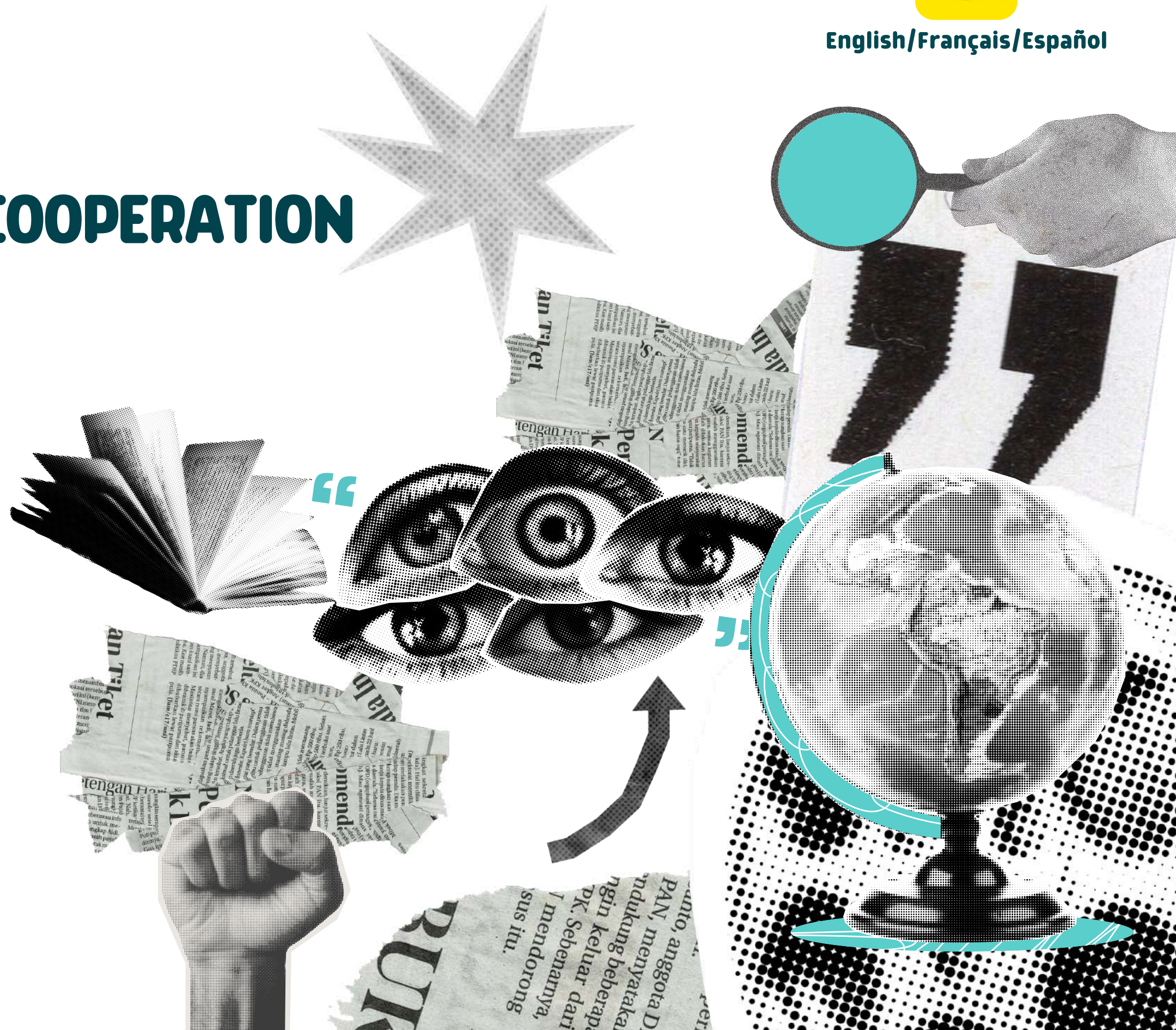


DATA-BASED *Narratives* : SHAPING ODA AND GLOBAL COOPERATION

FORUS WILL HOST AN INTERACTIVE SESSION ON HOW CSOS ARE USING DATA TO SUPPORT COMMUNICATION, ADVOCACY, AND PUBLIC ENGAGEMENT AROUND ODA AND INTERNATIONAL COOPERATION.

KEY QUESTIONS

- HOW DATA CAN HELP US BETTER UNDERSTAND PUBLIC ATTITUDES TOWARD ODA AND GLOBAL COOPERATION
- HOW TO COMMUNICATE THE HUMAN IMPACT OF AID CUTS ON PEOPLE AND COMMUNITIES
- HOW TO TRANSLATE DATA INTO STRONGER COMMUNICATION AND ADVOCACY STRATEGIES
- EXAMPLES FROM FORUS MEMBERS AND PARTNERS ON APPROACHES TO PUBLIC ENGAGEMENT AND INTERNATIONAL SOLIDARITY


13 MAY**13:00 - 14:30 UTC**




English/Français/Español



This event will be **simultaneously interpreted** in **English, Spanish and French** by the following members of the Forus Interpreters and Translators Pool. Please click on the globe button  to select the language in which you would like to listen to this meeting.

Cet événement sera **interprété simultanément** en **français, anglais et espagnol** par les membres ci-dessous du Pool d'interprètes et de traducteurs de Forus. Veuillez cliquer sur le bouton en forme de globe  pour sélectionner la langue dans laquelle vous souhaitez écouter cette réunion.

Este evento será **interpretado simultáneamente** en **español, francés e inglés** por los siguientes miembros del Pool de Intérpretes y Traductores de Forus. Haga clic en el botón con forma de globo terráqueo  para seleccionar el idioma en el que desea escuchar esta reunión.



Ana Karen Audiffred
English<>Español
Mexico City



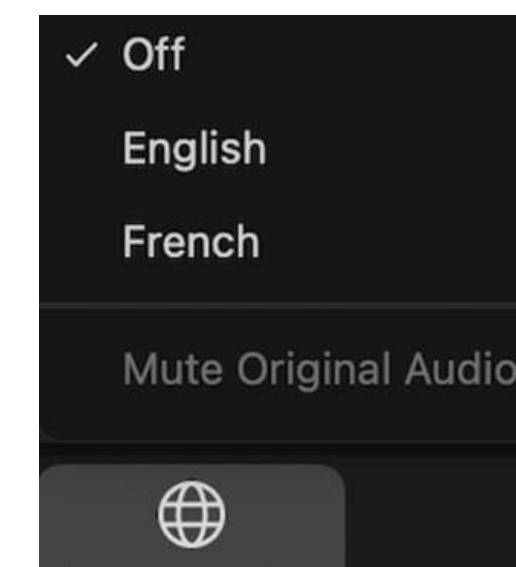
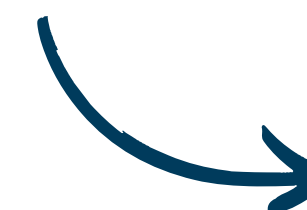
Roberto Sánchez
English<>Français
Mexico City



Sebastian Wasserzug
English<>Español
Mexico City



Carolina Valezzi
English<>Français
Mexico City



Data Confidentiality

During this Forus event, we will be using artificial intelligence to capture key points and next steps. If there are sensitive topics where you'd prefer to exclude AI capture, please inform the meeting host. Data collected will be exclusively used for creating the event summary and will not be shared with third parties or employed for any other purposes.

Confidentialité des données

Lors de cet événement, nous utiliserons l'intelligence artificielle pour capturer les points clés et les actions à venir. Si vous souhaitez exclure l'utilisation de l'IA sur des sujets sensibles, veuillez le signaler à l'animateur.ice. Les données collectées seront exclusivement utilisées pour créer le résumé de l'événement et ne seront pas partagées avec des tiers ou utilisées à d'autres fins.

Confidencialidad de datos

En este evento de Forus, utilizaremos inteligencia artificial para captar los puntos clave y los pasos a seguir. Si desea excluir el uso de inteligencia artificial en temas delicados, por favor, hágaselo saber al moderador/a. Los datos recopilados se utilizarán exclusivamente para crear el resumen del evento y no se compartirán con terceros ni se emplearán para otros fines.

Confidencialidade dos dados

Durante este evento Forus, utilizaremos a inteligência artificial para registrar os pontos principais e os passos seguintes. Se houver tópicos sensíveis em que prefira excluir a captura de IA, informe o anfitrião da reunião. Os dados recolhidos serão utilizados exclusivamente para criar o resumo do evento e não serão partilhados com terceiros ou utilizados para quaisquer outros fins.



English/Français/Español



DATA-BASED *Narratives* : SHAPING ODA AND GLOBAL COOPERATION



13 MAY

13:00 - 14:30 UTC



ANTOINETTE VAN HAUTE
CNCD-11.11.11



MARIE-PIERRE LIÉNARD
COORDINATION SUD



CLAUDIA LYNCH
DOCHAS



DR. MOSES ISOOBA
UGANDA NATIONAL NGO FORUM
(UNNGOF)

WORKSHOP HIGHLIGHTS:

PRESENTATION OF INITIATIVES

SMALL GROUP DISCUSSIONS

ENERGISER

Data-based narratives

- HOW DO YOU FEEL ABOUT DATA-BASED NARRATIVES?
- DO YOU HAVE ANY EXAMPLES OF CAMPAIGNS YOU WOULD LIKE TO SHARE!



JENNIFER FRANCO RODRÍGUEZ

FORUS - MEMBER ENGAGEMENT & NETWORK MANAGEMENT



English/Français/Español

ENERGISER

Data-based narratives

- HOW DO YOU FEEL ABOUT DATA-BASED NARRATIVES?



• A



• B



• C



• D



ENERGISER

Data-based narratives

- SHARE EXAMPLES OF CAMPAIGNS THAT YOU THINK WORKED ON INTERNATIONAL COOPERATION!



JENNIFER FRANCO RODRÍGUEZ
 FORUS - MEMBER ENGAGEMENT & NETWORK MANAGEMENT



Data-based narratives

- CLAUDIA JOINED DÓCHAS IN MARCH 2024 AS THE PROJECT MANAGER OF WORLDVIEW, A PUBLIC ENGAGEMENT RESEARCH PROJECT FOCUSED ON TRACKING ATTITUDES TO OVERSEAS DEVELOPMENT AID WITHIN IRELAND. WITH A BACKGROUND IN POLICY, RESEARCH, EFFECTIVE COMMUNICATIONS AND REPORTING, CLAUDIA HAS PREVIOUSLY WORKED FOR THE UNDP CRISIS BUREAU GENEVA AND UN SOMALIA IN RESEARCH ROLES. SHE SUPPORTED THE CREATION OF THE FIRST EVER UNDP POLICY BRIEF ON DISABILITY INCLUSIVE DISASTER RISK REDUCTION AND RESILIENCE BUILDING AND WAS THE RESEARCH ASSISTANT ON A NOVEL DISABILITY DATA COLLECTION AND NEEDS ASSESSMENT IN SOMALIA, WORKING REMOTELY ON THE PILOT LOCATION OF KISMAYO TO SUPPORT THE NATIONAL DISABILITY AGENCY.



CLAUDIA LYNCH
DOCHAS



Data-based narratives

- MARIE-PIERRE LIÉNARD IS THE COMMUNICATIONS AND EDITORIAL MANAGER AT COORDINATION SUD, THE FRENCH NATIONAL COORDINATION PLATFORM FOR NGOS WORKING IN INTERNATIONAL SOLIDARITY AND DEVELOPMENT. SHE HAS ALSO WORKED AS EDITORIAL COORDINATOR AND CONTRIBUTOR ON CAMPAIGNS, REPORTS AND PUBLICATIONS RELATED TO INTERNATIONAL SOLIDARITY, HUMANITARIAN ACTION, NGOS, AND DEVELOPMENT POLICY.



MARIE-PIERRE LIÉNARD
COORDINATION SUD





Campagne COORDINATION SUD

Comment préparer une campagne de communication grâce à la data ?



Marie Pierre Lienard

Responsable communication,
Coordination SUD

Le point de départ :

Un besoin de mener une Campagne d'influence



Travail de la Task Force de CSUD

Lancé en février 2024 dans le contexte d'attaques contre l'APD

Objectif : réfléchir collectivement à notre réponse et renforcer nos moyens d'influence en faveur de la Solidarité internationale



Principes clés de la campagne

1- Être davantage dans l'incarnation et le récit pour mobiliser

2- Vulgariser nos messages, être porteur d'imaginaire et d'espoir

3- Adapter le cadrage et les messages utilisés pour être audible en fonction des cibles



Objectif et cible de la campagne

Remettre la solidarité internationale dans le débat public pour **retrouver et rendre visible une opinion majoritaire favorable à notre secteur et à ses enjeux, notamment par le soutien du centre et de la droite.**

Les premières données à utiliser

Le croisement des courbes de soutien et de critique de l'APD dans l'opinion publique en 2024

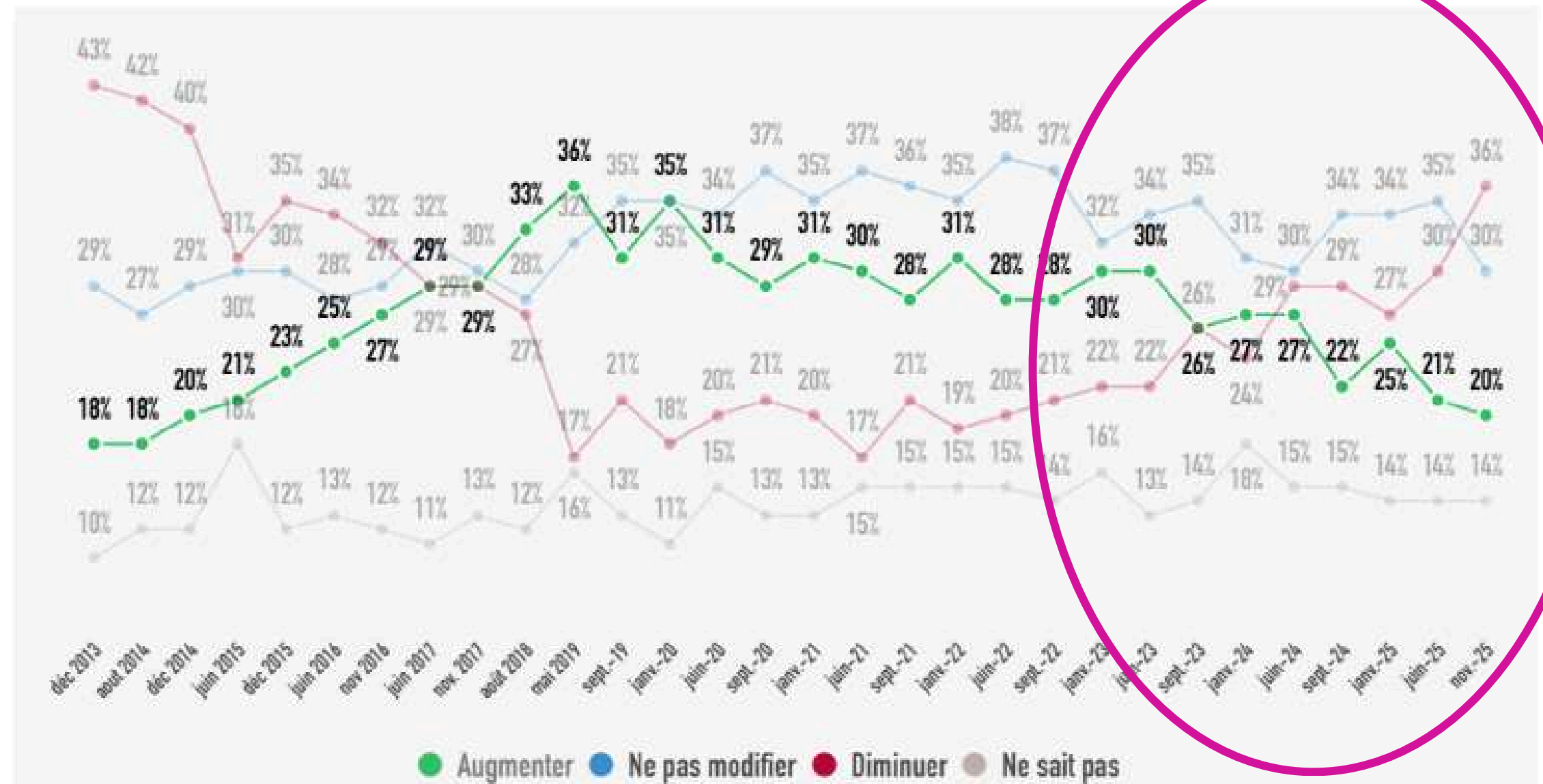
Septembre 2023 : Point de bascule, les courbes se croisent, l'opinion publique en faveur d'une diminution de l'APD atteint le même niveau que celle en faveur de son augmentation.

Juin 2024 : Nouveau croisement des courbes. L'opinion en faveur d'une diminution de l'APD augmente progressivement.

Novembre 2025

- **36%** des sondés pensent qu'il faut diminuer le budget consacrer à l'APD.
- **30%** qu'il ne faut pas le modifier.
- **20%** seulement qu'il faut l'augmenter (retour à déc. 2014)

"Sur les 2 988 milliards d'euros de son produit intérieur brut (PIB) total, le gouvernement français consacre actuellement 0.48 % (soit 14,3 milliards d'euros) à l'aide internationale pour les pays en voie de développement. Pensez-vous que le gouvernement devrait augmenter ou diminuer le budget qu'il consacre à l'aide internationale pour les pays en développement ?"



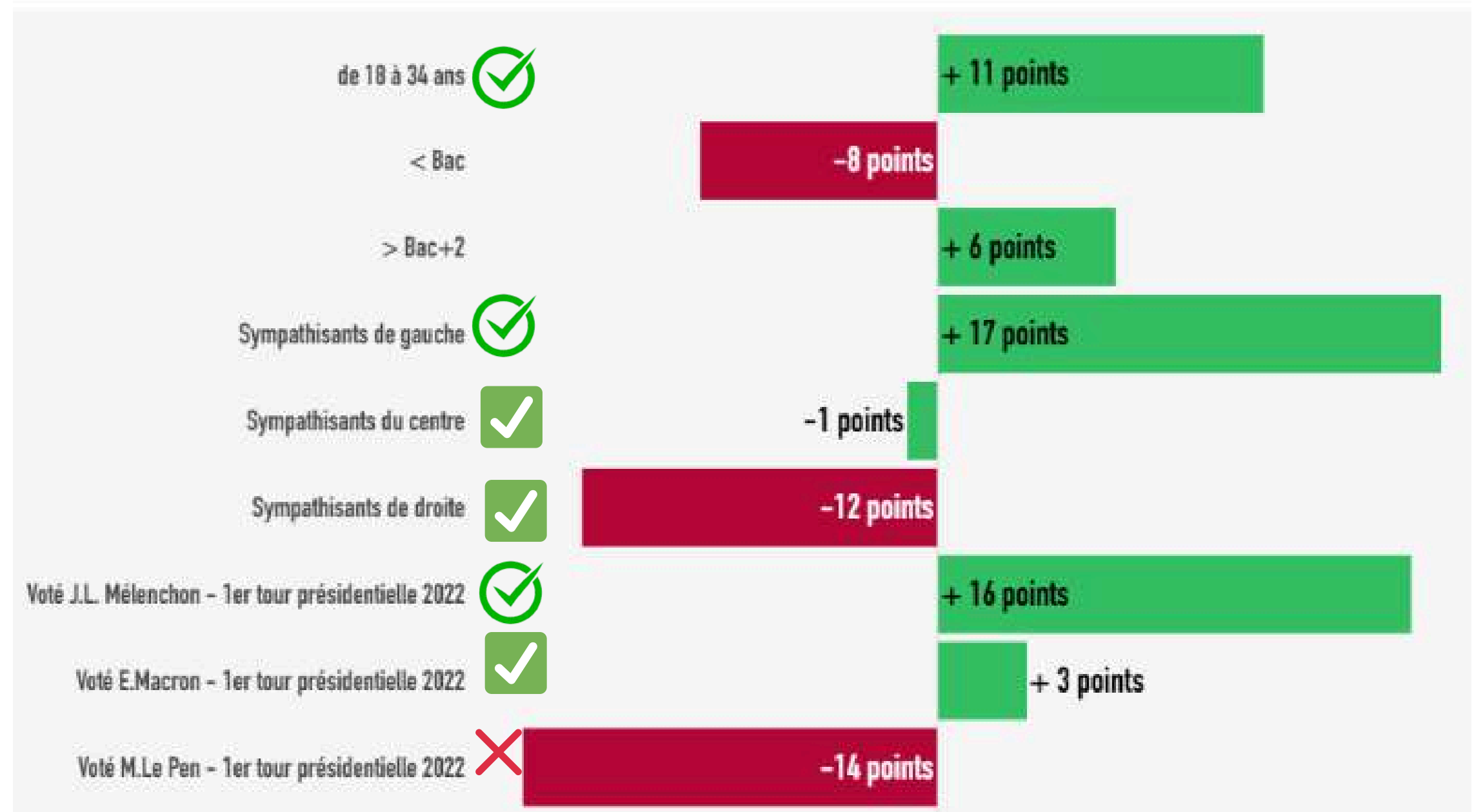
Des tendances politiques à renverser

Visualisation des écarts (en points de pourcentage) parmi les 25 % de Français-es qui déclarent être en faveur d'une augmentation de l'APD

● **Spécificité de la campagne : des cibles indécises voire critiques vis-à-vis de la solidarité internationale**

Enjeux :

- ✓ • Des publics nouveaux à (re)conquérir : **le centre et la droite**
- ✗ • Sans aller vers des publics trop difficiles à convaincre ou éloignés : l'extrême-droite
- ✓ • Sans braquer nos soutiens existants (sympathisants, bénévoles, partenaires...)



Public Cible

Que pense-il de la SI ?

Sept segments politiquement engagés ont été identifiés

| Segment (% de la population) | Traits essentiels | Affiliation politique | Données démographiques |
|--|--|---|--|
| Égalitaristes convaincus 6% | <ul style="list-style-type: none"> Fortement attachés aux droits de l'homme et à la solidarité avec les groupes marginalisés à travers le monde. Ils soutiennent une augmentation du budget de l'aide publique au développement, malgré des préoccupations concernant sa mauvaise gestion. | <ul style="list-style-type: none"> Jean-Luc Mélenchon fut leur choix au premier tour des élections de 2022, suivi de Yannick Jadot. Au second tour entre Emmanuel Macron et Marine Le Pen, ils se sont soit raliés à Emmanuel Macron, soit ont choisi de s'abstenir. | Segment plus jeune et plus éduqué, vivant majoritairement en milieu urbain. Principalement âgés de 25 à 34 ans et résidant en Île-de-France. Revenus plus faibles, profil laïque. |
| Progressistes pragmatiques* 5% | <ul style="list-style-type: none"> Revenus et niveau d'études supérieurs. Favorables aux droits de l'homme et à la justice sociale, mais plus détachés de ces questions. Ce groupe soutient l'aide publique au développement et estime plus souvent que le budget est bien géré, mais ne souhaite pas l'augmenter. | <ul style="list-style-type: none"> Au premier tour de 2022, il s'est réparti entre Emmanuel Macron, Jean-Luc Mélenchon et Yannick Jadot. Les trois quarts ont participé au second tour, et presque tous ont voté pour Emmanuel Macron. | Répartition équilibrée entre les tranches d'âge. Revenus et niveau d'études supérieurs. Résidant principalement en Île-de-France. |
| Modérés constants 5% | <ul style="list-style-type: none"> Passionnés par la coopération internationale, en particulier par l'unité européenne. Moins préoccupés par les enjeux quotidiens comme le coût de la vie. Favorables à l'aide publique au développement, mais préfèrent dans leur majorité maintenir le budget actuel. | <ul style="list-style-type: none"> Soutien unanime à Emmanuel Macron aux premier et second tours de 2022. | Groupe le plus âgé, dont la moitié a plus de 65 ans. Revenus et niveau d'études plus élevés. Répartition géographique équilibrée. |
| Pragmatiques engagés 4% | <ul style="list-style-type: none"> Groupe jeune et plutôt religieux, vivant en périphérie urbaine. Sensibles aux enjeux mondiaux, mais davantage préoccupés par leur quotidien. Favorables à l'aide publique au développement, mais approuvent tout de même des coupes budgétaires dans ce domaine. | <ul style="list-style-type: none"> Emmanuel Macron a obtenu la majorité relative de leurs voix aux premier et second tours, mais certains ont voté pour Marine Le Pen. Ouverts à voter pour des candidats de gauche, du centre ou de droite. | Groupe le plus jeune, avec une forte représentation de parents. Principalement installés en banlieue, sans concentration régionale marquée. |
| Réalistes prudents* 12% | <ul style="list-style-type: none"> Convaincus que la situation du pays s'est détériorée et que la France devrait accorder moins de priorité aux enjeux internationaux, même s'ils reconnaissent leur importance. Estiment que les dépenses d'aide sont trop dispersées et manquent d'efficacité. Opposés à l'aide internationale et favorables à une réduction du budget qui lui est consacré. | <ul style="list-style-type: none"> Marine Le Pen a recueilli la majorité relative de leurs voix au premier tour, avant de l'emporter au second face à Emmanuel Macron. Soutien limité à la coalition gouvernementale en vue des prochaines élections ; leurs trois principales préférences vont au Rassemblement national, aux Républicains et aux Socialistes. | Groupe plus âgé. La moitié a plus de 50 ans. Revenus intermédiaires. Principalement issus des régions Grand Est et PACA. |
| Anti-élites sceptiques* 7% | <ul style="list-style-type: none"> Très préoccupés par le coût de la vie, le chômage et les retraites, ils estiment que la France doit avant tout défendre ses propres intérêts. Généralement opposés à l'aide publique au développement, mais seulement un tiers d'entre eux estiment qu'il faudrait procéder à des coupes budgétaires drastiques. | <ul style="list-style-type: none"> Deux tiers ont voté pour Marine Le Pen au premier tour en 2022, Jean-Luc Mélenchon arrivant en deuxième position ; la plupart ont ensuite voté Marine Le Pen au second tour. Ouverts à voter pour des candidats de gauche ou de droite, mais rejettent le centre. | Niveau d'études et de revenu parmi les plus faibles. Groupe plus jeune, majoritairement rural. Davantage présent en Bourgogne-Franche-Comté, dans les Hauts-de-France et le Centre-Val de Loire. |
| Traditionalistes défensifs , 6% | <ul style="list-style-type: none"> Extrêmement préoccupés par la criminalité et la sécurité, ils rejettent totalement l'importance des enjeux climatiques et de la lutte contre la pauvreté mondiale. Estiment que l'aide crée une situation de dépendance. Ils s'opposent donc fermement à l'aide publique au développement et souhaitent de fortes réductions budgétaires. | <ul style="list-style-type: none"> La plupart ont voté pour Marine Le Pen au premier tour de 2022, et Eric Zemmour a recueilli un peu plus d'un cinquième des voix. Soutien quasi unanime à Marine Le Pen au second tour. | Niveau d'études et de revenu faibles ; population majoritairement rurale. Forte prédominance des hommes âgés ainsi que des régions PACA et Occitanie. |

Public allié non-ciblé



Cœur de la cible selon la typologie de Focus 2030

Public hostile non-ciblé

Soutien le plus fort à l'aide

Soutien le plus faible à l'aide

* - Identifiés comme cibles prioritaires pour la recherche qualitative.



Adapter les messages, le ton et les canaux

Mettre en avant des messages et argumentaires qui cadrent avec ces cibles et étayés par des études.

Comment leur parler ?

| <i>Les arguments qui <u>parlent</u> à nos cibles</i> | <i>Les arguments qui <u>ne parlent pas</u></i> |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Impact et résultat concret pour les bénéficiaires • Santé, épidémie, science • Survie des enfants • Nutrition et lutte contre la faim • Catastrophe naturelle | <ul style="list-style-type: none"> • Influence politique de la France • Utilité économique • Réduction des migrations • “Retour sur investissement” et conditionnalité |

Citations de ‘réalistes prudents’ :

Source : étude qualitative de Focus 2030

“ Rien ne prouve que l’aide profite aux entreprises française peut-être aux grands groupes pétrochimiques, mais sûrement aux petites et moyennes entreprises. Réaliste prudent

“ L’idée d’utiliser l’aide pour faire progresser la recherche scientifique et médicale est parfaite sur le papier... La seule question que je me pose c’est : **est-ce que les populations en profiteront réellement ?** Réaliste prudent

“ L’aide qui vise à lutter contre les maladies infectieuses est **essentielle et indispensable**. Réaliste prudent

“ Dire que l’aide est utilisée pour réduire les pressions migratoires aux pays en guerre, c’est **faux et trompeur**. Réaliste prudent

Idée force

**Fierté française
et solidarité internationale
vont de pair.**

Notre point de départ est simple, mais structurant :
la fierté française n'existe pas sans solidarité.

Une solidarité à l'intérieur du corps social français
certes, mais aussi une solidarité de la France avec le
monde.

**Une idée qui a traversé l'histoire
intellectuelle de la France.**

Pourquoi choisir la fierté française

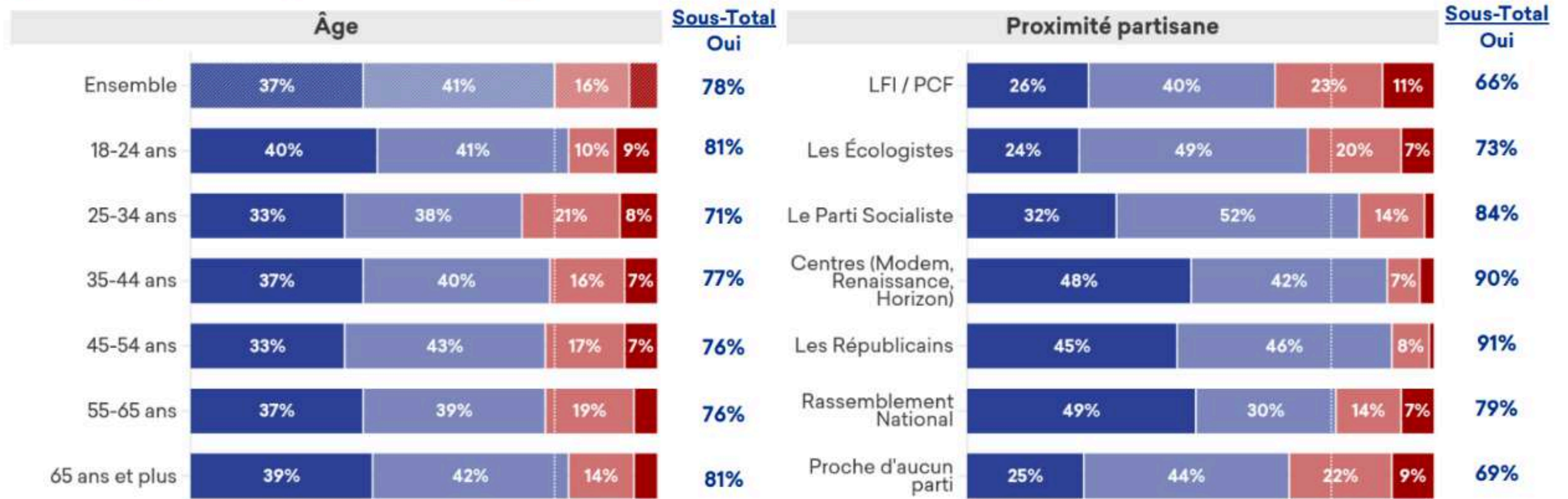
Un angle fédérateur et adapté à notre cible

La fierté nationale est ressentie par une large majorité des français·es (80%), c'est un prisme transgénérationnel, transpartisan.

L'étude de Destin commun (janvier 26): des données confirmant le choix de nos pistes

Dans quelle mesure vous sentez-vous fier(ère) d'être français(e) ?

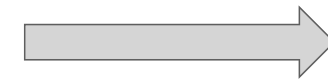
● Oui, très ● Oui, plutôt ● Non, pas vraiment ● Non, pas du tout



Pourquoi choisir un retour vers l'histoire ?

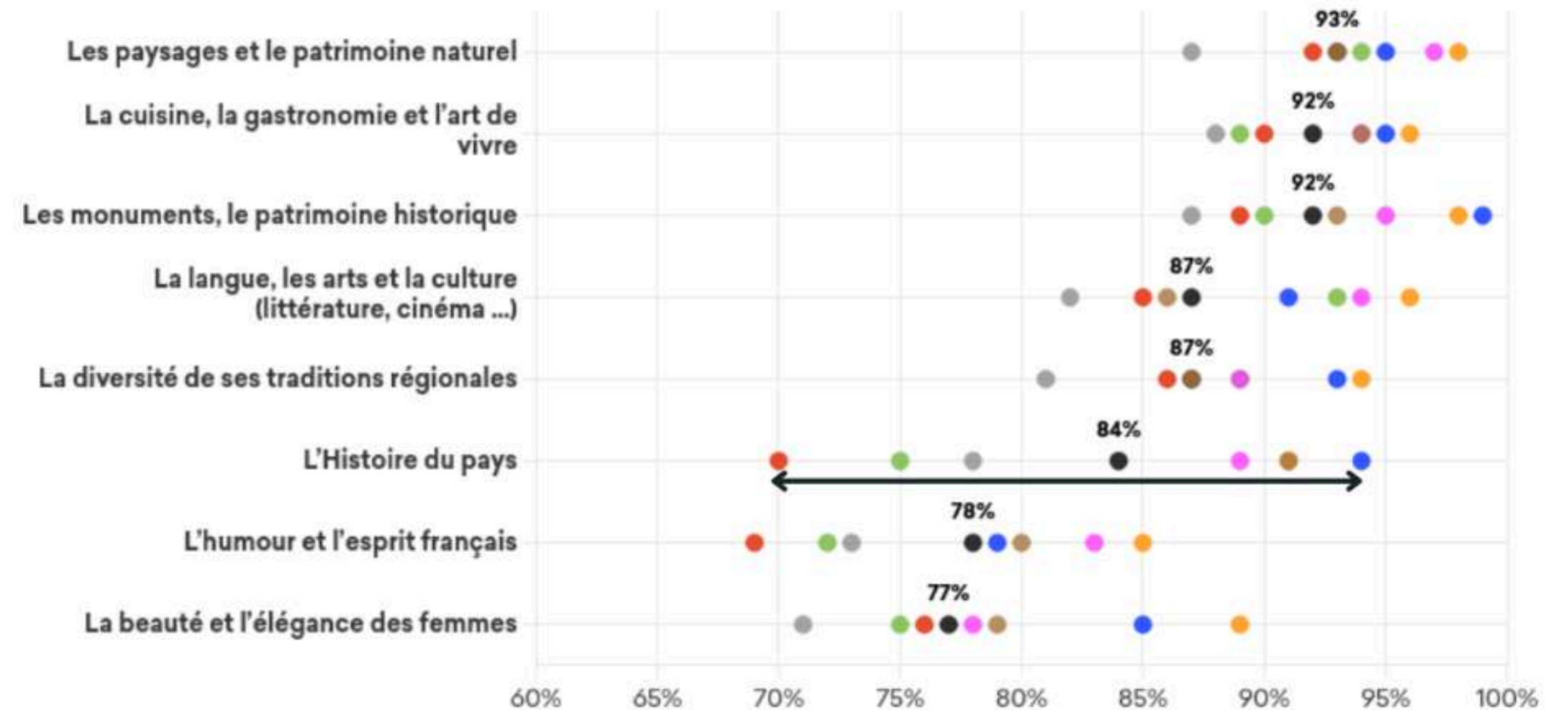
Face à leur pessimisme au plus haut sur l'avenir du pays, les français-es valorisent les liens sociaux, l'engagement collectif et la solidarité.

L'Histoire de France et le patrimoine historique sont perçus comme des socles identitaires partagés très forts, notamment pour nos cibles.



Dans quelle mesure les domaines suivants vous rendent-ils fier(ère) d'être Français(e) ?
% de très fier(ère) et assez fier(ère)

Proximité partisane ● Ensemble ● La France Insoumise / PCF ● Les Écologistes ● Le Parti socialiste ● Centres ● Les Républicains ● Le Rassemblement National ● Proche d'aucun parti



Pourquoi choisir un symbole républicain ?

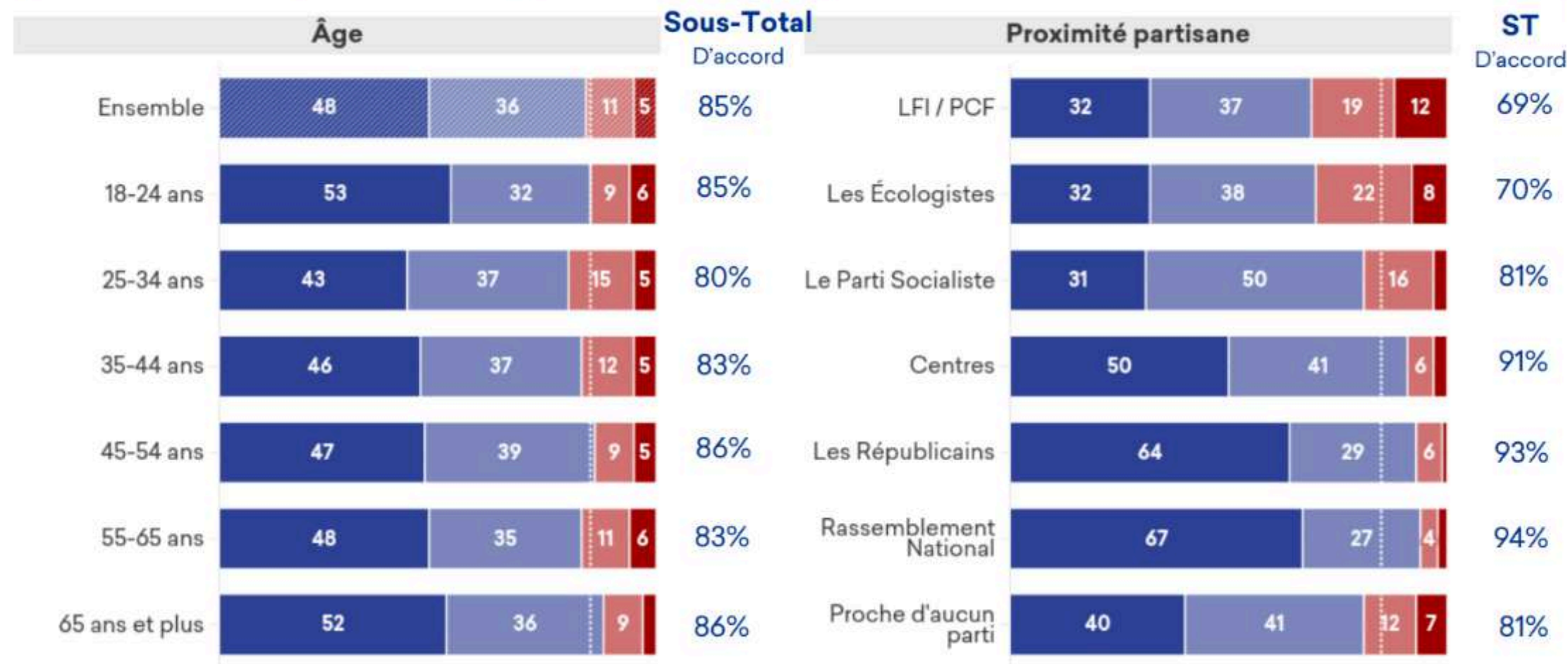


Le drapeau français : un symbole républicain partagé par l'ensemble des français-es

Attachement aux couleurs tricolores et au drapeau est transgénérationnel et transpartisan, encore marqué au centre et à droite.

Le drapeau est un symbole d'unité, il devrait être davantage valorisé dans notre pays, au-delà des temps forts sportifs.

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord



Quels thèmes privilégier dans notre campagne ?

Rappel des thématiques ressorties par Focus 2030 :

Santé, épidémie, science Nutrition et lutte contre la faim
 Survie des enfants Catastrophe naturelle



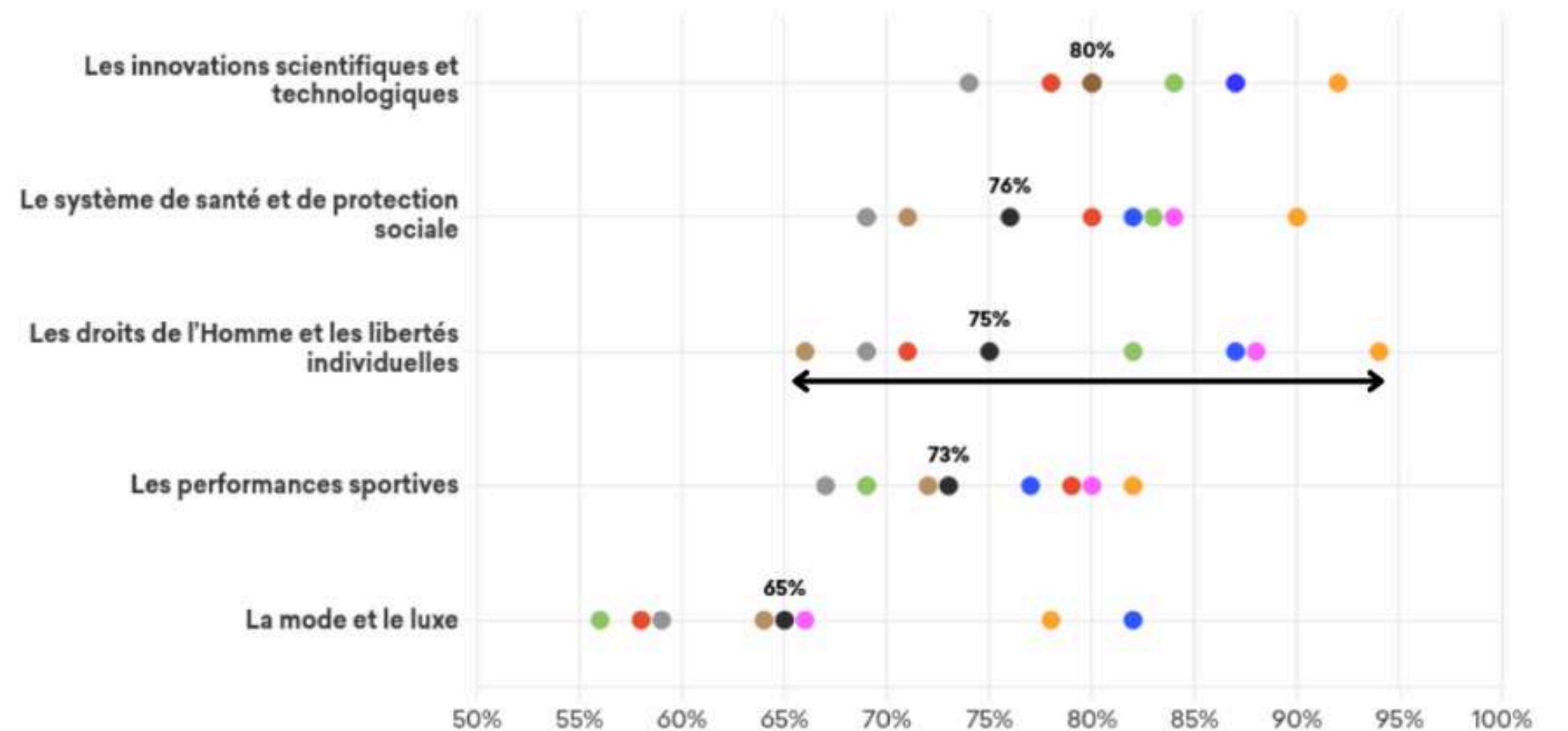
Des enjeux à mettre en avant selon nos recherches

- Étude de Focus 2030 : sur les personnes indécises ou critiques vis-à-vis de l'APD
- Étude de Destin Commun ci-dessous, notamment

Dans quelle mesure les domaines suivants vous rendent-ils fier(ère) d'être Français(e) ?

% de très fier(ère) et assez fier(ère)

Proximité partisane ● Ensemble ● La France Insoumise / PCF ● Les Écologistes ● Le Parti Socialiste ● Centres
 ● Les Républicains ● Le Rassemblement National ● Proche d'aucun parti





Merci !

Si vous souhaitez approfondir l'analyse, vous pouvez consulter les études mentionnées ci-dessous :

- [Recensement des sondages d'opinion autour de la solidarité internationale en France - Focus 2030](#)
- [Notre grande enquête révèle la solidité de la fierté partagée par les Français, et relativise l'idée d'un pays fragmenté - Destin Commun](#)

Data-based narratives

- ANTOINETTE VAN HAUTE WORKS AT CNCD-11.11.11, THE BELGIAN COALITION OF NGOS FOCUSED ON INTERNATIONAL SOLIDARITY AND DEVELOPMENT. SHE IS THE MAIN AUTHOR AND COORDINATOR OF CNCD REPORTS ON BELGIAN DEVELOPMENT COOPERATION AND CONTRIBUTOR TO EUROPEAN NGO ADVOCACY INITIATIVES INCLUDING CONCORD AIDWATCH.



ANTOINETTE VAN HAUTE
CNCD-11.11.11



OUR ODA CAMPAIGN

CNCD

11.11.11

PART I: The international context

Understanding the rise of right-wing and far-right populism

CNCD

11.11.11

Characteristics of the far right

VIOLENCE

KEY ELEMENTS OF THE FAR-RIGHT

Nationalism

Emphasis on ethnic or cultural identity, rejection of multiculturalism

Xenophobia and Racism

Hostility toward immigrants and minority groups

Anti-egalitarianism

Opposition to social and gender equality, traditionalist values

Populism

Us-versus-them rhetoric, opposition to elites and establishment

Anti-intellectualism and Anti-science

Disdain for experts, skepticism of scientific consensus

Reactionary Cultural Policies

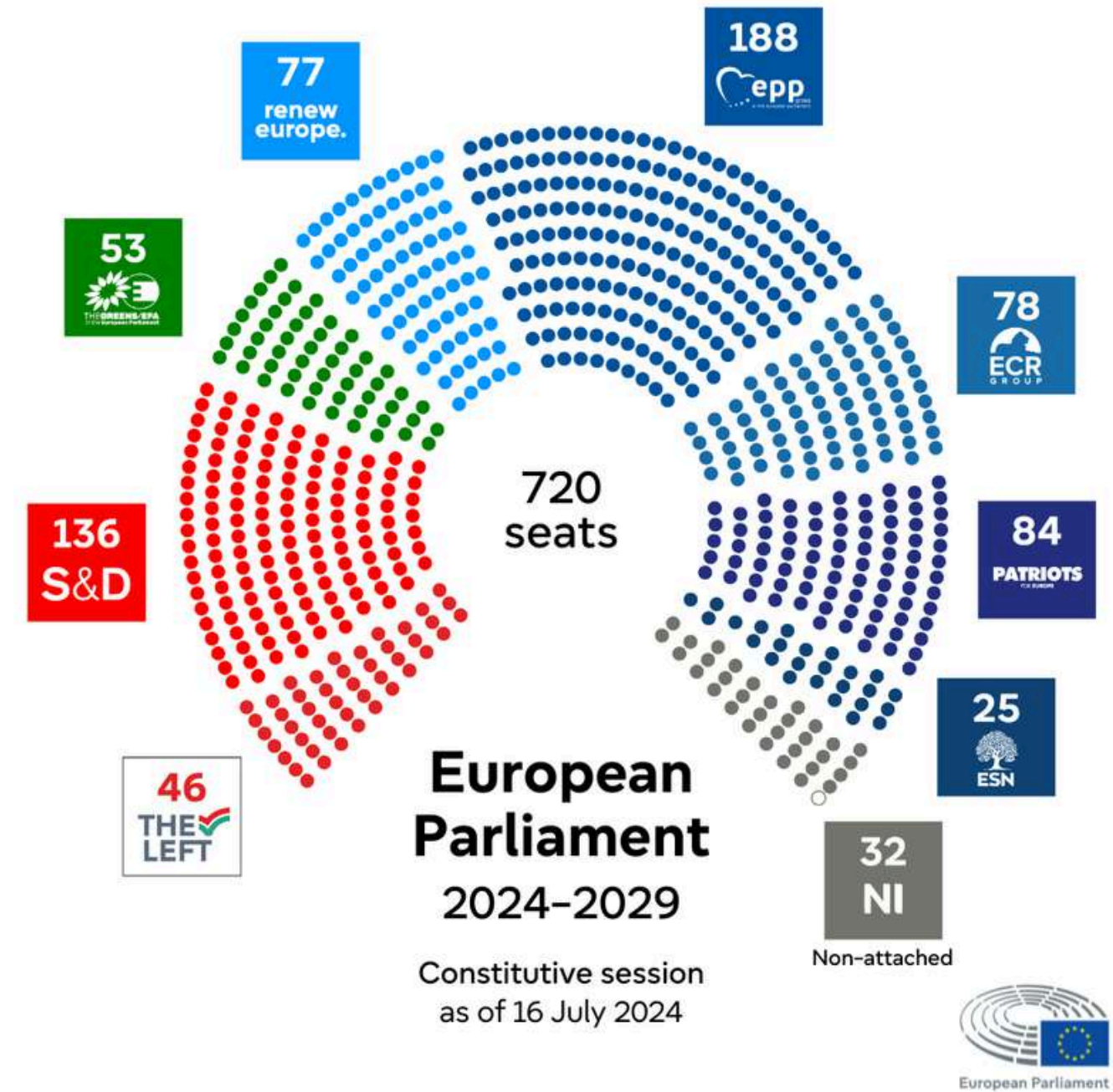
Desire to restore traditional social norms and values

Strategies of Normalization

Strategies of Normalization

VIOLENCE

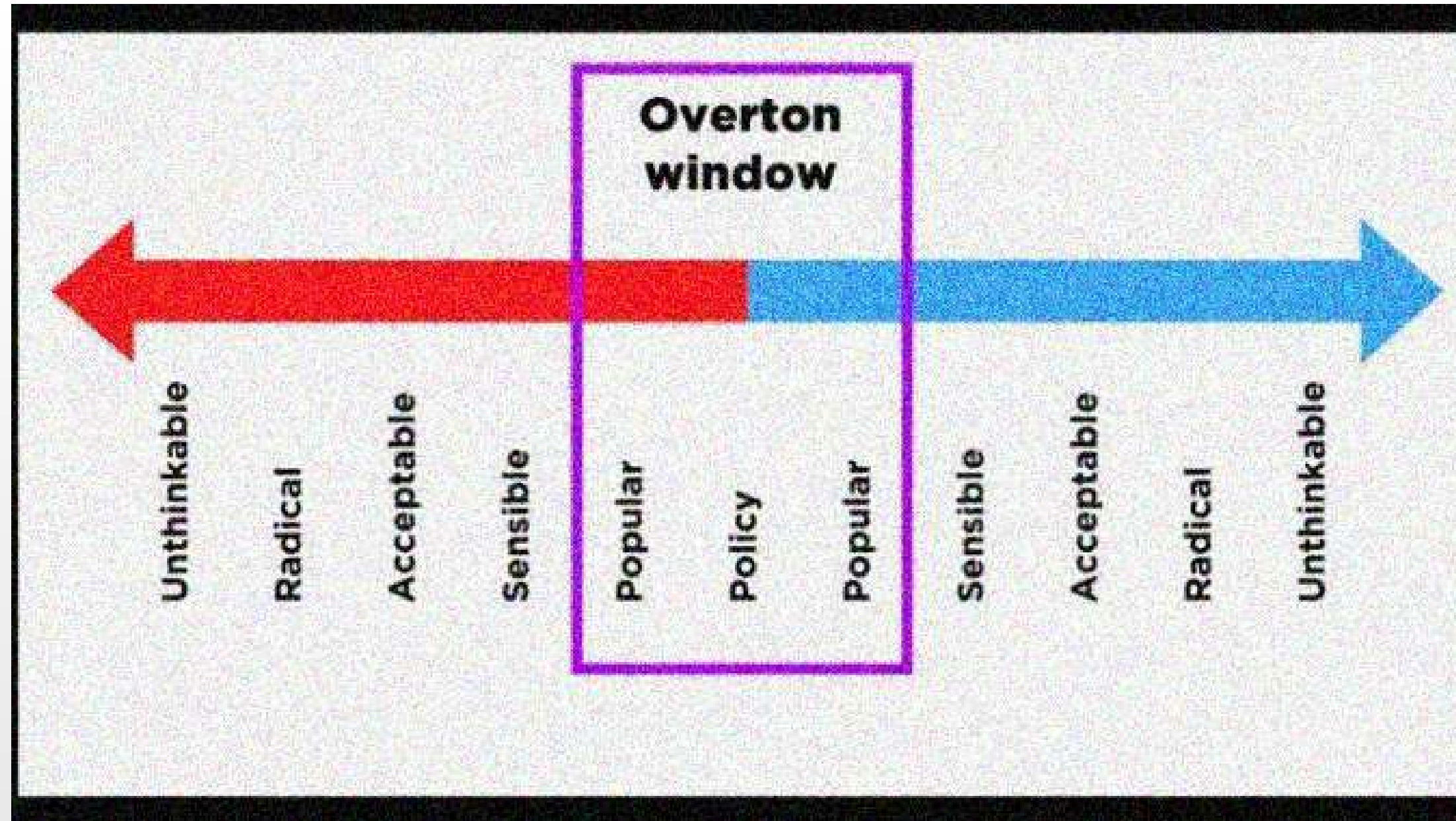
THE EUROPEAN PARLIAMENT, 2024–2029



Blurred lines

- **Within parties:** historically, democratic parties have been hijacked (the Republicans in the United States) or infiltrated (the NVA and MR in Belgium) by individuals from the far right.
- **Between parties within the same group:** the ECR group, in particular, brings together openly far-right parties and others from the conservative right.
- **Between parties:** there has been an increase in right-wing/far-right coalitions
- **At the level of ideas:** far-right concepts are being taken up by democratic parties (wokism, immigrationism, the great replacement, political correctness, etc.).
- **In terms of policies:** the far-right agenda is being implemented throughout Europe.

The "slippery slope" or Overton window



Characteristics of the current situation

- Attacks **on science and law**, the inalienable foundations of democratic debate: fake news, attacks on universities, international humanitarian law (political correctness)
- Attacks on all forms of **counterpowers**: the judiciary, independent media, culture, trade unions, civil society (smug liberal elites)
- Attacks on **diversity and equality** as essential values of living together: anti-LGBTQIA+ attacks, racist freedom of expression, prohibition of affirmative action (wokism)
- Attacks on all mechanisms of **solidarity**: social protection, tax justice, public services, **official development assistance**, asylum

ODA CUTS HAVe become a symbol

- USAID : a voluntary spectacle
- In Belgium : « ODA is useless, let's just eliminate it once and for all »
- In a context of fear and budgetary constraints, it has become OK to think about ourselves first

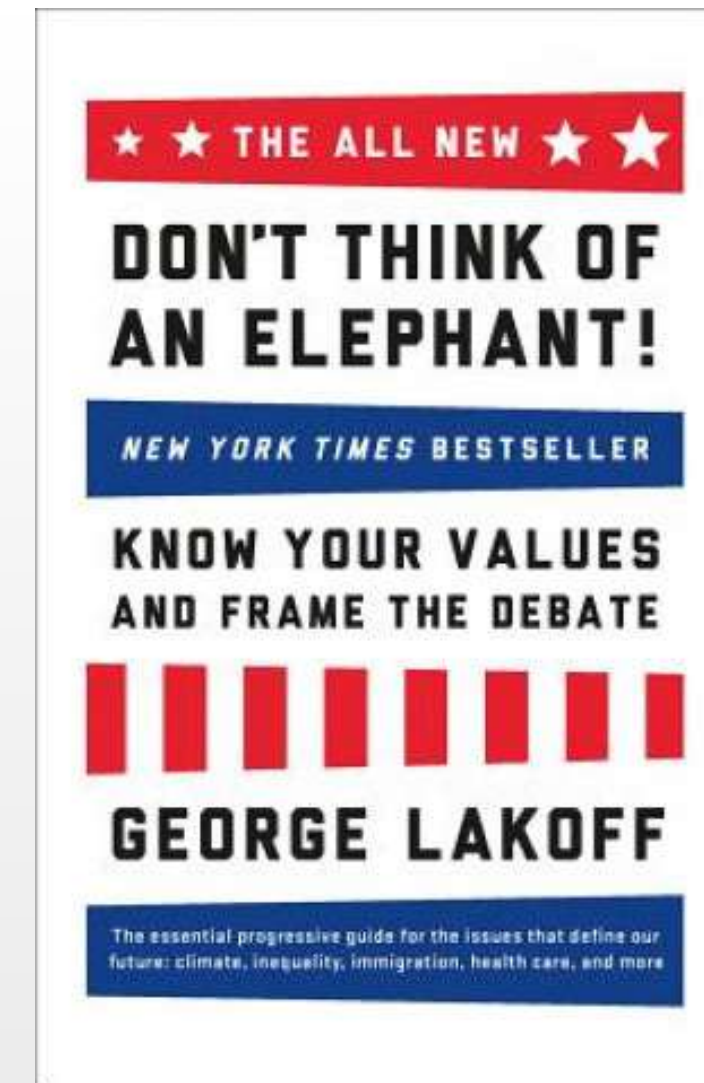
How to fight back in the public opinion ?

Part 2: Understanding our brain

Some lessons from cognitive linguistics

Theories of framing: GEORGE LAKOFF

- George Lakoff: Cognitive linguist who studies how language shapes thought and politics
- Framing: **Mental structures that influence how we interpret facts** — words activate values
- **Key message — to win public debates, don't repeat your opponent's frame, use your own**



Facts matter, but they are not enough

Neuroscience research shows that **reason**:

- **Uses emotions** and is incapable of functioning properly without them
- **Relies on** the logic of "frames", **metaphors and narratives**

Frames (cognitive frameworks)

- Our brain works metaphorically: for every piece of information it has to process, it will try to link it to a known *frame* of reference, which it will draw from the many experiences we have had.
- **All our thoughts use *frames*, and each word is therefore "defined" not for/by itself, but by the frames it activates neuronally.**
- Most words are linked to frames; they are either positively connoted (love, warmth, etc.), negatively connoted (hatred, danger, etc.), or complexly connoted depending on our experiences (e.g., security, which implies both the absence of danger and repression).

What is your instinctive reaction when your baby cries?



The two super frames

Authoritarian PARENT

- Gendered division of roles
- Children must be disciplined in order to learn morality
- Moral beings are disciplined and successfully pursue their interests
- Wealth belongs to moral individuals
- Moral people should govern

Nurturing parent

- Equal responsibility between parents
- Children must be supported in order to become responsible
- Nurturing requires empathy and responsibility
- The community must protect people
- You have to be fulfilled to take care of others
- The best decisions are made collectively

Three categories of individuals (USA)

35-40%

fit the model of a strict,
dominant father

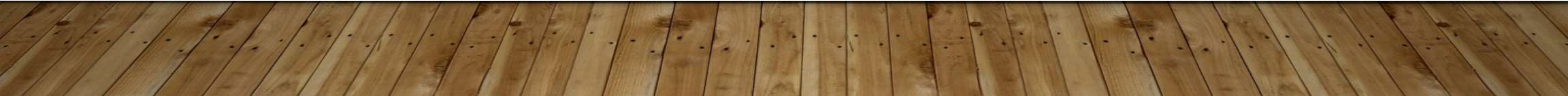
20-30%

navigate between models
depending on the context
and frames used

35-40%

correspond to a dominant
nurturing family model

Part 3: SOME lessons FROM LAKOFF



Conclusion

CNCD

11.11.11

1. The cultural battle is about the framework
2. Imposing vocabulary to impose the framework
3. Facts are not enough
4. Activate progressive values
5. Take conservative discourse seriously
6. Think strategically, provide a horizon
7. Provoke the "slippery slope" or Overton window
8. Values and identities before real interests
9. Cooperate beyond differences
10. Adapt the form, not the substance
11. Play offense

Lesson 1 : **USE YouR vocabulary** to activate your frame

- ✓ Facts do not speak for themselves
 - ✓ The framework activates a moral narrative, often unconscious
 - ✓ To be persuasive, you have to rename the world
- 👉 **Do not fight with your opponent's words** and images; create your own frameworks

The Battle of Words

Authoritarian Father

- Taxes
- Social spending
- Illegal immigrants
- Free trade
- Security policies
- Expenditure
- Welfare recipients
- Great replacement

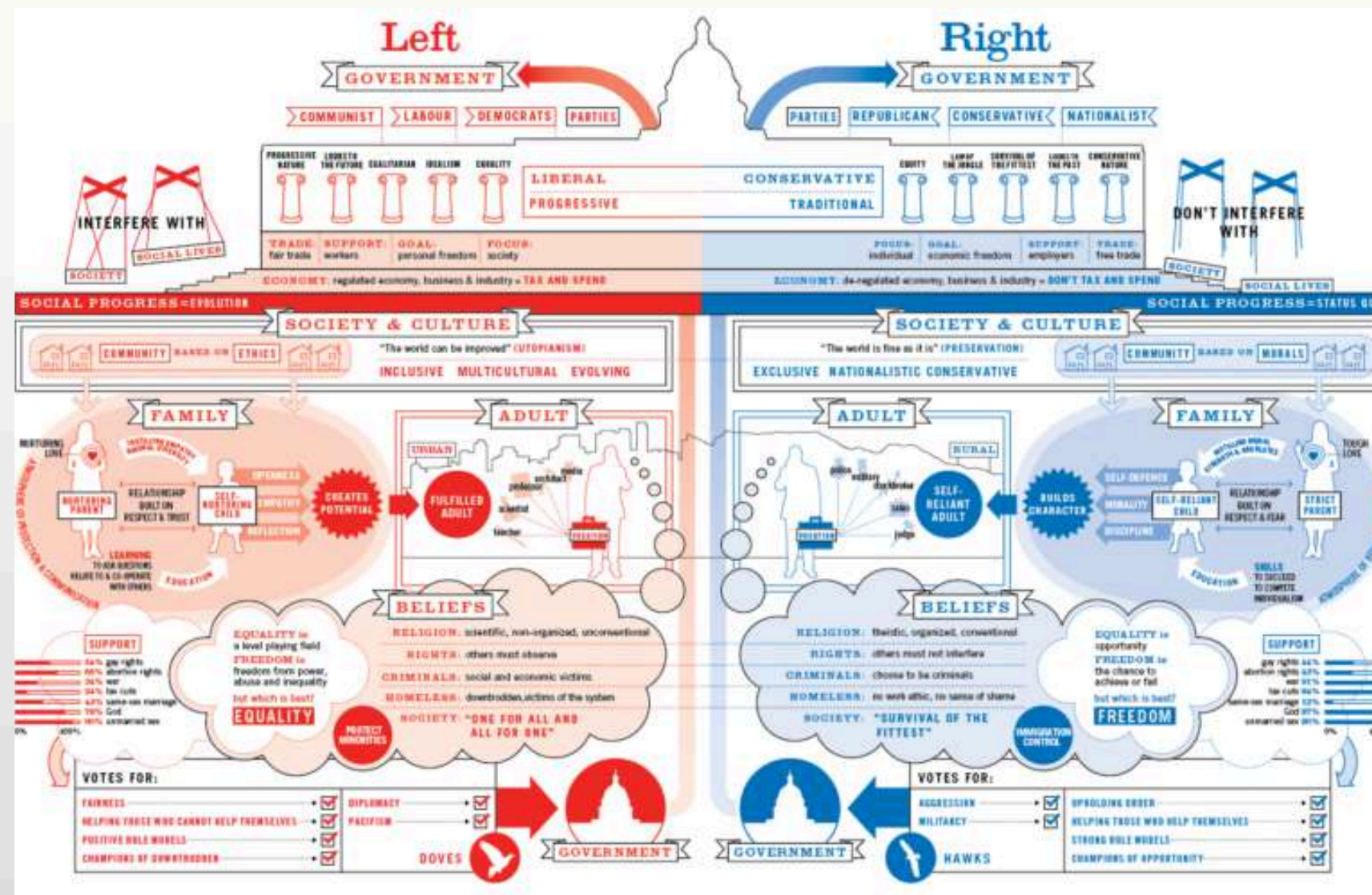
NURTURING parent

- Contributions
- Social security
- People seeking protection
- Deregulated trade
- Repressive policies
- Investments
- Vulnerable persons
- Diversity

Lesson 2: Facts are not enough

- The frameworks and concepts that structure our thinking over time become reflexes: they activate synapses much faster than complex ideas (facts, statistics, structured arguments, etc.).
- **If we are presented with facts that do not fit with our preconceptions, our natural tendency is to forget or dismiss them.**
- So facts remain important, but they must fit with stories that make sense, bringing us back to our primitive frameworks of thought (the 'superframes').

Activate progressive values,
 CONNECTING UNIVERSAL VALUES
 (solidarity, equality, justice, CARE, EMPATHY,



CREATIVE CREDIT
 David McCandless & Stefanie Posavec // v1.0 // Oct 09
 InformationIsBeautiful.net / ItsBeenReal.co.uk

INEVITABLE CAPITALIST AGENDA
 from the new infographic book of visual exploration
 The Visual Miscellaneum

Lesson 4: Values and identities before real interests

- Influence of collective values: Voters tend to vote in accordance with the values of their social or community group, which reinforces their sense of identity and belonging.
- Primacy of identity over economic interest: Contrary to conventional expectations, numerous studies show that **cultural or social identity is often more decisive than economic considerations when voting** ☒ **Voters vote for who they identify with** – who they share values with
- Analyses show that identity issues, such as religion or nationality, can carry significant weight and sometimes outweigh economic issues.

Lesson 5: CooperatE beyond differences

- Socio-economic struggles
- Identities/combating discrimination
- Environmentalism/nature conservation
- Freedoms & anti-authoritarianism
- ...

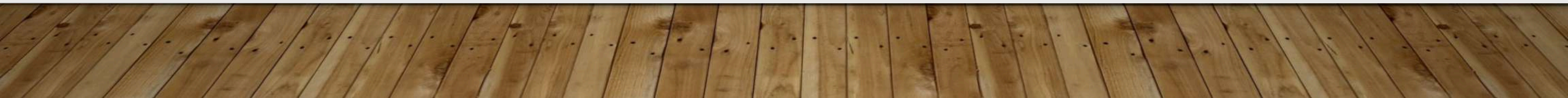


Lesson 6: play offense

- Defence loses ground:
 - Simply responding to attacks or justifying one's positions leaves the initiative to the opponent.
 - This often strengthens *their* frames and weakens ours.
- Proactive attack creates the dominant framework:
 - **By actively proposing our vision, we impose a positive and mobilising framework.**
 - This allows us to structure the debate to our advantage.
- Conclusion: don't just counter a narrative, **propose a powerful alternative narrative.**

Part 3: OUR NEW NARRATIVE

To the public opinion



Our frame

- **A positive story** : International cooperation has brought so much progress to humanity (life expectancy, child mortality, diseases eradicated, children in school, ...) ☒ gives HOPE
- Promoting « **little** » **grassroots projects** that put girls into school or enable farmers to transition towards agroecology **contribute to this larger scale progress**
- It is **proven** that ODA has **positively contributed to poverty reduction and economic development** and enabled many countries of graduating out of poverty (South Korea, Botswana, Maurice, Tunisia, ...) (31 LICs graduated in 20 years)
- Tell stories of people : « **warm** » **concrete stories that humanise people who have been dehumanised**
- **The majority of people are still very much in favour of global solidarity**

MAKE PEOPLE DREAM !

- « **With only 2% of defense spending worldwide**, we could eradicate hunger on the planet »
- « **With only one quarter of defense spending worldwide**, we could eradicate AIDS, Polio, put all of the girls into school, eradicate extreme poverty AND eradicate hunger !
- **Where do you find the money ?** Belgium spends 13 x more on fossil fuel subsidies, then on ODA. // Tax the super-rich, FTT, Zucman's tax, Tax on fossil fuel profits, etc.
- Remind people **ODA is only 0,4% of GNI**

WHY is Oda more relevant than ever ?

- People are **scared**. We live in an unstable world, with just a handful of men dictating the world order. Self-serving attitudes help no one, and we are all worse off.
- **Defense** spending, in the best case scenario, **only brings deterrence**. Not real, long term peace.
- >< **International cooperation brings long term peace and stability**. When you fund health and education worldwide, you invest in shared prosperity worldwide. You stabilise the world. You give opportunities to all.
- **Another angle : the world is interconnected**. Floods in our home in Belgium are the result of ignoring climate change. We were confined in our homes for 2 years because of a virus that came from the other end of the planet. Our gas bills exploded because of the Russian invasion of Ukraine, and the war in Iran. **International Cooperation is an investment in shared prosperity & stability worldwide.**

TRAP : DON't use the other frame

- « ODA has enabled our own companies to increase their exports »
- « ODA contributes to curbing migration »
- Transactional approach

All of these activate short-term interests and self-serving values (selfishness). We can always use them as **counter-arguments**, but we never start with this...

Our frame

In early 2025, the Belgian government announced a **25% cut in international cooperation**, even though Belgium already spends **less than 0.5% of its gross national income** on ODA. A minimal amount for a huge impact: in 30 years, ODA has **halved extreme poverty**, eradicated diseases, saved millions of lives, and enabled generations of children to go to school.

According to a recent study, budget cuts in ODA could lead to 22.6 million deaths by 2030, including 5.4 million children. **Choosing this path means we are choosing to let innocent children die.**

International cooperation is not just a matter of solidarity : it protects **peace and stability worldwide**. It protects everyone's health by preventing pandemics, it stabilizes our climate by supporting renewable energies, and it prevents conflicts that are much more costly in the long run. **Preventing a pandemic costs 500 times less than having to deal with it.**

Yet Belgium plans to massively increase its defense budget (up to €15 billion), while slashing its cooperation budget and continuing to subsidize fossil fuels to the tune of €13 billion per year. **These are political choices, they are not inevitable.**

Belgian citizens are clear: they want more international solidarity, not less. **International cooperation embodies a choice for our society : we want a world based on cooperation, justice, and peace, rather than on the law of the strongest.**

Our frame

Repeat

Repeat

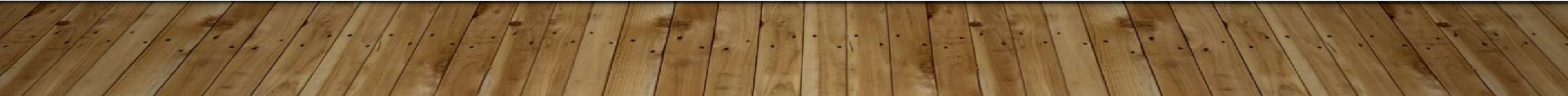
Repeat

Repeat

And work with others to repeat □ Alliances with trade unions, universities, CEOs, mutual insurance companies, farmers, activists, ...

Our underlying dream = create a large social movement that is anti-fascist, for democracy, peace, and solidarity within and outside our borders

Part 4: ODA CAmpaigns



DON't : 7 FAKE IDEAS

11

“ LA COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT MAINTIEN LES PAYS BÉNÉFICIAIRES DANS LA PAUVRETÉ ”

FAKE →

L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT :
AU-DELÀ DES IDÉES REÇUES

11

“ IL VAUT MIEUX INVESTIR CHEZ NOUS PLUTÔT QU'À L'ÉTRANGER ! ”

FAKE →

L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT :
AU-DELÀ DES IDÉES REÇUES

11

“ LA COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT NE SERT À RIEN ! ”

FAKE →

L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT :
AU-DELÀ DES IDÉES REÇUES

11

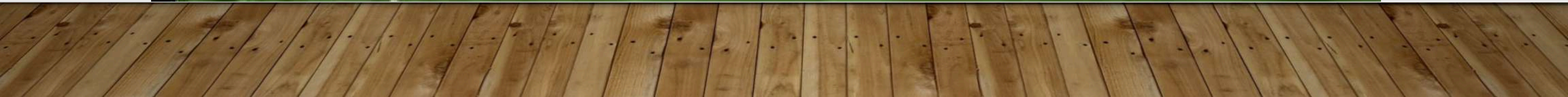
“ LA BELGIQUE DONNE DÉJÀ BEAUCOUP TROP AUX PAYS PAUVRES ”

FAKE →

L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT :
AU-DELÀ DES IDÉES REÇUES



**INVESTISSONS DANS
LA COOPÉRATION
INTERNATIONALE**



DO :

- Advocacy officers became Communications officers
- Talk to the « indecisive middle » / the most people possible with a POSITIVE message
- Have AMBITIOUS asks – « you get the finger when you ask for the arm »
- Work with other unusual suspects + own members
- Demonstrations with trade unions, mutual insurance companies, ...
- Use ANY opportunity !
- Ask others to relay your own messages in their comms work
- Best impact : radio interviews and op eds that you can afterwards relay on social media

« LA SOLIDARITÉ CONSTRUIT LA PAIX »

DEMAIN, LE SECTEUR DE LA
COOPÉRATION INTERNATIONALE
SERA DANS LA RUE.



Parce qu'un pays qui veut la paix doit
investir dans ce qui la rend possible :
l'éducation, la santé, le climat, la solidarité.



DO :

11

CNCD

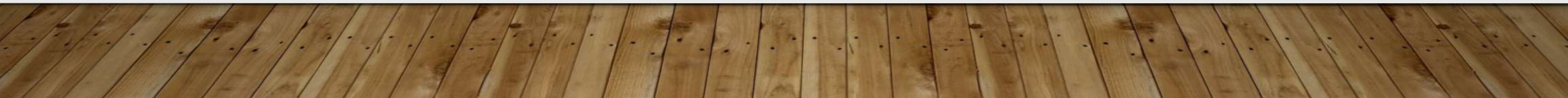
11.11.11

**L'EUROPE COUPE.
L'ARIZONA COUPE.
DES VIES BASCULENT.**

**LE RAPPORT AIDWATCH 2025
MONTRE COMMENT LES COUPES
BUDGÉTAIRES FRAGILISENT LA
SOLIDARITÉ INTERNATIONALE.**

**ET AVEC ELLE, NOTRE AVENIR
COMMUN.**





“La coopération internationale est essentielle pour construire un monde plus équitable et solidaire, pour apporter des réponses collectives aux défis globaux et pour former notre jeunesse. Dans le monde interdépendant et interconnecté d’aujourd’hui, en réduire le financement est une aberration et s’avèrera contre-productif.”

Annemie Schaus
Rectrice de l’ULB

ENT APPEL URGENT APPEL URGENT APPEL URGENT APPEL URGENT

“Besix étant un acteur important dans la construction en Belgique et à l’international, je ne peux que confirmer l’importance grandissante d’un continent comme l’Afrique pour des sociétés belges dans de nombreux domaines.”

Philippe Dessoy,
Directeur général
de Besix



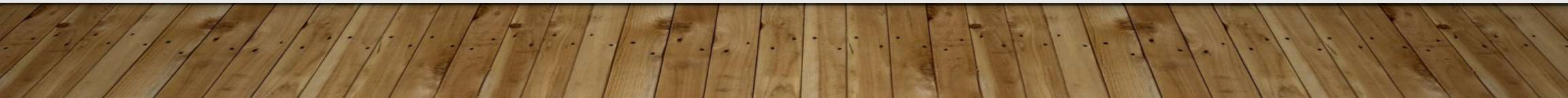
Thierry Noesen
Fondateur et
administrateur
de Belvas

“L’aide de la coopération belge nous a permis de mettre sur pied un projet par lequel nous construisons une usine de transformation de cacao en Côte d’Ivoire. Création d’emplois et de compétences dans le Sud, conversion de 920 planteurs de cacao vers l’agriculture bio, et réduction de moitié de l’impact CO2 lié au transport de cacao.”



Etienne de Callataÿ,
Cofondateur d’Orcadia
Asset Management

“Réduire l’aide aux pays du Sud irait à l’encontre de l’éthique, de notre responsabilité et, incidemment, de nos intérêts de long terme.”



DO :

CNCD

11.11.11



ACCUEIL • OPINIONS • CARTES BLANCHES

La solidarité n'est pas un luxe : l'attaque mondiale contre la coopération internationale est une erreur morale et stratégique

Le gouvernement fédéral négocie actuellement son budget. Alors que la Coopération belge a déjà été amputée d'un quart de son budget, certains partis de l'Arizona voudraient aller encore plus loin. Or ceux qui économisent aujourd'hui sur la solidarité mettent en péril l'avenir de notre santé, notre sécurité et notre crédibilité.



CNCD

11.11.11



17/09 : Sortie du Rapport 2025 sur la Coopération belge au développement (dont le contenu a été expressément rédigé pour lutter contre les coupes)

Relayé sur les réseaux sociaux

Envoyé à tous les responsables politiques pertinents – dont les négociateurs budgétaires, en format papier et électronique

Présenté en midi-info

Présenté à des parlementaires

Relayé dans la presse via un communiqué de presse

30/09 : Une carte blanche parue dans l'Echo, sur le rôle de la Coopération au développement

Relayée sur les réseaux sociaux

14/10 : Autour de la manifestation nationale du 14 octobre :

Appel aux membres du CNCD-11.11.11 pour y participer le jour J

Article sur le site web du CNCD-11.11.11 pour expliquer les raisons de notre participation

Photos et visuels relayés sur les réseaux sociaux

Insta : https://www.instagram.com/p/DPy7Kz5DN7c/?img_index=1

Facebook : <https://www.facebook.com/111111CNCD/posts/1235394808624696>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7383889533253349377>

Bluesky : <https://bsky.app/profile/cncd.be/post/3m35zc677c22s>

13/10 : Carrousel sur les réseaux sociaux expliquant les liens entre Paix et Coopération

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7383538146443169792/>

Facebook : <https://www.facebook.com/111111CNCD/posts/pfbid0EggmMmxWEG7hXknLgs81dW2yqGgTxsRN3QD3knkwF75L5TkjlpXfmLdWZMF8oxLj>

Insta : https://www.instagram.com/p/DPwCPV4DMVg/?utm_source=ig_web_copy_link

14/10 : Interview d'Arnaud Zacharie du 14/10 sur La Première (disponible sur audio) : <https://audio.rtbf.be/media/les-sequences-de-matin-premiere-l-invite-dans-l-actu-3391857>

Relayée sur les réseaux sociaux :

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7384526944010186752>

Bluesky : <https://bsky.app/profile/cncd.be/post/3m3c1kcxps2s>

Facebook : <https://www.facebook.com/reel/1344938377413404>

Instagram : <https://www.instagram.com/p/DP3bUuXjRmq/>

TikTok : <https://www.tiktok.com/@cncd-11.11.11/video/7561757191473073430>

15/10 : Une carte blanche publiée dans Le Soir, signée par plusieurs organisations actives **dans la santé mondiale** : <https://www.lesoir.be/704958/article/2025-10-15/la-solidarite-nest-pas-un-luxe-lattaque-mondiale-contre-la-cooperation>

Relayée également sur les réseaux sociaux avec des visuels expressément créés pour résumer les messages clés:

Insta : https://www.instagram.com/p/DP06mZRDqg/?img_index=1

Facebook : <https://www.facebook.com/111111CNCD/posts/1236025095228334>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7384182958024359936>

Bluesky : <https://bsky.app/profile/cncd.be/post/3m3a3isz3vs24>

15/10 : Communiqué de presse en réaction aux nouvelles coupes annoncées par l'article du Morgen : <https://www.cncd.be/Nouvelles-coupes-dans-le-budget-de>

Relayé sur les réseaux sociaux :

Instagram : <https://www.instagram.com/p/DQBoIjkDOBo/>

Facebook : <https://www.facebook.com/111111CNCD/posts/1240544018109775>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7385964591400517633>

Bluesky : <https://bsky.app/profile/cncd.be/post/3m3midt2hv22v>

22/10 : Sortie du Rapport «AidWatch» de CONCORD, au niveau européen.

Relayé sur les réseaux sociaux avec des visuels spécialement créés pour résumer les messages clés:

[Bluesky](#)

[LinkedIn](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

24/10 : Interview d'Antoinette van Haute sur Arabel

Relayé sur les réseaux sociaux

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

[Bluesky](#)

[Instagram](#)

30/10 : Carte blanche anti-TINA – en collaboration avec Oxfam, la CSC, et d'autres

Publiée par l'Echo

Publiée sur le site

Relayée sur les réseaux sociaux

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

[Bluesky](#)

[Instagram](#)

6/11 : Sortie du Baromètre de la solidarité internationale

Communiqué de presse

Article sur le site du CNCD

Résultats relayés sur les réseaux sociaux avec des visuels sur la Coopération au développement:

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

[Bluesky](#)

[Instagram](#)

7/11 : Interview d' Antoinette van Haute sur la Première

Relayé sur les réseaux sociaux

[LinkedIn](#)

[Facebook](#)

[Bluesky](#)

[Instagram](#)

7/11 : Article sur le site du Soir par Arnaud Zacharie

Relayé sur les réseaux sociaux :

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

[Bluesky](#)

[Instagram](#)

Impact ?

-
- Autumn 2024 : Went from a 100%, to a 61%, to a 25% cut in 2024
 - Autumn 2025 : Went from a 50% cut to finding some new funding for ODA in 2025

-
- ODA Campaign to become permanent – all year round – until elections of 2029,
 - Create a coalition of our own members and progressive organisations to repeat the same messages, based on the same nurturing values, towards our future elections of 2029 – to bring the Overton window back !

-
- Naive ? Inaudible ?
 - What is the third path for ODA ?
 - Wealth redistribution that is not colonial, paternalistic or hypocritical
 - Solidarity is not charity ☒ Ex : EU cohesion funds, national social security systems
 - ODA values and objectives to be maintained but getting it rid of paternalism

Thank you for your attention !
Contact : antoINETte.vanhaute@cnCD.be

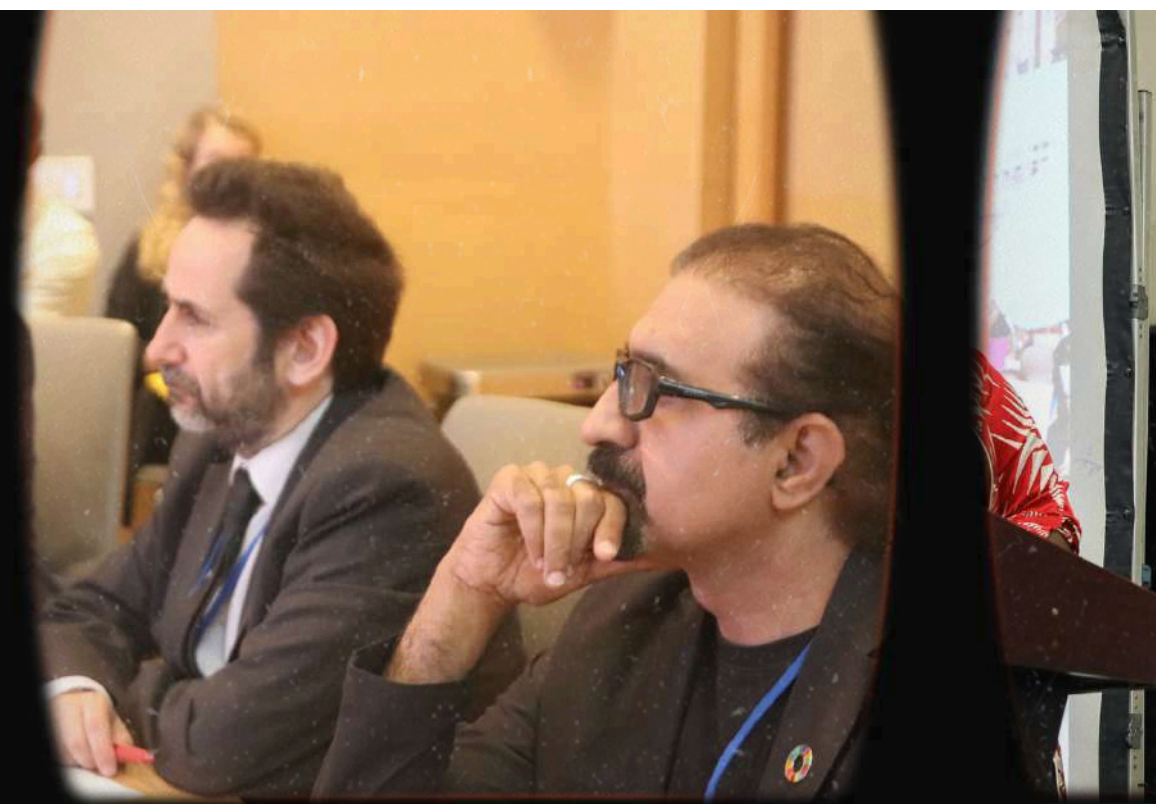
Q & A

JOIN THE CONVERSATION!

REJOIGNEZ LA CONVERSATION !

¡ÚNASE A LA CONVERSACIÓN!

JUNTE-SE À CONVERSA!



Dr. Moses Isooba on the #OECD Call to Action on Locally Led Development

DR. MOSES ISOOBA IS THE EXECUTIVE DIRECTOR OF THE UGANDA NATIONAL NGO FORUM (UNNGOF), AND FORUS VICE CHAIR. HE IS CURRENTLY A MEMBER OF THE RE-IMAGINING INGOS (RINGO) SOCIAL LAB, A GROUP OF PRACTITIONERS REIMAGINING INGOS THROUGH DISRUPTION, INNOVATION AND SYSTEMATIC THINKING.

The OECD Call to Action on Locally Led Development launched yesterday at The Future of Development Co-operation Charting strategic directions Summit in Paris.



English/Français/Español



MOSES ISOOBA UNNGOF
UNNGOF-UGANDA NATIONAL NGO FORUM

Dr. Moses Isooba on the #OECD Call to Action on Locally Led Development

The OECD Call to Action on Locally Led Development launched yesterday at The Future of Development Co-operation Charting strategic directions Summit in Paris.

Find the link in the chat to read the full Call to Action and add your signature.



Group discussions



English

1. WHAT TYPES OF DATA ARE YOU ALREADY COLLECTING TO SUPPORT COMMUNICATION AND ADVOCACY, AND WHAT ARE THE MAIN CHALLENGES YOU FACE WHEN COLLECTING OR ACCESSING IT? HAVE YOU COME ACROSS ANY EXAMPLES, FROM YOUR OWN ORGANIZATION OR OTHERS, OF DATA BEING USED EFFECTIVELY FOR THIS PURPOSE?
2. HOW CAN WE ENSURE THAT NARRATIVES AROUND ODA CUTS IN THE GLOBAL NORTH GENUINELY REFLECT THE PERSPECTIVES AND REALITIES OF COMMUNITIES IN THE GLOBAL SOUTH, AND DO YOU HAVE ANY EXAMPLES OF INITIATIVES THAT HAVE SUCCESSFULLY DONE THIS?

Español

1. ***¿QUÉ TIPOS DE DATOS ESTÁ RECOPILANDO PARA APOYAR LA COMUNICACIÓN Y LA INCIDENCIA, Y CUÁLES SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS A LOS QUE SE ENFRENTA A LA HORA DE RECOPIRARLOS O ACCEDER A ELLOS? ¿CONOCE ALGÚN EJEMPLO, DE SU PROPIA ORGANIZACIÓN O DE OTRAS, EN EL QUE LOS DATOS SE HAYAN UTILIZADO DE FORMA EFECTIVA PARA ESTE FIN?***
2. ***¿CÓMO PODEMOS GARANTIZAR QUE LOS DISCURSOS SOBRE LOS RECORTES DE LA AOD EN EL NORTE GLOBAL REFLEJEN GENUINAMENTE LAS PERSPECTIVAS Y REALIDADES DE LAS COMUNIDADES DEL SUR GLOBAL? ¿TIENE ALGÚN EJEMPLO DE INICIATIVAS QUE HAYAN LOGRADO HACERLO CON ÉXITO?***

Français

1. QUELS TYPES DE DONNÉES VOTRE ORGANISATION COLLECTE-T-ELLE DÉJÀ POUR SOUTENIR LA COMMUNICATION ET LE PLAIDOYER, ET QUELS SONT LES PRINCIPAUX DÉFIS AUXQUELS VOUS ÊTES CONFRONTÉ·E·S LORS DE LEUR COLLECTE OU DE LEUR ACCÈS ? AVEZ-VOUS CONNAISSANCE D'EXEMPLES, AU SEIN DE VOTRE ORGANISATION OU D'AUTRES, OÙ LES DONNÉES ONT ÉTÉ UTILISÉES EFFICACEMENT À CETTE FIN ?
2. COMMENT POUVONS-NOUS GARANTIR QUE LES DISCOURS SUR LES COUPES DANS L'APD DANS LE NORD GLOBAL REFLÈTENT VÉRITABLEMENT LES PERSPECTIVES ET LES RÉALITÉS DES COMMUNAUTÉS DU SUD GLOBAL ? AVEZ-VOUS DES EXEMPLES D'INITIATIVES QUI Y SONT PARVENUES AVEC SUCCÈS ?

*Collective
discussion*



Your opinion is very important for us!
¡Su opinión es muy importante para nosotros!
Votre avis est très important pour nous!

Please take **20 seconds** to tell us how satisfied you are with today's meeting! **Scan the QR code** or **click on the link in the chat box**

Your feedback enables us to continuously plan and adapt our activities in accordance with the opinions of our members and partners, ensuring that they align with their needs and expectations.

Merci de donner votre avis sur la réunion **en 20 secondes !**
Scannez le Code QR ou **cliquez sur le lien dans la chat box**

Vos retours nous permettent de planifier et d'ajuster nos activités en continu, en tenant compte des avis de nos membres et partenaires, afin de répondre à leurs besoins et attentes.

Por favor, ¡tómese **20 segundos** para indicarnos su nivel de satisfacción con la reunión!
Escanee el código QR o **haga clic en el enlace en el cuadro de diálogo**

Su opinión nos permite planificar y adaptar continuamente nuestras actividades de acuerdo con las opiniones de nuestros miembros y socios, asegurándonos de que se ajusten a sus necesidades y expectativas.





Thank you for your participation!
Merci de votre participation!
¡Gracias por su participación!

Thanks to the interpreters for enabling effective multilingual communication & dialogue within the Forus network.

Consult upcoming Forus events

Consulte los próximos eventos de Forus

Consultez les prochains événements de Forus

<https://www.forus-international.org/events>

www.forus-international.org
contact@forus-international.org