



Note d'orientation pour la campagne conjointe sur la Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement

Vivez la diversité – Ravivez vos sens

Contexte

Les villes du monde entier ont toujours été des creusets de cultures, d'idées et d'expériences. Offrant une large palette d'environnements, du tumulte des places de marché à la tranquillité des parcs, nos villes sont devenues des lieux de sensations, nous permettant de nous confronter chaque jour à de nouveaux sons, à de nouvelles images et à de nouvelles odeurs. Lorsque la pandémie a frappé et que nombre de nos rues sont devenues silencieuses, que les savoureux effluves des restaurants sont devenus un souvenir d'autrefois et que les foules enthousiastes ont été éloignées des matchs de football pour prendre place devant la télévision, chacun-e d'entre nous a perdu contact avec certains aspects de la diversité que nous aimons tant. Or, bien que nous soyons tou-te-s tenus de rester chez nous et de prendre soin de nous un peu plus longtemps, il n'y a pas de raison de ne pas unir nos forces en ligne pour célébrer la diversité des villes que nous représentons.

À l'occasion de l'édition de cette année de la *Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement*, les villes et les régions membres sont donc invitées à prendre part à un voyage virtuel pour révéler la diversité de nos villes et raviver les sens de chacun-e dans le cadre de la campagne conjointe « Vivez la diversité – Ravivez vos sens ».

Objectif

L'objectif de cette initiative est de proposer un régal pour les sens par l'intermédiaire d'une campagne sur les médias sociaux à destination du grand public. Il s'agira d'une célébration des divers sons (langues, musique, art ou expositions de rue), couleurs, mouvements (danse, sport, jeunesse, culture), goûts (images d'aliments) et odeurs qui représentent la diversité existant dans les villes. Un festival qui permettra au public de découvrir la richesse de la diversité et de ressentir les atouts qu'elle présente. La *Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement* est une excellente occasion de célébrer la diversité par les sens.

Méthodologie

Les villes sont invitées à présenter, pour tous les sens, un large éventail de supports qui mettent en évidence la diversité de la ville. Cette initiative vise principalement à faire apparaître les atouts de la diversité et les identités de la ville en publiant des images, des vidéos et des sons d'activités sur les médias sociaux et sur internet. Ces images et ces fichiers audio ou vidéo seront diffusés sous le slogan de la campagne : « Vivez la diversité – Ravivez vos sens ».

Les villes participantes disposeront d'une plateforme qui leur permettra de montrer la diversité de leurs habitant-e-s et de leur ville, et comprendra une carte interactive du monde sur laquelle les internautes pourront cliquer pour regarder une photo ou une courte vidéo ou encore écouter un fichier audio, afin de mettre en lumière la diversité des villes et des régions interculturelles et transmettre la joie de vivre dans la diversité.

Le résultat final ressemblera à cette [carte](#).



Aspects techniques

Les villes doivent faire preuve de créativité en ce qui concerne les supports qu'elles envoient : chacune d'entre elles a de nombreuses facettes qui constituent son identité propre. Par quelles expériences sensorielles votre ville se distingue-t-elle ? Quelles vidéos ou images ou quels fichiers audios pourraient être intégrés à la carte de votre ville ?

Les supports, qui peuvent être des ressources existantes ou des contenus réalisés pour l'occasion, doivent respecter le ton de la campagne, qui se veut stimulante et optimiste, dans le but de célébrer la diversité des villes. Les supports doivent donc mobiliser les sens des spectateurs et spectatrices et leur rappeler des souvenirs.

Quelques suggestions :

- Interactions sociales visibles et audibles issues de festivals, de manifestations sportives, d'activités culturelles, de spectacles, de marchés de rue ou de rassemblements dans des lieux publics (places, parcs ou plages)
- Nourriture (images/sons/vidéos évoquant des marchés, des restaurants, la cuisine maison ou des pique-niques)
- Sons (tout ce qui provient de la rue ou des parcs, les interactions sociales, la circulation routière, les marchés)
- Les villes peuvent aussi inviter des VIP (personnalités locales telles que des joueurs ou joueuses de football, des chanteurs ou chanteuses, des acteurs ou actrices ou des intellectuel-le-s) à contribuer à la campagne en partageant leurs expériences sensorielles préférées ou un son, une vidéo ou une image propres à la ville.
- Il n'est pas nécessaire que les contenus soient nouveaux, il peut s'agir d'une présentation rétrospective d'événements passés qui illustrent la diversité et les caractéristiques sensorielles de la ville. Dans l'idéal, l'activité sera publiée sur le site web de la ville, ce qui permettra au programme ICC de mettre un lien vers le site de la ville lors de la publication du support.

La campagne débutera le **19 avril 2021** ; les publications des villes seront relayées sur le compte @ICCities et les supports seront partagés sur les pages Facebook et Twitter du programme ICC selon le calendrier ci-dessous. La dernière activité sera la création d'une carte interactive qui sera présentée le **21 mai 2021 à l'occasion de la Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement**. À l'issue de la campagne, un bref suivi du partage des supports de la campagne sera assuré.

Critères techniques :

- Images : une image nette au format JPEG ou PNG et en mode paysage
- Fichiers audio : court clip audio de 20 secondes maximum au format mp3
- Vidéo : vidéo nette et stable, mode paysage, format mp4, durée maximale de 1 minute à télécharger sur YouTube et à relier à la carte interactive
- La carte interactive nécessite que chaque fichier média soumis (photo, vidéo ou audio) soit assorti d'une brève description de l'activité/la manifestation présentée (date, lieu, informations complémentaires). Nombre de mots : 200 mots maximum par contribution. Il sera également possible d'inclure un lien vers le site web de la ville.

La **boîte à outils** qui sera fournie par le programme ICC contiendra les éléments suivants :

- Une bannière Facebook et Twitter
- Des cadres photo pour Twitter et Facebook, dans lesquels les villes pourront insérer une image/photo et ajouter du texte



- Un badge pour la photo de profil Facebook
- Hashtag : #ICCities et # à partager par la communauté internationale. Une fois actif, il sera communiqué aux villes.
- Le programme ICC mettra la boîte à outils à la disposition des villes le 1^{er} avril 2021.

Calendrier de la campagne :

- Semaine du 19 avril : filtres et bannières pour les profils Facebook, lancement du compte à rebours (partage d'une ville par jour).
- Semaine du 26 avril : partage des photos
- Semaine du 3 mai : partage des sons
- Semaine du 10 mai : partage des vidéos
- Semaine du 17 mai : partage de contenus des agents municipaux et des VIP
- 21 mai : lancement de la carte interactive
- Semaine du 23 mai : présentation des collages de photos ou des vidéos Animoto de toutes les villes.

Envoi des fichiers et questions éventuelles :

Veillez envoyer votre contribution à l'équipe du programme ICC avant le **2 avril 2021**