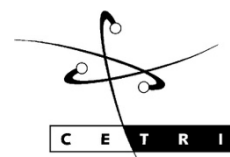
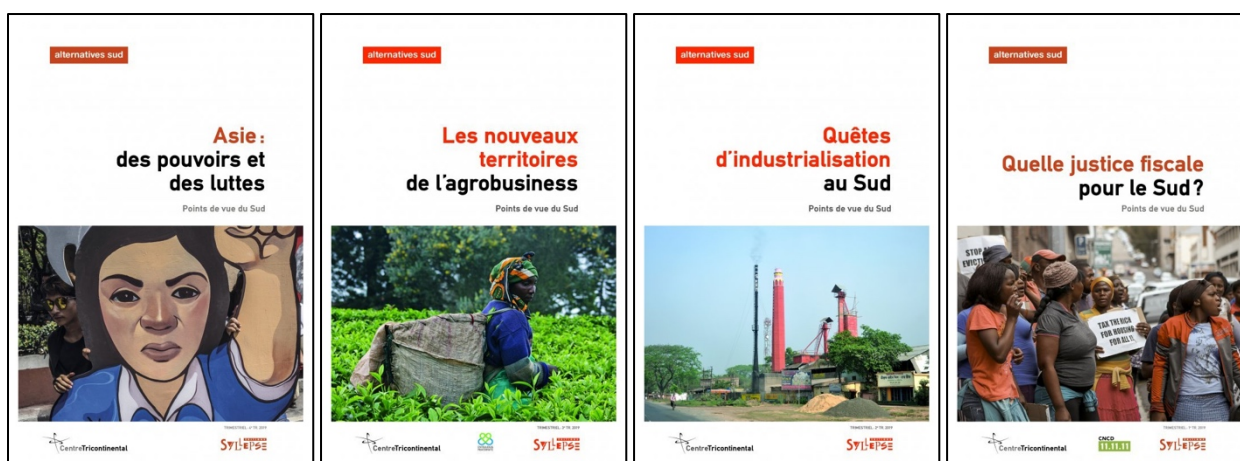


Le CETRI en 2019



1. Le CETRI a continué en 2019 à alimenter les acteurs – spécialisés et non spécialisés – de la solidarité et de la coopération internationale en clés d’analyse et de compréhension, basées sur des points de vue du Sud, des évolutions des rapports Nord-Sud dans la mondialisation et des dynamiques d’acteurs sociaux dans le Sud. Le CETRI s’adresse en priorité à des publics multiplicateurs actifs dans la société civile (ONG, syndicats, organisations d’éducation permanente...), l’enseignement (universités, hautes écoles...) et les médias (médias écrits, audiovisuels et numériques, professionnels et associatifs). Ce profil du public touché par le CETRI a été confirmé par l’évaluation externe de sa communication réalisée en avril-mai 2019.
2. Le CETRI a maintenu et développé sa capacité de production de contenus à travers la publication (en français et en espagnol) d’un livre sur *L’avenir du travail vu du Sud* en plus des quatre livraisons habituelles d’*Alternatives Sud* réalisées à partir de points de vue de chercheurs et d’acteurs sociaux du Sud. Les thèmes abordés en 2019 étaient l’état des luttes sociales en Asie, les nouveaux territoires de l’agrobusiness, les quêtes d’industrialisation au Sud et la justice fiscale pour le Sud. Deux de ces publications ont été produites en partenariat avec l’ONG Entraide & Fraternité (sur l’agrobusiness) et le CNCND (sur la justice fiscale, thème de la campagne 11.11.11). C’est une façon pour le CETRI de répondre à des attentes spécifiques d’une partie de son public.



3. À côté d’*Alternatives Sud*, le CETRI produit tout au long de l’année des analyses (87 en 2019) qui reflètent l’actualité du développement et des rapports Nord-Sud ainsi que la situation sociale et politique en Afrique, en Amérique latine et en Asie. Elles ont été consacrées en 2019 à la succession de soulèvements populaires et de crises en Haïti, au Brésil, en Bolivie, en Colombie, au Nicaragua, au Venezuela, au Mexique et au Moyen-Orient. Sur le plan thématique, les productions du CETRI ont touché aux inégalités des échanges touristiques, à l’injustice fiscale, à l’évolution des pratiques prédatrices de l’agrobusiness, à l’industrialisation au Sud, à l’impact du numérique sur le travail et aux relations de genre. Plus de septante articles et interviews ont été publiés à 114 reprises dans les médias grand public et associatifs (dont *Le Monde*, *Libération*, *Le Monde diplomatique*, *RFI*, *Le Soir*, *La Libre*, *RTBF*, etc.). En outre, le CETRI a relayé 120 textes d’acteurs du Sud sur son site qui a enregistré plus de 750 000 visites sur l’année (moyenne mensuelle de 62 000 visites).
4. La diffusion des contenus passe de plus en plus par le numérique. *Alternatives Sud* bénéficie d’une version numérique depuis 2018. Chaque publication donne lieu à une courte vidéo de présentation diffusée sur les réseaux sociaux et sur le site. Avec plus de 4 500 suiveurs, la page Facebook du CETRI accroît régulièrement son audience (10% par an) et constitue la deuxième porte d’entrée au site après Google. La diffusion totale des publications « papier » du CETRI a atteint 4 190 exemplaires en 2019, dont un tiers a été vendu au numéro (544 exemplaires) et par abonnement (863). Le nombre d’abonnements a été dopé en 2019 par une souscription collective de 60 unités par l’ONG française RITIMO.

5. Les interventions des collaborateurs du CETRI dans des formations, conférences et débats ont crû en 2019 avec 60 prestations réalisées pour un public de plus de 2 400 personnes.
6. Le CETRI poursuit sa stratégie « d'appui-conseil » et a été sollicité à 135 reprises pour fournir un appui ponctuel à des acteurs de la solidarité internationale. La collaboration structurelle avec les ONG *Entraide & Fraternité* et *Solsoc* s'est poursuivie. Une étude de cas sur l'accès à la terre a été réalisée aux Philippines pour EF. Dans le cadre du Comité d'accompagnement du programme de *Solsoc*, le CETRI a réalisé trois diagnostics sur l'accompagnement des entreprises d'économie sociale et solidaire soutenues en Bolivie, au Burundi et au Maroc. La collaboration avec *Solsoc* a donné lieu à la publication en trois langues (français, espagnol et anglais) d'une étude sur *L'économie sociale et solidaire à l'heure du travail décent*.
7. Le CETRI a remporté, en collaboration avec HIVA-KUL, l'appel d'offres d'*Entraide & Fraternité* pour la réalisation de l'évaluation à mi-parcours de son programme – cofinancé par la DGD – sur le thème de l'agroécologie. En charge de l'évaluation du volet Sud, le CETRI a mené 4 missions d'évaluation au Burundi, au Guatemala, en Haïti et aux Philippines. Le CETRI a également entamé en 2019 les évaluations à mi-parcours des programmes des ONG *Coopération par l'éducation et la culture* (CEC) et *Collectif stratégies alimentaires* (CSA). Ces trois évaluations seront conclues en 2020.
8. Le CETRI est régulièrement sollicité par des étudiants et des enseignants de l'enseignement supérieur, universitaire et non universitaire, sur les dynamiques sociales et les enjeux du développement dans le contexte de la mondialisation et de la reconfiguration des rapports Nord-Sud qu'elle induit. Ces interventions se déclinent sous différentes formes : interventions dans des cours, colloques, conférences ; organisation conjointe d'activités éducatives (conférences-débats...) ; accompagnement de travaux d'étudiants (TFE, mémoires...) ; fourniture de ressources documentaires, etc. Les collaborations les plus régulières ont été formalisées avec trois entités universitaires (*Pôle Sud* à l'ULg, *DVLP* et *GRIAL* à l'UCL) à travers la signature de trois conventions quinquennales qui cadrent le partenariat et l'inscrivent dans la durée.
9. Le CETRI a fait réaliser en 2019 une évaluation externe de sa communication numérique. L'évaluation a conclu que « *le CETRI possède un public acquis, pointu, passionné et demandeur d'un type d'information unique. L'enquête montre un niveau de satisfaction élevé et un attachement sincère au CETRI. L'influence et le poids médiatique du CETRI sont en croissance et permettent au CETRI de lui garantir une visibilité grand public tant dans les grands médias belges francophones qu'en France* ». L'évaluation a émis des recommandations en vue d'approfondir la politique de communication du CETRI. Elle a aussi mené à l'engagement au 1^{er} octobre d'une chargée communication (à 3/5 temps).
10. En ce qui concerne ses deux principaux bailleurs de fonds, la DGD et le ministère de la Culture (éducation permanente), le CETRI a mené à bien en 2019 la troisième année des deux programmes quinquennaux entamés en 2017. Un programme commun avec le *CNCD-11.11.11* et le *Monde selon les femmes* est cofinancé par la DGD, dont la mesure des indicateurs après trois années indique un taux de réalisation supérieur aux prévisions. Du côté de l'éducation permanente, le CETRI répond largement aux critères quantitatifs et qualitatifs en justifiant 48 analyses et 3 études (le seuil minimal est de 25 analyses et 1 étude).

L'année 2019 du CETRI en quelques chiffres

- 4 190 exemplaires d'*Alternatives Sud* diffusés
- 224 abonnés payants à *Alternatives Sud*
- 4 502 abonnés Facebook
- 744 850 consultations du site Web
- 4 nouveaux numéros d'*Alternatives Sud* publiés et diffusés
- 74 articles originaux et interviews publiés ou diffusés à 114 reprises dans la presse grand public et associative
- 87 analyses *Le regard du CETRI* produites et mises en ligne sur les thèmes des rapports Nord-Sud dans la mondialisation
- 120 articles mis en ligne dans la rubrique *Le Sud en mouvement* (47 en français, 32 en anglais, 41 en espagnol)
- 15 recensions d'ouvrages dans les médias
- 72 citations de publications dans la presse écrite et en ligne, études, recherches et travaux
- 2 406 personnes ayant assisté à 60 interventions orales (conférences, débats, cours)
- 5 conventions d'appui-conseil avec des organisations de solidarité internationale
- 135 appuis-conseils ponctuels à des acteurs de la solidarité internationale
- Une équipe de 12 personnes – 8 équivalents temps pleins