

LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE ONUSIENNE DE SENSIBILISATION POUR L'ÉGALITÉ DES GENRES

I) INTRODUCTION

Chers présidents, chers délégués, chers lobbyistes,

En 2017, 30% des femmes subissent des violences physiques, morales ou sexuelles dans le monde. Il faut changer les choses.

Nos nations se sont alliées car elles ont le même objectif : une meilleure application des législations propres à chaque pays. En effet ceux-ci sont partisans de l'égalité entre les sexes. Or cette égalité est remise en cause par nos sociétés sujettes aux valeurs traditionnelles et religieuses.

Nous pensons qu'une évolution des mentalités est essentielle pour mener notre projet à bien. Notre campagne sera donc axée sur une sensibilisation qui aura pour principaux acteurs les jeunes, qui représentent l'avenir de nos nations.

Nous souhaitons donc passer par l'éducation comme moyen de communication et d'apprentissage pour promouvoir l'égalité homme/femme dans les différents États.

Tout d'abord, nous prétendons valoriser le rôle des femmes dans nos sociétés : mettre en avant celui-ci grâce à des campagnes de publicité, qui seront diffusées dans des lieux publics stratégiques. Par ailleurs, nous pouvons considérer les réseaux sociaux comme moyen pour sensibiliser aux droits des femmes. Cet outil gratuit permet de toucher toutes les générations.

Il s'agit également de dénoncer les nombreuses violences dont sont victimes les femmes à l'échelle mondiale. Finalement, valoriser le droit des femmes à disposer d'elles-mêmes (émancipation personnelle et publique), pour qu'elles puissent être actrices du développement de leurs pays.

II) PROJET

Face aux inégalités scolaires entraînant un taux d'alphabétisation plus faible des filles face aux garçons aussi bien qu'un accès à l'école plus compliqué, notamment dans l'enseignement supérieur, la barrière d'entrée au marché de l'emploi est renforcée aussi bien que les inégalités dans les conditions laborales telles que "le glass ceiling", l'infériorité salariale aux hommes, le manque de parité politique... D'autant plus, la violence exercée sur les femmes continue d'être une préoccupation majeure au sein de l'ONU.

Nous proposons d'agir à échelle mondiale, grâce à la participation de tous les États, à travers les mécanismes suivants:

Nous proposons de réaliser une campagne publicitaire ayant pour objectif de promouvoir l'éducation des femmes par le biais d'affiches, des réseaux sociaux (vidéos) et de référents, formés par des institutions supranationales (précisions ci-dessous). Des rassemblements pourront être organisés régulièrement ayant comme mission de promouvoir et de faire connaître les droits des femmes, en organisant des rencontres avec des populations notamment les jeunes. Pour faciliter l'application de ces mesures, on s'attend à un engagement des centres scolaires afin de disposer d'une plateforme pour communiquer avec les plus jeunes, car l'éducation se fait aux plus bas âges. Des affiches visant les enfants seront également diffusées dans les écoles pour sensibiliser au sujet.

De plus, on cherche à promouvoir la place des femmes dans les hauts postes de la hiérarchie entrepreneuriale (à peine 5% des PDG dans le monde sont des femmes), à travers des affiches qui seront diffusées dans des lieux publics stratégiques tels que les transports en commun, les lieux de passage fréquents ou les institutions locales.

Les réseaux sociaux permettront également la diffusion d'un mouvement incarné par le hashtag : #Ifonly. Nous cherchons à mettre en avant le niveau de développement que les pays pourraient avoir avec la participation totale des femmes, notamment dans l'économie avec l'exemple du PIB (ex: + 250 milliards de dollars pour le PIB du Royaume-Uni d'ici 2025). Une équipe de volontaires participant à la campagne se chargeront de la diffusion de l'affiche sur diverses plateformes (Instagram, Twitter, Facebook, Snapchat...). Nous visons également à une diffusion de notre message à l'aide de personnalités influentes à échelle mondiale, hommes comme femmes (à travers réseaux sociaux, interviews, portraits sur les affiches...), pour profiter d'une meilleure couverture médiatique.

De nos jours, 70% de femmes sont victimes de violences dans le monde. Il est indéniable que ce fléau touche davantage les pays les moins avancés (PMA), mais également les pays développés. Ces situations se multiplient dans les zones reculées, marginalisées, plus éloignées des contrôles et autorités centrales. Notre but est de lutter contre le harcèlement sexuel et de rue mais aussi contre les violences domestiques et conjugales. Le but de l'ONU étant d'atteindre le plus de personnes possibles, sans qu'aucun pays soit mis à l'écart, les régions les plus marginalisées des pays en voie de développement seront favorisées. Par exemple, nous pourrions mobiliser une troupe de théâtre ambulante et engagée qui passera dans des villages reculés pour présenter des pièces en relation avec les violences sexuelles physiques et psychologiques ou inverser les situations: montrer un homme battu ou un homme qui se fait harceler, "comment réagiriez vous?". Nous organiserons ensuite des dialogues et/ou rencontres avec les acteurs pour se libérer des tabous. Les bénévoles de Care recruteront des troupes, surveilleront la mise en place de la pièce et se rendront sur le terrain pour faire des conférences / débats (partie de financement), enseigner les droits des femmes à travers l'exposition de scènes dans lesquelles l'égalité et le

respect des droits sont appliqués ou encore montrer des scènes de pays développés pour qu'elles revendiquent leurs droits. Les pièces seront adaptés à la culture et la langue du pays.

Des groupes de soutien aux victimes seront également mis en place, composés de volontaires, ainsi qu'une plateforme téléphonique pour que les femmes prennent connaissance de leurs droits et qu'elles puissent suivre les procédures avec de l'aide. Ils seront formés par l'ONU puis seront ensuite envoyés en partenariat avec différentes ONG protégeant le droit des femmes. Comme par exemple Care, Women rights et évidemment la UN WomenWatch qui dépend directement de l'ONU. Nous favoriserons des référents locaux, qui auront une meilleure connaissance de la culture, et des mentalités ce qui facilitera les échanges. Ces derniers devront connaître les lois du pays et les droits de chacun.

Le but de l'ONU est de former ces personnes dans des courts délais, de manière intensive. Ce serait une campagne sur le long terme. Les personnes seront rémunérées par l'ONU et leur gouvernement respectif.

III) RESSOURCES ET BUDGET

Budget consacré à la campagne : 325 millions de dollars sur le budget total UN Women (400 millions de dollars):

1. Communication : 200 millions de dollars (affiches, réseaux sociaux..)
2. Aux référents : 125 millions de dollars (Dont 25 millions de dollars consacrés au théâtre)

De plus, nous encourageons les subventions venant de différents acteurs

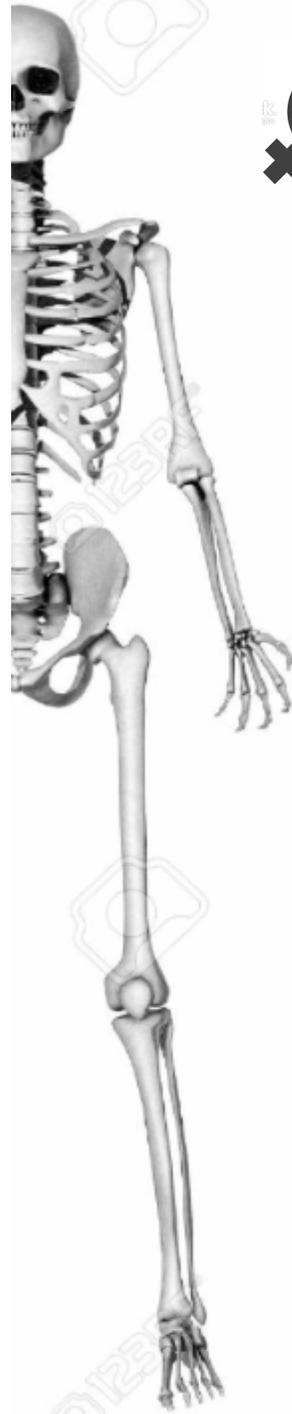
- D'autres ONG comme Care ou WWHR (Women for Women's Human Rights)
- soutien volontaire des gouvernements et des collectivités locales
- réseaux sociaux
- partenariat avec de grandes marques internationales présentes tant dans les pays développés que dans les pays en développement :Coca-Cola (théâtre), Facebook, Microsoft, HP (impression), JCDecaux (panneaux d'affiches) (+ diffusion du hashtag dans les produits en échange de la mention de la marque sur le bas de l'affiche.
- Création d'un fond de donation caritatives pour contribuer à la cause : participation des célébrités (Angelina Jolie, Rihanna, Bono, Ellen De Generes, George Clooney, Eva Longoria...) qui encouragerait le crowdfunding des particuliers
- Fond d'affectation spécial des Nations Unies pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes

IV) CRÉATION D'UNE AFFICHE



#IFONLY...

**Rights were
right**



Une campagne de l'ONU pour



la sensibilisation aux droits de la Femme.