

Campagne de communication sur le volontourisme Appel d'offres

Le 12 janvier 2022

Depuis les années 2000, un fort engouement pour les missions de volontariat à l'international a été observé. Selon un sondage, 40 % des Français et des Françaises de moins de 35 ans seraient prêts et prêtes à s'engager pour effectuer des missions à l'international¹.

Cependant, le nombre d'opportunités offertes via les dispositifs soutenus par l'État n'est pas à la hauteur de la demande. Des alternatives se développent, dérogeant parfois aux principes de qualité du volontariat (partenariats équitables et pérennes, suivi et accompagnement avant, pendant et après l'expérience, garantie de sécurité, etc.) et pouvant entraîner des dérives comme le « volontourisme ».

Le projet commun de France Volontaires et de Friends International consiste en une campagne de sensibilisation sur le volontariat responsable et les bonnes pratiques pour s'engager à l'international. Cette campagne de sensibilisation « ombrelle » correspond à l'élaboration d'outils de sensibilisation et à une campagne de communication véhiculant un message général, et des messages spécifiques en fonction de différentes cibles identifiées : grand public, secteur académique et universitaire, secteur associatif, décideurs politiques, secteur du tourisme, secteur privé et entreprises.

Ce projet est en cours de développement, la recherche de financements débutera en janvier 2022 ; le montant alloué à la campagne de communication n'est donc pas encore connu à ce stade. Pour cet appel d'offres, les candidats devront envoyer un devis détaillé, basé sur des tarifs associatifs et un dossier de candidature qui permettront à France Volontaires et Friends International de juger de la motivation et des références des candidats. La visibilité du candidat retenu sera assurée sur les différents supports de communication de la campagne.

Présentation des porteurs de projet : France Volontaires et Friends International

¹ Sondage : « [Les Français et les engagements volontaires et solidaires à l'international](#) » (France Volontaires / Courrier International / Opinion-Way, novembre 2017)

France Volontaires est la plateforme française des Volontariats Internationaux d'Echange et de Solidarité (VIES). Créée en 2009, France Volontaires est le fruit d'une construction partagée entre des acteurs publics et associatifs impliqués dans la solidarité internationale. Opérateur du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, elle réunit l'Etat, des collectivités territoriales et des associations autour d'une mission d'intérêt général : le développement et la promotion des engagements volontaires et solidaires à l'international. Elle s'appuie sur une présence en France (hexagonale et outre-mer) et sur un réseau de 24 Espaces Volontariats en Afrique, Asie et Amérique latine/Caraïbes.

Les organisations membres de la plateforme France Volontaires ont toutes signé la Charte des volontariats² qui affirme des valeurs communes aux associations actrices des VIES et qui vise à améliorer la qualité des engagements bénévoles et volontaires à l'international.

Dans ce sens, France Volontaires mène des actions de sensibilisation au volontourisme et joue un rôle primordial dans l'information et l'orientation des personnes souhaitant s'engager dans des actions de volontariat à l'international. Elle accompagne également les acteurs du secteur du volontariat, notamment les structures d'accueil et d'envoi, en France et à l'international, afin de développer des opportunités de volontariat international responsable et de qualité. Enfin, France Volontaires est engagée dans des démarches de plaidoyer pour faire évoluer le cadre normatif français afin de garantir un volontariat de qualité et lutter contre les dérives.

Friends-International

Friends-International (FI) est une organisation non gouvernementale (ONG) et une entreprise sociale française récompensée plusieurs fois à l'international. Avec plus de 25 ans d'expérience dans la protection de l'enfance, dans la réintégration sociale des plus vulnérables et dans la formation professionnelle des jeunes marginalisés, elle assure également la coordination d'un réseau mondial de plus de 60 ONG partenaires agissant dans le domaine de la protection de l'enfance.

En 2005, elle initie le Mouvement ChildSafe³ pour établir un dialogue et fédérer les acteurs clés aux niveaux local, national et international. Les programmes de FI sont présents en Asie du Sud-Est, en Europe, au Moyen Orient et en Afrique.

Depuis 1995, FI France développe des entités en Europe, FI Allemagne, FI Grande Bretagne et FI Suisse, pour entre-autre, sensibiliser les touristes et les volontaires dans leur pays d'origine afin de combattre au mieux l'exploitation des enfants. Friends-International

² <https://www.france-volontaires.org/qui-sommes-nous/france-volontaires/la-charte-des-volontariats/>

³ <http://fr.thinkchildsafe.org>

Suisse (FIS) a ouvert ses bureaux à Genève avec pour mission de promouvoir et de coordonner le Mouvement ChildSafe en Europe. FIS a coprésidé avec Save the Children UK le lancement de la plateforme européenne du réseau Rethink Orphanages⁴ qui accompagne des organisations à reconsidérer leur politique en matière de bénévolat dans les orphelinats. FIS promeut également l'éducation au développement durable et à la citoyenneté en formant des étudiants dans les écoles secondaires. Ses actions européennes visent aussi à responsabiliser l'industrie du tourisme afin que celle-ci joue un rôle dans la protection de l'enfance. Les tour-opérateurs sont également amenés à remplacer les visites et activités néfastes par des services et produits respectueux des droits de l'enfant.

Sensibiliser et lutter contre les dérives du volontourisme

Face aux dérives du volontourisme, France Volontaires et Friends International ont décidé d'allier leurs expertises sur le volontariat international et sur la protection de l'enfance, notamment dans l'industrie du tourisme, pour mener ensemble une campagne de communication et de sensibilisation du grand public contre les dérives du volontourisme.

Qu'est-ce que le volontourisme ?

Né dans les années 1960, le volontariat à l'international a historiquement cherché à répondre à un double enjeu : agir par solidarité auprès des personnes les plus vulnérables, et éduquer les personnes qui s'engagent pour en faire des acteurs de changement, en ligne avec les démarches d'Education à la Citoyenneté et à la Solidarité Internationale (ECSI).

Cependant, depuis quelques années, nous faisons face à une nouvelle manière de voyager, répondant à une forte demande des jeunes occidentaux pour « partir faire de l'humanitaire » à l'étranger, en combinant tourisme et engagement. Par ailleurs, ces expériences à l'international constituent bien souvent des atouts pour accéder à des filières sélectives de l'enseignement supérieur (du type grandes écoles) ou même au marché de l'emploi. En conséquence, les offres de « voyage solidaire », « tourisme humanitaire » ou encore « missions solidaires » pullulent et certaines organisations à but lucratif exploitent le filon dans une logique commerciale, souvent au détriment des populations.

En effet, ce phénomène, appelé « volontourisme », promet à des individus désireux de s'engager pour une cause, la découverte de nouvelles cultures tout en venant en aide à des communautés locales. Si les intentions de départ paraissent louables, dans les faits, des organisations proposent des séjours payants dont le modèle économique repose sur les profits tirés de cet engagement volontaire, bien souvent au détriment de l'intérêt général. Jouant sur la quête de sens des personnes en désir d'engagement, ces pratiques dérogent aux principes de qualité du volontariat. Cette « marchandisation » du secteur du volontariat entraîne des dérives dont les effets peuvent être plus ou moins graves pour les

⁴ www.rethinkorphanages.org

communautés d'accueil comme pour les personnes participant à ces séjours⁵. Les personnes participant à ces séjours peuvent être des individus, mais peuvent aussi venir d'entreprises qui souhaitent resserrer les liens entre leurs employés, de salariés en quête de sens, ou encore d'étudiants qui espèrent booster leur CV⁶.

À première vue, ces démarches présentent tous les aspects d'une initiative positive : découvrir un pays tout en participant à son développement, un voyage qui devient une alternative au tourisme de masse, une valeur ajoutée à un curriculum scolaire ou une expérience enrichissante. Hélas, même si les volontaires sont animés par de bonnes intentions, les dérives liées à leurs actions sont de plus en plus nombreuses.

Contrairement aux principes de l'aide internationale, les projets de volontourisme ont tendance à être pensés et développés par rapport aux envies et aux attentes des volontaires plutôt qu'en fonction des réels besoins des communautés locales. Ces organisations peuvent transmettre des informations erronées et partielles, voire trompeuses, dont le but est de susciter l'intérêt et de rassurer les personnes en désir d'engagement à travers un marketing sensationnaliste et bien rôdé.

Les organisations de volontourisme proposent bien souvent des missions spécifiques, accessibles sans compétence, ni diplôme adéquat, alors même qu'il serait impossible de les réaliser en France dans ces conditions. C'est le cas par exemple de Français qui délivreraient des cours d'anglais à des enfants au Vietnam, sans expérience ni compétences avérées dans l'enseignement ou encore d'étudiants infirmiers qui, lors d'un stage au Sénégal, pratiqueraient des actes médicaux dépassant leurs qualifications, comme un accouchement par exemple⁷.

Sans compétences pertinentes lorsqu'elles sont nécessaires, les actions des volontaires ont donc un impact très limité, voire inexistant, et dans le pire des cas s'accompagnent de conséquences néfastes pour les communautés locales.

Des risques de dérives accrus pour les missions auprès d'enfants

Dans la plupart des cas, les participants aux séjours de volontourisme n'ont pas les qualifications et l'expérience nécessaires pour prendre en charge et s'occuper d'enfants. Cette réalité est couplée avec le manque de réglementation dans une grande partie des pays en développement, ce qui signifie que les intérêts de l'enfant continuent d'être négligés. Pire encore, la grande majorité des associations ou des institutions proposant des missions de volontourisme auprès d'enfants ne vérifient pas les antécédents et références

⁵ Définition partagée de la plateforme France Volontaires :

<https://www.france-volontaires.org/avant-le-volontariat/attention-au-volontourisme/>

⁶ Alizée Delpierre, « Quand l'humanitaire est payant », 27 septembre 2017 :

<https://www.cairn.info/revue-geneses-2017-3-page-89.htm?contenu=plan>

⁷ <https://www.globalong.com/en/living-volunteer/Senegal/hospital-health-senegal.html>

des personnes qui souhaitent s'engager. Ce manque de vigilance peut laisser ainsi la porte grande ouverte à des personnes mal intentionnées et dans le pire des cas, à des prédateurs sexuels.

D'autres conséquences sont également observées :

- Le changement fréquent de volontaires peut favoriser ou déclencher des troubles de l'attachement et de l'abandon parfois déjà présents chez les enfants. Ces troubles incluant désordres émotionnels, comportementaux et sociaux sont dû à l'impossibilité pour l'enfant de créer des liens d'attachement avec une personne de référence. Ce phénomène est d'autant plus présent dans les institutions de placements.
- Les cours dispensés par des volontaires ne sont souvent pas au niveau des standards d'éducation, ne suivent pas les curriculums d'enseignement locaux et ne participent pas au développement intellectuel des enfants. Ils sont la plupart du temps dispensés par des personnes qui ne maîtrisent pas la langue locale et n'ont pas une connaissance fine des cultures locales. La transmission de compétences ou savoir avec le personnel local est également la plupart du temps inexistant.
- Les actes médicaux, paramédicaux ou autres actions dans le domaine de la santé, peuvent conduire à des situations de mauvais traitement et à la mise en danger de la vie d'autrui. Par conséquent, les volontaires peuvent aussi être poursuivis en justice pour leurs actions allant parfois jusqu'à engendrer des drames⁸.

Description du projet

France Volontaires et Friends International souhaitent mener ensemble une campagne de communication et de sensibilisation du grand public – Français et francophones - contre les dérives du volontourisme et promouvoir les bonnes pratiques du volontariat international.

Afin de promouvoir un volontariat de qualité, éthique et responsable, **les bonnes pratiques du volontariat international portées par France Volontaires, ainsi que la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant**, dont la France est signataire, seront mises en avant. Une attention particulière sera également accordée à l'information concernant **les dispositifs de volontariat existants et les opportunités disponibles** afin de les faire connaître à un public plus large. L'idée est de ne pas décourager des personnes qui souhaiteraient s'engager dans le cadre du volontariat international et qui, par manque de compréhension, de connaissances ou par facilité, se tourneraient finalement vers des organisations de volontourisme.

Le message ombrelle sera un **message positif incitant à une prise de conscience et une réflexion sur l'impact d'une mission de volontariat**. Il incitera les personnes en désir d'engagement à se poser les bonnes questions et à adopter les bons réflexes pour construire leur projet d'engagement à l'international, sans tomber dans les dérives.

⁸ <https://www.newyorker.com/magazine/2020/04/13/a-missionary-on-trial>

Objectif global : Promouvoir les bonnes pratiques du volontariat international et sensibiliser aux dérives du volontourisme.

Objectifs spécifiques :

- Informer les personnes en désir d'engagement des bonnes et des mauvaises pratiques, et les amener à mûrir/réfléchir leur projet d'engagement en se posant les bonnes questions
- Renforcer le positionnement de France Volontaires et de Friends International comme organisations référentes sur l'engagement à l'international et la lutte contre ses dérives
- Faire évoluer les pratiques en matière de volontourisme

Publics cibles identifiés :

- **Grand public**
 - Personnes en désir d'engagement à l'international
 - Voyageurs
 - Retraités
 - Grand public au sens large (enjeu d'ECSI)
- **Secteur académique et universitaire**
 - Etudiants, futurs stagiaires
 - Lycéens
 - Universités et grandes écoles
 - Formations en santé
 - Personnels information et orientation, responsables de formations
 - Ministère de l'Education nationale, Ministère de l'Enseignement supérieur
- **Secteur associatif**
 - Organisations de volontariat
 - Secteur associatif du développement et de la solidarité internationale, éducation populaire, jeunesse
 - Fondations
 - Secteur associatif des pays partenaires
- **Décideurs politiques**
 - Ministères (Affaires étrangères, tourisme, jeunesse, vie associative, éducation nationale, enseignement supérieur...)
 - Postes diplomatiques dans les pays partenaires
 - Collectivités territoriales
 - Parlementaires
- **Secteur du tourisme**
 - Agences de voyage
 - Syndicats du secteur
 - Associations en lien avec le tourisme durable
 - Influenceurs voyage
- **Secteur privé / entreprises**
 - RSE

- o Entreprises qui pratiquent les congés de solidarité

Campagne de communication

France Volontaires et Friends International recherchent une agence de communication ou des communicants indépendants pour réaliser les supports de communication de cette campagne : conception de l'univers graphique, réalisation de visuels Web (notamment pour les réseaux sociaux) et print (affiches, flyers, brochures), réalisation d'une ou de plusieurs capsules vidéos.

A ce stade, la liste des livrables n'est pas précisément déterminée et évoluera en fonction du budget alloué. La priorité est aujourd'hui la dimension digitale de cette campagne.

Les premières lignes directrices du projet sont décrites ci-dessous. Un atelier et des échanges entre le prestataire et Friends International et France Volontaires seront organisés pour déterminer ensemble précisément les livrables à réaliser et les contours de la campagne de communication.

Angle de la campagne de communication :

- Campagne qui marque les esprits : un ton humoristique est aujourd'hui privilégié. Le ton devra être positif et davantage centré sur la promotion d'un volontariat responsable plutôt qu'anti-volontourisme (la campagne n'a pas pour but de culpabiliser mais bien de sensibiliser aux bonnes pratiques du volontariat international).
- Mots clés et valeurs : engagement, solidarité, égalité, droits humains, protection de l'enfance, volontariat, éthique, responsable, durable
- Le prestataire devra être force de proposition en ce qui concerne la ligne graphique de la campagne de communication afin de proposer les pistes les plus pertinentes notamment en fonction des publics cibles décrits ci-dessus. En raison du statut d'opérateur de France Volontaires, l'univers graphique de la campagne de communication devra intégrer la charte graphique de l'État (logo avec la Marianne notamment).

Supports de communication :

- Campagne digitale : visuels réseaux sociaux, habillage vidéo, capsule(s) vidéo(s)
- Print : affiches, flyers, brochure de communication (affichage dans les établissements de l'enseignement supérieur, utilisation lors de salons ou de forums), gabarit pour dossier de presse ou papier de positionnement

Canaux et relais de diffusion :

- Partenaires de France Volontaires et de Friends International
- Structures accueillant le public ciblé (points info-jeunes, universités, grandes écoles, missions locales...)
- Autorités françaises : MEAE (ambassades, Ariane, conseils aux voyageurs, opérateurs), autres ministères
- Médias / éditeurs

- Influenceurs (blogs de voyages, Instagrammers, YouTubers)

Calendrier

Janvier 2021 : lancement de l'appel d'offres

Début février 2022 : choix du prestataire

Février 2022 : réunion de lancement / brief

Mars/avril 2022 : réalisation de la campagne de communication par le prestataire

Été 2022 : lancement de la campagne

Budget

En fonction du budget réuni par la dynamique de recherche de fonds, la campagne de communication et les réalisations afférentes seront plus ou moins développées. Il est entendu que la campagne de communication comprendra a minima des visuels pour le Web (site internet et réseaux sociaux). Le nombre de déclinaisons sera validé plus tard avec le candidat retenu.

Visibilité

La contribution du prestataire sera valorisée dans les communications publiques autour de la campagne :

- communiqué de presse de lancement,
- descriptif de la campagne sur les sites de France Volontaires et de Friends International,
- mention sur différents supports de communication.

Ressources

<https://thinkchildsafe.org/>

- <https://thinkchildsafe.org/volunteers/>
- <https://thinkchildsafe.org/travelers/>
- <https://thinkchildsafe.org/children-are-not-tourist-attractions/>

<https://friends-international.org/>

- <https://friends-international.org/childsafe-movement/>

Retrouvez les détails de notre de projet dans la note conceptuelle : une campagne de sensibilisation pour un volontariat international solidaire et responsable.

Modalités de candidature

Les propositions devront être envoyées le 31 janvier 2022 au plus tard et devront comprendre a minima :

- Un book avec des exemples de création
- Un devis détaillé (à tiroirs) : création de l'identité visuelle (territoire graphique), réalisation des supports de communication (visuels et bannières Web, affiches...), habillage vidéo...
- Une(des) première(s) piste(s) de travail pour la campagne de communication comprenant un argumentaire et une(des) première(s) piste(s) graphiques. A noter, le travail réalisé dans le cadre de ce dernier point sera réalisé à titre gracieux dans une logique pro bono.

Les propositions et questions doivent être adressées à :

- Valérie Sfeir, Directrice Friends International Suisse : valerie@friends-international.ch
- Florence Vu Van, Responsable communication de France Volontaires : florence.vuvan@france-volontaires.org