



**Partenariat
Mondial**
pour une coopération efficace
au service du développement

Projet de Plan d'action en matière de communication pour la RHN2

Partenariat mondial pour une coopération efficace au service du développement (PMCED)
9^e réunion du Comité de pilotage
Du 29 février au 1^{er} mars 2016, à Lilongwe, au Malawi

Ce document présente un projet de plan d'action pour les activités de communication liées aux préparatifs de la RHN2. Le document sera finalisé à la suite de la réunion du Comité de pilotage au Malawi.

Personnes à contacter :

M. Rahim Kanani, Tél : + 1 617 460 9238, courriel : rahim.b.kanani@undp.org

M. Thomas Boehler, Tél : +33 1 45 24 87 75, courriel : thomas.boehler@oecd.org

1. Introduction

La deuxième Réunion de Haut Niveau du PMCED (RHN2) se déroulera à Nairobi, au Kenya en novembre/décembre 2016 (à confirmer). En tant qu'événement phare du PMCED en 2016, la RHN2 permettra au PMCED de se positionner en tant que centre d'excellence de la coopération efficace pour le développement, et ce, en apportant une contribution significative à la mise en œuvre du Programme de développement durable à l'horizon 2030 (Programme 2030) et des objectifs de développement durable (ODD). Elle définira également les priorités des travaux du PMCED à l'avenir.

Ce document identifie : (i) les objectifs de communication de la RHN2 ; (ii) les messages clés, à adapter aux différents publics ; et, (iii) les principales activités de communication et les responsabilités avant, pendant et immédiatement après la RHN2.

Une communication efficace sera indispensable à la réussite de la RHN2. Parallèlement, il faut tirer parti de la RHN2 pour soutenir les priorités plus générales du PMCED en matière de communication. Ce plan d'action sur la communication doit donc être examiné conjointement avec la stratégie globale de communication du PMCED pour l'année 2016. Les messages et activités seront régulièrement mis à jour au fur et à mesure de la progression des préparatifs connexes.

2. Objectifs de communication

Les activités de communication de la RHN2 doivent appuyer les livrables clés de la RHN2 – en donnant la priorité aux mesures spécifiques qui visent à améliorer l'efficacité, la qualité et l'impact de la coopération pour le développement, ce qui permettra de contribuer à la réalisation des ODD – ainsi que l'atteinte des objectifs généraux de la RHN2, identifiés dans la *Feuille de route politique* :

- faire le point sur la mise en œuvre des principes et des engagements relatifs à l'efficacité de la coopération pour le développement ;
- offrir un espace d'apprentissage sur l'efficacité de la coopération pour le développement, en présentant des exemples de réussites et en fournissant une plateforme d'apprentissage mutuel ;
- identifier et accroître les initiatives et les approches innovantes du développement ; et,
- positionner le PMCED en tant que centre d'excellence pour l'efficacité de la coopération au développement, contribuant fortement à la mise en œuvre des ODD et à son cadre de financement.

Les activités de communication de la RHN2 doivent aussi appuyer les objectifs globaux de communication du PMCED en 2016 en : (i) **sensibilisant ou en suscitant plus d'intérêt pour la signification et l'importance de la coopération efficace au service du développement en vue de réaliser les ODD, et pour le rôle du PMCED** ; (ii) **saisissant et en partageant les expériences et les progrès fondés sur les données probantes** ; et, (iii) **encourageant tous les acteurs à utiliser, à enrichir et à façonner le discours du PMCED**.

Cette approche requiert un leadership fort de la part du pays hôte de la RHN2, des coprésidents, des membres du Comité de pilotage et des autres parties prenantes engagées, avec le soutien de l'Équipe d'appui conjointe (EAC). Tous les efforts doivent chercher à traduire les discussions techniques et leurs conclusions en messages politiques pratiques que les gouvernements, la société civile, les parlements, les gouvernements locaux et régionaux, le secteur privé et les fondations ainsi que les organisations internationales, pourront utiliser immédiatement.

S'appuyant sur ces objectifs, les activités de communication de la RHN2 doivent :

- assurer une **grande visibilité de la RHN2** en tant que forum inclusif qui aborde les défis mondiaux du développement dans les médias et réseaux politiques axés sur le développement ;
- Accroître la compréhension et la sensibilisation au rôle de l'ECD et du PMCED pour soutenir la mise en œuvre efficace des ODD ;
- Fournir des opportunités à **tout l'éventail des acteurs du développement, publics et privés, gouvernementaux et autres** de présenter leur travail et leurs partenariats en matière de coopération pour le développement ;
- Redynamiser le **PMCED en tant que plateforme d'apprentissage (pôle de connaissances) sur la coopération efficace pour le développement et la mise en œuvre des principes relatifs à l'efficacité du développement.**

Les activités présentées ci-dessous décrivent des mesures pour se servir de la RHN2 et de ses préparatifs afin de toucher les publics cibles du PMCED (pour plus d'informations, veuillez consulter la *Stratégie de communications du PMCED*).

- Les dirigeants et les décideurs politiques de haut niveau des gouvernements nationaux et locaux, des parlements, de la société civile, du secteur privé et des fondations qui soutiennent le PMCED (y compris les Initiatives du Partenariat mondial) ;
- Les spécialistes et experts au niveau des pays impliqués dans la politique de coopération pour le développement ;
- Les organisations internationales ;
- Les gouvernements et les organisations (notamment le secteur privé et la société civile) qui œuvrent au développement mais qui ne sont pas encore engagés dans le PMCED ;
- Les médias ;
- D'autres communautés liées au développement.

En outre, la promotion de la RHN2 sera associée à une série d'événements clés en 2016, qui sont présentés dans la *Feuille de route politique*, notamment des événements préparatoires, des événements parallèles, des réunions internationales importantes, et le lien avec les processus de l'ONU, y compris par le biais de l'instauration d'un « groupe d'amis » des missions de l'ONU.

3. Messages clés

Les activités de communication doivent renforcer les messages clés d'ensemble du **PMCED**, contenus dans la *Stratégie de communication du PMCED (Annexe 2)*, en particulier :

Pour réaliser les objectifs de développement durable, nous devons utiliser de manière optimale le potentiel de l'ensemble des acteurs du développement, en améliorant leur qualité, efficacité et impact.

En outre, en ce qui concerne la RHN2 :

Les activités de communication doivent réitérer que le Programme 2030 met l'accent sur **le renforcement de la coopération pour le développement en tant qu'instrument clé pour éliminer la pauvreté**. En particulier :

- Une ambition commune consistant à maximiser la qualité, les effets (l'impact) et l'efficacité de la coopération pour le développement et l'utilisation efficace du financement du développement.
- De nouvelles façons d'amener tous les acteurs concernés à collaborer ensemble en tenant compte de leurs capacités, de leurs forces et de leurs besoins.

- Une large appropriation nationale est un facteur indispensable dans la coopération efficace en faveur du développement.
- Des données de haute qualité, pertinentes et opportunes encouragent le suivi et l'examen solides des progrès accomplis.

Les activités de communication doivent aussi **renforcer la valeur ajoutée du PMCED** :

- Le caractère inclusif et ouvert du PMCED est un atout essentiel, permettant des contributions de la part de nombreux acteurs, qui sont plus importantes que celles recueillies dans d'autres forums, et qui offre au Partenariat un grand pouvoir de mobilisation de ressources. Le PMCED peut renforcer encore son pouvoir de mobilisation de ressources en démontrant sa pertinence pour un éventail plus large d'acteurs clés du développement.
- Le caractère volontaire et flexible du PMCED est également un atout important. En association avec son caractère inclusif, il permet d'avoir une discussion franche sur des questions sensibles, ce qui constitue un complément important et ajoute de la valeur aux débats de l'ONU.
- Le PMCED est bien placé pour apporter une « plus-value » unique au Programme 2030, en transmettant des données probantes sur la qualité des partenariats pour le développement et en s'attachant à la promotion du changement des comportements, notamment en effectuant le suivi et l'examen des politiques en matière d'efficacité de la coopération pour le développement, en maintenant la dynamique politique pour améliorer l'efficacité de la coopération au développement ; et, en soutenant la mise en œuvre au niveau des pays.
- L'intérêt que porte le PMCED à l'action au niveau des pays et au partage des connaissances, lui permet d'être plutôt un « forum d'actions » qu'un « forum de discussions ».

Les activités de communication doivent aussi **insister sur l'importance spécifique de la RHN2** :

- Un an après l'adoption du Programme 2030, la Réunion de Haut Niveau du PMCED à Nairobi permettra de montrer comment la coopération efficace pour le développement appuie la mise en œuvre des ODD dans la pratique.
- La RHN2 démontrera la pertinence du PMCED comme plateforme indispensable au soutien de la mise en œuvre de la coopération efficace pour le développement. Reposant sur les données probantes du suivi de 80 pays en développement, la RHN2 dressera le bilan des progrès et identifiera les priorités permettant de consolider l'impact sur le développement.
- La RHN2 apporte une plateforme d'apprentissage mutuel sur la coopération efficace au service du développement, afin d'identifier et d'accroître les nouvelles initiatives et approches innovantes du développement.
- Pour réaliser le Programme 2030, la participation de tous les acteurs est nécessaire : la RHN2 permettra à tous les acteurs du développement d'expliquer comment ils produisent des résultats durables en matière de développement, et comment ils partagent les enseignements et identifient les manières de mettre à l'échelle les solutions qui ont fait leurs preuves.

Vue d'ensemble des principaux produits, activités et responsabilités en matière de communication

			Calendrier de production											
	Dirige la production	Usage	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sep	Oct	Nov	Déc
Même si une grande partie des contenus de communication sera produite par le Kenya, les membres du Comité de pilotage (CP), les responsables des groupes thématiques et autres, l'EAC jouera un rôle de coordination générale au niveau de la conception, de la publication et de la diffusion des documents.														
PRINCIPAUX PRODUITS DE COMMUNICATION DE LA RHN2¹														
Conception du logo de la RHN2	Kenya	Site Web, documents, fléchage en personne			✓									
Dépliant expliquant la pertinence de la RHN2, notamment de l'engagement des différents groupes de parties prenantes Conseils sur le contenu pour les groupes de parties prenantes, concernant la préparation de leurs propres dépliants/produits	L'EAC en coordination avec le Kenya, les membres du CP, les IPM, et les autres parties prenantes y contribueront aussi	Pour les membres du CP et d'autres afin de mobiliser les circonscriptions au plus haut niveau, dès mars 2016				✓	✓							
Six dépliants de séance de la RHN2 reflétant les objectifs des séances de la RHN2 et soulignant pourquoi chaque question traitée est importante dans le contexte élargi du	Les responsables des groupes thématiques et les membres	Pour les membres du CP et d'autres, afin d'aider à faire compren-				✓	✓	✓						

¹ La production d'un logo de la RHN2 et d'objets promotionnels (sacs, carnets de notes, stylos, parapluies, clés USB) est comprise dans la feuille de route opérationnelle de la RHN2.

<p>Une sélection d'infographies de qualité saisissant les conclusions de fond essentielles du suivi, de la mise en œuvre au niveau des pays</p>	<p>L'EAC avec les groupes thématiques, les membres du CP, le Groupe consultatif sur le suivi et les principaux groupes de réflexion</p>	<p>Expliquer en termes simples quels sont les travaux et la valeur ajoutée du PMCED</p>								✓	✓	✓		
<p>Trousse d'outils des médias sociaux avec des modèles de messages généraux et spécifiques, des documents explicatifs des séances et une promotion continue de la RHN2</p>	<p>L'EAC avec les contributions du Kenya et des bureaux des coprésidents</p>	<p>À l'intention des membres du CP et des partenaires afin de promouvoir la RHN2 sur les médias sociaux</p>			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<p>SENSIBILISATION DES MÉDIAS ET PARTENARIATS AVEC EUX</p>														
<p>Mettre au point et utiliser des partenariats forts, bien répartis géographiquement et équilibrés avec les médias officiels au Kenya, régionalement et mondialement</p>	<p>Le Kenya avec l'appui des coprésidents, des membres du CP et de l'EAC</p>	<p>Placer des produits de communication stratégiquement pour créer un élan parmi le grand public, la jeunesse, les experts et les professionnels</p>			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<p>Poursuivre l'engagement avec des experts, des écrivains, des rédacteurs en chef et des bloggeurs de haut calibre pour produire un contenu en amont de la RHN2, pour y participer et la couvrir</p>	<p>Le Kenya + l'EAC avec les coprésidents et les membres du CP</p>	<p>et toutes les circonscriptions, accroître la visibilité et un réel dialogue public</p>			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

<p>Promotion dans les médias sociaux et mise en œuvre de la trousse d'outils des médias sociaux autour de #RHN2 ou #PMCED et @devcooperation</p>	<p>L'EAC coordonnera avec les agences et organisations occidentales de développement, avec l'appui des coprésidents</p>				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
---	---	--	--	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

EFFORTS SPÉCIFIQUES DE SENSIBILISATION DU PMCED

<p>Synergies avec les activités des événements marquants du PMCED pour 2016 et les livrables décrits dans la <i>Feuille de route politique</i> et la <i>Stratégie de communication du PMCED</i></p>	<p>Le Kenya et les coprésidents avec l'appui de l'EAC</p>	<p>Se servir des travaux de fond et de sensibilisation du PMCED pour faire la promotion de la RHN2 et mobiliser les parties prenantes</p>		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<p>Page secondaire sur la RHN2 sur le site du PMCED donnant des informations détaillées et opportunes sur les préparatifs.</p>	<p>L'EAC avec les conseils du Kenya et des coprésidents</p>	<p>Fournir des informations opportunes pour simplifier l'engagement avec les parties prenantes et les préparatifs logistiques</p>		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<p>Discussion en ligne sur des aspects spécifiques de fond pendant les préparatifs (à proposer aux responsables des groupes thématiques)</p>	<p>Les groupes thématiques avec les conseils du Kenya et de l'EAC</p>	<p>Faire participer les communautés plus techniques aux préparatifs</p>			✓	✓	✓	✓	✓	✓				

PRÉPARATIFS DES ACTIVITÉS DE LA RHN2

Mettre en place un groupe de travail sur la communication et se réunir régulièrement	Le Kenya avec l'appui des bureaux des coprésidents et de l'EAC	Coordonner tous les aspects des activités de communication dans les pays et en tenir informés l'EAC et les coprésidents		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Conférence de presse de haut niveau avec dossier de presse, affichage pour les journalistes clés, partenaires médiatiques, bloggeurs, etc.	Le Kenya et les coprésidents avec l'appui de l'EAC	Créer un coup médiatique sur place								✓	✓	✓	✓	
Interviews vidéo et audio avec les participants	Coordination par le Kenya et l' EAC	Veiller au dialogue productif des journalistes avec les participants										✓	✓	
Diffusion en continu en direct des séances plénières et en amphithéâtre	Le Kenya	Fournir un accès en ligne à un public aussi large que possible										✓	✓	
Vidéo d'ouverture à diffuser au début de la RHN2, présentant/discutant des progrès à ce jour de manière percutante et comment continuer d'avancer de manière optimale + inspirer l'optimisme	Le Kenya avec l'appui de l'EAC	Encadrer la cérémonie d'ouverture de la RHN2					✓	✓	✓					

SUIVI DE LA RHN2

<p>Série de vidéos saisissant les moments importants de la RHN2, l'impact du PMCED et les progrès de la coopération efficace pour le développement</p>	<p>Le Kenya avec l'EAC</p>	<p>Expliquer la valeur et l'impact de la RHN2 et du PMCED à l'ensemble du public</p>										✓	✓
<p>Rapport de grande qualité avec les résultats clés et les résumés des séances plénières, ainsi qu'un bref aperçu des conclusions pour une utilisation rapide</p>	<p>Le Kenya avec l'EAC et les coprésidents</p>											✓	✓

Annexe 1 : Budget

Le budget de la RHN2 implique : d'interviewer un certain nombre de délégués de haut niveau, les dirigeants et les partenaires du PMCED au cours de la RHN2 à des fins de sensibilisation et d'engagement au-delà de l'événement et tout au long de l'année 2017 ; de mener des activités de sensibilisation ciblées auprès de journalistes et d'institutions médiatiques clés ainsi que d'entretenir de bonnes relations avec eux pour qu'ils participent à la RHN2, aussi bien au niveau régional qu'au niveau international ; d'organiser une conférence de presse sur place à Nairobi, de prendre en charge les frais de déplacement d'une poignée de journalistes réputés au niveau mondial et de partenaires des médias/du contenu, ainsi qu'un petit nombre de blogueurs influents pour couvrir l'événement. Le budget inclut également la capacité numérique et le soutien apportés au filmage et à la diffusion en continu en direct des principales séances plénières de la RHN2 à l'intention d'une audience en ligne. Enfin, ce budget comprend de recruter un consultant en communication pour qu'il soutienne l'activité de communication de la RHN2 et sa coordination.

- \$2,000 – Conception du logo de la RHN2²
- \$20,000 – Déplacement, hébergement et logistique de l'équipe de tournage pour qu'elle participe à la RHN2 à Nairobi.
- \$35,000 – Filmage, montage et production d'une série de vidéos saisissant les principaux points culminants de la RHN2, ainsi que des extraits d'interviews individualisées se penchant sur les questions, impacts et progrès essentiels du PMCED.
- \$20,000 – Capacité numérique et soutien apportés au filmage et à la diffusion en continu en direct des principales séances plénières, et mener des activités de médias sociaux interactives en direct avant et pendant l'événement.
- \$10,000 – Organisation d'une conférence de presse de haut niveau sur place à Nairobi - espace, équipement, diffusion en continu en direct, publications imprimées et dossiers de presse et fléchage.
- \$50,000 – Engager un consultant en communication pour la RHN2 (emplacement à confirmer) afin de soutenir la mise en œuvre et la coordination des principales activités, de mars à décembre 2016, y compris la production des dépliants, des documents et de la gestion de l'engagement des médias sociaux, tout en soutenant l'activité sur place lors de l'événement.

Total : \$137,000

² Tenir compte des coûts associés au fléchage et aux autres objets promotionnels comme faisant partie de la feuille de route opérationnelle plus générale.