

Financé par l'Union européenne



MC²OM

MIGRATION VILLE A VILLE EN MEDITERRANEE



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

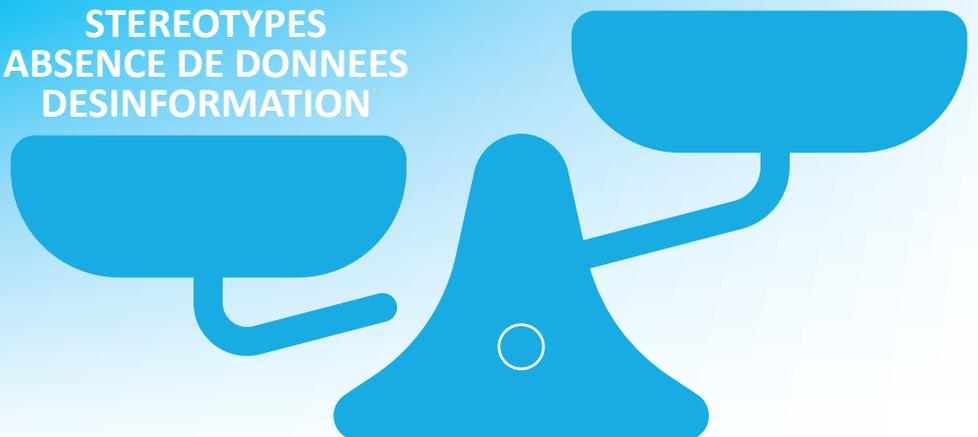
Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



COMMUNICATION SUR LA MIGRATION : RÉÉQUILIBRER LE RÉCIT POUR RENFORCER LA GOUVERNANCE LOCALE

MYTHES
STEREOTYPES
ABSENCE DE DONNEES
DESINFORMATION

FAITS



Funded by the European Union



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC

MC²OM

MIGRATION VILLE À VILLE EN MÉDITERRANÉE

**COMMUNICATION SUR LA MIGRATION :
RÉÉQUILIBRER LE RÉCIT
POUR RENFORCER LA GOUVERNANCE LOCALE**



Remerciements :

Ce rapport a bénéficié des contributions des points focaux et partenaires des villes MC2CM, en particulier la municipalité de Séville et le Fonds andalou des municipalités pour la solidarité internationale (FAMSI) qui ont co-organisé cet événement. Nous sommes particulièrement reconnaissants pour les contributions de Francisco Guerrero, secrétaire à la migration de la FAMSI et maire de Campillos, et Juan Espadas, maire de Séville. Nous remercions également le Dr. James Dennison du Migration Policy Center et de l'Institut universitaire européen, la représentante de la fondation PorCausa Lucila Rodríguez-Alarcón, la journaliste Leila Berratto, Paul Butcher et Alberto Horst Neidhart du Centre politique européen, Guillermo Buteau de l'Association andalouse de Les radios et télévisions publiques locales et communautaires, et Angel Madero Arias d'Andalucía Acoge ainsi que Yasmine Ourihane de «We Belong», pour leur contribution.

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, copiée ou transmise sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris la photocopie, l'enregistrement ou tout système de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation des titulaires des droits d'auteur ICMPD, CGLU et UN-HABITAT.

Cette publication a été réalisée avec le soutien financier de l'Union européenne (UE) et de la Direction du développement et de la coopération suisse (DDC). Son contenu relève de la seule responsabilité des auteurs et ne reflète pas nécessairement les vues de l'UE ou de la DDC.

TABLE DES MATIÈRES

02	À PROPOS DE CETTE PUBLICATION
02	À PROPOS DE MC2CM
04	À PROPOS DU RAPPORT
06	NOTE DE SYNTHÈSE
08	1. RÉCIT SUR LA MIGRATION
09	1.1 CONTEXTE ET ATTITUDES LOCALES À L'ÉGARD DE LA MIGRATION
11	1.2 DÉFIS DE LA COMMUNICATION SUR LES MIGRATIONS AU NIVEAU LOCAL
11	a. CAPACITÉ ET EXPERTISE LIMITÉES
11	b. MANQUE D'ACCÈS
11	c. DÉSINFORMATION
12	d. « FAKE NEWS » ET « DÉSINFORMATION »
13	e. POLITIQUE ET PRIORITÉS
15	2. COMMUNICATION : TENDANCES ET DÉFIS
16	a. CAMPAGNES EFFICACES
18	b. PRESSE ET MÉDIAS
21	3. DÉFIS ET APPROCHES LOCALES
23	3.1 VERS UNE COMMUNICATION STRATÉGIQUE AU NIVEAU LOCAL
24	a. LES VILLES COMME AGENTS DE MIGRATION
25	b. AMÉLIORER LA COHÉSION SOCIALE
26	4. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

À PROPOS DE CETTE PUBLICATION

À PROPOS DE MC2CM

La migration est une caractéristique déterminante de l'urbanisation. Les villes sont des lieux où les gens se réunissent pour vivre, travailler et trouver des opportunités. C'est également dans la ville que se déroule la réalité de l'hébergement social et économique des nouveaux arrivants et leur interaction avec la communauté d'accueil.

Dans ce contexte, le projet Migration de ville à ville en Méditerranée (MC2CM) contribue à une meilleure gouvernance de la migration fondée sur les droits dans les villes. Par le dialogue, la connaissance et l'action, MC2CM ancre la gouvernance de la migration dans un processus de planification urbaine, en promouvant un



DIALOGUE

Entretenir le dialogue entre les villes et les parties prenantes concernées par l'apprentissage et les échanges entre pairs



CONNAISSANCE

Soutenir la production de connaissances et le développement d'approches fondées sur des preuves



ACTION

Fournir des solutions durables et des outils de test pour relever les défis et opportunités liés à la migration

discours réaliste et juste sur la migration. Développé dans le cadre du Dialogue sur les migrations de transit en Méditerranée (MTM), MC2CM est ancré dans un réseau de villes euro-méditerranéennes. Il est financé par l'Union européenne et cofinancé par l'Agence suisse de développement et de coopération et est mis en œuvre par le Centre international pour le développement des politiques migratoires (ICMPD), Cités et gouvernements locaux unis (CGLU) et le Programme des Nations Unies pour les établissements humains (ONU-Habitat).

Plus d'informations à :

icmpd.org/mc2cm

[@urban_migration](https://twitter.com/urban_migration)

[Migration Ville à Ville en Méditerranée \(MC2CM\)](#)

AGENDAS MONDIAUX

Depuis 2015, plus de 20 villes et gouvernements locaux ont rejoint le projet Mediterranean City-to-City Migration (MC2CM), piloté par le Centre international pour le développement des politiques migratoires (ICMPD), Cités et gouvernements locaux unis (CGLU) et ONU-Habitat. S'alignant sur l'Objectif de développement durable 17 (ODD 17) pour renforcer les moyens de mise en œuvre et revitaliser le partenariat mondial pour le développement durable, le projet MC2CM vise à intégrer la migration dans la gouvernance urbaine en promouvant des politiques factuelles et en transformant le récit de la migration. Le transfert de connaissances et la coopération ville à ville sont à la base de ce projet qui s'appuie sur la coopération décentralisée comme outil de développement.

L'un des principaux objectifs du projet MC2CM est de **favoriser une gouvernance efficace de la migration** urbaine afin de *faciliter une migration et une mobilité ordonnées, sûres, régulières et responsables*, qui s'aligne sur la **cible 10.7 des ODD** et l'objectif 23 correspondant du Pacte mondial sur la migration (PMM). Sur le plan thématique, le projet MC2CM se concentre sur des questions telles que la cohésion sociale, l'inclusion socio-économique, l'accès aux services de base et le dialogue interculturel, qui sont également visés par les **ODD 3, 4, 8, 11 et 16**.

Les partenariats conjoints et les programmes ville à ville se concentrent particulièrement sur l'accélération des efforts locaux pour faire progresser quatre objectifs prioritaires du PMM : Objectifs prioritaires 7 - *traiter et réduire les vulnérabilités: la sauvegarde des droits humains des migrants et la protection contre l'exploitation* correspondant à la **cible 10.7 des ODD** ; objectif prioritaire 15 - *fournir aux migrants un accès sûr aux services essentiels* correspondant aux **ODD 3 et 4** ; objectif prioritaire 16 - *donner aux migrants et aux sociétés les moyens de réaliser la pleine inclusion et la cohésion sociale* et objectif prioritaire 17 - *éliminer toutes les formes de discrimination et promouvoir un discours public fondé sur des preuves pour façonner les perceptions de la migration* correspondants aux cibles des **ODD 11 et 16**.

Un autre axe thématique pertinent porte sur les vulnérabilités et les besoins des femmes migrantes, dans le but de contribuer au **SDG 5 - réaliser l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles**.

L'événement d'apprentissage par les pairs MC2CM sur « Communication sur la migration : Rééquilibrer le récit pour renforcer la gouvernance locale », organisé en juin 2020, a fourni aux villes une plateforme pour discuter de stratégies concrètes pour rééquilibrer les récits migratoires afin de renforcer la gouvernance locale des migrations, favoriser la cohésion sociale et améliorer la qualité de vie de tous les habitants. Ce résultat contribue en particulier aux **ODD 11 et 16**.



À PROPOS DU RAPPORT

Ce rapport d'apprentissage thématique s'appuie sur les résultats de l'événement régional du projet MC2CM organisé en ligne et hébergé par la municipalité de Séville et le Fonds andalou des municipalités pour la solidarité internationale (FAMSI) du 15 au 18 juin 2020. L'événement numérique a réuni 82 participants de la région euro-méditerranéenne et au-delà, y compris des représentants de 23 villes, 5 réseaux de collectivités locales, des ONG, des organisations internationales, des journalistes, des analystes politiques et des experts. Les sessions interactives ont abordé le rééquilibrage des récits de migration pour une meilleure gouvernance de la migration urbaine.¹

Regardez la vidéo best-of de l'événement en ligne ici : <https://bit.ly/3653cTN>

Le programme, le document d'information et la liste des participants à l'événement sont disponibles ici : <http://bit.ly/3qGm8QM>

Au cours de sa deuxième phase de mise en œuvre (2018-2021), MC2CM produit des rapports d'apprentissage thématiques, qui non seulement capturent mais assurent également une diffusion plus large des résultats de ses événements thématiques d'apprentissage par les pairs, fournissant des solutions locales durables au sein et au-delà du projet. Les rapports d'apprentissage thématiques citent les conclusions et recommandations issues du dialogue et incluent des exemples et des outils pertinents sur lesquels les acteurs locaux peuvent s'appuyer pour envisager des actions sur le thème choisi.

NOTE DE SYNTHÈSE

Les discours dominants autour de la migration sont trop souvent polarisés et produisent un débat qui sous-estime la complexité de la mobilité humaine et n'est ni pragmatique ni ancré dans les preuves. Tout en représentant une petite part des réalités migratoires, les flux migratoires irréguliers reçoivent une grande part de l'attention des médias et font donc partie de la perception générale et du récit entourant la migration.

« Le discours déséquilibré qui prévaut, qui est plutôt négatif à l'égard de la migration, doit être abordé en partageant des perspectives fondées sur des preuves. La recherche et les données objectives sur les effets de la migration sont-elles suffisantes pour renverser les idées préconçues et les ressentiments récents des communautés locales ? Quel a été l'impact local des partenariats à cet égard ? Quel rôle les communautés de migrants jouent-elles pour y parvenir ? Telles sont les questions auxquelles nous devons réfléchir ensemble et qui stimuleront la discussion. »

Simon Giger, Cheffe de la division Migration et développement du programme mondial, SDC

« La diversité apportée par la migration est réduite au silence par les canaux médiatiques habituels et présentée comme une menace, ce qui pour moi est la question clé. C'est là que je crois que réside notre défi actuel. Les gouvernements locaux, les conseils et les autorités locales sont un moyen de défense contre une telle couverture médiatique et la distorsion qui existe dans les médias commerciaux privés à propos de la migration. »

Francisco Guerrero, Maire de Campillos et Secrétaire aux migrations, Fonds andalou des municipalités pour la solidarité internationale (FAMSI)

De tels discours ont des implications significatives au niveau local où la réalité de la migration se joue. En tant que points d'ancrage de la mondialisation et agents de cohésion sociale, le succès des politiques migratoires dépend en grande partie de la capacité des autorités locales à rééquilibrer ces discours.

« Si la politique migratoire ne fonctionne pas dans les villes, elle ne fonctionne pas du tout. »

Emma Udwin, Cheffe du groupe de travail sur l'aide à la migration aux pays voisins, Commission européenne

L'épidémie de COVID-19 s'est intensifiée et a généré de nouveaux défis pour les autorités locales lorsqu'il s'agit d'aborder la migration et de communiquer à son sujet. Lorsqu'elles sont confrontées à la pandémie, les communautés d'accueil reconnaissent que la présence des travailleurs migrants est constructive et essentielle : agents d'entretien, agents de transports, livreurs, ainsi que médecins et infirmiers sont en première ligne. Cependant, la pandémie a également éveillé de profondes craintes et soumis des millions de personnes à l'isolement, au chômage et à l'insécurité économique. Au milieu de cette incertitude, la pandémie et ses conséquences peuvent être un terrain fertile pour une montée de la xénophobie, des discours de haine et du racisme. En ce sens, si d'une part il y a une opportunité de faire la lumière sur la contribution des migrants pendant la crise, il y a aussi un risque qu'en raison de la montée des craintes et du sentiment anti-migrants, l'équilibre délicat requis pour atteindre la cohésion soit en péril.

« S'il y a un élément enrichissant de la dynamique de la vie citadine, c'est l'échange de cultures, l'échange de personnes, peu importe d'où elles viennent, qui décident de vivre ensemble, qui décident de partager un territoire, leur vie, leur présent et futur, ou ceux de leurs familles et qui constituent donc un modèle de société ouverte et inclusive. »

Juan Espadas, Maire de Seville

L'urgence étant multiforme et sans précédent, elle appelle des réponses de la part des autorités municipales, ainsi que des gouvernements aux niveaux régional, national et supranational. De même, l'élaboration de politiques migratoires efficaces nécessite une coopération, un dialogue et une communication multi-niveaux. Pour ce faire, les autorités locales et nationales devraient s'efforcer de combler le fossé entre les perceptions du public et les récits de migration fondés sur des preuves.

« La migration est naturelle. Malheureusement, ce n'est pas ainsi que nous le décrivons au quotidien. Cette pandémie nous a mis au défi dans tous les aspects de notre vie et de notre peur, ce qui a une influence très négative sur l'élaboration des politiques et est devenue encore plus courante. Il est important qu'en tant que réseau, nous tirions le meilleur parti des opportunités offertes par MC2CM pour échanger, débattre et partager des données sur les bénéfices de la migration urbaine. »

Emilia Saiz, Secrétaire générale de CGLU

Ce rapport d'apprentissage thématique cherche à faire la lumière sur les opportunités et les défis pour les villes méditerranéennes en rééquilibrant le discours sur la migration et en tenant compte de l'impact de la pandémie. Le rapport a également fourni des recommandations qui pourraient être prises en compte pour surmonter les défis liés à la migration :

- La pandémie COVID-19 présente des risques, mais aussi des opportunités de rééquilibrer le discours sur la migration. Ces **opportunités incluent la mise en évidence du rôle essentiel que de nombreux migrants ont joué** dans la réponse au coronavirus et le rétablissement qui en a résulté. Il est essentiel de lutter contre la désinformation à cet égard, d'autant plus que la pandémie est également devenue un terrain fertile pour les récits négatifs, qui cherchent à faire des migrants un bouc émissaire.
- Les villes de la région ne possèdent pas toutes les capacités et les connaissances nécessaires en matière de migration. **Un accompagnement est nécessaire à la fois en termes de formation mais aussi d'outils.** Sans données précises, une approche sur mesure n'est pas possible. La collecte de données et la présentation d'une image correcte du contexte migratoire local, en plus du renforcement des capacités, qui implique de faire de la communication efficace une priorité, en particulier en temps de crise, sont des outils essentiels.
- Il est essentiel **de rééquilibrer les récits de migration en organisant des formations qui abordent la communication fondée sur des valeurs.** La communication basée sur les valeurs suscite très probablement de la sympathie, en particulier si les valeurs correspondent à celles du public ciblé. Dans le même ordre d'idées, les stratégies de communication liées à la migration devraient être suivies **d'une évaluation d'impact** menée par la ville, pour comprendre pleinement leurs effets sur les récits et les perceptions.
- **Les organisations de la société civile peuvent travailler avec les villes et jouer un rôle de soutien essentiel,** en fournissant des capacités et en exploitant les ressources internationales qui peuvent ne pas être disponibles pour un soutien direct aux gouvernements locaux.
- Les villes souhaitent s'engager directement avec les organisations internationales, ainsi qu'au travers du soutien des gouvernements nationaux. **Des échanges réguliers entre les acteurs internationaux et municipaux sont essentiels pour** identifier et mettre en œuvre une coopération efficace.
- La Méditerranée a été et sera façonnée par la migration. **Les campagnes publiques doivent refléter la normalité et l'intégralité de la migration et de la mobilité** de manière à dépasser les récits de crise. Ainsi, bâtir sur le long terme, en soulignant que la migration n'est pas une crise, mais une condition humaine, et former le personnel, les praticiens et les médias pour mettre en lumière les bénéfices de la migration, est fondamental.

« Communiquer sur la migration est très important pour nous car un discours déformé nuit à l'élaboration des politiques. Les gouvernements locaux sont dans une position unique pour contester les perceptions négatives et favoriser un discours migratoire équilibré. L'ICMPD s'engage à continuer de travailler sur la question des récits et de la communication sur la migration à tous les niveaux. »

Julien Simon, Coordinateur régional pour la Méditerranée, ICMPD

1. RÉCIT SUR LA MIGRATION

Si les politiques migratoires peuvent souvent paraître instables, les attitudes du public dans une grande partie de la région euro-méditerranéenne sont en fait stables. La volatilité peut être trouvée dans l'opinion publique, qui, contrairement aux attitudes sous-jacentes, change en réponse à des événements à court terme. **Cette volatilité est exacerbée par des récits qui font appel aux valeurs et aux identités et provoquent une réaction émotionnelle.**

Alors que l'importance perçue de l'immigration et de la migration irrégulière a augmenté ces dernières années², les expériences marginales ont occupé le discours public, polarisant l'opinion publique³. Il s'agit d'un cercle vicieux, la migration est souvent présentée comme « incontrôlable »⁴. La migration irrégulière, qui représente une infime proportion de la mobilité réelle et est en déclin dans l'Union européenne depuis quatre ans, domine toujours le débat, malgré la tendance à la baisse de l'ensemble des demandes d'asile par rapport au pic de la pression migratoire. La notion de migration perçue comme une menace pour les communautés d'accueil est devenue la norme dans une grande partie de la région. L'absence d'expérience réelle, majoritaire et vécue de la mobilité humaine déforme les récits et les réponses politiques sur une question qui affecte des millions de personnes.

² [A Rising Tide? The Saliency of Immigration and the Rise of Anti-Immigration Political Parties in Western Europe](#) Dennison et Geddes

³ UNHCR : [Couverture médiatique de la crise des réfugiés et des migrants dans l'UE : Une analyse de contenu de cinq pays européens](#)

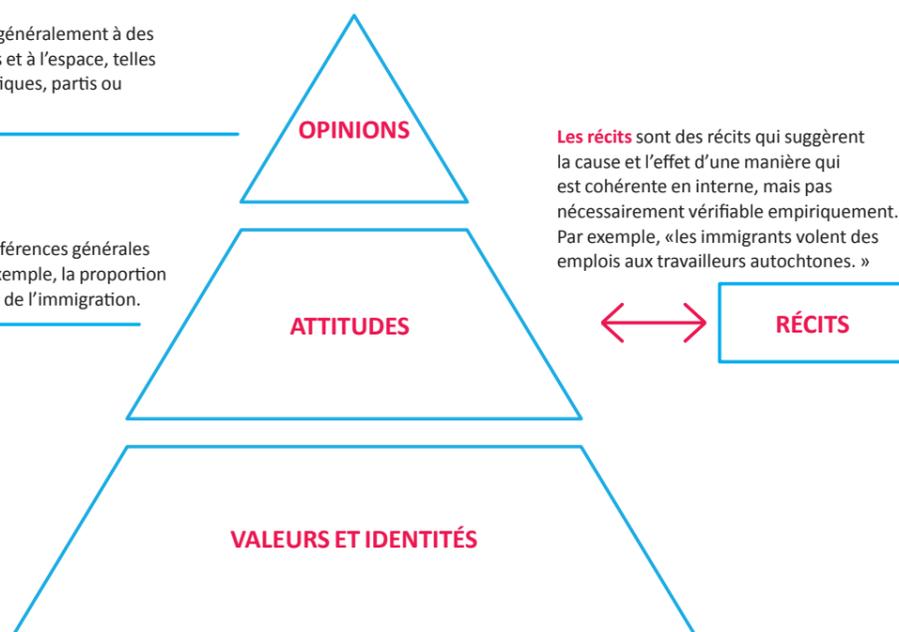
⁴ ODI, Chatham House [Comprendre les attitudes du public envers les réfugiés et les migrants](#)

En raison de leur proximité avec les citoyens et les électeurs, les responsables locaux pourraient être tentés d'éviter de communiquer sur des questions aussi passionnées. Cependant, la communication est inévitable et la compréhension des perceptions et des moyens d'y remédier peut aider à éviter les conflits et à libérer tout le potentiel de la migration au niveau local.

QU'ENTEND-ON PAR ATTITUDES, OPINIONS ET RÉCITS ?

Les opinions publiques se réfèrent généralement à des questions plus spécifiques au temps et à l'espace, telles que l'approbation de certaines politiques, partis ou politiciens.

Les attitudes du public sont des préférences générales pour les questions politiques. Par exemple, la proportion d'individus qui répondent en faveur de l'immigration.



Les récits sont des récits qui suggèrent la cause et l'effet d'une manière qui est cohérente en interne, mais pas nécessairement vérifiable empiriquement. Par exemple, « les immigrants volent des emplois aux travailleurs autochtones. »

1.1 CONTEXTE ET ATTITUDES LOCALES À L'ÉGARD DE LA MIGRATION

« Plus nous travaillons au niveau local, plus le discours sur la migration changera et deviendra plus positif. »
Chahrazed Laghouan, Professeur d'université, Institut supérieur d'études technologiques de Djerba

« Les migrants ont façonné l'histoire de la Tunisie. Des migrants juifs, français, italiens et maltais sont venus ici. Cette séquence d'événements aide les tunisiens et les citoyens locaux à voir la migration et l'intégration des migrants sous un jour positif. »
Imen Ouardani, 1ère Adjointe au maire de Sousse

Des enquêtes paneuropéennes fiables — par ex. l'Enquête sociale européenne (ESS) entre 2002 et 2018 — montrent que, dans la plupart des pays européens, les attitudes envers tous les types d'immigration sont devenues nettement plus positives, ou en tout cas moins négatives, ces dernières années⁵. Ceci repose sur toute une gamme de types d'attitudes : y compris les préférences pour certains types d'immigration, les effets perçus de la migration et la politique migratoire souhaitée.

⁵ [Enquête sociale européenne 2012-2018](#)

La même stabilité générale et le léger déclin de la négativité sont visibles dans les enquêtes Eurobaromètre qui posent les deux mêmes questions depuis 2014 : « Veuillez m'indiquer si chacune des déclarations suivantes évoque pour vous un sentiment positif ou négatif. Immigration de personnes depuis des pays extérieurs à l'UE/d'autres états membres de l'UE. »

Dans toute l'Afrique du Nord, il existe des tendances similaires, mais avec des différences cruciales liées au marché du travail. Les enquêtes du Baromètre⁶ arabe sur les attitudes du public en Afrique du Nord et en Méditerranée (ainsi qu'en Jordanie) montrent que de grandes majorités sont soit positives, soit au pire indifférentes à l'immigration. Cela se reflète dans la faible importance accordée à l'immigration comme un problème dans tous les pays étudiés. Le principal déclencheur anti-immigration est l'accès à l'emploi où il y a quasi unanimité sur le fait que les citoyens autochtones devraient être prioritaires.

⁶ ICMPD : [Impact des attitudes du public à l'égard de la migration sur l'environnement politique dans la région Euromed](#)

Pourquoi le discours politique autour de la migration semble-t-il volatil alors que les attitudes sous-jacentes sont stables ? La réponse est suggérée par une recherche de l'ICMPD en 2018⁷. L'étude montre comment l'importance perçue de la question de l'immigration a augmenté dans la région euro-méditerranéenne et a favorisé la montée des votes et des partis anti-immigration. Malgré cela, les recherches mettent en évidence le fait que les attitudes à l'égard de la migration dans la région euro-méditerranéenne sont restées stables ces dernières années.

⁷ ICMPD : [Attitudes publiques à l'égard des migrations : repenser la façon dont les personnes perçoivent les migrations.](#)

Alors que l'importance accordée à la question de l'immigration est instable, les attitudes à l'égard de l'immigration ne deviennent pas plus négatives.

La montée des forces anti-immigrées telles que la droite radicale ne suit pas une augmentation des attitudes anti-immigration, elle suit de près l'augmentation de l'importance perçue de l'immigration pendant la soi-disant « crise migratoire » en Europe (Dennison et Geddes, 2018). Les attitudes anti-immigration, lorsqu'elles sont provoquées, peuvent dicter les choix de vote.

L'arrivée de la pandémie de la COVID-19 devrait placer la santé publique et l'économie avant l'immigration en tête de l'ordre du jour pour la plupart des électeurs. Mais il reste des opportunités pour les populistes anti-immigration de nourrir des récits qui diabolisent les migrants ou prétendent à tort qu'ils sont des vecteurs de

la propagation du virus. Les facteurs qui conditionnent les attitudes à l'égard de la migration sont complexes, mais compréhensibles. Ils comprennent quatre grandes catégories: psychologique, socialisation, attitudinale et contextuelle. Les premiers concernent les fondements personnels, tels que les valeurs et la moralité.

Mais le dernier est particulièrement pertinent pour les acteurs des gouvernements locaux et régionaux car ses facteurs incluent: la sécurité du quartier; le contact avec les immigrants; l'influence médiatique; les taux d'immigration locaux; et la perception des niveaux d'immigration.



1.2 DÉFIS DE LA COMMUNICATION SUR LES MIGRATIONS AU NIVEAU LOCAL

La migration peut sembler décourageante en tant que sujet à traiter par les autorités locales. Les défis vont dans les deux sens: il y a des limites de capacité du côté des autorités et des problèmes d'accès pour les migrants eux-mêmes. Les ressources et les capacités varient énormément dans la région euro-méditerranéenne. **Mais la communication est inévitable et la compréhension des mécanismes et des perceptions peut éviter les conflits et éviter les effets négatifs sur la cohésion sociale**, tout en débloquant les contributions incontestables de la migration.

a. CAPACITÉ ET EXPERTISE LIMITÉES

- Le travail sur la **communication sur la migration** nécessite des contributions, connaissances et compétences spécialisées que les autorités municipales ne possèdent pas toujours.
- **Les bonnes données sont à la base de bonnes décisions.** Les villes de la région n'ont pas un accès uniforme à des informations à jour sur le contexte migratoire. C'est essentiellement un problème d'outils.
- Une pénurie de ressources et de capacités peut entraver l'élaboration de stratégies de communication efficaces, dont certaines nécessitent un **investissement en temps et en argent**.

b. MANQUE D'ACCÈS

Les migrants, et en particulier les nouveaux arrivants, ne savent pas toujours comment accéder aux informations qui pourraient les aider à s'adapter même lorsqu'elles sont disponibles. Cela est particulièrement vrai pour les groupes vulnérables qui ne partagent pas une langue avec la communauté d'accueil, ou qui ont un statut irrégulier et peuvent donc hésiter à tenter d'accéder aux services. C'est en partie une répercussion du manque de capacité identifié précédemment, qui complique la conception de services adaptés pour les immigrants.

c. DÉSINFORMATION

« La désinformation et les mythes sur les migrants circulent depuis des années. C'est pourquoi nous travaillons avec des associations représentant les migrants pour partager des données et des informations précises sur l'intégration. Ensemble, nous combattons cette désinformation en attendant une politique nationale globale pour contrer ce phénomène. »

Wajdi Aydi, Maire adjoint en charge de la coopération décentralisée et des relations extérieures, Commune de Sfax

« Nous espérons créer un écosystème différent grâce à des personnes proactives qui, dans un premier temps, limitent la propagation de fausses informations en ne les partageant pas. Deuxièmement, en empêchant la désinformation d'atteindre son entourage. Troisièmement, en encourageant l'envoi de messages constructifs plutôt que destructeurs. Des messages basés sur la réalité, des données objectives et de vraies informations. »

Ángel Madero, Educateur social, Andalucía Acoge

Les gouvernements locaux sont confrontés à une opposition organisée et motivée à un rééquilibrage factuel du discours migratoire. La crise de la COVID-19 a vu une accélération de la désinformation connue sous le nom d'« infodémie »⁸. Le but de la désinformation est de semer la panique et la méfiance. Il existe un terrain fertile autour du débat sur la migration pour attiser à la fois la panique et la méfiance.

⁸ NPR : [Le chef de l'ONU cible une « épidémie dangereuse de désinformation » sur le coronavirus](#)

La rhétorique malveillante contre les migrants est depuis longtemps un thème central de la mobilisation extrémiste dans le monde et un pilier des campagnes de désinformation. Les réseaux anti-migrants et d'extrême droite dans la région euro-méditerranéenne et au-delà exploitent la pandémie de la COVID-19, comme ils le feraient avec tout type de crise, pour répandre la désinformation ciblant les migrants, les réfugiés et d'autres populations vulnérables en ligne et hors ligne. La pandémie a vu les migrants faussement considérés comme une menace pour la santé publique.

d. « FAKE NEWS » ET « DÉSINFORMATION »

« Tout le monde peut, via les réseaux sociaux, télécharger tout type d'information la reliant à n'importe quel sujet qui provoque la division et la confusion parmi les gens. Nous devons utiliser les dernières technologies pour contrer cela. »

Nancy Al Qa'Qaa, Ingénieure agricole, Cheffe de projet, Municipalité du Grand Amman

« Nous avons un groupe formé avec des organisations du tiers secteur et avec des ONG appelé Puerto Real Solidaria. Nous avons développé une grande campagne pour signaler le contenu de diffamation sur Facebook, nous avons publié des vidéos et nous avons interviewé une personne migrante qui vit dans notre ville depuis de nombreuses années maintenant afin de se rapprocher de la réalité. La réalité est la même pour tout le monde. »

Josefa M. Crespo Ruiz, Chargée de coopération, Municipalité de Puerto Real

Le terme « fake news » peut être largement reconnu dans le débat public, mais les sources universitaires et politiques le déconseillent généralement, recommandant plutôt la « infox ». Alors que la désinformation se réfère à du matériel qui est simplement erroné, par exemple en raison d'une erreur ou d'une ignorance, l'infobox implique une tentative intentionnelle et malveillante d'induire en erreur⁹.

⁹ EPC [Disinformation and democracy: The home front in the information war](#)

Les réseaux sociaux, qui n'ont pris que plus d'importance lors des confinements de la COVID-19, ont représenté le principal amplificateur de la désinformation. En règle générale, les outils utilisés sont des programmes logiciels automatisés (« bots ») qui diffusent les messages sur les plateformes de médias sociaux d'une manière difficile à détecter pour les utilisateurs ordinaires, qui à leur tour les récupèrent et les partagent davantage.

CERTAINS RÉCITS COMPRENNENT :

- ✗ Des affirmations sur le fait que les migrants ignorent spécifiquement les règles de verrouillage et que les demandeurs d'asile résistent violemment à la quarantaine ;
- ✗ Des théories du complot qui sapent les efforts pour faire face à la crise et à sa croissance, y compris celles qui contestent la réalité du virus et ses effets sur la santé et la vie, sont particulièrement répandues dans des groupes fermés comme Telegram ;
- ✗ Des fausses affirmations selon lesquelles le virus a été conçu ou propagé délibérément par des acteurs étatiques rivaux ou même des compagnies aériennes attisent la xénophobie au Moyen-Orient, par exemple le hashtag « Qatar is Corona » ;
- ✗ Des suggestions selon lesquelles les voies de migration, en particulier le long de la frontière gréco-turque, agissent comme un vecteur de propagation du virus ;
- ✗ Une spéculation selon laquelle les communautés d'immigrants et de minorités dans les grandes villes utilisent le virus comme une opportunité d'émeute ;
- ✗ Des affirmations selon lesquelles les migrants utiliseront la pandémie comme une occasion « d'envahir l'Europe ».

La boucle de rétroaction entre l'infobox virale et la politique locale et nationale s'accélère constamment. Elle est visible dans un paysage politique, où les acteurs populistes adoptent activement des points de discussion, des théories du complot et même des politiques directement de la part d'acteurs extrémistes.

Toutes les catégories de migrants sont potentiellement vulnérables aux campagnes de d'infobox agressives, même les agents de santé migrants de première ligne, qui ont été accueillis dans certaines villes mais évités dans d'autres comme des propagateurs potentiels du virus.

En euro-méditerranée, les migrants en situation irrégulière sont particulièrement vulnérables à l'infobox liée à la COVID-19 car ils sont déjà soumis à un encadrement médiatique trop simpliste. En confinement, les gouvernements italien et maltais ont fermé leurs ports en réponse au virus, et le gouvernement grec a procédé à des confinements dans les centres d'accueil de demandeurs d'asile longtemps après leur levée pour la population générale.

Cependant, les passages irréguliers en Méditerranée se poursuivent, tout comme les tensions sur la manière de gérer les personnes secourues. Des clusters de coronavirus dans les installations de réfugiés ont été importées de visiteurs extérieurs.

Néanmoins, les campagnes d'infobox menacent d'enflammer cette situation très sensible, où les droits de l'homme, les préoccupations en matière de sécurité, le contrôle des frontières et la confiance essentielle nécessaire pour maintenir la coopération avec les pays tiers sont tous en jeu.

e. POLITIQUE ET PRIORITÉS

La communication nécessite des ressources qui étaient déjà rares avant les défis que la pandémie a présentés. L'allocation de ressources rares peut amener les autorités locales à choisir d'investir dans d'autres besoins ou de dé-prioriser la communication.

Les débats nationaux sur la migration peuvent souvent ignorer les réalités auxquelles les villes sont déjà confrontées. Le refus de services aux migrants en situation irrégulière peut être populaire au niveau national, tandis que les conséquences sont vivement ressenties dans les municipalités où ces personnes continuent de résider.

« Le contexte compte, vous (les autorités locales) le savez mieux que quiconque. Vous seul êtes immergé dans la vie quotidienne de votre communauté. La désinformation crée une déconnexion entre les perceptions de la migration et la réalité quotidienne. Vous connaissez la vie commune partagée et pouvez proposer ce récit alternatif ».

Alberto-Horst Neidhardt, Analyste, European Policy Centre

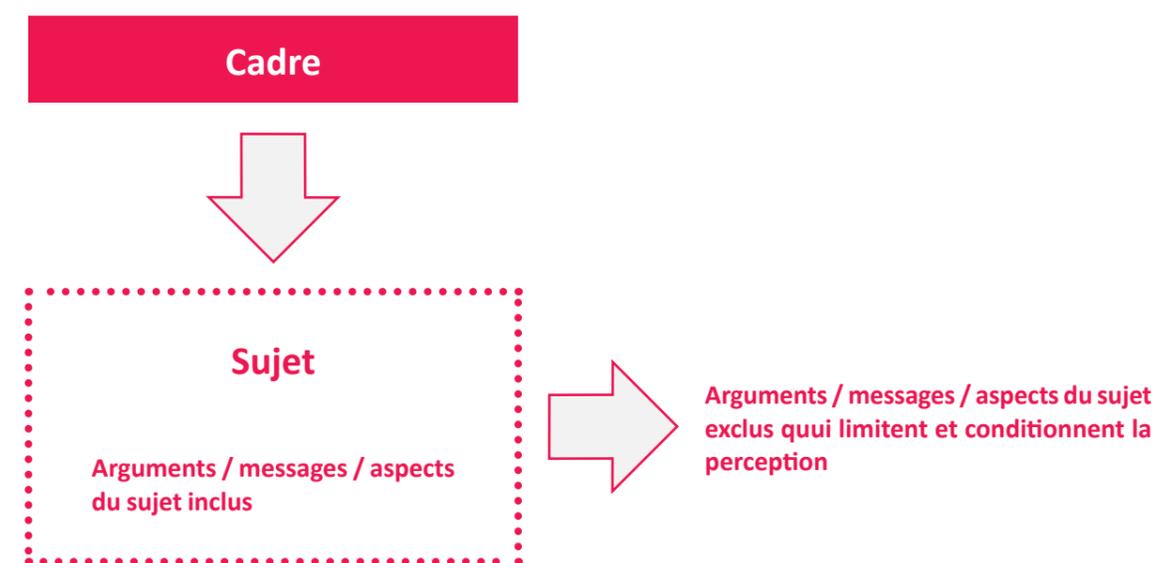
2. COMMUNICATION : TENDANCES ET DÉFIS

La communication, lorsqu'elle est bien faite, est intrinsèquement stratégique. Son objectif est d'aller au-delà de la simple diffusion d'informations. **Une communication efficace nécessite une compréhension de la production, de la distribution et de l'interprétation des messages.** Dans le cas des villes proactives, cela signifie identifier le public cible et le servir avec un message qu'ils peuvent décoder et interpréter de la manière prévue. Une communication efficace repose sur une base de preuves pour informer à la fois le contenu et la réponse probable du public cible à ce contenu. Bien que le processus repose sur des données pour le contexte et le ciblage, la communication stratégique reconnaît que le langage / les messages fondés sur des preuves et émotions jouent un rôle crucial dans la manière dont les informations sont relayées et reçues.

Dans la communication sur la migration, le défi est souvent de savoir qui et comment le problème est posé. La simple réaction contre un « cadre » préexistant ne fait qu'ajouter de la puissance au discours (par ex. « Ne pensez pas à un éléphant »). Un cadre est une lentille à travers laquelle le monde peut être perçu et interprété. Une fois qu'un cadre est établi, la réalité est perçue à travers un tel cadre.

Les cadres établissent des limites, conditionnent et orientent les perceptions. Le cadre est placé comme des bords durs autour d'un certain sujet. Par définition, les cadres sont exclusifs - pour inclure certains messages et en éliminer d'autres - et, parfois, ils sont inclusifs - supprimer certains arguments signifie parler des autres. Les cadres contiennent quelque chose tout en excluant autre chose. Le cadre est placé comme des bords durs autour d'un certain sujet. Par définition, les cadres sont exclusifs - pour inclure certains messages et en éliminer d'autres - et, parfois, ils sont inclusifs - supprimer certains arguments signifie parler des autres. Les cadres contiennent quelque chose tout en excluant autre chose.¹⁰

¹⁰ PorCausa : [porCausa Nuevas Narrativas Versión Ingles](#) (Version anglaise)



a. CAMPAGNES EFFICACES

« Notre municipalité utilise les réseaux sociaux pour diffuser ses messages. Nous créons également une station de radio municipale, non seulement pour les réfugiés syriens, mais pour aider la municipalité à jouer un rôle clé dans la communication avec la communauté locale. »

Leila Youssef, Assistante du directeur de l'Unité des projets et programmes internationaux, Municipalité du Grand Irbid

« Nous essayons de travailler avec la GIZ pour créer une station de radio communautaire. Cela pourrait aider la communauté des migrants et agir comme un moyen de les intégrer. Grâce à la communication, nous pouvons écouter les migrants et soulever les problèmes et les attentes de la communauté. »

Amina Mokrane, Vice-secrétaire du conseil municipal en charge des migrations, Municipalité de Casablanca

Lorsqu'il s'agit de gouvernance locale et de communication, la dimension locale est importante. Les lieux diffèrent et les défis d'intégration locale varient, car chaque ville a des caractéristiques uniques qui pourraient avoir des effets sur l'inclusion des migrants. Il n'y a pas d'approche unique et uniforme sur la manière dont une ville doit aborder ses communications. Cependant, **il existe des règles claires et utiles pour la construction de campagnes efficaces.**

Les autorités locales et régionales doivent penser au-delà des réponses ad hoc et mettre en œuvre des messages stratégiques cohérents qui encouragent une identité inclusive et un avenir commun. Les approches stratégiques devraient être fondées sur des preuves et utiliser une gamme de canaux de communication. Elles doivent déployer des faits mais aussi engager des émotions et utiliser l'humour, si possible.

Le projet AMICALL3 sur « *les attitudes envers les migrants, la communication et le leadership local* »¹¹ dans six pays européens offre une typologie utile des activités de communication des autorités locales, qui les classe en trois groupes principaux :

¹¹ [Attitudes to Migrants, Communication and Local Leadership \(AMICALL\)](#)

1. **Les campagnes de communication** comprennent des activités de sensibilisation, l'engagement des médias et d'autres activités de relations publiques. Leurs objectifs vont de l'augmentation de la tolérance, la prévention de la discrimination à la promotion d'attitudes positives envers la diversité et les migrants.

L'agence « Stop Rumores » est une stratégie de communication et d'impact social d'Andalucia Acoge, qui vise à lutter contre les rumeurs négatives et les stéréotypes qui affectent la coexistence dans les communautés d'**Andalousie, Ceuta et Melilla, en Espagne**. Elle est composée de plus de 260 entités publiques et privées. Elle fournit des matériaux et des outils de nature variée, conçus et créés pour dissiper les rumeurs relatives à l'immigration, et offre des conseils à cet égard. L'objectif global est d'accompagner les gens et de les inciter à remettre en question les informations qu'ils reçoivent.¹²

¹² <https://stoprumores.com/>

2. **Les activités de communication interculturelle** visent à célébrer différentes cultures dans une même communauté et à améliorer ainsi l'acceptation.

À **Sheffield, au Royaume-Uni**, le festival annuel Migration Matters organise cinq jours d'événements offrant un « programme riche et émouvant » qui réunit le mélange diversifié et mondial des communautés de Sheffield avec des artistes du monde entier dans une célébration de la nourriture, de la culture et de la performance.

À **Marburg, Allemagne**, le quartier de la ville de Richtsberg accueille un « festival de la soupe » réunissant des résidents de différents horizons culturels qui peuvent apprécier différentes épices et saveurs du monde entier. Le festival, qui fait partie d'un programme de diversité plus large dans la ville, accomplit le double objectif de promouvoir une identité locale, tout en surmontant les préjugés.

À **Nador, Maroc**, une série d'événements interculturels et une campagne de sensibilisation ont abouti à une « Expo Interculturelle AFRIQUE », une semaine d'événements comprenant des performances musicales, des stands culinaires et culturels qui ont mis l'accent sur les échanges positifs entre migrants et Marocains.

3. **Les activités de communication en face à face** visent à rassembler différentes sections de la communauté en tant qu'individus. Cela peut se faire par le biais de forums publics, de dialogues informels et formels, de cours ou de médiation.

À **Lyon, France**, l'initiative Agence Lyon Tranquillité Médiation (ALTM) vise à maintenir un environnement sécurisé et paisible place Gabriel Péri, déploie des médiateurs en uniforme pour favoriser la cohésion sociale à long terme dans un quartier spécifique et « problématique » de la ville.

b. PRESSE ET MÉDIAS

« De nombreuses autorités locales ont maintenant leurs propres médias, qu'il s'agisse de stations de radio ou de réseaux sociaux privés, qui se sont révélés être les plus influents dans la situation actuelle. J'espère que les autorités locales formeront un comité sur cette question pour aider à soutenir les plans de sensibilisation, d'abord pour ceux qui y travaillent, puis pour toute l'équipe de la collectivité locale. Nous sensibiliserons à l'importance de l'immigration, des migrants et transmettrons l'expérience pratique pour des activités spécifiques qui ont été entreprises par les autorités locales afin de partager les connaissances et l'expérience.

Rakez Al-Khalaileh, Directeur des études et du développement institutionnel, Ministère de l'administration locale, Jordanie

Les relations entre le gouvernement local et régional et la presse et les médias ne sont pas sans obstacles. Un média fonctionnel sera conscient de son rôle de chien de garde et résistera à juste titre à toute directive officielle ou sceau d'approbation de son travail. Mais les villes et les régions ont une histoire à raconter et devraient s'engager de manière constructive avec les professionnels des médias afin de la raconter. Les villes se trouvent au carrefour de la communication horizontale, entre les services municipaux et d'autres villes, et la communication verticale, englobant la coordination multi-niveaux avec les acteurs locaux, régionaux, nationaux et internationaux.

Voces del Sur (Voix du Sud) existe depuis 2017 et a formé 20 femmes migrantes au journalisme et à la communication afin de leur permettre de générer du contenu pour une plateforme de radios locales andalouses de près de 100 stations, ainsi que des chaînes de télévision locales partenaires. Le réseau existe depuis quatre décennies et est une voix de confiance dans les communautés qu'il dessert. Le but du projet est l'intégration par la communication ne servant pas de bonnes nouvelles sur la migration. Il n'encourage pas les bénéficiaires à rendre compte de la migration mais de tous les autres sujets de la vie quotidienne. Sa principale réalisation est d'avoir pu former les femmes à la radio.

À **Nador, Maroc** 20 journalistes ont été sélectionnés, dans le cadre du MC2CM, et ont été sensibilisés au discours de haine et formés aux approches du journalisme migratoire par des experts en communication et en migration. L'objectif était de combattre les stéréotypes négatifs sur la migration conformément à l'éthique journalistique.

Ces multiples canaux offrent aux villes une plateforme idéale de coordination qui peut être utilisée pour présenter des politiques réussies, rechercher du soutien, apprendre, échanger et se développer. Les médias locaux doivent être alimentés d'exemples où un engagement positif face aux problèmes de migration a amélioré l'audience:

À **Barcelone, Espagne** COMRàdio est un réseau régional qui consacre deux stations de radio à l'intégration des immigrants, en espagnol et en catalan. Afin de reconnaître la diversité croissante du public local, COMRàdio crée des « places de village » sur les ondes pour plus de 140 stations locales.

À **Toronto, Canada** l'analyse de rentabilisation de CBC Radio pour la diversité combine sa stratégie de croissance du public avec diverses pratiques efficaces d'embauche et de recrutement afin de devenir l'émission matinale la mieux notée de la ville.

De nombreuses villes sont bien placées pour former le [personnel, les praticiens et les médias sur les questions de migration](#). Cependant, cela doit être considéré comme un [investissement durable](#) dont, même en cas de mise en œuvre infructueuse, des enseignements et des expériences peuvent être tirés.



- **Tunis, Tunisie** : « I-MIGR : Inclusion, Migration, Intégration et Gouvernance à Raoued et La Marsa » est une action financée par MC2CM, ciblant différentes communes du Grand Tunis, et visant à développer la coopération en matière de migration entre les différents acteurs locaux en renforçant leurs compétences sur la gestion des données et les droits des migrants. I-MIGR se concentre également sur la promotion d'un discours réel et juste sur la migration en organisant des événements qui renforcent le dialogue interculturel dans les villes ciblées.
- **Sfax, Tunisie** : En partenariat avec Tunisie Terre d'Asile, la Commune de Sfax met en œuvre le projet « Amélioration de la Coordination des Migrations par les Acteurs Locaux à Sfax (ACMALS) ». Financée par MC2CM, ACMALS a pour principal objectif de mettre en place des mécanismes de coordination entre tous les acteurs locaux de la migration à Sfax, au travers d'un centre d'accueil qui apporterait une assistance juridique et socio-économique aux migrants et contribuerait à leur intégration. À travers cette action, la ville aborde divers objectifs de développement durable tels que les ODD 5.1, 10.7, 16.6 et 17.9.
- **Tanger, Maroc** : TangerAccueil, mis en œuvre par MedCities et la municipalité de Tanger, vise à soutenir l'intégration des migrants et l'accès aux droits et aux services en établissant un « guichet unique » pour les migrants. L'action, financée par MC2CM, vise également à renforcer les capacités des autorités locales à accueillir les migrants et à garantir leur accès aux droits et services socio-économiques.

Leila Beratto, journaliste, membre de 15-38 Méditerranée, a averti que les coupes budgétaires dans toute la région du Maghreb ont un impact sur la couverture de la migration : « Ce sont les histoires les moins chères qui durent le plus longtemps. Allez interviewer un politicien et obtenez des citations qui lanceront un débat. » Mais Beratto déconseille de trop insister sur les histoires positives car « ce n'est pas la bonne approche pour être positif, il suffit de montrer la normalité : La famille se débat, cherche un emploi, une vie normale. »



Le tableau ci-dessous présente une liste non exhaustive des types d'activités de communication pouvant être mises en œuvre :

Types de communication	Meilleures pratiques
Communiqués de presse ou conférence de presse	<ul style="list-style-type: none"> • Barcelone, Espagne : Demande de régularisation extraordinaire des immigrants non autorisés ; en savoir plus ici • Valladolid, Espagne : Semaine Interculturelle: Une semaine de partage d'idées et de cultures ; en savoir plus ici
Campagnes d'information autonomes <ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les migrants • Informations pour les migrants 	<ul style="list-style-type: none"> • Erlangen, Allemagne : Ville d'immigration Erlangen ; en savoir plus ici • Dublin, Irlande : Projet des électeurs migrants ; en savoir plus ici (p.18)
Présence Web	<ul style="list-style-type: none"> • Cologne, Allemagne : Cologne aide ; en savoir plus ici • Erlangen, Allemagne : L'application Bienvenue ; plus ici • Collaboration des villes en Europe : MICADO ; en savoir plus ici
Stratégies de communication multimédia	<ul style="list-style-type: none"> • Genève, Suisse : Genève, sa gueule ; en savoir plus ici • Sao Paulo, Brésil : Il y a une place pour chacun à São Paulo. Sauf pour l'intolérance ; en savoir plus ici (p.59)
Engagement médiatique <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les journalistes • Encourager une couverture positive 	<ul style="list-style-type: none"> • Espagne : Projet d'immigrationnalisme sur le traitement réservé par les médias à l'immigration et aux réfugiés en Espagne ; en savoir plus ici
Formation à la diversité pour les fonctionnaires	<ul style="list-style-type: none"> • Lisbonne, Portugal : Programme SOMOS de Lisbonne pour l'éducation à la citoyenneté démocratique et aux droits de l'homme ; en savoir plus ici • Leicester, Royaume-Uni : Police au quotidien pour l'égalité ; en savoir plus ici (p. 54) • Collaboration des villes en Europe : Police de proximité ; racisme, xénophobie et autres formes d'intolérance ; en savoir plus ici
Festivals / célébrations interculturels	<ul style="list-style-type: none"> • Erlangen, Allemagne : Banquet pique-nique anti-rumeurs ; en savoir plus ici • Francfort, Allemagne : Festival des nouveaux arrivants ; en savoir plus ici • Ravenne, Italie : Festival des cultures ; en savoir plus ici • Marseille, France : Marseille Espérance ; en savoir plus ici
Espaces physiques pour le dialogue interculturel (à long terme)	<ul style="list-style-type: none"> • Cologne, Allemagne : Domaine linguistique - apprendre ensemble et s'impliquer ; en savoir plus ici • Donostia-San Sebastian, Espagne : Maison de la paix et des droits humains ; en savoir plus ici • Botkyrka, Suède : Cafés anti-rumeurs ; en savoir plus ici
Processus de dialogue	<ul style="list-style-type: none"> • Copenhague, Danemark : Le programme d'accueil de Copenhague ; en savoir plus ici • Lisbonne, Portugal : Familia Do Lado 2019 ; en savoir plus ici • Valongo, Portugal : Programme Bibliothèque vivante / Ne jugez pas un livre par sa couverture ; en savoir plus ici • Zarqa City, Jordanie : Conseil municipal de la jeunesse de Zarqa, en savoir plus ici (p. 19)
Résolution de conflits / médiation	<ul style="list-style-type: none"> • Florence, Italie : Projet Amir ; en savoir plus ici • Berlin, Allemagne : Le dialogue crée le voisinage ; en savoir plus ici • Al Sarhan, Jordanie : Renforcer la cohésion sociale dans la municipalité d'Al Sarhan ; en savoir plus ici (p.27)
Développement du réseau Entre les autorités locales / régionales et les organisations de migrants Entre les communautés	<ul style="list-style-type: none"> • Barcelone, Espagne : Campagne anti-rumeurs BCN ; en savoir plus ici • Gand, Belgique : Solidarité avec les réfugiés ; en savoir plus ici
Stratégies de régénération des quartiers	<ul style="list-style-type: none"> • Berlin, Allemagne : Mères du district ; en savoir plus ici • Forlì, Italie : Hospitalité généralisée ; en savoir plus ici • Amadora, Portugal : Zambujal s'améliore ! ; en savoir plus ici
Stratégies de marque de la ville Intégration et grand public	<ul style="list-style-type: none"> • Amsterdam, Pays-Bas : 180 Amsterdammers ; en savoir plus ici • Oslo, Norvège : OXLO – L'Oslo Extra Large ; en savoir plus ici • Neuchâtel, Suisse : NEUCHÂTOI ; en savoir plus ici

3. DÉFIS ET APPROCHES LOCALES

« Grâce à la société civile, nous avons pu créer une dynamique dans tout le pays. Je voudrais souligner l'importance de renforcer notre partenariat avec la société civile, car il joue vraiment un rôle clé dans le changement du discours sur la migration. »

Rachida Saadi, Cheffe du service coopération et relations extérieures, Municipalité d'Oujda

« Ce travail nécessite une sensibilisation communautaire et devrait être effectué par les municipalités. Mais au niveau national, si ce travail n'est pas réalisé, si nous n'intégrons pas toutes les actions menées dans différentes villes, nous aurions besoin de l'universaliser et de le mutualiser, afin de pouvoir recentrer nos efforts en encourageant les villes à coopérer et en créant des campagnes nationales de sensibilisation. »

Asma Kallalla, Présidente du Comité de Communication, Commune de Sousse

Au cours des dernières décennies, les villes sont devenues plus actives dans la politique migratoire, développant leur propre philosophie et faisant prendre conscience qu'une inclusion effective est essentielle à leur viabilité en tant que communautés. Les villes sont les lieux où les migrants développent des réseaux sociaux, fondent des familles, trouvent des emplois, accèdent aux services. Ce sont aussi les lieux où les conséquences négatives d'une intégration mal gérée peuvent se faire ressentir concrètement.

Ce plus grand militantisme a vu les villes plaider devant les gouvernements nationaux, mais aussi aller au-delà de l'arène nationale pour faire partie de réseaux avec d'autres villes et organisations internationales, telles que MC2CM, le Réseau des Villes Interculturelles, Cities of Migration, et les villes sanctuaires (Cities of Sanctuary). Alternativement, les villes ont développé des champs de travail spécifiques sur la migration au sein des réseaux existants (par exemple CGLU et Eurocities) afin d'échanger des savoir-faire et de faire pression sur des institutions supranationales, telles que l'Union européenne ou les Nations Unies.

Au niveau mondial, le Forum mondial pour la migration et le développement (FMMD) a récemment mis en place un groupe de travail sur les récits où les villes jouent un rôle clé. Le groupe de travail fournit une plateforme unique à une communauté multipartite pour prendre des mesures concrètes dans le but d'équilibrer les discours publics sur la migration et d'obtenir des résultats tangibles, en plus de partager les meilleures pratiques et les leçons apprises. Ses membres sont composés de huit États membres du FMMD (Algérie, Bangladesh, Canada, Équateur, Irlande, Mexique, Maroc, Gambie), six membres représentant la perspective locale (Ville de Malines, Ville de Montréal, Ville de Johannesburg, Ville de Sao Paolo, le Mécanisme des maires du FMMD et Welcoming International), trois représentants de la société civile (Mécanisme de la société civile du FMMD, Oxfam Intermon, Grand groupe des Nations Unies sur les enfants et la jeunesse) et deux représentants d'entreprises (Mécanisme d'affaires du GFMD, ERC Worldwide, Talent Beyond Boundaries).

Le Groupe de travail du Forum mondial pour la migration et le développement (FMMD) sur les récits publics sur la migration, dirigé par le Canada, l'Équateur et le Mécanisme des maires du FMMD, travaille en collaboration, entre autres, avec l'Organisation internationale pour les migrations (OIM) pour créer une campagne internationale de communication numérique multipartite. pour mettre en valeur les contributions des migrants et aider à équilibrer le discours sur la migration.

L'ICMPD est également membre du groupe de travail et contribue en partageant les résultats et les connaissances acquises grâce aux recherches menées dans le cadre du programme Euromed Migration sur les communications fondées sur la valeur et l'évaluation de l'impact des campagnes de communication.

Cette initiative prévoit de faire progresser la mise en œuvre du Pact mondial sur les migrations en mettant l'accent sur l'objectif 17, en promouvant un discours public ouvert et fondé sur des données probantes, en plus de soutenir la réalisation de l'objectif de développement durable 16 (promouvoir des sociétés pacifiques et inclusives pour tous).

La ville de **Turku, en Finlande**, nomme chaque année une personne issue de l'immigration comme « nouveau citoyen de l'année ». Elle sélectionne la personne en fonction de son degré d'intégration dans sa vie quotidienne et sa région. Cette pratique favorise le contact personnel entre citoyens de différents horizons et contribue à la cohésion sociale.

La ville d'**Erlangen, en Allemagne**, a lancé une visite du musée Zuwanderungsstadt Erlangen (ville d'immigration d'Erlangen). Les participants redécouvrent l'histoire de la ville à travers une perspective migratoire et font l'expérience de l'impact de l'immigration sur le développement de la ville.

La ville d'**Amsterdam, aux Pays-Bas**, a lancé une campagne dans laquelle elle affiche les portraits d'individus de 180 nationalités différentes, dans les médias locaux ainsi que sur les réseaux sociaux, afin de souligner la diversité et la richesse de leur communauté.



3.1 VERS UNE COMMUNICATION STRATÉGIQUE AU NIVEAU LOCAL

L'activisme accru et l'effet de réseau qui l'accompagne des villes qui se parlent signifient qu'il y a un manuel émergent d'approches efficaces. Tous reposent sur le passage d'une communication réactive à une communication stratégique au niveau local.

Le point de départ est le **développement d'une stratégie de communication inclusive**. Cela devrait impliquer les parties prenantes concernées et faire partie de l'approche d'une stratégie plus large de développement de la ville, d'image de marque ou de communication, lorsque cela est possible.

Cette stratégie détermine la manière dont la ville communique en interne (au sein de l'administration et verticalement avec tous les niveaux de gouvernement) et en externe (avec le grand public et les groupes cibles). Voici des exemples de publics cibles pour la communication sur la migration:

- » Groupes de migrants
- » Populations non migrantes
- » Prestataires de services publics locaux
- » Médias et leaders d'opinion

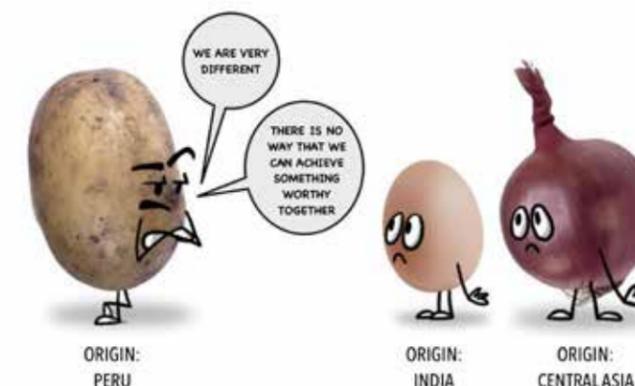
En règle générale, une stratégie de communication propose une variété d'activités visant à engager et à s'adresser à chacun de ces différents publics cibles.

La connaissance du contexte local (y compris l'histoire, les attitudes et les perceptions) aide à définir une stratégie de communication éclairée et à prévoir les obstacles potentiels, et comment les surmonter.

Dix municipalités marocaines (Beni Mellal, Casablanca, Fès, Marrakech, Nador, Oujda, Rabat, Salé, Tanger et Tiznit) ont été soutenues pour intégrer la migration et la mobilité dans les plans d'action municipaux par l'agence allemande de développement, GIZ. Les villes ont reçu un soutien et une formation pour mener des projets pilotes offrant une intégration sociale, économique et culturelle aux migrants, réfugiés et rapatriés marocains. En collaboration avec une ONG locale, le projet a informé 4 000 jeunes à travers le Maroc sur les enjeux de la diversité et de la mobilité.

Ces trois directives de PorCausa en Espagne sont utiles à garder à l'esprit lors de la rédaction d'un nouveau message ou d'une nouvelle campagne:

- » Les messages doivent être nouveaux et ne doivent pas être réactifs à un autre message précédemment établi.
- » Les messages ne doivent pas dépendre d'un récit défini par l'existence de deux parties : « nous » et « eux ».
- » Les messages doivent être structurés sur les émotions sans s'appuyer sur les données comme argument narratif.



a. LES VILLES COMME AGENTS DE MIGRATION

L'accès à l'information pour les nouveaux arrivants dans les villes peut être limité par les barrières linguistiques et la sensibilisation. Une sensibilisation efficace des nouveaux arrivants par le biais d'associations de migrants existantes ou d'autres modes d'accueil peut être cruciale pour favoriser les premiers progrès en matière d'intégration.

À **Malaga, en Espagne**, les nouveaux arrivants reçoivent une lettre du bureau du maire leur expliquant quels services sont à leur disposition dans leur propre langue. Il les informe sur le « Bureau des migrations », qui les met en relation avec les associations qui existent déjà dans la ville. Au-delà de ce maillage initial, une formation professionnelle est proposée qui met en relation les migrants avec un secteur comme le tourisme où les perspectives d'emploi sont les plus fortes.

À **Vienne, en Autriche**, le programme « Start Wien » organise des sessions d'information détaillées deux fois par mois pour les nouveaux arrivants afin de comprendre les options et les opportunités que la ville a à offrir. Le programme est divisé en plusieurs modules d'information, ciblant des groupes spécifiques tels que les groupes de jeunes et d'adultes ainsi que les familles. Ces modules concernent des sujets de base tels que l'éducation, la santé, le logement, le vivre ensemble et des questions plus spécifiques sur la discrimination, les rôles de genre et les activités de loisirs, entre autres. Des cours de langue sont également proposés, ainsi qu'une formation professionnelle à un stade ultérieur pour les candidats qualifiés afin de renforcer leur domaine d'expertise.



b. AMÉLIORER LA COHÉSION SOCIALE

La théorie des contacts soutient que les préjugés et les opinions négatives des migrants survivent rarement au temps réel passé avec ou à proximité de groupes de migrants. Favoriser des contacts constructifs entre les populations hôtes et les nouveaux arrivants, ainsi que les communautés résidentes à long terme devrait être une priorité pour les autorités locales. Cet objectif peut être atteint par des événements et des dialogues interculturels, ainsi que par des campagnes de communication pour contester les stéréotypes et sensibiliser.

Le projet « MygranTour » est un réseau européen qui organise des « visites et itinéraires de migrants » pour mettre en évidence la contribution des migrants à façonner la ville et à comprendre l'interculturalité et la diversité culturelle. C'est une forme de tourisme local et responsable, et un moyen de capitaliser sur la construction de liens forts entre les territoires et les cultures.

L'initiative se déroule dans de nombreuses villes européennes, dont **Paris, Lisbonne, Turin et Bruxelles**, et les visites sont guidées par des migrants de la ville respective.¹³ <http://www.mygrantour.org/fr/migrantour-paris/>

Maroc : « Playground » est un projet conjoint du HCR et de l'UNICEF de basket-ball de rue visant à briser les barrières sociales et culturelles entre les jeunes Marocains, réfugiés, demandeurs d'asile et migrants, et à soutenir leur intégration dans la société marocaine.



4. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Les preuves montrent que la diversité est la force¹⁴. Le terrain d'essai se trouve dans nos villes. Les villes les plus diversifiées et inclusives sont également les plus prospères et les plus attractives. Le fondement de cette diversité est la migration. Les deux tiers du développement économique des villes sont déterminés par leur flux de population.

La migration peut également représenter un défi pour la cohésion sociale. Sans une communication efficace des avantages de la migration, à tous les niveaux de la société, des attitudes pragmatiques et positives face à l'afflux de compétences et de capital humain peuvent saper les perceptions négatives de la diversité et des migrants. Une fois ces cadres négatifs établis, ils peuvent être difficiles à recadrer. Les villes doivent relever le défi de la communication afin de réaliser le potentiel de la diversité en tant que moteur du développement économique et humain, tout en veillant à ce que l'inclusion soit perçue comme fonctionnant d'une manière qui préserve la cohésion sociale.

Les contextes locaux diffèrent fortement dans les villes du pourtour méditerranéen. Certaines villes sont confrontées à un changement de génération, passant des points de départ à un rôle de lieux de transit ou d'hébergement. Certaines villes sont confrontées à des crises de chômage, tandis que d'autres font face à une grave pénurie de compétences. Certaines municipalités trouvent leurs positions sur la migration étroitement alignées sur les gouvernements nationaux, tandis que d'autres sont en conflit. Toutes partagent la même compréhension que le rééquilibrage du discours sur la migration est nécessaire pour **travailler efficacement avec la réalité et la normalité de la mobilité humaine**.

Même avant l'arrivée de la COVID-19, il y avait des signes clairs que les perceptions de la migration s'étaient dangereusement détachées de la base de preuves de ses impacts réels. La centralité des villes dans la pandémie - avec leurs travailleurs de première ligne en matière de santé et la densité de la population - les rend particulièrement bien placées pour parvenir à un correctif des communications dans le cadre de la reprise après la crise du coronavirus.

RECOMMANDATIONS POUVANT AIDER LES AUTORITÉS LOCALES

Construire une base de preuves

Collectez des données pour informer et brosser un tableau précis de votre contexte de migration local. Lorsque des données récentes ne sont pas disponibles, incluez des parties prenantes ayant une connaissance approfondie de l'histoire et des précédents de la migration locale. Le suivi et l'évaluation de l'impact sont essentiels pour évaluer la communication et la fourniture de services. Évitez de vous concentrer exclusivement sur l'immigration et exploitez les ressources internationales pour envisager la migration de retour, la fuite des cerveaux, ainsi que les nouveaux modèles de migration de transit.

Construire la capacité

Une communication efficace sur la migration nécessite des compétences spécialisées. La capacité de communication peut être une priorité, surtout en période de crise aiguë comme la pandémie. Faites valoir son importance. Les villes restent la plate-forme idéale pour communiquer les réussites qui attireront les ressources futures et les opportunités d'échanger et de se développer.

Construire des alliances

Au-delà de l'arène nationale, regardez les réseaux internationaux et supranationaux de villes, qui construisent des alliances efficaces. Ceux-ci, ainsi que les agences internationales, peuvent être des sources importantes de soutien direct. Ils sont également le dépositaire d'une richesse croissante de connaissances sur les meilleures pratiques. Des alliés peuvent également être trouvés parmi les organisations de la société civile à la fois en tant que partenaires d'exécution locaux et multiplicateurs de forces dont les propres réseaux et canaux peuvent fournir des points d'entrée cruciaux aux groupes vulnérables ou difficiles à atteindre. Ceci est essentiel pendant la pandémie de la COVID-19, où la valeur pour la santé publique des villes inclusives a été clairement soulignée.

Être au courant de la désinformation

Si la crise du COVID-19 offre une opportunité de rééquilibrer le discours sur la migration en mettant l'accent sur les avantages pratiques et sociétaux de la diversité et de l'inclusion, elle présente également une menace. La double crise de la santé publique et de l'économie crée un terrain fertile pour les récits malveillants, qui cherchent à faire des migrants un bouc émissaire. Les conséquences de « l'infodémie » peuvent être aussi graves que celles de la pandémie elle-même.

Construire des ponts

Les discours polarisants sur la migration ne reflètent pas avec précision les attitudes à long terme du public à l'égard de la migration, qui sont plus stables et ont une tendance légèrement positive. Différentes formulations ont été établies pour exprimer la division des opinions sur la migration (haineux / ambivalents / amoureux) et suggérer une concentration sur le plus grand groupe, la catégorie moyenne des « ambivalents ». Les récits efficaces prennent en compte les angoisses des ambivalents et construisent des associations positives entre la diversité et des domaines tels que la tradition et la sécurité. Identifiez les identités locales partagées qui répondent à ces préoccupations et mettez l'accent sur un terrain d'entente.

Construire sur le long terme

La migration n'est pas une crise, c'est une condition humaine. Des réponses ad hoc à des problèmes tels que l'infox peuvent être nécessaires, mais ne remplacent pas la nécessité d'un plan cohérent. Pensez stratégiquement au renforcement des capacités internes et, si possible, à la diversité des équipes municipales. Former le personnel, les praticiens et les médias sur les avantages de la migration. Cultivez des relations avec les médias locaux qui sont souvent la porte d'entrée vers une couverture nationale. Incorporer la migration en tant qu'élément des plans stratégiques dans des domaines allant de l'emploi à l'éducation et à la culture.

