



Association pour les Nations Unies



L'APNU en quelques mots

Qui sommes-nous?

- ASBL
- Aucune affiliation politique, religieuse ou philosophique
- Composée d'un groupe d'acteurs connaissant bien les Nations Unies
- **Notre but:** la promotion et le soutien, en Belgique francophone, des Nations Unies et de ses valeurs



L'APNU en quelques mots (bis)

Nos thématiques (liste non-exhaustive):

- Paix
- Santé
- Droits de l'Homme
- Développement durable

Nos activités (liste non-exhaustive):

- Conférences-débats
- Groupes de travail thématiques
- Journée d'étude et d'information
- Echanges avec l'enseignement primaire, secondaire et supérieur
- APNU Jeunes

Projet de campagne à l'occasion du 70^e anniversaire de la



La Déclaration Universelle des Droits de l'Homme: « Tout un programme! »

Contexte & objectifs de la campagne

Contexte

- Le 70^e anniversaire de la DUDH en 2018
- Reconnexion à l'universalisme
- Revaloriser les droits compris dans la DUDH

Objectifs

(éducatifs & pédagogiques)

- Contrer les formes de populismes et racismes
- La construction d'une activité citoyenne
- Permettre aux jeunes de « s'approprier » la déclaration et d'agir en conséquence

Notre public cible

Nos publics cibles sont répartis en **4 catégories d'âge**, toutes comprises entre **9 et 30 ans**.

Ces 4 catégories seront représentées chacune dans les 2 secteurs avec lesquels nous allons travailler:

l'enseignement (public, privé) et la jeunesse (société civile)

9 – 12 ans

12 – 15 ans

15 – 18 ans

18 – 30 ans

Pourquoi?

- ✓ Communication différenciée (contenu et forme)
- ✓ Chevauchement des âges
- ✓ Intérêt et spécialisation différenciée selon les partenaires et sponsors

Notre public cible (bis)

Tous les participants seront donc issus des secteurs de l'enseignement ou de la jeunesse. Voici une liste des milieux avec lesquels nous allons travailler:

- Les écoles primaires et secondaire
- Les universités et autres écoles
- Les institutions publiques et protectrices de la jeunesse (IPPJ)
- Les services d'aide à la jeunesse (SAJ)
- Les écoles de promotion sociale
- Les maisons de jeunesse
- Associations et organisations de jeunesse
- Service d'éducation permanente

Les 4 piliers (Quoi, Qui, Quand, Comment, Coûts)

- **Partenariats**

=> Recherche, coordination: media (Radio, TV, presse), suivi du partenariat, etc.

- Responsable(s): chaque membre du C.A., coordination: R. Géhot, C van Nieuwenhuyse

- **Développement de la Campagne**

=> Méthodologie, contact enseignement, concours, règlements, logistique, calendrier d'exécution, etc.

- Responsable(s): A. Hupin & R. Gardiole

- **Financement et Sponsoring**

- Responsable(s): P. Galand (financements publics) & A. de Crombrughe (sponsoring)

- **Communication**

=> site web, affiche, contenu, réseaux sociaux, etc.

Responsable(s): C. van Nieuwenhuyse & P. Willot



Partenariat: Rodrigue Géhot , Christine van Nieuwenhuyse

Objectif: Développer des partenariats solides pour une diffusion plus large du projet

Les différentes tâches : (mise en contact, suivi, présentation du projet)

1. Partenariat avec les agences des Nations unies
2. Partenariat avec les ONG
3. Partenariat Artiste
4. Partenariat Académique
5. Partenariat avec des Fondations
6. Partenariat avec autorités régionales
7. Partenariat instances communales

Les besoins : personnes susceptibles d' avoir des contacts, de l' expérience de travail avec les différents partenaires

Développement de la Campagne : André Hupin et Rudy Gardiole

Objectif: gérer tous les aspects pratiques et organisationnels du projet DUDH

Les différentes tâches :

- 1.** Définition des concepts d'appel à projets pour deux filières différentes (enseignement, mouvements et maisons de jeunes) en suggérant les articles de la DUDH à traiter selon les tranches d'âge
- 2.** Rédaction d'un dépliant et des règlements avant fin mars 2017
- 3.** Préparation et envoi des invitations à participer (environ 10.000) avant fin avril 2017 pour les écoles et universités et en septembre 2017 pour les mouvements de jeunes
- 4.** Mise en ligne d'un formulaire détaillé pour la soumission des projets
- 5.** Composition et mise en place des différents jurys (entre 4 et 5)
- 6.** Réception des réponses, analyse et feedback aux candidats.
- 7.** Sélection des meilleurs projets et courrier d'information
- 8.** Organisation de la remise des prix (événement Palais d'Egmont) en ce compris la question des transports

Les besoins :

Spécialistes/personnes de l'enseignement primaire, secondaire et supérieur et des mouvements de jeunesse en appui à la rédaction de l'appel à projet (principalement aspects méthodologiques), à la rédaction des règlements et à la constitution des jurys.



Financement et Sponsoring: Pierre Galand et André de Crombrughe

Objectif: Mise en équilibre des recettes et contributions en nature avec les besoins identifiés

Les différentes tâches :

Rencontrer les décideurs et sécuriser les apports avant de se commettre aux activités proposées

Les besoins :

Financement (autorités fédérales et régionales concernées)

- Rencontre et sécurisation des apports en argent
- Nomination d'un Commissaire aux Comptes, ouverture d'un compte bancaire séparé pour le projet DUDH

Sponsoring

- Mécénat pure = contribution financière (les entreprises ayant signés le UN Global Compact seront sollicitées)
- Offre de services gratuits (exemple: RTL, La Libre Belgique, mise à disposition du Palais Egmont pendant un WE, transport de bus, ...)
- Prise en charge d'un prix (exemple: le billet d'avion pour Genève pour l'un des lauréats)
- Bénévolats à long terme (exemple: engagement pour diffuser les DH dans certains établissements ou associations pendant l'année académique 2017/2018)
- Participation à l'un des Jurys pour sélectionner les projets et décerner les prix.

Communication : Christine van Nieuwenhuyse et Patrik Willot

Objectif: Mise en place d' une cellule de soutien pour expliquer le projet aux médias et au public ciblé

Les différentes tâches :

1. Etablir une stratégie et un plan de communication

- Quels sont les objectifs de communication ?
- Quelle est la cible ?
- Quel est le message ?
- Budget
- Planification des actions préconisées par la stratégie de communication : lister les actions à réaliser, leur périodicité, le timing et la durée de réalisation de chaque action + les personnes ressources à mobiliser au sein du CA et/ou à l'extérieur

2. Image visuelle

- Conception graphique : logo :campagne APNU DUDH
- Conception site Webb

3. Communication externe de l' évènement

- Médias sociaux
- Communiqué de presse/conférence de presse
- Spot télévision
- Communication spécifique vers les associations
- Communication spécifique vers les écoles
- Communication spécifique vers les universités
- Communication spécifique aux communes (échevins de la jeunesse)

Les besoins : graphiste , spécialiste design webb , formateurs (droits de l' homme),



Contenu et déroulement de la Campagne

Stéphane Hessel « La DUDH, ce n'est pas seulement une déclaration, c'est un programme »

- Phase 1: Conception et premiers contacts (2017 01 à 2017 10)
- Phase 2: Lancement de la campagne
 - Appels à projets auprès des jeunes
 - Préparation des projets par les jeunes participants (2017 10 à 2018 09)
 - Constitution des jurys
- Phase 3: Evènements symboliques et WE d'animation (2018 12)
 - ❑ 4 bourses qui seront attribuées aux 18-25 ans pour approfondir leur travail en matière de droits de l'Homme.
 - ❑ Une visite des institutions de l'ONU à New-York et de multiples rencontres sera décernée à une « délégation » des 15-18 ans avec l'appui de l'ambassade de Belgique auprès des Nations Unies à New York.
 - ❑ Une visite des institutions de l'ONU à Genève sera décernée à une « délégation » des 12-15 ans avec le soutien de l'ambassade de Belgique auprès des Nations Unies à Genève et du délégué de la Fédération Wallonie Bruxelles.
 - ❑ Une visite des institutions du Conseil de l'Europe à Strasbourg sera décernée à une « délégation » des 12-15 ans.
 - ❑ Pour les jeunes de 9-12 ans une activité adaptée à leur âge.
- Phase 4: Réalisation des initiatives primées (2019)



Budget Prévisionnel

- Le budget total prévu pour la campagne (sur 2 ans) est de 300.000€

50 000 € de départ sont nécessaires à la mise en place du projet

- Sources de Financement:
 - Subventions fédérales, régionales et autres institutions
 - Sponsoring: dons en nature (catering, matériel, etc.)

Contacts avec les responsables des 4 piliers

- **Partenariats**

- Rodrigue Gehot rodrigue.gehot@apnu.be
- Christine van Nieuwenhuyse christine.vannieuwenhuyse@apnu.be
- et chaque membre du C.A.

- **Développement du Projet**

- André Hupin andre.hupin@apnu.be
- Rudy Gardiole rgardiole@gmail.com

- **Financement et Sponsoring**

- Pierre Galand president@apnu.be Financements
- André De Crombrugghe a.decrombrugghe@skynet.be Sponsoring

- **Communication**

- Christine van Nieuwenhuyse christine.vannieuwenhuyse@apnu.be
- Patrik Willot willot@willot.com



Merci!