

Stratégie et Plan d'action en matière de communication du Partenariat mondial

Le présent document couvre la période comprise entre le 31 mai 2013 et le 31 mars 2014

Troisième réunion du Comité de pilotage du Partenariat mondial
Les 25 et 26 juillet 2013, à Addis-Abeba, en Éthiopie

Ce document donne une vue d'ensemble des objectifs, messages et actions possibles en matière de communication du Partenariat mondial. Il décrit des actions spécifiques prévues par l'équipe d'appui conjointe et présente des façons permettant aux membres du Comité de pilotage de continuer à soutenir les activités de communication du Partenariat mondial dans la dernière ligne droite avant la première réunion au niveau ministériel et au-delà.

Le document est communiqué aux membres du Comité de pilotage à titre d'information selon le point 7 de l'ordre du jour de la troisième réunion du Comité de pilotage (25 et 26 juillet 2013).

Personnes à contacter :

M. Matthew Taylor, Tél. +82 12754 2814 courriel : matthew.taylor@undp.org

M^{me} Farida Bena, Tél. +33 1 45 24 90 16, courriel : farida.tchaitchianbena@oecd.org

Sommaire

Ce document relatif à la stratégie et au plan d'action en matière de communication concerne la période comprise entre le 31 mai 2013 et le 31 mars 2014.

Il se fonde sur la note de stratégie de communication du Partenariat mondial communiquée lors de la première réunion du Comité de pilotage en décembre 2012 et sur la rétroaction de la deuxième réunion du Comité de pilotage.

Le plan définit les objectifs globaux de communication pour la période susmentionnée, identifie les principales audiences-cibles, présente des messages clés et un discours de base et expose en détail les activités et les plateformes de communication existantes. Il présente également pour la même période une gamme d'activités de communication à mener par l'équipe d'appui conjointe et des occasions favorables pour les membres du Comité de pilotage et d'autres parties prenantes pour promouvoir le Partenariat mondial.

Communication en réseau

Pour que les communications du Partenariat mondial fonctionnent efficacement, les activités de communication doivent agir en tant que liens, facilitatrices et filtres principaux d'un « réseau des réseaux » actif mondial.

Les communications devraient s'appuyer sur des exemples de réussite, des articles et des informations sur les événements des structures qui soutiennent les bureaux des coprésidentes, les membres du Comité de pilotage et l'équipe d'appui conjointe, et devraient en faire part.

Les activités de communication devraient promouvoir une communauté mondiale de pratique pour les décideurs et les praticiens afin qu'ils partagent leurs connaissances, idées et expériences.

Les bureaux des coprésidentes et les membres du Comité de pilotage ainsi que leurs commettants sont soutenus par des ministères, des agences de développement, une gamme d'organisations de la société civile travaillant dans le domaine de la coopération au développement sur le terrain, des bureaux locaux et des partenaires qui devraient fournir des informations sur les événements et les progrès accomplis dans la mise en œuvre des principes du Partenariat mondial.

Toutes les parties prenantes devraient activement obtenir les informations provenant de leurs propres réseaux et de ceux de leurs commettants et les partager avec l'ensemble du Partenariat mondial, et ce, par le biais de l'équipe d'appui conjointe.

Toutes les parties prenantes devraient utiliser activement leurs propres réseaux et outils pour promouvoir le Partenariat mondial. Tous les membres du Partenariat mondial ont un rôle à jouer en matière de communication.

Ressources

L'équipe conjointe ne pourra pas envisager de réaliser toutes les activités de communication qui lui sont proposées dans le présent document, compte tenu des ressources dont disposent actuellement le PNUD et l'OCDE (veuillez consulter le document séparé).

L'attribution de toutes les ressources requises garantirait un intérêt et un engagement croissants dans la dernière ligne droite avant la première réunion ministérielle du Partenariat

mondial, contribuerait à en faire un succès et permettrait au Partenariat mondial d'occuper une place unique et de bien établir son empreinte, comme il sied à une initiative internationale, plurilatérale, dirigée par des ministres.

Table des matières

1. Introduction

- 1.1: Comment est perçu le Partenariat mondial aujourd'hui ?

2. Objectifs

- 2.1: Principaux objectifs
- 2.2: Définition de la réussite

3. Audiences-cibles

4. Transmission de messages

- 4.1: Message/déclaration clé
- 4.2: Discours de base
- 4.3: Messages adaptés à des audiences particulières

5. Concept

- 5.1: Communication en réseau

6. Outils existants

- 6.1: Plateformes publiques
- 6.2: Plateformes protégées par un mot de passe

7. Actions

- 7.1: Actions menées par l'équipe d'appui conjointe
- 7.2: Actions menées par les coprésidentes, les membres du Comité de pilotage et les autres parties prenantes

1. Introduction

Le présent document relatif à la stratégie et au plan d'action en matière de communication présente une vision des communications du Partenariat mondial, notamment les messages clés et les actions à entreprendre pendant la période comprise entre le 31 mai 2013 et le 31 mars 2014, y compris les préparatifs de la première réunion au niveau ministériel. Il présente également des suggestions quant à la façon dont les coprésidentes du Partenariat mondial et les membres du Comité de pilotage peuvent soutenir les activités de communication à travers leurs propres réseaux.

Le présent document s'appuie sur la note de stratégie de communication du Partenariat mondial communiquée lors de la première réunion du Comité de pilotage en décembre 2012 et sur la rétroaction de la deuxième réunion du Comité de pilotage en mars 2013.

1.1 Comment est perçu le Partenariat mondial aujourd'hui ?

Le Partenariat mondial représente une avancée historique dans le cadre d'une coopération efficace au service du développement.

Pourtant, il part pratiquement de rien en matière de sensibilisation, avec une petite audience de base composée de politiciens, de praticiens, de blogueurs et d'éminents journalistes engagés.

Depuis Busan, l'attention du monde du développement se concentre principalement sur le Programme de développement pour l'après-2015, que le Partenariat mondial cherche à influencer.

En raison des différents niveaux de participation au Partenariat mondial, les divers groupes requièrent un engagement unique et adapté.

Une enquête sur les activités de communication a été effectuée au début de l'année 2013. Cent-huit (108) personnes y ont répondu. L'une des principales constatations a été la nécessité de renouveler et de consolider les contacts pris avec les pays en développement et les économies émergentes. La majorité des personnes interrogées pensaient également que le Partenariat mondial devrait avoir une forte présence dans les médias sociaux.

2. Objectifs

2.1 Principaux objectifs

Les objectifs suivants ont été affinés depuis décembre 2012, en fonction de la rétroaction des parties prenantes et de la première enquête du Partenariat mondial sur les activités de communication.

- 1) Faire participer le Comité de pilotage, les décideurs et les praticiens et l'ensemble du Partenariat mondial, à une conversation actualisée, pertinente et fondée sur des données factuelles, sur la façon d'améliorer la coopération pour le développement, en particulier au niveau national.
- 2) Établir la crédibilité du Partenariat mondial en tant que forum qui soutient à la fois les progrès accomplis sur le terrain et les discussions de qualité sur l'efficacité de la coopération pour le développement, y compris en tant que catalyseur d'un cadre de

développement pour l'après-2015.

- 3) Encourager les leaders de réflexion et d'opinion à parler du travail du Partenariat mondial comme d'une contribution concrète et essentielle à l'évolution du paysage de la coopération pour le développement.

Les modalités suivantes doivent se concrétiser à moyen terme pour permettre la réussite en matière de communication :

- 1) Les médias et la communauté du développement au sens large, manifestent un regain d'intérêt pour le Partenariat mondial et considèrent sa contribution au développement de l'après-2015 comme essentielle.
- 2) La réunion ministérielle du Partenariat mondial est une réussite, assurant une participation de haut niveau, présentant les progrès accomplis sur les engagements de Busan, et suscitant beaucoup d'intérêts de la part des médias et des médias sociaux ainsi que des intérêts substantiels.
- 3) Les coprésidentes :
 - utilisent les médias « classiques » et autres voies de communication pour plaider publiquement en faveur du Partenariat mondial.
 - mettent en évidence le travail de leur propre ministère/agence pour stimuler une coopération efficace au service du développement par le biais de leurs propres voies de communication et de celles du Partenariat mondial.
- 4) Les membres du Comité de pilotage :
 - présentent et partagent activement les progrès qu'ils ont accomplis pour mettre en œuvre et soutenir la mise en œuvre des principes de Busan via les voies de communication du Partenariat mondial.
 - soutiennent les initiatives de communication du Partenariat mondial par le biais de leurs propres canaux (discours ministériels et occasions favorables semblables, exemples de réussite et médias sociaux, etc.) et établissent un lien vers les voies de communication du Partenariat mondial.
 - entreprennent des activités de communication indépendantes en faveur du Partenariat mondial.
 - Les décideurs et les praticiens de la coopération au développement font part et présentent activement les progrès et les défis via l'espace communautaire du Partenariat mondial et lorsqu'il y a lieu, par des voies de communication externe.
 - Les actions politiques globales sur l'efficacité de la coopération pour le développement sont fondées sur des données probantes issues de l'expérience des pays. En outre, les pays en développement et les partenaires Sud-Sud jouent un rôle important dans l'élaboration du programme mondial sur une coopération efficace au service du développement.

3. Audiences-cibles

- 1) **Les dirigeants et les politiciens** : Les chefs d'entreprise, les ministres et autres dirigeants de pays et d'organisations qui ont approuvé l'accord de Busan. Ils comprennent les donateurs du Nord, les partenaires de la coopération Sud-Sud et les pays en développement, avec un ensemble spécifique de messages adaptés à chaque sous-groupe. Les pays en développement exigent une attention particulière en vue d'assurer la réussite du Partenariat mondial.
- 2) **La communauté de coopération pour le développement** : les décideurs et les praticiens, les diplomates, les fonctionnaires des institutions internationales, les organisations de la société civile et les parlementaires.
- 3) **Les personnes exerçant une influence et les faiseurs d'opinion** : ce groupe comprend les journalistes, les experts, la presse écrite, les canaux radio et les chaînes de télévision, les réseaux sociaux, le milieu universitaire, les groupes de réflexion et les principales OSC de défense.
- 4) **Le public concerné** : les contribuables concernés et les personnes qui s'intéressent au domaine du développement.

4. Transmission de messages

4.1 Message clé

Le Partenariat mondial aide les nations, les milieux d'affaires et les organisations à mieux travailler ensemble pour éliminer la pauvreté.

4.2 Discours de base

Le Partenariat mondial aide les nations, les milieux d'affaires et les organisations à mieux travailler ensemble pour éliminer la pauvreté.

Il réunit les entreprises, les entreprises privées, la société civile et d'autres parties prenantes afin de s'assurer que les fonds, le temps et les connaissances consacrés au développement produisent un impact maximal.

Le Partenariat mondial est dirigé par trois coprésidentes éminentes :

- Armida Alisjahbana, ministre de la Planification du développement national, Indonésie ;
- Justine Greening, secrétaire d'État pour le développement international, Royaume-Uni ;
- et,
- Ngozi Okonjo-Iweala, ministre chargée de la coordination de l'Économie et ministre des Finances, Nigeria.

Le Partenariat mondial peut contribuer à faire progresser et à soutenir la mise en œuvre du programme mondial de développement qui suivra l'échéance fixée de 2015 pour la réalisation des Objectif du millénaire pour le développement.

C'est un forum de conseils, de redevabilité réciproque ainsi que d'expériences et d'apprentissages partagés visant à soutenir la mise en œuvre des principes qui constituent le fondement d'une coopération efficace au service du développement:

- L'appropriation par les pays en développement ;
- L'orientation vers les résultats ;
- Des partenariats pour le développement ouverts à tous ; et,
- La transparence et la redevabilité réciproque.

Les principes ont été approuvés en 2011, lors du quatrième Forum de haut niveau sur l'efficacité de l'aide à Busan, en Corée.

160 gouvernements et 45 organisations ont approuvé l'accord de Busan.

Le Partenariat mondial collabore avec des partenaires pour compléter les efforts existants qui ont une incidence sur l'efficacité de la coopération pour le développement. Ceux-ci incluent le Forum pour la coopération au développement de l'ONU, le groupe de travail du G20 sur le développement et le processus mené par l'ONU pour créer un programme de développement mondial pour l'après-2015.

Le Partenariat mondial s'appuie sur un éventail d'efforts internationaux, notamment ceux entrepris dans le Consensus de Monterrey de 2002, la Déclaration de Rome sur l'harmonisation de 2003, la Déclaration de Paris sur l'efficacité de l'aide de 2005 et le Programme d'action d'Accra de 2008.

4.3 Messages adaptés à des audiences particulières

Les trois audiences suivantes ont été identifiées comme requérant des messages qui leur sont spécifiquement adaptés.

Les pays en développement

- Le Partenariat mondial aide les nations, les milieux d'affaires et les organisations à mieux travailler ensemble pour rompre le cycle de leur dépendance vis-à-vis de l'aide.
- Il contribue à assurer la disponibilité du financement du développement et sa prévisibilité.
- Il permet aux nations en développement de tenir les rênes ; en veillant à ce que les donateurs alignent leur soutien sur les priorités et les plans nationaux.
- Il constitue un partenariat d'égal à égal, dont les dirigeants de haut niveau sont originaires de pays se trouvant à tous les niveaux de développement.
- Il vise à s'assurer que les questions en instance de Paris et d'Accra aboutissent.
- Il contribue à stimuler l'autosuffisance grâce au travail sur la mobilisation des ressources nationales.
- Tous les pays qui approuvent l'accord de Busan sont invités à participer au Partenariat mondial.

Les partenaires impliqués dans la coopération Sud-Sud et triangulaire

- Le Partenariat mondial est une association mondiale ouverte, visant à améliorer l'efficacité de la coopération au développement.
- Il reflète le monde d'aujourd'hui et de demain, y compris les dirigeants des partenaires impliqués dans la coopération Sud-Sud et d'autres pays en développement et développés.
- Il reconnaît la nature et la valeur uniques de la coopération Sud-Sud et de l'expérience et de l'expertise des partenaires Sud-Sud.

- Il soutient le partage des connaissances et d'expériences par le biais de réseaux mondiaux de décideurs et de praticiens.
- Tout pays qui approuve l'accord de Busan est invité à participer au Partenariat mondial.

Les donateurs « traditionnels »

- Le Partenariat mondial accroît l'impact et l'optimisation des ressources de coopération au développement.
- Il contribue à l'amélioration de la qualité de l'aide, à l'accroissement des rendements de toute l'aide fournie.
- Il réunit les gouvernements, les entreprises privées, la société civile et d'autres parties prenantes afin de s'assurer que les fonds, le temps et les connaissances consacrés au développement produisent un impact maximal.
- Il a pour objectif de promouvoir la transparence de la coopération au développement.

5. Concept

5.1 Communication en réseau

Les communications du Partenariat mondial devraient montrer les progrès accomplis sur le terrain et favoriser l'intérêt politique accru.

Les actions de communication doivent agir en tant que liens, facilitatrices et filtres principaux d'un « réseau de réseaux » actif mondial, qui tire parti de ces informations.

Cela ne peut pas se produire si les parties prenantes ne contribuent pas activement.

Les bureaux des coprésidentes, les membres du Comité de pilotage ainsi que leurs commettants sont soutenus par des ministères, des agences de développement, une gamme d'organisations de la société civile travaillant dans le domaine de la coopération au développement sur le terrain, des bureaux locaux et des partenaires qui devraient fournir des informations sur les événements et les progrès accomplis dans la mise en œuvre des principes de Busan.

Les parties prenantes devraient commencer à partager les informations relatives aux événements, aux activités d'ouverture (de sensibilisation) et aux réussites, avec l'équipe conjointe.

Les activités de communication menées par l'équipe conjointe devraient s'appuyer sur des exemples de réussite, des articles et des informations sur les événements des structures qui soutiennent les bureaux des coprésidentes, les membres du Comité de pilotage et l'équipe d'appui conjointe, et devraient en faire part.

Les membres du Partenariat mondial devraient obtenir de manière active les informations de leurs propres réseaux et de ceux de leurs commettants et les partager avec l'ensemble du Partenariat Mondial, et ce, par l'intermédiaire de l'équipe d'appui conjointe.

Un cycle d'auto-renforcement positif de partage et d'intérêt accrus pourrait être déclenché dans la dernière ligne droite avant la première réunion ministérielle du Partenariat mondiale si les parties prenantes y contribuent.

Tous les membres du Partenariat mondial ont un rôle à jouer dans les activités de communication. Une participation active permettra d'obtenir de bons résultats en matière de communication.

Les organisations de la société civile, se trouvant sur un même pied d'égalité au sein du Partenariat mondial, peuvent également jouer un rôle fondamental dans le plaidoyer et le partage d'exemples d'une coopération efficace au service du développement dans les pays en développement.

Les efforts de communication devraient :

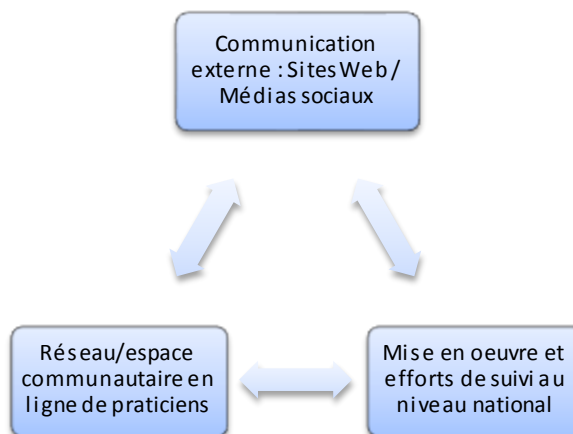
- Fournir et partager les réussites, les initiatives et les résultats régionaux et nationaux visant à mettre en œuvre les principes de Busan, y compris par les donateurs.
- Partager les principaux articles paraissant dans les médias, les billets de blogues clés et les autres médias liés à une coopération efficace au service du développement.
- Accroître la visibilité du Partenariat mondial dans les médias, les médias sociaux et les autres activités de communication se rapportant à l'après-2015.
- Encourager et aider les journalistes des pays en développement à contribuer au débat et à plaider en faveur d'une coopération efficace au service du développement dans leur propre pays.
- Favoriser une communauté de pratique dynamique via des réseaux de praticiens, des plateformes virtuelles d'échanges (principalement l'espace communautaire), et d'un service d'assistance sur le suivi des engagements de Busan.
- Offrir une plateforme « inédite » de rétroactions et de dialogues relatifs à une coopération efficace au service du développement.
- Faciliter une plus grande participation des parties prenantes aux discussions de fond concernant la préparation des points de l'ordre du jour de la réunion au niveau ministériel.

6. Plateformes et outils de communication existants

6.1 Plateformes publiques et outils

Le site Web www.effectivecooperation.org sert de visage numérique au Partenariat mondial. Il fournit des informations médiatiques clés accessibles au public concernant le Partenariat Mondial, les coprésidentes, les actualités, les événements et les principales ressources. Dans la mesure du possible, le site Web comporte des liens vers les sites Web externes pour un contenu spécifique, et agit donc comme un centre principal pour toutes les activités afférentes au Partenariat mondial à travers le monde. Les médias sociaux sont actuellement intégrés. Le site a été lancé fin mars 2013 et est en cours de développement et d'amélioration.

Une présence minimale dans les médias sociaux comprend [Twitter](#), [Facebook](#) et [YouTube](#). Ceux-ci sont maintenus à un minimum en raison des contraintes de ressources / capacités. L'équipe a produit deux courts entretiens vidéo lors de la réunion du Comité de pilotage à Bali en mars 2013.



Un bulletin d'informations du Partenariat mondial est transmis à peu près toutes les six semaines, par courriel à l'ensemble des membres du Partenariat mondial.

Les exemples de réussite et le contenu des communications externes peuvent être tirés de l'espace communautaire.

Les éléments constitutifs de Busan sont des entités distinctes qui ne seront pas abondamment présentées sur le site Web principal du Partenariat mondial. Pourtant, le contenu présentant les progrès que ces entités ont accomplis pourrait contribuer à promouvoir une image dynamique à travers les médias sociaux, c'est pourquoi une approche en réseau de la communication est essentielle.

Le Partenariat mondial a des directives relatives à son logo et à son image de marque (empreinte).

6.2 Plateformes protégées par un mot de passe

L'espace communautaire (adresse provisoire : <https://one.unteamworks.org/GPEDC>) offre un espace protégé par un mot de passe pour le Partenariat mondial.

Tous les documents pertinents à l'appui des réunions du Comité de pilotage ainsi qu'un service d'assistance virtuelle destiné aux praticiens et un autre pour l'apprentissage collégial et l'échange entre les décideurs et les praticiens de l'efficacité du développement mondial, sont hébergés sur l'espace communautaire.

Les communautés de pratique des professionnels de l'efficacité du développement partagent des articles, des exemples de pratiques exemplaires d'une manière semblable à la mise à jour de leur statut ou au partage d'articles sur Facebook.

L'espace communautaire devrait donner vie à une communauté de pratique dynamique et mondiale et faciliter la participation d'un plus large éventail de parties prenantes à des discussions prospectives concernant le Partenariat mondial. Il devrait relier les efforts de suivi mondial aux progrès accomplis sur le terrain et entre les pays et les régions.

Des contributions régulières devraient être partagées par les décideurs et les praticiens dans les pays, les centres régionaux et dans le monde pour aider les pays à concevoir leurs propres solutions.

Les réussites nationales partagées sur l'espace communautaire peuvent être filtrées pour les afficher sur le site Web accessible au public et sur les médias sociaux selon le schéma.

7. Actions

7.1 Actions menées par l'équipe d'appui conjointe

Un certain nombre d'activités « à gain rapide » contribueront à donner l'élan initial nécessaire. D'ici la fin du mois de juillet 2013, l'équipe d'appui conjointe aura :

- produit une vidéo et un écrit illustrant un cas de réussite en Éthiopie, qui présentent les principes de Busan dans la dernière ligne droite avant la troisième réunion du Comité de pilotage. Cette production sera intégrée dans un dossier médiatique qui sera envoyé aux membres du Comité de pilotage après la réunion, afin qu'ils puissent le transmettre à leurs audiences-cibles.
- produit une brochure sur le Partenariat mondial que les bureaux des coprésidentes, les membres du Comité de pilotage et les autres parties prenantes devront distribuer.
- élaboré des fiches d'informations (ou fiches techniques) clés pour chaque audience-cible que les bureaux des coprésidentes et les membres du Comité de pilotage devront utiliser au cours des activités de plaidoyer et d'ouverture/de sensibilisation.
- produit une présentation que les parties prenantes devront utiliser au cours de leurs efforts d'ouverture/de sensibilisation.
- fourni un ensemble de mises à jour préétablies dans les médias sociaux que les parties prenantes du Partenariat mondial peuvent envoyer par le biais de leurs propres voies de communication.
- établi une liste des blogues, des médias, des groupes de réflexion et des organismes de recherche travaillant sur une coopération efficace au service du développement et sur les quatre champs (axes) de travail.
- élaboré une feuille de route pour l'hébergement d'une série de discussions en ligne sur des sujets liés au Partenariat mondial avant la tenue de la réunion ministérielle de 2014, qui sera animée par des membres du Comité de pilotage, des représentants de la société civile, des universitaires ou des représentants du secteur privé.

Voici quelques actions proposées à mener entre le 31 juillet 2013 et le 31 mars 2014 (y compris durant la période précédant la réunion au niveau ministériel). Celles-ci représentent la situation idéale et dépendent du financement disponible (veuillez consulter la note ci-jointe sur les ressources).

- Fournir conseils et soutien aux parties prenantes souhaitant faire part de réussites, d'articles d'opinion ou d'autres produits de communication, qui présente une coopération efficace au service du développement et le Partenariat mondial.
- Encourager des contributions de fond des pays en développement sur l'espace communautaire, en veillant à ce qu'il soit bien géré, facile à utiliser et qu'il contienne une riche documentation constamment mise à jour.
- Prendre contact avec deux ou trois groupes de réflexion faisant autorité (au moins l'un d'entre eux devrait être du Sud) afin de mesurer leur intérêt à faire une étude indépendante sur l'impact de Busan au niveau des pays, ou sur les synergies entre une coopération efficace au service du développement et un champ (axe) de travail, par ex., le partage des connaissances par les fournisseurs du Sud.
- Produire un dossier d'informations à l'intention des journalistes des pays en développement en vue d'obtenir des données factuelles collectives et de stimuler le débat sur l'efficacité de la coopération au développement dans leur propre pays.
- Créer une série d'entretiens vidéo et écrits qui sera utilisée dans les bulletins d'informations du Partenariat mondial et dans les médias sociaux.
- Soutenir la production d'articles d'opinion pour les champions de la communication et de communiqués de presse concernant les principales étapes critiques.
- Élaborer et mettre en œuvre un plan de communication spécifique pour des étapes critiques particulières (réunions du Comité de pilotage et événements connexes qui offrent des occasions favorables de plaider).
- Sélectionner les cas de réussite les plus représentatifs au niveau national et élaborer des dossiers multimédias s'y rapportant, par exemple télécharger les recherches complètes sur l'espace communautaire et des résumés concis sur le site Web ; faire paraître les recherches dans la presse écrite et les médias sociaux ; produire une vidéo ou un entretien à propos de ces recherches.
- Aider à créer de nouveaux contenus en impliquant de jeunes journalistes et des étudiants de pays en développement grâce à un concours de médias sociaux ou vidéo sur un sujet pertinent du Partenariat mondial.
- Mettre l'accent sur les liens entre Busan et le Programme de développement pour l'après-2015, en assurant la participation de haut niveau régulière des membres du Partenariat Mondial aux ateliers et symposiums pertinents et en demandant aux membres d'organiser des initiatives semblables dans leur propre pays ou réseau.
- Tirer pleinement parti des possibilités offertes par l'espace communautaire et les médias sociaux pour donner voix au chapitre aux pays et aux communautés de pratique qui ne se font habituellement pas entendre, par ex., faire participer des OSC ou des dirigeants du secteur privé à des discussions en ligne ou à des conversations sur Twitter au sujet de la contribution du secteur privé à la coopération au développement.
- Préciser et rehausser l'empreinte unique du Partenariat Mondial. Cette action signifie de promouvoir auprès de nos membres, notre message mondial clé, notre valeur ajoutée et nos messages secondaires destinés aux pays en développement, aux fournisseurs de la coopération Sud-Sud et aux donateurs traditionnels ; organiser un concours des médias sociaux sur les messages clés pour obtenir de nouveaux points de vue du public concerné.
- Identifier les occasions permettant de mettre en valeur le Partenariat mondial lors d'événements, d'étapes critiques et de discussions concernant le développement pour

l'après-2015. Des éditoriaux / blogues conjoints et des conversations sur les médias sociaux pourraient constituer quelques extraits.

- Développer le site Web avec une plus grande intégration des médias sociaux, un contenu régulier (qui devra provenir de toutes les parties prenantes) et une utilisation accrue de graphiques et d'images puissantes.
- Effectuer le suivi de l'impact et de la qualité de l'action de communication et les évaluer de façon régulière.

7.2 Actions menées par les coprésidentes, les membres du Comité de pilotage et les autres parties prenantes

Les bureaux des coprésidentes et les membres du Comité de pilotage ont un rôle fondamental à jouer dans les activités de communication du Partenariat mondial. L'équipe d'appui conjointe peut fournir une assistance dans le cadre de ses capacités et selon le niveau des ressources mises à disposition par les membres. En particulier, les coprésidentes et le Comité de pilotage peuvent :

- Formuler des remarques sur les messages clés et le discours (ou texte narratif) de base dans le présent document pour servir de contenu de base pour tous les produits de communication du Partenariat mondial.
- Consentir à être interviewés dans le cadre du cas de réussite de l'Éthiopie (probablement madame la ministre Okonjo-Iweala) à l'occasion de la troisième réunion du Comité de pilotage.
- Faire part d'un certain nombre de mises à jour préparées dans les médias sociaux (y compris sur l'exemple de réussite de l'Éthiopie) via toutes les voies de communication.
- S'identifier en tant que « champions possibles de la communication » du Partenariat mondial pour entamer la production d'exemples de réussites, d'articles d'opinion et d'entretiens.
- Profiter de chaque occasion pour parler du Partenariat mondial lors de rencontres publiques et partager les transcriptions et les produits de communication connexes avec l'équipe d'appui conjointe.
- Créer des pages Web concernant le Partenariat mondial sur leurs principaux sites Web publics, y compris des informations sur leurs propres efforts et les efforts déployés par leurs commettants pour mettre en œuvre les principes du Partenariat mondial. Partager la page Web avec l'équipe d'appui conjointe.
- Tenir l'équipe d'appui conjointe parfaitement informée des événements ou activités qu'ils prévoient avec elle, concernant le Partenariat mondial et l'efficacité de la coopération au développement.
- Faire suivre les messages (« retweet ») des comptes Twitter et Facebook du Partenariat mondial. Promouvoir activement les comptes du Partenariat mondial et d'une coopération efficace au service du développement par le biais de leurs circuits de médias sociaux. Sur Twitter, utiliser le mot-dièse : #GPEDC.
- Rédiger des éditoriaux et des billets de blogues sur le Partenariat mondial. L'équipe d'appui conjointe peut être en mesure de mettre en place un blogue sous réserve de ressources (veuillez consulter le document distinct sur les ressources). Encourager tout

le monde à contribuer activement aux discussions en ligne hébergées sur l'espace communautaire du Partenariat mondial.

7.3 Partenaires médias possibles

Une liste complète des partenaires médias, journalistes et autres leaders d'opinion médiatiques sera créée lorsque le spécialiste en communication rejoindra l'équipe. Une première liste comprend :

- Guardian Global development (<http://www.guardian.co.uk/global-development>)
- Inter-press service news (<http://www.ipsnews.net/>)
- Devex (<https://www.devex.com/en/>)
- Euractiv (<http://www.euractiv.com/>)
- AllAfrica.com (<http://allafrica.com/>)
- IRIN humanitarian news (<http://www.irinnews.org/>)
- Project syndicate (<http://www.project-syndicate.org/>)
- Think Africa Press (ThinkAfricaPress.com)
- Brokeronline (<http://www.thebrokeronline.eu/>)