

Guide du pigiste pour travailler sur les sujets liés aux objectifs du développement durable

Les objectifs de développement durable ou « ODD » (SDG en anglais) sont 17 objectifs mondiaux visant à apporter « paix et prospérité » aux populations et à la planète. Ils se concentrent sur les plus grandes crises et inégalités auxquelles la société est confrontée. Les 193 États membres des Nations unies se sont engagés à les respecter. Chacun comprend une série de buts à atteindre, et permettent de mesurer les progrès accomplis jusqu'à l'échéance fixée en 2030.

Pour les journalistes indépendants, ces objectifs mais aussi les taux de progression pour les atteindre, la manière dont les communautés et les gouvernements y travaillent ainsi que les défis à relever d'ici 2030, offrent une multitude d'idées de reportages. Se spécialiser dans l'un d'entre eux ou dans une série d'objectifs interconnectés peut aussi devenir une nouvelle orientation de carrière, tandis que ceux encore peu traités par les médias peuvent offrir **de nouvelles histoires à proposer aux rédactions et aux services développement des médias**



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Pourquoi c'est important



Une couverture rigoureuse des ODD peut aider les citoyens à comprendre les problèmes mondiaux urgents et importants au quotidien mais aussi **encourager la participation civique aux progrès réalisés pour atteindre les objectifs ;**



Les journalistes peuvent trouver des histoires fortes en observant les progrès des pays et des communautés vers ces objectifs, **en responsabilisant les décideurs** et en influençant les travaux visant à atteindre les objectifs ;



Des sommes considérables sont consacrées à l'élaboration des ODD. Les journalistes peuvent veiller à ce que le public en soit conscient, encourager le débat sur la façon dont cet argent est dépensé et **demander des comptes aux responsables impliqués ;**



L'ODD 16 (SDG 16 en anglais) est un engagement en faveur de sociétés plus justes, pacifiques et inclusives, et d'institutions plus efficaces et responsables. **Un bon journalisme peut être à la fois un indicateur de réussite de ces objectifs et un élément crucial pour l'atteindre**, que ce soit en demandant des comptes aux pouvoirs ou en contestant les lois restrictives sur la liberté des médias.

Ce qu'il faut savoir

Bien sourcer les histoires

La portée mondiale des objectifs et l'éventail des sujets qu'ils impliquent mais aussi leurs cibles peuvent fournir aux journalistes indépendants de nombreuses histoires potentielles. Toutefois, l'ampleur de la couverture possible peut être écrasante si l'on n'est pas familier avec ces objectifs et leurs buts : comment trouver des idées originales ? Qu'est-ce qui peut vous aider dans votre pré-enquête ? Comment pouvez-vous puiser dans les communautés concernées par ces objectifs ou qui y travaillent ?



Conseil d'expert

Les médias locaux peuvent être de bonnes ressources pour trouver des idées car ils couvrent souvent des sujets que les médias internationaux n'ont jamais traités, explique Jessica Abrahams, journaliste indépendante et rédactrice en chef adjointe de la plateforme de développement mondial Devex.

Inscrivez-vous aux bulletins d'information des ONG et des organisations de développement international pour savoir quels sont les sujets auxquels elles prêtent attention. Par exemple, les Nations unies envoient mensuellement aux journalistes, une fiche de conseils sur les questions à surveiller. [Overseas Development Institute](#) mais aussi [Center for Global Development](#) : il existe un vaste réseau et un calendrier de conférences sur le développement mondial. Beaucoup de ces organisations y offrent d'ailleurs un accès en ligne. Ces conférences peuvent être une source d'idées d'articles et de contacts.

Créez des relations solides au sein des communautés sur lesquelles vous travaillez, conseille Abrahams : « Les reporters locaux ou ceux qui ont des relations locales peuvent soulever une question qui était complètement hors du radar pour moi en tant que rédactrice en chef. »

Les reportages sur les ODD peuvent également vous mener à des enquêtes sur les gouvernements et leurs mandats. Travailler sur la manière dont les institutions s'efforcent d'atteindre ou non les objectifs, peut également fournir de la matière, ajoute Will Worley, correspondant de Devex au Royaume-Uni. Examinez les rapports des institutions politiques et prêtez attention aux détails de ce qui semble n'être que de la « paperasse ennuyeuse ».

Couvrir les solutions



Les ODD recouvrent des sujets sérieux et parfois lourds : la pauvreté, la faim, l'inégalité, le changement climatique. Ils impliquent de raconter des histoires de personnes dans des « situations difficiles », met en garde Abrahams. **Les reportages sur les solutions liées aux objectifs** peuvent offrir aux publications et aux rédacteurs en chef quelque chose de différent à proposer à leur audience.

« Les lecteurs sont alimentés par les mêmes histoires depuis des décennies, sur la faim, la pauvreté et le manque d'accès à l'eau dans certaines parties du monde. Lorsque vous répétez sans cesse les mêmes choses il y a un sentiment que 'rien ne va changer' et les gens se désengagent », dit-elle.

Plus généralement, les reportages sur les solutions aux ODD peuvent aider à combattre le « pessimisme » ambiant et à sensibiliser les populations à une solution ou un obstacle particulier, ajoute Worley.

Conseil d'expert

Recherchez des angles axés sur les solutions pour vos articles et proposez des reportages inspirés du journalisme de solution. Les rédacteurs en chef veulent entendre parler plus souvent de réussites en matière de développement ou d'individus qui font la différence dans leur communauté, explique Abrahams.

« Les solutions remettent souvent en question le statu-quo ou sont elles-mêmes confrontées à certaines difficultés, ce qui est en soi digne d'un article », ajoute Worley. La « crise de confiance » autour de la conférence des Nations unies sur le changement climatique, COP26, est « une histoire très importante (et peu couverte) » qui implique pourtant une solution cruciale à la crise climatique.

Couvrir les ODD sous l'angle des solutions est important, selon [Stephanie Capper, journaliste indépendante et fondatrice de Solutions Journalism Without Borders](#), devenue spécialiste des reportages sur les objectifs 1 à 6, en Asie et en Amérique centrale : « Cela met en évidence les réponses et les solutions potentielles à des problèmes qui ne fonctionnent peut-être pas dans une région particulière avec une communauté spécifique mais qui pourraient bénéficier à la communauté mondiale, à une échelle beaucoup plus grande ou s'appliquer à d'autres communautés confrontées à des défis similaires. »

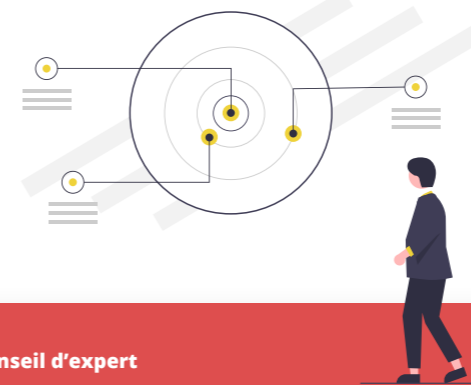
Grâce aux reportages et à la publication de ces histoires dans les grands médias, les solutions aux ODD « sont diffusées » et peuvent être impulsées ailleurs.

Choisir un objectif et en devenir spécialiste

Si les objectifs en tant que tels sont vastes, les sujets de reportages auxquels ils correspondent peuvent constituer un plan de carrière stratégique pour les journalistes indépendants. Si vous êtes **à la recherche d'un nouveau secteur** d'activités, réfléchissez aux objectifs les moins bien couverts ou à ceux qui correspondent à vos intérêts ou à vos compétences et faites-en votre priorité. Apprenez à connaître les sources, lisez les documents politiques et les recherches qui feront de vous un expert sur un objectif particulier.

« Il existe un grand nombre de domaines différents dans lesquels il y aura un manque sur le marché journalistique », explique Worley.

Une connaissance détaillée d'un ODD en particulier ou d'un domaine d'action spécifique vous permettra également d'identifier plus clairement les problèmes, les solutions et les questions connexes, et d'en rendre compte, ajoute-t-il.



Conseil d'expert

Il y a foison de recherches disponibles sur les différents objectifs et de nombreux groupes de réflexion et experts pour vous aider à démarrer, dit Worley : « Il y a tant de connaissances, elles devraient être bien mieux communiquées. C'est notre travail de rendre ces choses intéressantes et engageantes pour un public plus large. »

L'objectif 7 (énergie propre et abordable) et l'objectif 14 (vie sous l'eau) semblent à Worley être des objectifs dont l'orientation n'est pas trop nébuleuse et qui sont « mûrs pour que des journalistes enthousiastes, jeunes mais aussi moins jeunes y mettent leur nez » et les rendent accessibles à une audience plus importante.

« La transition énergétique est la grande histoire industrielle de notre époque », explique-t-il. « Les freelances qui peuvent commencer à comprendre la politique énergétique - c'est extrêmement compliqué - et à raconter des histoires à ce sujet de manière attrayante pourront le faire régulièrement. Ils deviendront alors la personne référence à consulter sur ce sujet. »

« Une fois que vous avez pitché avec succès un premier récit, vous pouvez convaincre vos collaborateurs que « correspondant spécialiste de la transition énergétique » est un atout précieux dans le monde journalistique. »

Maîtriser vos données



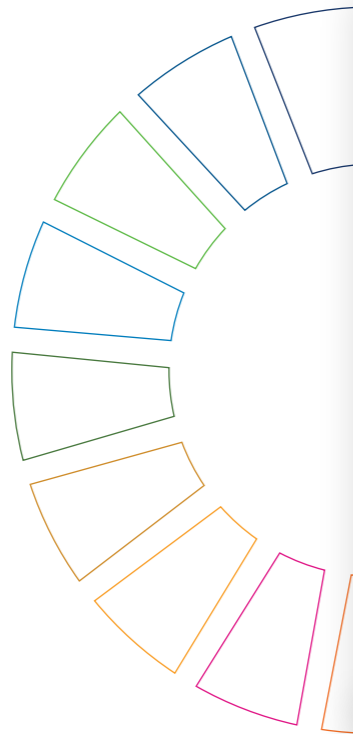
Qu'il s'agisse de rendre compte de la responsabilité qu'implique le financement des ODD ou de l'avancement des initiatives qui y sont liées, il y a des histoires à découvrir dans les données relatives à ces objectifs. Savoir où chercher et acquérir **les compétences analytiques nécessaires pour étudier ces données**, ainsi que la capacité à les traduire visuellement ou narrativement, peut vous aider à vous démarquer.

Manipulez les données relatives aux objectifs avec précaution : le processus de collecte peut souvent prendre beaucoup de temps, en particulier pour les ensembles de données régionales ou mondiales, ce qui signifie que des chiffres apparemment à jour, datent en réalité déjà de plusieurs années lorsqu'ils sont publiés. Les données peuvent également être fragmentaires, ce qui rend difficile une comparaison directe entre communautés ou pays.

Conseil d'expert

Pour s'engager dans cette voie, il existe de nombreuses ressources et bases de données disponibles gratuitement. L'ONU et la Banque mondiale compilent des statistiques sur les indicateurs relatifs aux progrès accomplis dans la réalisation des objectifs, tandis que les données des gouvernements peuvent être accessibles au public. [Our World in Data](#) rassemble et offre des visualisations de données provenant de sources multiples. Vous pouvez chercher les tendances dans ces informations, dans les secteurs dans lesquels des progrès sont réalisés, les objectifs atteints ou ceux qui ne sont pas sur la bonne voie.

Dans un domaine aussi riche en données, la connaissance d'outils tels que Tableau ou Flourish peut être un atout pour les freelances.



Rester actualisé

L'échéance des ODD est 2030 ; ils sont officiellement entrés en vigueur en 2016 - c'est un long délai pour maintenir une couverture, susciter l'intérêt de l'opinion publique et trouver de nouvelles histoires. Pour retenir l'attention des rédacteurs en chef et des audiences, **il est essentiel que vos articles soient originaux.**

L'un des plus grands défis pour les pigistes qui couvrent des sujets liés aux ODD est d'obtenir des commandes, explique Worley, même si l'histoire est bonne, même s'il s'agit d'un bon pitch.

Pour surmonter le manque d'intérêt pour les reportages liés au développement mondial, lorsque cela est possible, montrez comment votre article est lié à certains des objectifs au centre des préoccupations des rédacteurs en chef et des audiences en ce moment, comme le changement climatique ou la santé mondiale. La pandémie de COVID-19 est un exemple opportun pour les médias d'information pour révéler l'interconnexion de certains de ces sujets, dit-il. alors profitez de cette nouvelle prise de conscience.

Conseil d'expert

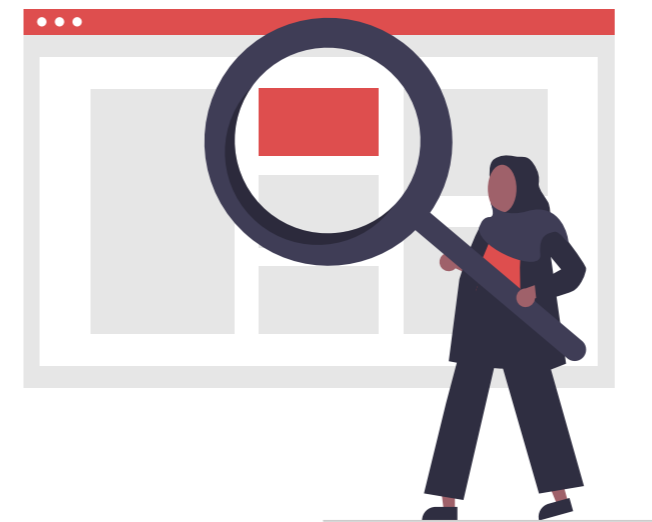
Les angles qui contredisent les idées reçues sur le développement ou les récits dominants peuvent intéresser les rédacteurs en chef. Essayez de démêler les causes d'un problème, dit Abrahams de Devex, qui reçoit beaucoup de propositions qui se contentent de décrire un problème quelque part dans le monde : « Proposez-moi des récits originaux et pratiques - dites-moi quelque chose de nouveau, présentez-moi une histoire comme on ne l'a jamais racontée avant. Concentrez-vous sur ce que nous pouvons faire sur ces questions plutôt que sur le problème lui-même. »

Il est important d'avoir une attaque forte pour accrocher le lecteur : plus l'histoire est actuelle et unique, plus vous avez de chances de susciter l'intérêt d'un rédacteur en chef, explique la journaliste indépendante Capper. Si vous écrivez sur une communauté ou sur un pays qui n'est pas au centre de l'intérêt des médias à ce moment-là, pour quelque raison que ce soit, un récit bien raconté est un moyen efficace de décrocher une commande, dit-elle : « Avec un personnage principal dans l'histoire, vous aurez beaucoup plus de succès qu'avec un article d'actualité qui explique ce qui se passe. Faites naître une émotion à partir d'un personnage et tissez-la tout au long du récit ».

Les rédacteurs en chef doivent donner une chance aux pigistes qui écrivent des histoires sur ces questions, ajoute-t-elle : « Il ne s'agit peut-être pas d'une histoire traditionnelle pour eux, mais en prenant ce risque, ils peuvent voir l'intérêt que ces récits peuvent susciter, notamment auprès d'un public plus jeune, comme la génération Z, qui a tendance à être assez progressiste dans ce qu'elle veut lire. »

Allez au-delà des sources habituelles lorsque vous cherchez des personnes à interviewer, si la publication à laquelle vous vous adressez le permet. Les personnes réputées dans un domaine à qui l'on donne fréquemment une tribune pour parler de questions liées aux objectifs sont plus susceptibles de devoir s'en tenir à certains points de discussion ou de présenter une perspective officielle. Pensez à ceux qui sont les plus proches du terrain ou à la communauté dont vous parlez et faites comprendre aux rédacteurs en chef qu'ils entendront ces voix dans l'article.

Trouver des récits qui questionnent les responsabilités



Chaque année, une énorme quantité de **fonds publics** est consacrée aux ODD, aux initiatives visant à les atteindre et aux politiques et projets gouvernementaux connexes. Selon Abrahams, les journalistes doivent participer à la sensibilisation des audiences et encourager le débat public sur la façon dont cet argent est dépensé.

La manière dont sont mesurés les progrès accomplis dans la réalisation des objectifs, les personnes qui décident de ce qui est important en termes d'objectifs et la manière dont les communautés sont invitées à en assurer le suivi sont autant de domaines que les journalistes peuvent interroger et mettre en lumière.

Conseil d'expert

Restez sceptique. Les reportages sur le développement couvrent le travail des associations caritatives et des organisations qui tentent de faire la différence dans le monde. « C'est bien, mais il est néanmoins important que nous leur demandions des comptes et que nous nous interrogeons sur ce qu'elles font, si cela fonctionne et comment le système peut être amélioré », considère Abrahams.

Les ONG, les agences de développement et les associations caritatives peuvent détenir de nombreuses données ou avoir accès à des sources pertinentes pour travailler sur les ODD. Cela peut être extrêmement précieux mais il est également important de remettre en question les informations ou les explications fournies et de ne pas les prendre pour argent comptant.

« S'ils disent que ce projet a connu un grand succès, demandez-leur ce que signifie ce succès. Quelles sont les preuves ? Où sont les données ? Comment définissent-elles ce succès ? »

Trouver des moyens de collaborer

Aller sur le terrain, surtout en période de restrictions de voyage liées à la pandémie de COVID-19, peut s'avérer difficile pour les freelances qui ne sont pas appuyés par une rédaction, mais les voix locales sont cruciales pour rendre compte des questions soulevées par les ODD. Travailler avec des experts et des journalistes locaux peut fournir un contexte et des connaissances essentiels qui garantissent qu'une communauté est représentée équitablement, par **les bonnes voix** et que l'histoire est bien rapportée.

La création d'un réseau de journalistes indépendants qui couvrent des objectifs connexes ou qui travaillent sur le même secteur peut également être bénéfique. Les objectifs se chevauchent souvent et le partage de contacts, d'informations ou de moyens pour résoudre les difficultés qui se présentent pendant un reportage peuvent être apportés par une communauté de pairs. L'investissement nécessaire à la réalisation de reportages et d'articles sur des ODD spécifiques signifie que vous ne pourrez peut-être pas exploiter d'autres pistes ou idées d'articles qui se présenteront à vous, mais vous pourrez aussi en faire profiter vos collègues.



Conseil d'expert

Les collaborations sont une pratique régulière chez Devex, explique Abrahams, qui travaille également de cette manière pour certains articles : « Nous demandons à un journaliste de couvrir un sujet, puis nous faisons appel à un pigiste dans le pays concerné pour qu'il fournisse des informations et des citations et s'assure que nous obtenions un angle fidèle à la réalité locale. »

Envisagez de collaborer avec des journalistes locaux pour vous assurer que vos pitches et vos reportages racontent l'histoire des personnes les plus touchées et qu'ils s'appuient sur l'expertise locale. Mentionnez-le dans votre proposition si c'est votre plan d'action, afin de montrer aux rédacteurs en chef que vous savez pourquoi c'est important et ce que cela apportera à votre récit. Si vous êtes sur le terrain, envisagez de vous associer à des journalistes basés dans les pays que vous visez ou de faire de votre localisation un élément central de votre argumentaire.



Dépasser le jargon

Les informations sur les objectifs, en particulier celles fournies par les Nations unies et d'autres organismes internationaux impliquent souvent un langage technique et politique et parfois l'utilisation d'un jargon.

Comprendre comment une histoire est liée à certains objectifs peut renforcer l'argumentaire ou ajouter un nouvel angle, du point de vue du journaliste. Pour le grand public, le cadre technique ne pourra pas être le point central, mais plus susceptible d'intéresser comme information de contexte. Le public peut ne pas savoir ce que sont les ODD et, certainement ne pas être en mesure de faire le lien avec l'objectif 6.1, en revanche, l'accès à l'eau potable à un prix abordable est une chose que tout le monde peut comprendre.



Conseil d'expert

Si votre reportage s'adresse à un public de non-spécialistes, évitez le langage technique et concentrez-vous sur la manière dont les objectifs sont liés aux questions les plus urgentes et les plus importantes de notre époque. De l'égalité des sexes à l'accès aux soins de santé en passant par le changement climatique, la faim et la pauvreté, ce sont des sujets qui sont susceptibles d'intéresser le public et les rédacteurs en chef. De manière générale, évitez d'attaquer vos articles en évoquant un l'ODD; commencez plutôt par l'illustrer par le problème spécifique qui y est associé et qui est susceptible d'intéresser le grand public.

Trouvez une pertinence globale aux histoires les plus locales. Les problèmes relatifs aux ODD sont souvent plus prononcés dans les pays à faible revenu. Les publications dans les pays les plus développés peuvent être peu enclines à faire des reportages sur ces régions, dit Abrahams. Si vous rencontrez ce problème avec vos propositions d'articles, essayez de les recadrer : « Essayez de relier une histoire locale à des problèmes mondiaux ou réfléchissez à la manière dont le public auquel vous vous adressez pourrait se sentir concerné par cette question. »

Trouver des titres spécialisés et des subventions

Ne vous contentez pas de proposer des articles sur les ODD aux publications grand public ou aux rédactions internationales. Il existe de plus en plus de services spécialisés dans les rédactions et un réseau de publications consacré aux objectifs spécifiques que vous pouvez exploiter.

« Si vous êtes nouveau dans la couverture de ces sujets, familiarisez-vous avec le paysage des publications qui s'y intéressent », dit Abrahams. « Comprenez ce que fait chacune d'entre elles car chacune aborde ces sujets différemment et s'intéresse à des thèmes différents. »

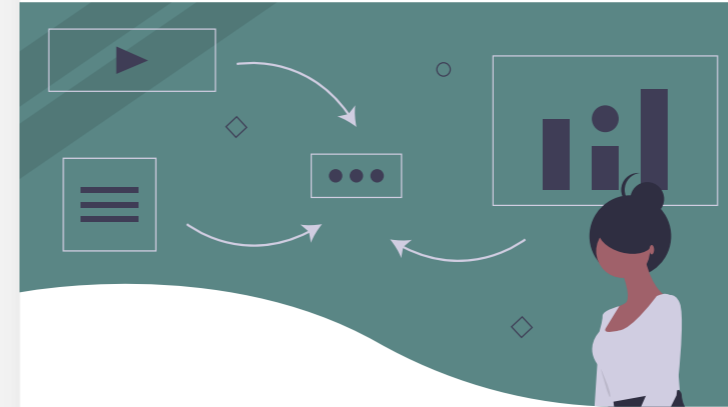
Comprendre et couvrir les ODD peut être un avantage pour les journalistes indépendants lorsqu'il s'agit d'obtenir des subventions. Il existe un certain nombre de programmes de subventions dont les fondateurs ou le processus de demande sont axés sur ces objectifs ou des domaines connexes, comme la santé mondiale ou l'innovation dans le reportage sur le développement.



Conseil d'expert

Peu de titres couvrent l'ensemble des ODD. Assurez-vous donc de savoir à quels objectifs votre reportage se rapporte le plus et faites correspondre votre pitch aux publications les plus intéressées par cet angle. N'oubliez pas que votre reportage s'adressera à une audience spécialisée : tenez-en compte dans votre proposition.

Penser aux nouveaux formats



Les histoires liées aux ODD se prêtent à toute une série de formats car elles sont à la fois très complexes et très humaines.

Les reportages et les visualisations créées à partir de données permettent bien de raconter une histoire qui s'étire dans le temps, comment les choses évoluent et peuvent donner de bons résultats, en particulier pour les objectifs ou les crises dans lesquelles on a l'impression qu'il n'y a pas eu beaucoup de changement depuis 20 ans.

Conseil d'expert

Capper conseille aussi d'explorer les formats multimédias pour « rafraîchir » les reportages sur les ODD et de proposer la couverture de problèmes de longue date à un public plus jeune et à celui des médias sociaux.

« Capitalisez sur la popularité des Réels de TikTok. Pensez plus souvent aux formats des médias sociaux et aux moyens créatifs d'aborder ces problèmes qui, autrement, peuvent sembler éculés du point de vue d'un rédacteur en chef », dit-elle.

Ressources et base de données (en anglais)

- [The 17 SDGs - UN](#) >
- [Global SDGs indicators database - UN](#) >
- [SDGs data - World Bank](#) >
- [SDG Tracker - Global Change Data Lab](#) >
- [The Atlas of Sustainable Development Goals 2020 - World Bank](#) >
- [SDGs: open knowledge repository - World Bank](#) >
- [Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development - UN](#) >
- [Sustainable Development Goals backgrounder - Committee to Protect Journalists](#) >
- [Reporting development: a guide for African journalists - EJC](#) >
- [From traditional journalism to sustainable journalism - GJJN](#) >
- [The Sustainable Development Goals and a new era of development journalism in Africa - CIMA](#) >
- [How can journalists write compelling stories on the SDGs? - Eco-Business](#) >
- [Role of media in the attainment of Goal 16 and the SDGs overall - GNWP](#) >