

# Karamoja



ACTED

LEUPHANA



EUROPEAID  
EU DEVELOPMENT COOPERATION OFFICE

Une campagne de sensibilisation en Europe



**DOSSIER DE PRESSE**

©ACTED, Mars 2008

Crédits images: ©ACTED



### **KARAMOJA: une campagne de sensibilisation en Europe**

Tandis que les politiques publiques en Afrique et à travers le monde offrent peu d'avenir aux sociétés pastorales, la campagne KARAMOJA affirme clairement que : **“Si, la pastoralisme a bel et bien un futur!”**

Avec le soutien de la Commission Européenne, la campagne KARAMOJA a pour objectif de sensibiliser la population européenne à propos de la situation contemporaine des sociétés pastorales à travers la Corne de l'Afrique et l'Afrique de l'Est. En se concentrant sur la région Karamoja au nord-est de l'Ouganda, la campagne mettra en évidence les défis auxquels fait face l'une des sociétés pastorales les moins connues, bien qu'étant l'une des plus problématiques.

#### **Karamoja?**

La région Karamoja est une région semi-aride située au nord-est de l'Ouganda, à la frontière du Kenya et du Soudan et à proximité de l'Ethiopie. La région compte au moins un million d'habitants, parmi lesquels les tribus semi-pastorales des Karimojong et Pokot. Ces deux groupes vivent à la fois dans une situation de grande vulnérabilité due à leur mode de vie traditionnel, semi-nomade, tout en étant redoutés pour les raids de troupeaux qu'ils opèrent. La région Karamoja est une région en crise, en proie à divers traffics d'armes, à une explosion démographique galopante, aux changements climatiques, aux conflits frontaliers et à d'innombrables autres problèmes de développement. Mais c'est encore plus qu'une zone de crise: la région Karamoja est aussi une région où la complexité des problématiques de 'développement' et de 'développement durable' s'affirme sous toutes ses dimensions: environnementale, historique, culturelle, économique et politique.

#### **Pourquoi sensibiliser la population européenne?**

Les programmes de sensibilisation sont essentiels pour obtenir un soutien public aux politiques de développement mises en œuvre par la Commission Européenne et les gouvernements nationaux. Récemment, de nombreux bailleurs de fonds ont renforcé leur coopération avec les gouvernements africains pour développer les régions pastorales, y compris la région Karamoja. La population européenne a aussi le droit de mieux connaître et comprendre les problèmes de développement dans les pays du Sud, et de décider quelles politiques sont adaptées pour assister les populations vulnérables dans leurs difficultés. Les médias jouent un rôle essentiel pour éduquer et mobiliser les Européens aux niveaux local, national et international.

---

Ce dossier présente la campagne Karamoja aux médias. Son but est de promouvoir une collaboration directe entre les organisateurs de la campagne et les médias intéressés.

Le dossier est composé de deux sections:

- Perspectives sur la région Karamoja, expliquant *pourquoi* les médias peuvent être intéressés de diffuser de l'information sur la région Karamoja; inclu des données statistiques.
- Perspectives sur la campagne KARAMOJA, détaillant les événements planifiés et *la manière* dont les médias pourront les couvrir.

Nous vous souhaitons une bonne lecture!

David Knaute, coordinateur de la campagne KARAMOJA

# PERSPECTIVES SUR LA REGION KARAMOJA (I)

## THEMES SPECIFIQUES

Nous avons identifié cinq thèmes illustrant la variété des sujets à couvrir sur la région Karamoja: les changements climatiques; le pastoralisme et son avenir; conflit et sécurité régionale, trafic d'armes; culture traditionnelle; humanitaire et développement.

---

**Changements climatiques:** la région Karamoja a été touchée par des crises climatiques de plus en plus récurrentes, avec des périodes de sécheresse plus fréquentes et une élévation de la température moyenne. A chaque saison sèche, la majeure partie de la population est ainsi affectée par une sécheresse prolongée. Au cours de l'été 2007, des inondations dévastatrices ont aussi fait la une de la presse, ravageant les cultures et les zones de pâturage.



**Le pastoralisme et son avenir:** Les migrations des tribus karimojong et leur culture pastorale ont imprimé leur marque depuis plusieurs siècles sur le nord-est de l'Uganda. Pourtant, jamais autant qu'aujourd'hui, les pressions de la modernité et de la mondialisation ne se sont faites autant sentir. Si elle apporte certains services tels que l'accès aux soins et aux écoles, la modernité déstabilise les équilibres des modes de vie basés sur une culture traditionnelle.

La croissance des centres urbains, alimentée par une insécurité alimentaire généralisée et une forte croissance démographique, attire certaines populations rurales qui ne retrouvent aucun de leurs repères traditionnels, et finissent totalement dépendantes de soutiens externes.

**Conflit et sécurité régionale, trafic d'armes:** la situation sécuritaire en région Karamoja est unique, du fait du conflit ouvert entre le gouvernement et les tribus qu'il cherche à désarmer de force. La compétition constante entre les tribus contribue aussi à une course à l'armement pour protéger les troupeaux, ou piller ceux des voisins. L'introduction massive d'armes automatiques (AK-47 et autres) depuis les années 70 a profondément transformé les pratiques locales traditionnelles. La circulation d'armes contribue au trafic d'armes au niveau régional, impliquant des zones voisines en proie à un conflit telles que le Sud Soudan et la Somalie.

**Culture traditionnelle:** Le long isolement de la région Karamoja a contribué au maintien de cultures très traditionnelles, préservées de pratiques importées telles que le tourisme. La vie quotidienne se déroule autour de deux lieux: la manyatta, un lieu fixe d'agriculture de subsistance, et le kraal, camp mobile pour le pâturage. De nombreuses tribus vivent en région Karamoja, chacune ayant un caractère unique; mis à part les trois tribus karamojong (Pian, Bokora, Matheniko), les peuples des montagnes, tels que les Ik, les Kadam ou les Tepeth, sont aussi présents.



**Humanitaire et développement** la crise humanitaire est longtemps restée oubliée. Depuis la Grande Famine de 1980 au cours de laquelle 20% de la population fut décimée, plusieurs sécheresses consécutives ont élevé les risques d'insécurité alimentaire. A ce jour, plus de 560000 personnes (presque 60% de la population) est dépendante des distributions alimentaires du Programme Alimentaire Mondial. Les problèmes d'insécurité et la présence d'armes a aussi causé de graves problèmes humanitaires, des centaines de femmes et d'enfants fuyant vers les grandes villes ougandaises (Kampala, Jinja, Mbale, Soroti) pour faire la manche; les populations les plus vulnérables s'installant à proximité des centres urbains, sans source de revenu, etc.

# PERSPECTIVES SUR LA REGION KARAMOJA (II)

## APPROCHES TRANSVERSALES

Les thèmes évoqués sur la page précédente peuvent être approchés par trois biais: ils s'inscrivent dans l'actualité; ils ont tous une dimension visuelle; ces thèmes partagent aussi un caractère d'exclusivité.

**Actualités:** la région Karamoja a rarement fait la une, mis à part à l'occasion de la Grande Famine de 1980. Depuis 2005, les changements dans la géopolitique régionale ont changé cette situation. La communauté internationale a tout d'abord réagi à plusieurs périodes de sécheresse consécutives, ainsi qu'à la violence du programme de désarmement mené par l'armée. En parallèle, l'Ouganda a fait la une de la presse internationale au cours des négociations de Juba entre le gouvernement et la LRA. L'armée ougandaise, en envoyant au nom de l'Union Africaine des troupes en Somalie, en partie pour s'attaquer aux racines des trafic régionaux, a mis en valeur la dimension régionale du conflit au Karamoja. L'actualité kenyane depuis les élections controversées de décembre 2007 ont placé la Vallée du Rift et la frontière avec l'Ouganda au coeur de l'actualité internationale. Sur un plus long terme, l'Union Africaine a lancé en 2008 la définition d'un nouveau cadre pour les politiques pastoralistes, devenues un enjeu central dans les politiques de développement. Sur un plan européen, la campagne Karamoja se déroule aussi dans le cadre de l'Année Européenne de l'Interculturalité.

**Images:** les thèmes évoqués ci-dessus sont la source de nombreuses pistes de reportages images (photographie, documentaire). Longtemps restée isolée, la région Karamoja recèle de paysages préservés par la modernité, et accueille plusieurs parcs protégés tels que le Parc National de Kidepo. La variété des cultures et le mode de vie traditionnel sont aussi très pittoresques. La présence d'armes et les conflits récurrents avec l'armée, les problèmes humanitaires sont aussi des thèmes à couvrir.

**Exclusivité:** plusieurs travaux ont récemment été réalisés sur la région Karamoja (photographies, études universitaires...), révélant un intérêt croissant. Par contre, la couverture médiatique est restée très faible, en partie à cause du faible nombre d'acteurs présents sur le terrain pour relayer l'information. Les médias qui s'intéresseront à la région Karamoja dans les mois à venir conserveront donc une position d'exclusivité.

## DONNEES STATISTIQUES

### Sur l'Uganda:

- Capitale: Kampala
- Superficie: 236,040km<sup>2</sup>
- Population: 30,900,000
- IDH: 0,505 (157ème)

### Sur la région Karamoja:

- Superficie: 27,900
- Population: 966,245 (2002)
- Durée de vie moyenne: 37 ans (la plus basse à travers le pays)

(source: *gouvernement ougandais*)



# PERSPECTIVES SUR LA CAMPAGNE

## EVENEMENTS/ACTIVITES

Les événements et activités suivants se dérouleront au cours de la campagne:

**Film documentaire:** les réalisateurs Steffen Keulig et Sacha Kagan, avec le soutien d'ACTED, ont produit un film documentaire exclusif en février 2008. Ce documentaire sera diffusé sur des chaînes nationales dans quatre pays européens et des extraits seront disponibles en ligne.

**Site internet:** toutes les informations sur la campagne seront en ligne sur le site suivant: [www.karamoja.eu](http://www.karamoja.eu); les média sont invités à visiter le site pour télécharger des documents d'information, des photographies, et y trouver d'autres contacts et ressources utiles, etc.

**Conférences impliquant des personnalités publiques:** au cours de l'automne 2008, quatre conférences sur la région Karamoja se dérouleront à Bordeaux (France), Groningue (Pays-Bas), Lueneburg (Allemagne) et Prague (République Tchèque). Des invités, comprenant des personnalités publiques, débateront sur le futur du pastoralisme et le sujet du développement durable.

**Evènements de sensibilisation/culturels, expositions:** des interventions artistiques dans l'espace public, des expositions culturelles et d'autres événements culturels se dérouleront dans les quatre mêmes villes où les conférences seront organisées.

**Advocacy:** des étudiants de quatre universités européennes prépareront, avec le support d'ACTED, un document d'advocacy qui sera destiné aux institutions européennes. Les étudiants prépareront et participeront à un déplacement d'advocacy à Bruxelles. L'évènement sera couvert par les média.

**Réseau:** au cours de la campagne, des participants de différents secteurs s'engageront dans des activités de sensibilisation, y compris des ONG, des universités, des écoles, des centres de recherche, des organisations des Nations-Unies, les média, etc. Pour les média, ceci représentera une opportunité d'identifier des contacts-clé pour obtenir des informations sur les problématiques du pastoralisme et collaborer avec divers acteurs.

## PARTICIPANTS

La campagne KARAMOJA sera une campagne européenne. Des citoyens et organisations de six pays européens (Allemagne, Belgique, République Tchèque, France, Pays-Bas et Suisse) seront mobilisés pour sensibiliser leurs communautés localement et à un niveau européen. La campagne impliquera les acteurs suivants:

- **Commission Européenne:** la Commission soutient la campagne et représentera aussi un public cible dans le cadre des activités d'advocacy organisées au cours de la campagne.
- **Etudiants universitaires/lycéens:** des étudiants de Bordeaux, Groningue, Lueneburg et Prague participeront à la campagne et organiseront des événements de sensibilisation. Interactivité et échanges entre les quatre groupes d'étudiants seront mis en valeur.
- **ONGs:** plusieurs ONGs européennes coordonneront la campagne et/ou diffusera de l'information.
- **Chercheurs:** des chercheurs et des instituts de recherche européens et africains seront impliqués dans la préparation d'activités d'advocacy.
- **Artistes:** des artistes d'Allemagne, France et Suisse seront aussi engagés dans la sensibilisation de la population européenne.
- **Personnalités publiques:** lors des événements de sensibilisation, des personnalités renommées de différents secteurs seront invitées.

# COLLABORATION AVEC LES MEDIA

## IDEES POUR LES MEDIA

La campagne KARAMOJA peut être couverte par les médias des manières suivantes:

- Diffusion du documentaire: le documentaire sera prêt à être diffusé vers la fin du mois d'avril 2008. Il sera disponible en quatre langues (Allemand, Anglais, Français et Tchèque)
- Articles/reportage/débats (presse, web, télévision): des messages d'advocacy et des rapports sur l'avancement de la campagne seront diffusés à travers divers médias.
- Evènements de sensibilisation à couvrir à travers six pays européens: les différents évènements organisés au cours de la campagne seront couverts par les médias locaux.
- Productions par les médias: ACTED assistera les médias souhaitant produire un reportage sur la région Karamoja.
- Echange d'information: ACTED et les autres partenaires du projet (Université Leuphana de Lueneburg, People in Need) partageront sur demande documentation, contacts et d'autres matériels avec les médias.



Par ailleurs, nous accueillons d'autres idées innovatrices pour diffuser de l'information sur la campagne KARAMOJA.

## QUELS MEDIA?

La campagne KARAMOJA se déroulera au plan local, national et international. De fait, nous souhaitons collaborer avec tout type de média.

Par ailleurs, la diffusion d'information peut passer par: la télévision, la radio, la presse, le web, des événements publics, etc.

## CALENDRIER

La campagne KARAMOJA se déroulera de mars 2008 à mars 2009.

---

Questions et commentaires sont les bienvenus à l'email suivant: [karamoja@acted.org](mailto:karamoja@acted.org)!



*ACTED est une organisation non-gouvernementale française créée en 1993. La vocation d'ACTED est d'assister les populations vulnérables à travers le monde et les accompagner dans la construction d'un meilleur avenir.*

Email: [karamoja@acted.org](mailto:karamoja@acted.org)

Site internet: [www.karamoja.eu](http://www.karamoja.eu); [www.acted.org](http://www.acted.org)

Adresse: 33, rue Godot de Mauroy

75009 Paris, France

Téléphone: + 33 (0)1 42 65 33 33

