



# CAMPAGNE #CULTURE2030GOAL FEUILLE DE ROUTE

JANVIER-DÉCEMBRE 2025

## CONTEXTE

Notre campagne répond à l'absence d'une perspective complète sur les questions relatives à la culture au sein des Objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU depuis que ce qui allait devenir l'Agenda 2030 est devenu clair. Bien qu'un certain nombre de références à la culture soient établies au sein de cibles spécifiques de certains ODD, l'incapacité à donner à la culture un statut significatif, qui s'exprimerait à travers un ODD spécifiquement axé sur la culture, présente deux inconvénients majeurs, aujourd'hui largement reconnus.

Premièrement, le manque de reconnaissance de la culture représente pour les secteurs culturels au sens large une occasion manquée de partager un langage de développement durable commun, qui permettrait de connecter les différentes dimensions de la culture à des objectifs d'intérêt commun, comprenant notamment la durabilité des institutions et des pratiques culturelles, elles-mêmes liées à d'autres champs du développement durable, tels que, entre autres, l'emploi, ou l'égalité des genres. Le développement durable nécessite une « culture durable ».

Deuxièmement, l'absence d'un Objectif Culture crée des obstacles dans la réalisation du potentiel des connexions qu'il existe entre les secteurs de la culture et « la culture » au sens large (y compris notamment les croyances, les pratiques et les modèles de comportement qui peuvent avoir un impact déterminant sur l'efficacité des politiques), et devient ainsi un frein aux progrès des ODD qui y sont relatifs, tels que les objectifs liés au climat, à la biodiversité, aux océans ou aux villes. Le développement durable nécessite une « culture de la durabilité ».

À partir de ce constat, la campagne Culture2030Goal s'active depuis plusieurs années à faire valoir l'importance d'un Objectif Culture et à œuvrer pour son développement et son adoption. Elle agit à la fois de manière formelle, au niveau intergouvernemental, et de manière moins formelle, par le biais d'actions à d'autres niveaux (par exemple, les villes et les organisations professionnelles) susceptibles de générer des résultats tangibles dans des contextes spécifiques,



et de servir d'exemples pour une adoption plus large.<sup>1</sup> En septembre 2022, dans le contexte de la Conférence mondiale sur les politiques culturelles (Mondiacult), convoquée par l'UNESCO au Mexique, la Campagne a publié le document *Un Objectif Culture est essentiel pour notre avenir commun*, qui, en plus de développer l'analyse brièvement résumée ci-dessus, proposait une « proposition initiale » de ce à quoi pourraient ressembler les cibles d'un Objectif Culture.<sup>2</sup> Le principe d'un Objectif Culture a été inclus dans la déclaration finale de Mondiacult, et a ensuite été repris dans les documents finaux des ministres de la culture du G7 en 2023 et 2024.

Toutefois, nous sommes encore loin d'une reconnaissance universelle du fait qu'un Objectif Culture devrait figurer dans tout programme de développement à venir. Bien que l'une des versions de travail de la déclaration finale du Sommet pour l'Avenir des Nations unies de septembre 2024 avait approuvé le principe d'un tel objectif,<sup>3</sup> le document final ne l'a pas fait, ce qui indique l'existence de réticences ou d'objections à deux niveaux. D'une part, l'idée d'un Objectif Culture global se heurte à la volonté de certains ou de certaines de maintenir séparées ses différentes composantes, et en particulier la volonté d'éviter de relier les agendas de développement en matière de droits culturels, de patrimoine culturel et de politique culturelle.<sup>4</sup> Cette situation découle du débat relatif au rôle, à la composition et aux objectifs des secteurs culturels vis-à-vis de l'inclusion de la culture dans le développement.<sup>5</sup> D'autre part, il existe une réticence à s'engager dès 2025 dans une quelconque architecture globale pour le cadre de développement international post-2030, chose que la référence à un "ODD 18" pourrait conduire à impliquer.

Néanmoins, la Campagne a jugé que le texte final du Pacte pour l'Avenir - ainsi que le Pacte mondial pour le numérique et la Déclaration sur les générations futures - constituent tout de même « une avancée » et a publié un Plan en 10 points visant à continuer à progresser vers la pleine inclusion de la culture dans les agendas de développement durable à tous les niveaux, vers les conditions d'une adoption, en temps

1 Pour de plus amples informations sur la campagne et ses résultats, veuillez consulter le site <https://culture2030goal.net/>.

2 [https://culture2030goal.net/sites/default/files/2023-03/culture2030goal\\_Culture%20Goal%20-%20FRA.pdf](https://culture2030goal.net/sites/default/files/2023-03/culture2030goal_Culture%20Goal%20-%20FRA.pdf).

3 [https://culture2030goal.net/sites/default/files/2024-06/EN\\_culture2030goal\\_Jun2024\\_Statement.pdf](https://culture2030goal.net/sites/default/files/2024-06/EN_culture2030goal_Jun2024_Statement.pdf).

4 Il existe également des préoccupations plus directes concernant les garanties des droits culturels, ainsi que des craintes concernant la création d'obligations en matière de dépenses publiques dans le domaine de la culture.

5 Justin O'Connor, "La politique culturelle mondiale à la croisée des chemins : Réflexions sur le Sommet du futur", novembre 2024, <https://culture360.asef.org/news-events/global-cultural-policy-at-the-crossroads-reflections-on-the-summit-of-the-future/>.



voulu, d'un Objectif Culture.<sup>6</sup> Ce plan se projette jusqu'à Mondiacult 2025 et présente le cadre dans lequel la présente feuille de route est formulée.

## ENJEUX DE LA PLANIFICATION EN 2025

Comme indiqué dans la section 1, la troisième conférence Mondiacult, prévue à Barcelone en septembre 2025, constituera une étape cruciale, avec d'autres événements et processus internationaux également référencés dans le Plan en 10 points, dans la perspective de l'adoption d'un Objectif Culture en tant que cadre permettant à la fois une culture durable et une culture de la durabilité.

Le terme « adoption » renvoie ici à deux dynamiques liées, mais institutionnellement distinctes, dont le lien est essentiel au processus proposé dans la présente feuille de route.

D'une part, l'inclusion formelle d'un Objectif Culture dans le programme de développement international post-2030 dépend de paramètres qui ne commenceront à être explicitement discutés et définis qu'en 2027. Bien que les entités intergouvernementales aient en général un penchant naturel pour la continuité, nous ne pouvons tenir pour acquis le maintien de l'architecture des objectifs, des cibles et des indicateurs sous leur forme actuelle, ni supposer qu'il suffira de prolonger les 17 ODD existants en y ajoutant un Objectif Culture (aux côtés, éventuellement, d'autres objectifs nouveaux). En effet, dans un souci de bonne planification, nous ne pouvons pas supposer que l'agenda post-2030 prendra une forme similaire à celle de l'agenda actuel. Le défi à cet égard est donc, au minimum, de veiller à ce que la culture fasse partie intégrante du champ de discussion de l'agenda post-2030, d'autant plus que ça n'ait pas été le cas sur la période 2012-15. De manière plus ambitieuse, l'objectif de la Campagne est de créer les conditions pour qu'aucun Etat n'envisage d'omettre la culture dans ce qui sera finalement adopté. Un certain nombre d'actions proposées ci-dessous sont spécifiquement adaptées à cette ambition à long terme.

D'autre part, compte tenu du fait que 2030 soit une date encore lointaine, que l'absence de la culture au sein des ODD ait des d'ores et déjà conséquences, et que l'adoption ne se limite pas au niveau intergouvernemental, certains objectifs à court terme sont également importants, et leur succès sera non seulement précieuse en soi,

<sup>6</sup> *Du sommet à la substance : un plan d'action pour la culture afin de concrétiser le Pacte pour l'avenir.* Septembre 2024. [https://culture2030goal.net/sites/default/files/2024-09/EN\\_culture2030goal\\_Sep2024\\_Declaration.pdf](https://culture2030goal.net/sites/default/files/2024-09/EN_culture2030goal_Sep2024_Declaration.pdf).



mais permettra également de faciliter la réalisation des ambitions à long terme. Ces objectifs concernent notamment l'adoption volontaire, indépendamment du processus intergouvernemental, de ce que nous appellerons dans ce document un « Objectif caché », ancré dans des propositions techniques préparées par la Campagne, et dans la participation à ces processus. Une telle adoption volontaire est déjà en cours,<sup>7</sup> et la préparation de Mondiacult 2025 et des événements contingents qui se dérouleront au cours de la même période, offrent une excellente occasion de la promouvoir.

La connexion entre ces deux dynamiques démontre qu'un Objectif Culture est techniquement réalisable et qu'il existe une véritable demande pour cet objectif en tant que cadre d'action. En outre, le fait de réaliser l'objectif établi à court-terme, en démontrant le réalisme et la crédibilité de l'inclusion de la culture en tant qu'Objectif en soi dans la mise en œuvre des ODD, constitue une condition pratique de la réalisation de l'objectif à long-terme lié à l'adoption de l'Objectif Culture au niveau intergouvernemental. La présente feuille de route 2025 est élaborée sur cette base.

## OBJECTIFS 2025

La feuille de route est ainsi conçue pour créer les conditions dans lesquelles un projet d'Objectif Culture pourrait être discuté par Mondiacult 2025, pouvant aller jusqu'à une prise d'engagement concernant son utilisation comme base pour un examen intergouvernemental ultérieur. Elle s'appuie sur plusieurs échanges préliminaires tenus au sein de la Campagne et avec un groupe plus large de parties prenantes, entre octobre et décembre 2024, et tient compte à la fois des points de vue exprimés par les participants et participantes à ces échanges, et des ressources mobilisées, engagées ou indiquées comme potentiellement disponibles.

Pour y parvenir, il sera nécessaire de :

- a. Démontrer qu'un éventail de parties prenantes souhaite un Objectif Culture, et élargir de manière progressive cet éventail d'institutions, de réseaux et d'acteurs, afin de montrer clairement que le secteur de la culture lui-même (y compris les ministères de la culture) y est majoritairement favorable.

<sup>7</sup> La culture dans les examens nationaux volontaires de 2024 : un rapport de campagne sur l'Objectif Culture 2030. Septembre 2024. [https://culture2030goal.net/sites/default/files/2024-09/af\\_culture-2030goal\\_2024.pdf](https://culture2030goal.net/sites/default/files/2024-09/af_culture-2030goal_2024.pdf).



- b. Démontrer qu'un Objectif Culture est techniquement réalisable, en présentant un projet crédible (incluant, notamment, des indicateurs solides).
- c. Démontrer l'importance pratique d'un Objectif Culture, en promouvant et en documentant diverses actions liées à « l'Objectif caché », fournissant ainsi une preuve concrète de l'adhésion et de la faisabilité.

## RATIONNELLE, CALENDRIER ET ÉTAPES CLÉS DE LA FEUILLE DE ROUTE

Le contenu de la feuille de route découle des considérations établies dans les sections 2 et 3.

Premièrement, un vaste processus de consultation et de co-construction doit être mis en place, sur la base de la « proposition initiale » de septembre 2022, afin de garantir, et éventuellement d'améliorer, sa solidité technique, et d'élargir le soutien non seulement à son principe général, mais aussi à sa formulation spécifique (éventuellement sujette à révision).

Deuxièmement, un travail technique important devra être réalisé pour transformer les cibles préliminaires suggérées dans la « proposition initiale » en un cadre d'indicateurs complet. L'expérience acquise avec d'autres ODD montre non seulement que l'absence d'indicateurs entrave la mise en œuvre et pratique, mais également que l'élaboration d'indicateurs dans des domaines qualitatifs importants peut se révéler laborieuse.

Troisièmement, l'approche de l'« Objectif caché » telle que présentée ci-dessus, doit être documentée et promue. Elle implique que, sur la base du volontariat, de « premiers adhérents » prennent des mesures visant à expérimenter l'Objectif Culture au sein de leurs propres domaines de compétences, et fassent ensuite part de leur retour d'expérience et d'information pratique quant à la faisabilité et aux défis opérationnels rencontrés dans la mise en pratique, créant ainsi un réseau d'expériences de bonnes pratiques et de soutien qui s'étendra progressivement. Le soutien de cette approche implique un grand travail de sensibilisation, de communication, de mise en réseau et de travail technique.

Les propositions d'activités, de calendriers et de résultats spécifiques présentées dans la section suivante, en réponse à ces objectifs, sont basées sur les travaux menés entre octobre et décembre 2024 :



- | Cartographie détaillée du processus, comprenant notamment l'identification de nouveaux partenaires clés et les possibilités de sensibilisation/consultation en lien avec les événements qui mailleront l'année 2025.
- | Engagement dans le Sommet de l'Avenir des Nations unies et la période l'ayant précédé, y compris à travers l'organisation d'un événement parallèle.
- | Publication de la déclaration « Du sommet au concret : un plan d'action pour la culture afin de concrétiser le Pacte pour l'Avenir », qui tire les leçons de la déclaration finale du sommet et propose un plan en 10 points pour promouvoir la mise en œuvre en réponse à ce document.
- | Renforcement de la campagne, par l'implication d'institutions supplémentaires et une collecte de fonds ciblée en rapport avec les activités proposées.

## STRUCTURE DES MODULES DE TRAVAIL

Afin d'offrir un plan d'activité solide et modulaire, la feuille de route est structurée en modules de travail distincts, subdivisés en tâches spécifiques auxquelles sont associées des échéances précises, des responsabilités opérationnelles clairement identifiées, et les besoins en matière de ressources, tant financières qu'en nature. Les calendriers de tâches se chevauchant, et les membres du Groupe de Pilotage de la campagne (CSG) ayant à charge des responsabilités opérationnelles dans les différents modules de travail, des distinctions claires cruciales sont établies, pour une mise en œuvre efficace. D'autres réseaux en contact étroit avec le CSG (susceptibles de devenir membres de l'« Agora » de la campagne) pourraient également se voir attribuer des responsabilités dans les différents modules de travail.

La feuille de route globale pour 2025 comprend cinq modules de travail :

- | WP1 – Consultation des parties prenantes
- | WP2 – Cartographie des indicateurs
- | WP3 – Création de coalitions politiques et institutionnelles
- | WP4 – Rédaction des rapports
- | WP5 – Communication et diffusion



## DÉTAILS PAR MODULE DE TRAVAIL

### WP1 – CONSULTATION DES PARTIES PRENANTES

#### TÂCHES

- A.** Recueillir un retour d'information structuré sur les objectifs et les cibles de la « proposition initiale » d'Objectif, tenant compte des changements de contexte survenus depuis 2022 et des objectifs de la campagne Mondiacult 2025 (janvier-avril 2025).
- B.** Sonder les opinions sur les objectifs à court terme (2025-27) et à long terme (2027 et au-delà, y compris le processus et les résultats post-2030) à adopter par la campagne dans la perspective de Mondiacult 2025 (janvier-avril 2025).
- C.** Sonder les opinions sur le processus politique à la lumière des objectifs proposés (janvier-avril 2025).

Les trois tâches seront basées dans une large mesure sur un processus de consultation comportant à la fois des éléments partagés et des éléments spécifiques aux parties prenantes, comprenant deux volets complémentaires : (a) une invitation ouverte à toutes les parties prenantes à partager des contributions écrites relatives à ces tâches, sur la base de lignes directrices proposées par le CSG, (b) une invitation aux membres de la Campagne, associés et autres institutions sélectionnées à accueillir des événements au cours du processus de consultation.

À l'exception des résultats de l'enquête, les résultats issus des démarches de consultation seront analysés et intégrés au fur et à mesure tout au long de la période de consultation, en s'appuyant sur le soutien en nature des membres de la Campagne, et sur leur interaction avec un consultant international identifié pour suivre le processus. Compte tenu du calendrier serré et de la nécessité d'assurer l'appropriation par la Campagne des conclusions et des recommandations issues de la consultation, deux webinaires formels seront organisés fin février et mi-avril.



NUMÉRO	TITRE	DÉBUT	FIN
1	<b>Consultation des parties prenantes</b>		
1	<b>Enquête</b> I Enquête élaborée par l'IFLA I Révisée par l'ensemble des membres du CSG I Lancement de l'enquête le 1er février ; clôture le 31 mars ; analyse du 1er au 30 avril  <b>RÉSULTAT PRINCIPAL</b> Document stratégique identifiant (a) les récits défavorables à l'Objectif + les acteurs qui ne sont pas encore convaincus par l'Objectif, et bien sûr (b) les récits et acteurs clés favorables. Il s'agit d'un document interne qui pourra être utilisé dans le document final 3. Un court article de presse soulignant les résultats clés pourra être produit.	1/2025	4/2025
1	<b>Réunions du groupe</b> I Réunion du CSG pour approuver le plan de travail I Première réunion de l'Agora I Réunions bilatérales avec des fondations issues du Sud I Réunion d'information avec la RS sur les droits culturels et son équipe	1/2025	4/2025
1	<b>Webinaires</b> I ASEF sur l'Objectif Culture I Capitales de la culture et Objectif Culture I ONG - Patrimoine immatériel Convention de l'UNESCO 2003	1/2025	4/2025



## WP2 – CARTOGRAPHIE DES INDICATEURS

### TÂCHES

- A.** Examen de la base technique existante (par exemple, en lien avec les conventions de l'UNESCO) afin d'identifier les indicateurs de l'Objectif Culture par cible susceptibles d'être adoptés dans le cadre des normes statistiques existantes, en gardant à l'esprit la mise à jour en cours des indicateurs culturels de l'UNESCO (janvier-avril 2025).
- B.** Identification des principales lacunes et cartographie des stratégies possibles pour y remédier, couvrant deux domaines distincts (janvier-avril 2025) :
  - a.** Court/moyen terme - approche expérimentale basée sur les pratiques existantes.
  - b.** À plus long terme - propositions de développement d'indicateurs correctement harmonisés dans de nouveaux domaines. (Il convient de noter que cela nécessiterait une consultation avec les agences statistiques, ce qui n'est probablement possible qu'après Mondiacult, sur la base d'un projet d'Objectif Culture convenu et formellement reconnu).

Les informations et données pertinentes relatives à ce module de travail seront probablement fournies par le module WP1. Cependant, dans la mesure où le cadre d'indicateurs n'a été développé que de manière limitée dans la « proposition initiale » d'Objectif, un travail spécifique sera également nécessaire, en s'appuyant de manière prioritaire sur les cadres d'indicateurs déjà validés et couramment utilisés dans le cadre des conventions culturelles de l'UNESCO et d'un travail plus large. Il sera donc important d'entamer des discussions avec les représentant-e-s du secrétariat de l'UNESCO et les groupes d'expert-e-s des conventions respectives. Un soutien important en nature est attendu de la part des membres de la Campagne ayant des intérêts thématiques, une expertise et des réseaux pertinents à cet égard.



NUMÉRO	TITRE	DÉBUT	FIN
2	<b>Cartographie des indicateurs</b>		
2	<b>Cartographie des indicateurs</b> Un important soutien en nature est attendu de la part des membres de la campagne ayant des intérêts thématiques, une expertise et des réseaux pertinents à cet égard. Culture Next	1/2025	2/2025
2	<b>Cartographie des indicateurs</b>	3/2025	3/2025
2	<b>Tests d'indicateurs avec les villes</b> I Villes de CGLU (Izmir, Bogotá, etc.) I Ateliers AECID I Travaux du WCCF	4/2025	4/2025
2	<b>RÉSULTAT PRINCIPAL</b> Examen de la base technique existante (par exemple en relation avec les conventions de l'UNESCO) afin d'identifier les indicateurs de l'Objectif Culture par cible susceptibles d'être adoptés dans le cadre des normes statistiques existantes, en gardant à l'esprit la mise à jour en cours des indicateurs culturels de l'UNESCO.  Trois groupes : (a) Existants. (b) Court/moyen terme - approche expérimentale basée sur les pratiques existantes. (c) Plus long terme - propositions pour le développement d'indicateurs correctement harmonisés dans de nouveaux domaines.  Il s'agit d'un document interne qui pourra être utilisé dans le document final 3. Un court article de presse pourra être produit pour mettre à jour les progrès réalisés à cet égard.		30 avril



## WP3 – CRÉATION DE COALITIONS POLITIQUES ET INSTITUTIONNELLES

### TÂCHES

- A.** En coordination avec le groupe des amis de la culture de l'UNESCO à New York, contacter des États sélectionnés, sur la base de contacts antérieurs, afin de constituer un groupe d'alliés dans le cadre de la campagne en faveur d'un Objectif Culture (janvier-juin 2025).
- B.** Assurer la liaison avec l'UNESCO au fur et à mesure de l'évolution de la planification de Mondiacult, dans le but d'identifier, de comprendre et peut-être d'influencer l'approche de l'UNESCO à l'égard d'un Objectif Culture (avril-septembre 2025).
- C.** Planifier la présence et les activités de la campagne à Mondiacult, en liaison avec la ville hôte et l'UNESCO, tout en garantissant une capacité indépendante pour assurer la visibilité et le rayonnement (juin-septembre 2025).
- D.** S'engager activement dans les grands événements internationaux prévus en 2025, ainsi que dans leurs processus préparatoires, y compris, mais sans s'y limiter, le Forum Politique de Haut Niveau, le 20e anniversaire de la Convention de l'UNESCO de 2005 sur la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles, le Sommet social mondial, la Conférence des Nations unies sur les océans, l'examen du processus du Sommet mondial sur la société de l'information et la 30e Conférence des parties à la CCNUCC. S'engager en parallèle avec les institutions internationales pertinentes, y compris en particulier la Rapporteuse Spéciale des Nations unies sur les droits culturels (janvier-décembre 2025).

Bien que ces tâches aient été discutées au sein de la Campagne, les activités pour les mettre en œuvre restent moins bien définies que d'autres dans la présente feuille de route. Une revue des contacts et des opportunités de sensibilisation sera organisée mi-janvier 2025 afin de planifier en détail les différents efforts à entreprendre ainsi que les échanges d'informations nécessaires pour les coordonner. L'objectif est de réunir une coalition de 10 à 12 États, représentant l'ensemble des régions du monde, et prêts non seulement à soutenir les résultats de la campagne, mais également à consacrer une partie de leur énergie diplomatique à leur réalisation..



NUMÉRO	TITRE	DÉBUT	FIN
3	<b>Constitution de coalitions politiques</b>		
3	<b>ÉVÉNEMENTS</b> FICDC et IMC sur Convention 2005	2/2025	2/2025
3	Note d'information aux délégations permanentes auprès des Nations unies et de l'UNESCO	2/2025	2/2025
3	Capitale mondiale du livre (Strasbourg)		16 avril
3	Fondation Anna Lindh - Agora de la société civile (Tirana)		18-20 avril
3	Conférence des Nations unies sur les océans (Nice)		9-12 juin
3	Processus du Sommet mondial sur la société de l'information		?
3	<b>HLPF - Publication de la version 1</b>		14-18 juillet
3	Culturopolis et Sommet Culture de CGLU (Barcelone)		30 sep - 2 oct
3	G20 - Afrique du Sud		?
3	Sommet social des Nations unies (Doha)		4-6 nov
3	CCNUCC COP 30 (Belem)		10-21 nov
3	Analyser la faisabilité de l'implication de 6 à 7 personnalités		12/2025



## WP4 – RÉDACTION DES RAPPORTS

### TÂCHES

- A.** Préparer la version 1 du projet d'Objectif Culture, avec le texte de soutien essentiel (mai-juin 2025).
- B.** Préparer un document de promotion accessible présentant les résultats clés, la justification et les arguments, en soulignant POURQUOI un Objectif Culture est important, tout autant que ce que le projet contient (mai-juin 2025).
- C.** Préparer un document analytique abordant l'ensemble des aspects de la campagne et de son travail, y compris le rapport sur le processus, les résultats de l'enquête, etc. (mai-juin 2025).

Les trois documents sont étroitement liés et couvrent dans une large mesure le même sujet. Néanmoins, il convient de les distinguer car ils s'adressent à des publics différents et font appel à des processus de communication et de diffusion connexes, et mobiliseront les ressources de la Campagne de différentes manières. Plus précisément, la tâche C relève essentiellement de la responsabilité du consultant international, tandis que les tâches A et B requièrent un engagement important de la part du Groupe de Pilotage (CSG). De plus, la tâche B bénéficiera du soutien technique en nature des membres de la Campagne les plus familiers avec ce type de documents, y compris la conception graphique et les infographies.

Afin de respecter le délai, chaque document fera l'objet de trois ébauches : une première ébauche rassemblant le contenu et les idées issus de l'analyse des résultats de la consultation, ainsi que de l'analyse de l'enquête (le cas échéant), au cours de la première semaine de mai ; une deuxième ébauche, tenant compte notamment des contributions du Groupe de Pilotage sur la première ébauche ainsi que des consultations supplémentaires avec des partenaires plus larges, au cours de la dernière semaine de mai ; et une troisième ébauche soumise à l'approbation finale du Groupe de Pilotage le 15 juin ou autour de cette date. Le calendrier peut être ajusté pour correspondre à la date limite de l'UNESCO pour la distribution de la documentation dans le cadre de Mondiacult 2025, qui peut offrir d'importantes opportunités de diffusion en rapport avec le WP5.



NUMÉRO	TITRE	DÉBUT	FIN
4	<b>Rédaction des rapports</b>	5/2025	6/2025
4	<b>Structure initiale des trois documents</b>	1 mai	15 juin
4	Doc 1. La version 1 du projet d'Objectif Culture, avec le texte de soutien essentiel.		
4	Doc 2. Un document de promotion accessible présentant les résultats clés, les justifications et les arguments.		
4	Doc 3. Document analytique abordant tous les aspects de la campagne et de son travail, y compris le rapport sur le processus, les résultats de l'enquête, etc.		
4	<b>Mise en page des documents</b>	15 juin	30 juin



## WP5 – COMMUNICATION ET DIFFUSION

### TÂCHES

- A. Veiller à ce que la campagne (y compris les événements/processus spécifiques) soit visible et reconnue au sein des secteurs culturels, ainsi que dans les espaces de l'UNESCO et des Nations Unies. Il sera important d'assurer la coordination des réseaux sociaux, garantir une image de marque claire, la publication de résultats réguliers et un multilinguisme fort... (janvier-décembre 2025).
- B. Veiller à ce que les documents soient effectivement diffusés à la fois de manière ciblée (ce qui implique l'identification préalable des cibles clés sur la base d'autres lots de travail) et avec une large accessibilité générale (juillet-août 2025).
- C. Veiller à ce que la présence et les résultats de Mondiacult soient bien planifiés, promus et diffusés, notamment pour créer les conditions nécessaires aux phases de travail suivantes (septembre-octobre 2025).

La communication et la diffusion sont essentielles au succès de la campagne et nécessiteront un important soutien en nature (déjà engagé) de la part des membres du comité de pilotage. Afin de garantir la cohérence, l'efficacité et une dynamique constante, un plan de communication spécifique est en cours d'élaboration. Il comprendra à la fois des pages dédiées sur le site web avec un contenu pertinent et attrayant, ainsi que des activités et une coordination ultérieure afin de partager les informations et de coordonner les actions. Cela permettra au lot de travail 5 (WP5) de bénéficier des activités de tous les autres lots de travail et en même temps de contribuer à leur succès.

NUMÉRO	TITRE	DÉBUT	FIN
5	<b>Communication et diffusion</b>	1/2025	12/2025
5	Publication du présent document		31 jan
5	Réunion spéciale de l'Agora	21 mai	21 mai
5	HLPF		juillet
5	Mondiacult 2025		sep
5	Après Mondiacult		nov



## ANNEXE CONTEXTE

Au cours du processus d'élaboration et d'adoption du Programme 2030 de l'ONU et des ODD, plusieurs réseaux culturels mondiaux ont fait campagne, sous la bannière « [Le futur que nous voulons intègre la Culture](#) », pour l'inclusion d'un Objectif spécifique consacré à la culture, et l'intégration des aspects culturels à travers l'ensemble des ODD. Dans le cadre de cette campagne #Culture2015goal, quatre documents ont été publiés : un [Manifeste - Proposition d'un objectif](#) (septembre 2013), une [Déclaration sur l'inclusion de la culture dans le Programme 2030](#) (mai 2014), une [proposition d'indicateurs pour mesurer les aspects culturels des ODD](#) (février 2015), et un [Communiqué sur la version finale de l'Agenda 2030](#) (septembre 2015), qui soulignait les « progrès réalisés » mais remarquait également que « des étapes importantes restent à franchir ».

Dans le contexte de la pandémie de Covid-19, la campagne #Culture2030goal a publié le 20 avril 2020 une Déclaration intitulée « [Pour que la culture réalise son potentiel dans la réponse à la pandémie de COVID-19](#) », qui a été [officiellement lancée](#) le 21 mai 2020, à l'occasion de la Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement. La déclaration a été [signée par le président de l'Assemblée générale des Nations Unies](#) et par plus de 280 personnes et organisations dans le monde entier.

La campagne a publié deux rapports analytiques (et critiques) sur la dimension culturelle de la mise en œuvre de l'Agenda 2030 : « [La culture dans la mise en œuvre de l'Agenda 2030](#) », analysant les examens volontaires nationaux, en 2019, et « [La culture dans la mise en œuvre des ODD : une analyse des Examens Locaux Volontaires \(VLRs\)](#) », en 2021. La campagne a également promu plusieurs discussions dans le cadre des forums politiques de haut niveau (HLPF) des Nations Unies en [2020](#) et [2021](#).

En 2021, la campagne a publié sa [vision stratégique](#). La campagne souhaite une place plus importante pour la culture dans la mise en œuvre de l'actuel Programme 2030 des Nations Unies, l'adoption d'un objectif explicite pour la culture dans le Programme de développement post-2030 et l'adoption d'un Programme mondial pour la culture qui soit ambitieux et complet.

En 2022, dans le contexte de la Conférence mondiale de l'UNESCO sur les politiques culturelles organisée à Mexico, Mondiacult 2022, la campagne a lancé l'[ébauche d'un futur objectif culturel](#) et a salué l'engagement pris dans la Déclaration finale de la Conférence d'intégrer un objectif culturel spécifique dans l'agenda de développement post-2030, avec la déclaration « [L'engagement en faveur d'un objectif culturel explicite dans la Déclaration de MONDIACULT est le bienvenu : il est maintenant temps de le concrétiser](#) ».



En 2023, cinq déclarations intergouvernementales de haut niveau ont reconnu la nécessité d'un Objectif Culture explicite.

- I Tout d'abord, le 23 août 2023, les dirigeants et dirigeantes du groupe des BRICS se sont engagés à inclure la culture dans leurs politiques nationales de développement en tant que moteur et facilitateur de la réalisation des ODD.
- I Deuxièmement, les 9-10 septembre 2023, les chefs et cheffes d'États et de gouvernements du G20 ont publié leur Déclaration des Dirigeants et Dirigeantes du G20, qui comprend un paragraphe complet sur la culture en tant que moteur de transformation des ODD. Ils et elles ont en particulier appelé à progresser en matière d'inclusion de la culture en tant qu'Objectif dédié dans les discussions à venir sur un possible agenda de développement pour l'après-2030.
- I Troisièmement, l'ensemble des États-membres des Nations unies, réunis lors du Sommet des ODD le 18 septembre 2023, ont réaffirmé le rôle de la culture en tant que facilitateur du développement durable, contribuant à une plus grande efficacité et une plus grande durabilité des politiques et des mesures à tous les niveaux.
- I Les Ministres de la culture de l'Union européenne ont également adopté la Déclaration de Caceres le 26 septembre 2023, s'engageant à redoubler d'efforts pour faire reconnaître la culture en tant que nouvel Objectif de développement durable.
- I Le 30 November 2023, le Sommet Culture de CGLU a réaffirmé, dans la Déclaration de Dublin, l'engagement des villes et des gouvernements locaux et régionaux en faveur d'un Objectif Culture.

L'ensemble de ces déclarations indiquent une tendance forte et positive en faveur d'efforts substantiels pour intégrer la culture dans les agendas de développement. La campagne Culture2030Goal et ses membres sont prêts à accélérer les travaux dans ce domaine, en travaillant notamment en partenariat avec les acteurs pertinents à tous les niveaux. La campagne se réjouit également de voir la culture occuper une place significative dans les préparatifs du Sommet de l'avenir des Nations unies en 2024, ainsi que dans les programmes de travail intergouvernementaux en cours autour de la réalisation de l'Agenda 2030.



I Réseau Arterial  
Web : [www.arterialafrica.org](http://www.arterialafrica.org)



I Culture Action Europe  
Web : [www.cultureactioneurope.org](http://www.cultureactioneurope.org)



I ICOMOS - Conseil international des monuments et des sites  
Web : [www.icomos.org](http://www.icomos.org)



I IFCCD-FICDC - Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle  
Web : [www.ficdc.org](http://www.ficdc.org)



I IFLA - Fédération Internationale des Associations de Bibliothèques et Institutions  
Web : [www.ifla.org](http://www.ifla.org)



I IMC-CIM - Conseil International de la Musique  
Web : [www.imc-cim.org](http://www.imc-cim.org)



I Commission culture de CGLU (Cités et Gouvernements Locaux Unis) - Agenda 21 de la culture  
Web : [www.agenda21culture.net](http://www.agenda21culture.net)



**Campagne Culture 2030 Goal :**  
**Contact :** [info@culture2030goal.net](mailto:info@culture2030goal.net)  
[www.culture2030goal.net](http://www.culture2030goal.net)

**#CULTURE2030GOAL**



**Cofinancé par  
l'Union européenne**

Cette publication a été réalisée avec le soutien financier de l'Union européenne. Son contenu relève de la responsabilité de Cités et Gouvernements Locaux Unis (CGLU) et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne.