



## Migration ville-à-ville en Méditerranée

### Dialogue, Connaissances et Action

### Réunion d'apprentissage entre pairs – Document thématique

Communication sur la migration : Rééquilibrer le récit pour renforcer la gouvernance locale

15 - 18 juin 2020

Lieu : En ligne via Zoom (hébergé par la Municipalité de Séville, Espagne)

Ce document d'information a été rédigé par Daniel Howden, dans le cadre de l'évènement d'apprentissage numérique entre pairs du projet de migration méditerranéenne de ville à ville (MC2CM) sur la « *Communication sur la migration : Rééquilibrer le récit pour renforcer la gouvernance locale* », qui se déroulera en ligne du 15 au 18 juin 2020.

L'objectif du document est de produire une analyse de la communication sur la migration opérée au niveau local. Il vise principalement à explorer les façons dont les gouvernements et les autorités locales peuvent rééquilibrer le discours sur la migration afin de renforcer la gouvernance locale de la migration, de favoriser la cohésion sociale et d'augmenter la qualité de vie de tous les habitants. Il présente également des pratiques appliquées sur le terrain, des modèles, des mécanismes et des outils qui se sont révélés prometteurs.

## 1 Introduction

Prenez un moment pour réfléchir à ce que vous évoque la migration. Il est fort probable que les images venant à votre esprit soient celles d'un camp de réfugiés, de frontières ou de vagues de demandeurs d'asile. Le récit de la migration dans la région euro-méditerranéenne a été faussé par la prédominance de présentations dramatiques de voyages périlleux et de mesures d'application strictes. Chaque année, dans le monde, les **migrants irréguliers représentent moins de 1 %<sup>1</sup>** du total de ceux qui vivent en dehors de leur pays d'origine.

Ces récits de la migration véhiculent auprès du public<sup>2</sup> des images polarisantes, couvrant la migration en mettant l'accent sur le sort humanitaire de migrants désespérés risquant leur vie pour traverser la Méditerranée, ou en la décrivant comme menace pour la sécurité, le bien-être, la culture et la santé des communautés d'accueil.

Cette couverture place les expériences marginales au centre du discours public et contribue à radicaliser l'opinion publique. La migration y étant souvent présentée comme « hors de contrôle »<sup>3</sup>. La migration irrégulière représente une infime proportion du phénomène migratoire réel et **est en déclin dans l'Union européenne depuis quatre ans<sup>4</sup>**. Toutefois, cette thématique domine toujours le débat, malgré la tendance à la baisse de l'ensemble des demandes d'asile par rapport au pic de 2015. La migration perçue comme menace pour les communautés d'accueil est devenue la norme pour une grande partie de la région<sup>5</sup>. Le manque de visibilité de la réalité majoritaire du phénomène migratoire vécu déforme les réponses narratives et politiques sur une question affectant des millions de personnes.

Dans ce contexte, la pandémie de coronavirus présente à la fois une menace et une opportunité. La présence conséquente et l'apport des migrants travaillant dans des secteurs essentiels - en tant que personnel de nettoyage pour les hôpitaux, personnel dans les transports, agents de livraison de nourriture, médecins et infirmières de première ligne - a été largement reconnu par le public<sup>6</sup>. Les médias, qui présentaient auparavant un déséquilibre marqué dans leur présentation des migrants et du phénomène migratoire, on revu à un certain degré leur approche.

Cependant, malgré la prise de conscience des pays riches sur leur dépendance aux migrations, la pandémie a aussi révélé un sentiment de peur et soumis des millions de personnes à l'isolement et l'insécurité économique. Au milieu de ces incertitudes, le coronavirus et ses conséquences peuvent constituer un terreau fertile favorisant l'augmentation des discours xénophobes, haineux et racistes<sup>7</sup>.

Il faut saisir l'opportunité d'atténuer les menaces découlant de la pandémie et de la crise sanitaire mondiale. Il s'agit d'un défi aux facettes multiples appelant des réponses de la part des autorités municipales des villes et villages, ainsi que des gouvernements aux niveaux régional, national et supranational. Il est fréquemment mentionné <sup>8</sup>que l'on n'a pas fait assez pour combler l'écart entre les perceptions du public et la réalité migratoire. La situation actuelle doit être considérée comme une opportunité pour y remédier.

<sup>1</sup> Refugees Deeply: [Il est temps pour un débat plus honnête et moins partisan sur les migrations mixtes \(disponible en anglais\)](#)

<sup>2</sup> UNHCR: [Une couverture médiatique de la crise des réfugiés et migrants dans l'UE : une analyse des contenus de cinq pays européens \(disponible en anglais\)](#)

<sup>3</sup> ODI, Chatham House: [Comprendre les attitudes publiques envers les réfugiés et migrants \(disponible en anglais\)](#)

<sup>4</sup> MC2CM: [Cohésion sociale et dialogue interculturel et inter-religieux \(disponible en anglais\)](#)

<sup>5</sup> Compas: [Attitude envers les migrants, communication et leadership local \(disponible en anglais\)](#)

<sup>6</sup> University of Oxford: [COVID-19: Inversion des attitudes face à la migration? \(disponible en anglais\)](#)

<sup>7</sup> ICMPD: [Voix d'experts: Comment l'infodémie du COVID-19 cible les migrants \(disponible en anglais\)](#)

<sup>8</sup> OHCHR: [Façonner la narration publique sur la migration \(disponible en anglais\)](#)



Les entrepreneurs qualifiés nés à l'étranger et ayant migrés transforment profondément l'économie mondiale et les communautés locales<sup>9</sup>. La contribution des migrants à des rôles essentiels sur le plan social et généralement moins bien rémunérés a reçu une reconnaissance sans précédent<sup>10</sup>. Il est donc important d'aller au-delà du langage de contrôle et d'endiguement de la crise afin de parler de mobilité et de migration de façon réaliste et mesurée en tant que condition humaine confortant notre sécurité, contribuant à nos services essentiels et permettant de progresser au niveau régional.

Rééquilibrer les perceptions de la migration peut ouvrir la voie à l'élaboration de politiques fondées sur des preuves. En tant que l'un des plus grands défis politiques de notre époque, la migration est trop complexe et nuancée pour être traitée uniquement par une seule nation, une seule région ou une seule ville.

La crise du coronavirus continue de le démontrer : tous les niveaux de gouvernance doivent travailler ensemble, à la fois horizontalement et verticalement pour répondre aux besoins présents. Les villes doivent reconnaître et assumer leur rôle en tant qu'agents nécessaires et actifs<sup>11</sup> dans la gouvernance des migrations. Les gouvernements nationaux ont le devoir de traiter cette question complexe et évolutive et devraient se mobiliser à tous les niveaux ; cependant, même lorsque cela ne se produit pas, les autorités locales doivent se mobiliser.

C'est au niveau des municipalités que les avantages de la migration sont les plus évidentes et où l'on trouve les meilleurs exemples de politique migratoire efficace. Les villes accueillent les migrants nouvellement arrivés et voient leurs bénéfices à long terme<sup>12</sup>. Proportionnellement à leur expérience, les villes n'influencent pas la conception et l'application des politiques migratoires, trop souvent élaborées au niveau national ou supranational. Cela crée un écart de gouvernance inutile entre l'élaboration des politiques et leur mise en œuvre.

Ce qui fonctionne et les enseignements tirés au niveau municipal est trop souvent invisible et inconnu dans le processus définissant la politique nationale de migration. Sans réponse, cet écart peut mener à une déconnexion entre les villes et les gouvernements nationaux, favorisant des récits concurrents sur la migration et générant une politique qui entrave la cohésion sociale et réduit la qualité de vie de tous les habitants. De meilleures synergies entre les villes et les gouvernements sont nécessaires dans tous les domaines politiques, de l'emploi à l'éducation et à l'urbanisme et, de manière critique, à la santé publique.

## 2 Rééquilibrer le récit de la migration pour renforcer la gouvernance locale

Les conclusions des recherches nous disent que la diversité est une force et que les villes en sont le terrain propice<sup>13</sup>. En effet, 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 leurs flux de population.**

La migration est un élément clé du développement des villes. Les métropoles qui peuvent inclure efficacement les nouveaux arrivants se développent et prospèrent, alors que celle qui n'y arrivent pas s'effondrent.

---

<sup>9</sup> Mckinsey: [Les villes inclusives sont des villes productive \(disponible en anglais\)](#)

<sup>10</sup> Oxford Review of Economic Policy: [De travailleur peu qualifié à travailleur clé: l'implications de l'urgence dans les politiques d'immigration \(disponible en anglais\)](#)

<sup>11</sup> Caponio, Tiziana, and Michael Jones-Correa, "Theorisation de la politique migratoire dans les état au différents niveaux. La perspective de gouvernance multi-niveaux." *Journal of Ethnic and Migration Studies*, publié en ligne en Août 2017

<sup>12</sup> Mckinsey: [Les villes inclusives sont des villes productive \(disponible en anglais\)](#)

<sup>13</sup> Conseil de l'Europe: [Villes interculturelles](#)



Toutefois, les attitudes à l'égard des migrations sont façonnées par l'interaction entre les valeurs communales, la socialisation et l'éducation. La politique et la perception de la migration sont plus complexes et plus résistantes aux faits et preuves que l'économie.

La migration peut également représenter un défi pour la cohésion sociale. Sans une communication effective sur les avantages de la migration bénéficiant à tous les niveaux de la société, les attitudes pragmatiques et positives face à l'afflux de capital humain et de compétences peuvent être sapées par les perceptions négatives de la diversité et des migrants. Les gouvernements locaux se trouvent dans une position unique, de part à leur taille et à leur proximité avec les citoyens, pour influencer les attitudes positives et contrer les attitudes négatives.

Avant la pandémie, il a été constaté de nombreuses fois dans la région euro-méditerranéenne et au-delà, que la perception de la migration s'est dangereusement détachée des faits constatés de leurs impacts réels. La centralité des villes dans la lutte contre la pandémie, due à l'ampleur des interactions humaines et à la densité de population, les rend particulièrement bien placées afin de rectifier l'approche adoptée de communication sur la migration. La contribution des migrants durant la pandémie a démontré les bénéfices de la diversité. **Les villes peuvent s'assurer que cette histoire soit racontée.**

### 3 Désinformation

Les gouvernements locaux sont confrontés aux discours argumentés d'une opposition organisée refusant un rééquilibrage du récit migratoire. La crise du coronavirus s'est accompagnée d'une accélération de la désinformation appelée désormais « **l'infodémie** ». Le but de la désinformation est de semer la panique et la méfiance. Il existe un terrain fertile autour du débat migratoire pour attiser à la fois panique et méfiance.

La rhétorique malveillante envers 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 situation du coronavirus pour diffuser la désinformation ciblant les migrants, les réfugiés et d'autres populations. La pandémie a vu les migrants être faussement considérés comme une menace pour la santé publique :

Les réseaux sociaux, ayant pris encore plus d'importance durant les périodes de confinement imposées pour lutter contre le coronavirus, ont amplifiés la désinformation. Généralement, les outils utilisés sont des programmes logiciels automatisés (« bots ») qui diffusent des messages sur les réseaux sociaux difficiles à détecter pour les utilisateurs ordinaires, qui à leurs tours les récupèrent et les partagent davantage.

#### *Certains récits comprennent :*

- Des affirmations sur le fait que les migrants ignorent délibérément les règles de confinement et que les demandeurs d'asile résistent violemment contre les quarantaines imposées<sup>14</sup> ;
- Des théories du complot qui sapent les efforts pour faire face à la crise, 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 ;

---

<sup>14</sup> ICMPPD: [Voix d'experts: Comment l'infodémie du COVID-19 cible les migrants \(disponible en anglais\)](#)

- 
- 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 »<sup>15</sup> ;
  - Des suggestions selon lesquelles les voies migratoires, 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 minorités dans les grandes villes utilisent le virus comme une opportunité d'émeute<sup>16</sup> ;
  - Des affirmations selon lesquelles les migrants utiliseront la pandémie comme une occasion « d'envahir l'Europe »<sup>17</sup>.

Jusqu'à présent, les craintes initiales que les grandes populations de réfugiés dans la région de l' Afrique du nord et du Moyen-Orient ne deviennent des boucs émissaires ne se sont pas réalisées alors que les rivalités sectaires et nationales ont absorbées le premier cycle de désinformation. Toutefois, les populations vulnérables de réfugiés et de migrants peuvent également être victimes de faux messages comme « le virus provoque l'infertilité chez les hommes », « boire de l'eau chaude toutes les 15 minutes arrête le virus » ou si vous êtes assez religieux, vous êtes « protégé par Dieu »<sup>18</sup>.

Le circuit entre la désinformation virale et la politique locale et nationale s'accélère constamment<sup>19</sup>. Il est visible dans un paysage politique, où les acteurs populistes adoptent activement des éléments de communication, des théories du complot et des politiques provenant d'acteurs extrémistes.

Toutes les catégories de migrants sont potentiellement vulnérables aux campagnes de désinformation agressives, même les migrants agents de santé en première ligne, qui ont été mis en avant dans certaines villes et évités dans d'autres où ils étaient perçus comme propagateurs potentiels du virus.

Dans la région Méditerranéenne, les migrants en situation irrégulière sont particulièrement vulnérables à la désinformation liée au coronavirus car ils sont déjà soumis à un encadrement médiatique trop simpliste. Pendant le confinement, l'Italie et Malte ont fermé leurs ports en réponse au virus et la Grèce a imposé le confinement dans les centres d'accueil pour demandeurs d'asile bien après que cela ait été le cas pour la population. Au Liban, des mesures de confinement ont été imposées plus strictement dans les camps de réfugiés qu'au sein du reste de la population. Cependant, les migrations irrégulières en Méditerranée se poursuivent, tout comme les tensions sur la manière de gérer les personnes secourues et des nouveaux clusters de coronavirus émergeant dans les installations accueillant des réfugiés et nouveaux arrivants contaminés.

Néanmoins, les campagnes de désinformation 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 en jeu.

---

<sup>15</sup> Coda Story: [Désinformation sur la hausse du COVID-19 au Qatar \(disponible en anglais\)](#)

<sup>16</sup> Institute for Strategic Dialogue: [Briefing sur la désinformation sur le Covid-19 No.1 \(disponible en anglais\)](#)

<sup>17</sup> Institute for Strategic Dialogue: [Briefing sur la désinformation sur le Covid-19 No.1 \(disponible en anglais\)](#)

<sup>18</sup> Wilson Center: [Briefing sur les conclusions du terrain | Méisinformation, Désinformation, et COVID-19 en ANMO \(disponible en anglais\)](#)

<sup>19</sup> Institute for Strategic Dialogue: [Briefing sur la désinformation sur le Covid-19 No.1 \(disponible en anglais\)](#)

## 4 Lancer des campagnes efficaces

En matière de gouvernance et de communication, le niveau local importe. Les lieux diffèrent et les défis de l'intégration varient en fonctions de plusieurs facteurs tels que la taille de la ville, son économie, son système éducatif, etc. Il n'existe pas une approche applicable à tous sur la façon dont une ville doit aborder sa stratégie de communication.

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 plusieurs canaux de communication. Elles doivent rapporter des faits mais aussi engager de la sensibilité, les émotions et l'humour, lorsque cela est possible.

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

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, à la prévention de la discrimination, à la promotion d'attitudes positives envers la diversité et les migrants.

### BARCELONE, ESPAGNE

Le Réseau Anti-Rumeur est une initiative de la Mairie de Barcelone pour lutter contre les perceptions négatives envers les migrants. Les volontaires sont formés dans le but de leur permettre de diffuser des informations et de dissiper les mythes et stéréotypes concernant les migrants parmi leurs propres réseaux en face-à-face.

2. **Les activités de communication interculturelle** visent à célébrer différentes cultures tout en identifiant des traits communs sous-jacents et améliorant ainsi l'acceptation.

### MARBURG, ALLEMAGNE

À Marburg, 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 atteint le double objectif de promouvoir une identité locale, tout en surmontant les préjugés.

### NADOR, MAROC

À Nador, 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.

### LYON, FRANCE

À Lyon, 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.

## 5 Presse et médias

Les relations entre le gouvernement local, régional, 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 à plusieurs niveaux avec les acteurs locaux, régionaux, nationaux et internationaux.

### NADOR, MAROC

À Nador, 20 journalistes ont été sélectionnés, dans le cadre du projet 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 informés d'exemples où un engagement positif face aux problèmes migratoires a amélioré l'audience :

### BARCELONE, ESPAGNE

À Barcelone, 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.

### TORONTO, CANADA

À Toronto, la radio CBC applique une stratégie de diversité combinant d'une part une stratégie visant à l'augmentation du nombre d'auditeurs et d'autre part une stratégie de recrutement efficace valorisant la diversité 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 migratoires. Cependant, cela doit être considéré comme un investissement durable dont des enseignements et expériences peuvent être tirés même en cas de mise en œuvre infructueuse.

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

Types de communication	Bonnes pratiques
<b>Communiqués de presse ou conférence de presse</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Barcelone, Espagne</b> : Demande de régularisation extraordinaire des immigrants en situation irrégulière ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li><li>● <b>Valladolid, Espagne</b> : Semaine interculturelle: Une semaine de partage d'idées et de cultures ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li></ul>

<p><b>Campagnes d'information autonomes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Informations sur les migrants</li> <li>● Informations pour les migrants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Erlangen, Allemagne</b> : Ville d'immigration Erlangen ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Dublin, Irlande</b> : Projet des électeurs migrants ; en savoir plus <a href="#">ici</a> (p.18)</li> </ul>
<p><b>Présence Web</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Cologne, Allemagne</b> : Cologne aide ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Erlangen, Allemagne</b> : L'application Bienvenue ; plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Collaboration des villes en Europe</b> : MICADO ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>
<p><b>Stratégies de communication multimédia</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Genève, Suisse</b> : Genève, sa gueule; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>São Paulo, Brésil</b> : Il y a une place pour chacun à São Paulo. Sauf pour l'intolérance ; en savoir plus <a href="#">ici</a> (p.59)</li> </ul>
<p><b>Engagement médiatique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sensibiliser les journalistes</li> <li>● Encourager une couverture positive</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Espagne : Projet d'immigrationnalisme sur le traitement réservé par les médias à l'immigration et aux réfugiés en Espagne ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>
<p><b>Formation à la diversité pour les fonctionnaires</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Lisbonne, Portugal</b> : Programme SOMOS de Lisbonne pour l'éducation à la citoyenneté démocratique et aux droits de l'Homme ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Leicester, Royaume-Uni</b> : Police au quotidien pour l'égalité ; en savoir plus <a href="#">ici</a> (p. 54)</li> <li>● <b>Collaboration des villes en Europe</b> : Police de proximité ; racisme, xénophobie et autres formes d'intolérance ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>
<p><b>Festivals / célébrations interculturels</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Erlangen, Allemagne</b> : Banquet pique-nique anti-rumeurs ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Francfort, Allemagne</b> : Festival des nouveaux arrivants ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Ravenne, Italie</b> : Festival des cultures ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Marseille, France</b> : Marseille Espérance ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>
<p><b>Espaces physiques pour le dialogue interculturel (à long terme)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Cologne, Allemagne</b> : Domaine linguistique - apprendre ensemble et s'impliquer ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● Donostia-San Sebastian, Espagne : Maison de la paix et des droits de l'Homme ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Botkyrka, Suède</b> : Cafés anti-rumeurs ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>
<p><b>Processus de dialogue</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Copenhague, Danemark</b> : Le programme d'accueil de Copenhague ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Lisbonne, Portugal</b> : Familia Do Lado 2019 ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Valongo, Portugal</b> : Programme Bibliothèque vivante / Ne jugez pas un livre par sa couverture ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Zarqa City, Jordanie</b> : Conseil municipal de la jeunesse de Zarqa, en savoir plus <a href="#">ici</a> (p. 19)</li> </ul>
<b>Résolution de conflits / médiation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Florence, Italie</b> : Projet Amir ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● Berlin, Allemagne : Le dialogue crée le voisinage ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Al Sarhan, Jordanie</b> : Renforcer la cohésion sociale dans la municipalité d'Al Sarhan ; en savoir plus <a href="#">ici</a> (p.27)</li> </ul>
<b>Développement du réseau</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Entre les autorités locales / régionales et les organisations de migrants</li> <li>● Entre les communautés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Barcelone, Espagne</b> : Campagne anti-rumeurs BCN ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Gand, Belgique</b> : Solidarité avec les réfugiés, en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>
<b>Stratégies de régénération des quartiers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Berlin, Allemagne : Mères du district ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● Forlì, Italie : Hospitalité généralisée ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Amadora, Portugal</b> : Zambujal s'améliore ! ; en savoir plus <a href="#">here</a></li> </ul>
<b>Stratégies de marque de la ville</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Intégration et grand public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Amsterdam, Pays-Bas</b> : 180 Amsterdammers ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● <b>Oslo, Norvège</b> : OXLO – L'Oslo Extra Large ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> <li>● Neuchâtel, Suisse : NEUCHÂTOI ; en savoir plus <a href="#">ici</a></li> </ul>

### TURIN, MOROSTYLE

Une entreprise de mode lancée par cinq tailleurs réfugiés produisant des vêtements d'inspiration africaine. Émergeant en tant que marque et style unique dans la région, MoroStyle expose régulièrement ses créations de vêtements lors d'évènements culturels et touristiques d'été. Depuis mars 2017, MoroStyle a développé un argumentaire de vente sur le marché en plein air de Gran Balun à Turin.

### AMMAN, JORDANIE

Stages de formation pour jeunes footballeurs : Propose des cours de formation au football pour les enfants locaux âgés de 8 à 12 ans. Les participants à ce programme viennent de familles locales, avec des communautés d'accueil et de réfugiés représentées.

## 6 CONCLUSIONS

Ce document d'information donne une explication des principales conditions sous-jacentes aux principes clés de communication sur la migration dans la région méditerranéenne d'aujourd'hui. Le document se concentre principalement sur quatre éléments fondamentale pour permettre aux villes, gouvernements locaux et autorités de renforcer la gouvernance migratoire locale, encourager la cohésion sociale et améliorer la qualité de vie tous les citoyens à travers une communication effective. Ces éléments sont :

- **Le rééquilibrage des discours sur la migration dans la région méditerranéenne** – Comment un discours déformé affecte le processus de conception des politiques publiques et comment ramener le débat au centre de l'enceinte publique ;
- **Lutter contre la désinformation** – les « fake news », information visant à manipuler ou un manque d'information. Les villes peuvent mettre en œuvre des actions de lutte contre la désinformation pour contrôler ce phénomène négatif ;
- **Conduire des campagnes de communication effective** – Tout plaidoyer nécessite attention, toutes attention nécessite une d'excellente information, valeur et contenu qui doivent être gérés par des campagnes de communication coordonnées promouvant les bénéfices de la migration ;
- **Encourager les relations avec la presse et les médias** – Particulièrement en ces temps d'important risques de désinformation et d'information instantanée réduisant le niveau d'attention du public, le maintien de l'excellence journalistique et de bonnes relations avec les médias sont fondamentaux pour faire entendre la voix des municipalités afin d'asseoir leur position sur la gouvernance migratoire.

Ces macro-concept nécessitent d'être plus développés, au regard des besoins, ressources disponibles, objectives et ambitions de long terme des villes et territoires afin qu'ils puissent tirer profit des opportunités découlant de la migratoire. Dans ce contexte, collecter les situations et bonnes pratiques découlant d'initiatives mises en œuvre par l'administration locale à travers la région méditerranéenne serait particulièrement utile afin d'étendre l'expertise et la base des connaissances disponibles.

Aujourd'hui, le besoin de responsabiliser et d'autonomiser les autorités locales à exprimer leur voix dans la gouvernance migratoire n'a jamais été aussi clair. C'est à travers une communication professionnelle, coordonnées, forte et bien ciblée que les municipalités atteindront ce but et obtiendront une place dans le processus de conception des politiques migratoires et des cadres nationaux et internationaux. Ce processus débute en investissant dans le renforcement des compétences de communication des agents publics à propos de la migration.