmes importants.

Comment doit-on faire de la coopération ?

La coopération doit apprendre aux gens des pays en voie de développement à devenir indépendants et leur donner, à cet effet, les connaissances nécessaires.

<p>Problèmes importants: Enseignement (37,0%) Soins de santé (35,2%) Faim (25,8%) Eau (11,6%)</p>	<p>Meilleure manière de faire de la coopération Les aider à apprendre eux-mêmes, apprendre à devenir autonome Éducation, formation, enseignement dans le pays en voie de développement Lancer des projets avec la population locale Lancer des projets avec les pouvoirs publics locaux Donner soutien financier Aide alimentaire/Envoie de nourriture Envoie en mission de coopérateurs Changements structurels de l'économie mondiale</p>
<p>Pays et régions prioritaires: Afrique (30,6%) Congo (21,2%) les pays les plus pauvres (10,1%) Amérique Latine (4,3%).</p>	

Pour information : sondage au niveau européen

Ce sondage a été préparé en coopération avec l'OCDE et réalisé entre le 22 novembre et le 19 décembre 2004. Un nombre total de 24.999 personnes âgées de plus de 15 ans ont été interviewés dans les 25 Etats membres de l'UE.

88% des citoyens n'ont jamais entendu parler des Objectifs du Millénaire, quatre ans après leur adoption.	Belgique : 89%
--	-----------------------

Les domaines dans lesquels l'aide de l'UE est jugée comme la plus efficace sont la lutte contre le Sida et autres maladies (36%), l'éducation (35%), la pauvreté (25%), les droits de l'Homme (24%) et l'immigration légale et illégale (18%).

% des personnes qui pensent que l'objectif sera atteint:	Europe	Belgique	
1. le premier objectif, la réduction de l'extrême pauvreté d'ici 2015	29 %	25 %	-
2. l'accès universel à l'école primaire	41 %	39 %	-
3. Egalité des sexes	41 %	35 %	-
4. réduire la mortalité infantile	54 %	58 %	+
5. améliorer la santé maternelle	61 %	68 %	+
6. combattre le sida, le paludisme et autres maladies	42 %	44 %	+
7. assurer un environnement durable	36 %	32 %	-
8. mettre en place un partenariat mondial pour le développement			
augmenter l'aide au développement	59 %	67 %	+
accès aux marchés	41 %	44 %	+
annulation de la dette	40 %	33 %	-

4.1 Valoriser les instruments existants afin d' y intégrer l'objectif de mieux faire connaître les OMDs.

A. Activités d'éducation

Les activités (co-) financées par la coopération belge jouissent d'une certaine autonomie

Subsides pour les activités d'art et socio-culturelles (~ 1/6° du budget + ¼° pour 'Africalia')

Les dossiers de subside sont examinés par un comité de sélection au sein de la direction D5 sur base de certains critères . Des subsides sont octroyés en faveur de dossiers en raison de leur valeur sociale.

Ces **critères de sélection** ont été affinés afin de promouvoir les OMDs à travers les activités subventionnées.

Une plus grande attention a été accordée aux informations et **messages** qui sont repris dans les brochures spécifiques de ces activités en y incluant des **références aux OMDs**.

Remarque : **Africalia** est une asbl, créée en 2001 sur initiative du Secrétaire d'Etat de la Coopération au développement afin de soutenir le développement culturel africain et la sensibilisation en Belgique.

Activités de formation (~ 1/3° du budget)

Les activités de formation sont coordonnées par la Coopération Techniques belge, société anonyme à finalité sociale. Les activités de la CTB sont régies par un contrat de gestion et des conventions de mise en oeuvre.

Pour les jeunes – enseignement : Programme 'Annoncer la couleur/Kleur bekennen'

Ce programme est exécuté via les Provinces.

Une aide financière (subside) et technique peut être fournie aux écoles ou groupes de jeunes.

Pour les adultes/les 'convaincus' : Programme de 'Cycles d'Information'

Depuis 35 ans la coopération belge organise des cours de formations pour les personnes qui ont l'intention de partir dans les pays en voie de développement comme assistants techniques, volontaires etc. L'organisation de ce cours (en général 4 week-ends) a été reprise par la CTB en 2002.

Les coordinateurs ont été informés de l'importance de **mettre en valeur les OMDs dans les programmes**.

B. Activités d'information

Événements

Par « événements », il faut comprendre toute une série d'activités qui peuvent susciter une quelconque « sensibilisation ».

Du **matériel de visibilité** traitant des OMDs a été réalisé : petit dépliant, signets, calendrier, affiches 'journées internationales'

L'information sur les OMDs a été fournie à l'occasion des **manifestations ou conférences** (voir exemple : Foire du livre à Bruxelles) ou à l'occasion des sessions d'information aux commissions ad hoc parlementaires.

Un événement spécial : Les **recommandations politiques** de la Commission spéciale « Mondialisation » du parlement belge ainsi que le **rapport MDG-8 de la DGCD** et la brochure de la CTB seront présentés conjointement au Parlement fédéral lors d'une **conférence de presse** le 7 mars 2005 en présence du Ministre de la Coopération belge. L'après-midi sera organisé **un grand débat public** en collaboration avec l'ONU, la DGCD, le Cabinet de la Coopération, ONG....

Publications – travaux de rédaction

Une édition spéciale de la **revue 'Dimension 3'** a été exclusivement consacrée aux OMDs, tandis que d'autres numéros se réfèrent explicitement aux OMDs.

La partie sur la coopération au développement du **rapport annuel 2004** du Service Public Fédéral Affaires étrangères a été rédigée en prenant les OMDs comme fil conducteur.

Les OMDs sont mis en évidence dans les **textes et messages** chaque fois que l'occasion s'en présente.

8.2 Organisation d'une 'campagne' spécifique dans le courant de l'année 2005

Cinq ans après la Déclaration du Millénaire, de gros efforts doivent encore être fournis par la Communauté internationale et les pays en développement pour atteindre les OMD. La Belgique s'est engagée à centrer sa politique de coopération au développement sur les ODMs. C'est pour cette raison qu'elle désire être soutenue par l'opinion publique belge et qu'un effort particulier sera fourni en l'an 2005 par l'organisation d'une '**campagne**' spécifique afin de contribuer à cet objectif. Durée de cette 'campagne' : 1 an, prolongeable ultérieurement.

Quatre volets ont été définis à cet égard :

- Volet n° 1 : la réalisation d'une **animation/exposition mobile** en vue de la communication et de la sensibilisation relatives aux OMD et à la coopération belge;
- Volet n° 2 : la réalisation d'une campagne médiatique nationale, principalement dans **la presse écrite**, en vue de l'information, de la communication et de la sensibilisation relatives aux OMD et à la coopération belge;
- Volet n° 3 : la réalisation d'une campagne médiatique nationale dans **la presse audiovisuelle**, en vue de l'information, de la communication et de la sensibilisation relatives aux OMD et à la coopération belge;
- Volet n° 4 : la réalisation et la **publication d'une brochure** (générale plus détaillée) sur les OMD et les actions de la coopération belge relatives à ces OMD.

Mise en oeuvre :

- Faire appel à des consultants extérieurs (bureaux de communication)
- Organisation d'un appel d'offres : la procédure de l'appel d'offres générale a été choisie
- Le cahier spécial des charges a été conçu pour un marché faisant l'objet de 4 lots différents correspondant aux 4 volets décrits ci-dessus.
- Budget maximal (hors TVA):
 - Lot 1: 70.000 EUR
 - Lot 2: 50.000 EUR
 - Lot 3: 50.000 EUR
 - Lot 4: 30.000 EUR
 - En ce qui concerne la réservation d'espace publicitaire dans les médias, un budget maximum de 200.000 EUR (en variante : 150.000 EUR) a été prévu tant pour le lot n°2 que pour le lot n°3.
- Budget TVA compris : ~ 700.000 EUR (en variante ~ 600.000 EUR)
- Organisation de l'appel d'offres : publication au niveau européen
- Analyse des offres en cours.
- Suivi : par un comité de pilotage

Commentaires :

- pas pris en compte : site web – néanmoins le site web existant de la DGCD comprendra des informations et liens qui concernent les OMDs
- le critère (important) de la créativité semble être une arme à double tranchant. Ce n'est, certes, pas une tâche facile, pour un bureau de communication, de fournir une image bien représentative de la coopération au développement.
- La composition linguistique de la population en Belgique fait que toute la campagne doit être conçue et exécutée en 2 langues, notamment en néerlandais et en français.

Quelques données spécifiques :

Volet n° 1 : animation/exposition mobile

Le stand de l'animation/exposition doit être modulable (rendu plus grand et plus petit) en fonction de l'importance de la manifestation et du nombre de personnes qui est susceptible de s'y rendre. Il doit pouvoir être facilement monté, démonté, chargé, déchargé et stocké. Afin de permettre au public d'être sensibilisé, des animations permanentes (fixes) doivent être prévues dans l'espace.
L'espace devra pouvoir accueillir également des animations ponctuelles (groupe musical, vidéo) et des conférences ponctuelles (coopérants du terrain).

Volet n° 2 : campagne médiatique dans la presse écrite

Public cible :

- Le grand public, avec une attention particulière pour les jeunes
- Les personnes ayant pouvoir de décision en Belgique. L'idée consiste à faire, des décideurs et des responsables politiques, des acteurs des efforts de sensibilisation.

Messages :

- Présentation des ODM et de la coopération belge, éventuellement en lien l'un avec l'autre
- Présentation de la réalité des pays en développement, des relations entre les pays industrialisés et les pays en développement, de l'objectif de la coopération au développement, de ses différents axes d'intervention, de ses projets et de son impact, de ses résultats, instruments, acteurs et ressources
- La nécessité des objectifs du Millénaire pour le développement; la préoccupation que les ODM ne doivent pas constituer un point final.

Matériel et prestations :

- une ou plusieurs affiches, éventuellement pour chaque ODM + distribution
- annonces: négociation et suivi à intervalles réguliers de l'espace publicitaire dans la presse écrite (journaux et magazines, et éventuels autres supports)
- publication d'articles plus détaillés sur les ODM et la coopération belge
- dépliants : mise en page (textes et aspects graphiques) et distribution (propositions à formuler)
- information pour la presse, rédaction de dossiers de presse, organisation de conférences de presse.

Volet n° 3 : campagne médiatique dans la presse audiovisuelle

Public cible et message : voir volet n°2

Matériel et prestations :

- Un ou plusieurs spots tv et cinéma - diffusion sur au moins 2 chaînes nationales et 3 chaînes régionales (à chaque fois aussi bien à l'intention du public néerlandophone que francophone)
- Un ou plusieurs spots radio. - diffusion à la radio nationale (à chaque fois aussi bien à l'intention du public néerlandophone que francophone).

Volet n° 4 : publication d'une brochure .

Brochure comprenant:

- situation générale des ODM dans l'histoire de la coopération au développement
- image générale des défis que ces ODM posent à l'échelon mondial, élaborée par thème
- forces - et faiblesses - des ODM
- position de la coopération au développement belge face aux ODM
- constitution d'une quantité suffisante de matériel visuel illustratif, graphiques et, le cas échéant, tableaux.

Distribution de la brochure

Comité de pilotage :

Le suivi des services est assuré par un comité de pilotage composé de représentants du SPF Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au développement et d'organisations actives dans le domaine de la coopération au développement et/ou du développement durable. Il s'agira en particulier, pour ces organisations, principalement de représentants des acteurs indirects du développement (ONG, éventuellement universités), de la Commission Femmes et Développement et du Conseil fédéral du développement durable.

Annexe : données sur le sondage

OBJECTIFS

Questionnaire :

CONNAISSANCES Que connaît la population belge de la CD?
ATTITUDE Quelle est son attitude envers la CD?
VISIBILITE Dans quelle mesure la DGCD (et quelques autres acteurs?) sont-ils visibles?
1° Optimiser les activités d'information et de sensibilisation
2° S'adresser à une plus grande partie de la population et à de nouveaux groupes cibles

METHODOLOGIE – étude entière

Phase 1 = Sondage téléphonique CATI sur base relative N = 2398
Phase 2 = Interviews avec des témoins privilégiés
Phase 3 = 4 Groupes de discussion avec des citoyens peu/très qualifiés

RESULTATS

1. Partie quantitative

☞ Sondage d'opinion auprès de la population belge

2. Partie qualitative

☞ Entretiens avec témoins privilégiés

☞ Groupes de discussion

1. Partie quantitative - Sondage d'opinion auprès de la population belge

1. Connaissances en matière de coopération

- Un tiers des Belges s'autoévaluent comme bien, voire très bien, au courant de la Coopération

- Une personne interrogée sur quatre connaît les concepts généraux. Les termes plus spécifiques, plus techniques, sont beaucoup moins connus.

2. Connaissances en matière de Coopération belge

- Les organisations les plus connues, qui font de la coopération sont les ONG's. Les institutions publiques sont très inconnues.

- Sept personnes interrogées sur 10 ne savent pas ce que fait la Coopération Belge.

3. Opinion sur la coopération

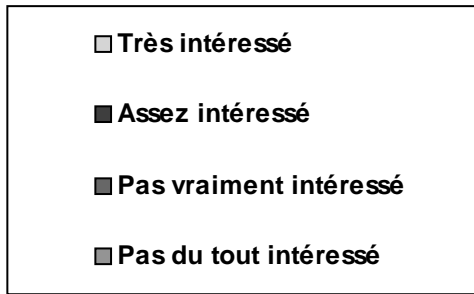
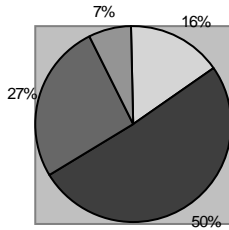
- La population associe les pays en voie de développement principalement à des choses négatives. Moins de la moitié des Belges trouvent que la Belgique doit d'abord régler ses problèmes avant de faire de la coopération.
À peine un tiers de la population pense que l'argent consacré à la coopération est bien dépensé. La coopération doit apprendre aux gens des pays en voie de développement à devenir indépendants et leur donner, à cet effet, les connaissances nécessaires.

À quoi pensez-vous quand on vous parle d'Afrique, d'Amérique Latine ou d'Asie?

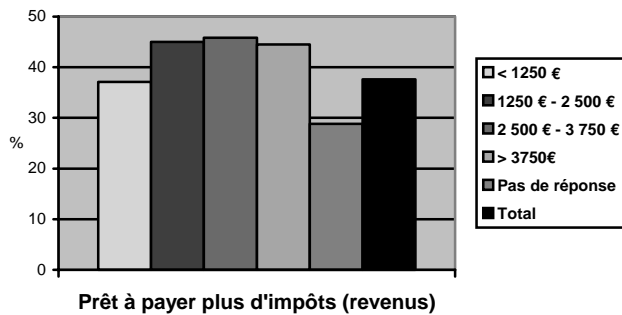
Pauvreté	40,7
Dépendants de nous/en arrière p.r. à nous	13,3
Autres	10,4
Beauté de: pays/nature/culture	5,9
Guerre/Violence	4,3
Faim	3,6
Coopération au développement	3,3
Voyages/Tourisme	2,8
Noirs, couleur de peau foncée	2,3

4. Attitude envers la coopération

66% des personnes interrogées sont très ou assez intéressées par la coopération au développement.

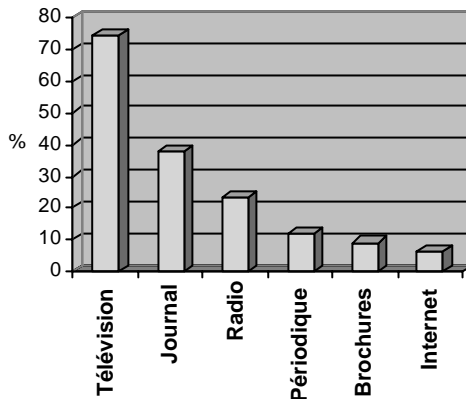


38% des personnes interrogées veulent payer plus d'impôts si on les utilise pour la coopération.



5. Besoins en matière d'informations

Environ la moitié de la population souhaite plus d'informations sur la coopération et les pays en voie de développement. On préfère la Télévision quand il s'agit d'obtenir plus d'informations sur la coopération.



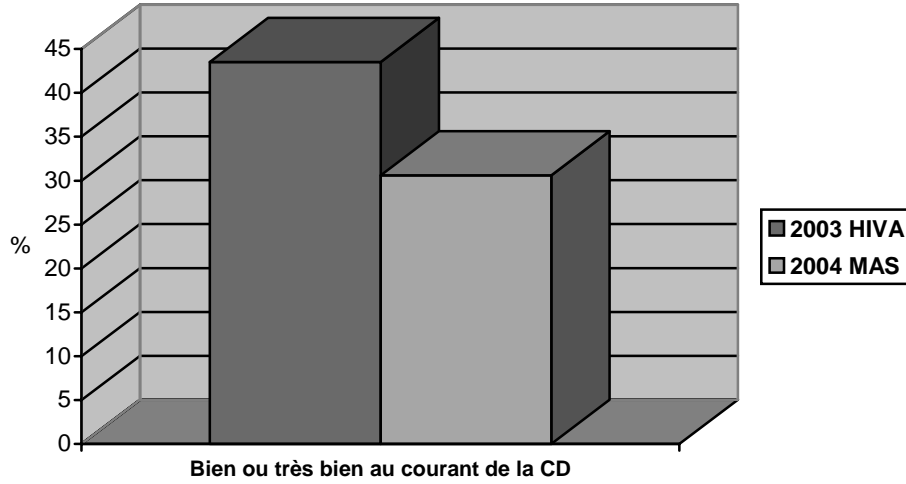
6. Vision du futur et société multiculturelle

Les personnes interrogées qui ont une vision négative du futur sont moins intéressées par la coopération, elles ont une attitude plus négative, et elles sont moins disponibles pour faire quelque chose.

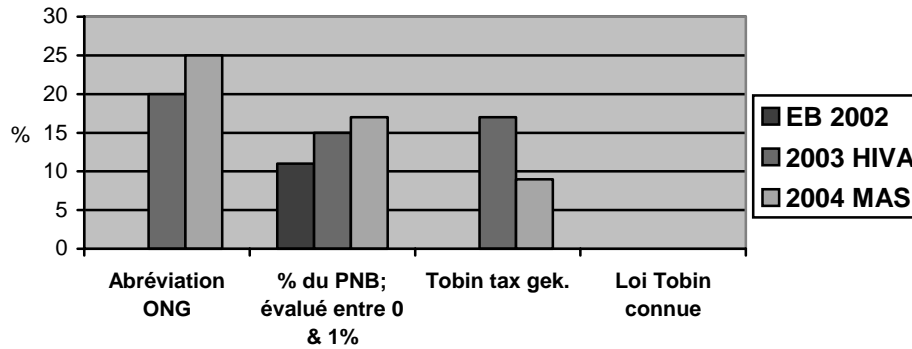
Les personnes interrogées qui ont une attitude négative vis-à-vis de la société multiculturelle sont moins intéressées par la coopération, elles ont une attitude plus négative, et elles sont moins disponibles pour faire quelque chose.

EN MARGE: COMPARAISON RESULTATS MAS 2004, HIVA 2003, EB 2002 et EB 1998

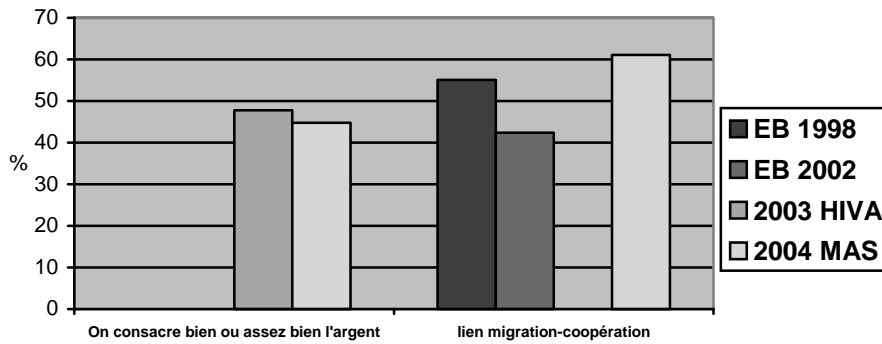
1. Autoévaluation des connaissances



2. Connaissances effectives



3. Opinion



2. Partie qualitative

Entretiens avec témoins privilégiés

VISION COMMUNE DES ACTEURS

- Campagne à tous les niveaux
- Campagnes concrètes avec résultats
- Une approche humaine
- Une communication large et positive
- Ne pas faire référence à la migration de façon négative
- DGCD maintenant très invisible

ELEMENTS SPECIFIQUES

Médias

- Rôle stimulateur pour la DGCD
- Rôle de figures marquantes
- Attention aussi à des problèmes de long term
- Intégrer dans les affaires locales
- Histoires humaines
- Meilleure relation avec l'administration, personne de contact visible

Politiques

- Informations concrètes
- Essayer d'intéresser des parlementaires à la coopération (ex. visiter les locaux de la DGCD)
- Peu d'avantages électoraux

ONG

- Travailler de façon plus proactive
- Bonnes personnes de contact pour les ONG
- Encourager la coopération plutôt que la concurrence entre les ONG
- Plus qu'une simple tirelire

Jeunes

- Rôle important pour l'enseignement
- Effet d'infiltration
- Attitude positive envers Annoncer la couleur/Kleur bekennen
- Intérêt dans les mouvements de jeunesse

Communautés d'allochtones

- Beaucoup d'intérêt
- D'abord autour de la mère patrie
- Éviter les clichés

Défavorisés

- Peu de possibilités à cause de la situation des défavorisés
- D'abord les aider avant qu'ils ne s'intéressent à la coopération

Organisations d'employeurs et d'employés

Syndicats:

- Syndicats: programmes de formation pour les délégués: collaboration possible
- Accent sur la mondialisation de l'évolution économique
- Importance de bonnes conditions de travail dans les pays en voie de développement pour travailleurs d'ici-bas et de là-bas

Employeurs

- Importance du rôle que les entreprises belges peuvent jouer.
- Les chefs d'entreprises font référence à des avantages, pas seulement à l'altruisme
- Rôle du système fiscal

Employeurs et employés

- Rôle d'autres ministères (Économie, Travail, Affaires Sociales, etc.)

Discussions de groupe

Réticences à la coopération

- Motifs/raisons "économiques" : gaspillages, scandales et corruption
- Manque de transparence de la coopération
- D'autres domaines sont plus importants
- Manque de vision à long terme

Comment convaincre les citoyens de l'importance de la coopération ?

- Garantie visible (trajet)
- Développer, et surtout communiquer, vision à long terme
- Faire le lien entre migration et coopération

Comment informer les citoyens sur la coopération

- Programmes Tv, messages publicitaires Tv et radio
- Les activités multiculturelles ne touchent que ceux qui sont déjà intéressés
- Ne pas toujours mettre en lumière la misère
- Informer sur tous les pays en voie de développement, pas seulement sur l'Afrique Centrale

CONCLUSIONS

- ☞ **CONNAISSANCES ET INTELLIGENCE du citoyen sont limitées**
 - ☞ **ATTITUDE positive, mais peu de confiance dans la coopération officielle**
 - ☞ **VISIBILITE DE LA DGCD très limitée**
 - ☞ **Les peu qualifiés montrent plus de RETICENCE à la coopération (moins d'intérêt, de connaissances et attitude négative)**
- 1° **Garantie visible pour consacrer moyens**
 - 2° **Vision à long terme**
 - 3° **TV**

Comment convaincre les citoyens

On peut convaincre les citoyens en leur donnant tout d'abord une communication transparente qui leur une garantie visible au sujet des moyens que l'on consacre à la coopération. Deuxièmement, le citoyen demande à voir des projets concrets, c'est-à-dire des solutions concrètes à des problèmes concrets. Dans la communication, on doit mettre l'accent sur la solution obtenue, plutôt que sur les problèmes résolus. Troisièmement, le citoyen demande une vision à long terme. Ce qui veut dire : « Communiquer une solution concrète au problème concerté dans le cadre d'une vision à long terme.

Les catastrophes, aussi graves soient-elles ; l'aide temporaire, aussi urgente soit-elle : ces éléments ne doivent pas disparaître les réticences.

Par ailleurs, les autorités peuvent aussi montrer un lien entre migration et coopération, et ce aux moyens d'actions ou de campagnes. Les citoyens voient le lien entre les deux et sont sensibles au slogan : « Les migrants là-bas, c'est nous aider ici-bas ».

Canaux

Tv, journaux, radio et périodiques sont les médias les plus prisés par les citoyens pour être tenus au courant de ce qui se passe autour d'eux. En tant que médias de masse, ils conviennent le mieux si on veut communiquer avec un large public.

Le citoyen est demandeur d'informations sur les pays en voie de développement, sur la coopération en général et sur la coopération belge ; ceci de préférence via la Tv.

Exposés, actions à petite échelle et sponsoring d'événements ont indubitablement leur valeur – ne servent que pour entretenir la conviction de ceux qui sont déjà persuadés – mais n'atteignent pas leur but s'il s'agit de convaincre et d'informer un large public de personnes peu intéressées. La Tv convient mieux à ces dernières. Cependant, on doit veiller à ne pas rendre ces informations trop formelles. Un des défis de la DGCD est de vulgariser ces informations.

Manière de communiquer

La transparence devrait être le premier mot-clé de la communication sur la coopération ; de même, il est aussi important de montrer les résultats du terrain déjà atteints.

Il est également important de communiquer que la coopération fait partie d'un tout. On doit bien montrer les causes des problèmes et proposer des solutions dans le cadre d'une vision à long terme.

D'autre part, il est très important de communiquer de manière concrète. On doit impliquer les gens en montrant le côté humain. De même, la communication doit être positive et on doit montrer ce qu'on fait qui reste à faire. Des images positives (solutions) convainquent mieux que des images négatives (problèmes).

Enfin, il importe que la DGCD montre davantage sa face en tant qu'administration sans laisser cette tâche au ministre seul.

DGCD – Direction générale de la Coopération au Développement
Service public fédéral Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au Développement
Rue des Petits Carmes 15 – 1000 Bruxelles
www.diplomatie.be www.dgcd.be