



**STRATEGIE MEDIATIQUE DE L'OCI POUR LA LUTTE
CONTRE L'ISLAMOPHOBIE ET SES MECANISMES DE
MISE EN ŒUVRE**

**11ème SESSION DE LA CONFERENCE ISLAMIQUE
DES MINISTRES DE L'INFORMATION**

(Session des nouveaux médias face au terrorisme et à l'islamophobie)

**DJEDDAH, ROYAUME D'ARABIE SAOUDITE
21 DECEMBRE 2016**

STRATEGIE MEDIATIQUE DE L'OCI POUR LA LUTTE CONTRE L'ISLAMOPHOBIE ET SES MECANISMES DE MISE EN ŒUVRE

Préoccupée par la montée de l'intolérance à l'encontre de l'Islam et des Musulmans en Occident, une intolérance qui se nourrit dans une large mesure des clichés véhiculés par les reportages, écrits, articles, interviews, commentaires, éditoriaux, et autres tribunes libres complaisamment relayés par une certaine presse et par les médias audiovisuels en Occident, y compris les médias sociaux, et qui ont abouti à la création de stéréotypes négatifs, à la discrimination raciale, à la victimisation des Musulmans et la distorsion de la foi Islamique, qui repose sur les valeurs fondamentales de Paix, de Tolérance, de Modération et la cohabitation pacifique avec toutes les autres religions et croyances;

Notant que cet état de choses constitue une menace grave à la paix mondiale et à la sécurité et met en danger l'harmonie et la concorde, hypothèque le développement de la culture de la compréhension mutuelle et de la tolérance parmi les diverses communautés ;

Considérant l'émergence de l'Islamophobie¹ en tant que "... forme contemporaine de racisme et de xénophobie motivée par des craintes, une défiance et une haine infondées pour l'Islam et les Musulmans ... qui se manifeste par l'intolérance, la discrimination, l'hostilité et le discours public hostile. Se différenciant du racisme classique et de la xénophobie, l'Islamophobie est principalement basée sur la stigmatisation d'une religion et de ses fidèles. En tant que telle, l'Islamophobie est un affront aux droits de l'homme et à la dignité de Musulmans ;"

Notant que le 11ème Sommet Islamique, tenu à Dakar en 2008, a reconnu au Para 180 de son communiqué final "...la nécessité d'institutionnaliser davantage la coopération parmi les États membres pour combattre efficacement l'Islamophobie, [et] demandé l'élaboration d'un projet de stratégie intégrée pour la lutte contre l'Islamophobie ;"

Notant que la 38ème session du Conseil des ministres des Affaires étrangères a demandé, au paragraphe 17 de sa résolution n° 34/ 38-POL, " au Secrétaire général de s'engager de manière constructive avec toutes les parties prenantes et leaders d'opinion influents, particulièrement en Occident, en vue de combattre l'Islamophobie en développant une stratégie complète, prenant en compte l'élimination des déséquilibres sociaux et économiques dans l'intérêt de créer un environnement international contribuant à l'harmonie entre les civilisations et les religions ;"

¹ Cf. 4ème rapport annuel de l'Observatoire de l'islamophobie posté sur internet http://www.oic-oci.org/uploads/file/Islamphobia/2011/en/islamphobia_rep_May_2010_to_April_2011_en.pdf

Notant que la 8^{ème} Conférence islamique des ministres de l'Information a considéré, au Para 6 de la Déclaration Rabat, que "...les efforts pour rétablir l'image tronquée de l'Islam dans les médias étrangers, en mettre en relief les valeurs augustes, le riche patrimoine culturel et la civilisation prestigieuse et mettre en évidence sa contribution à la longue marche de l'histoire humaine et à ses accomplissements créatifs, ne peuvent donner leurs fruits que par le biais d'une interaction médiatique intelligente avec le monde extérieur en s'efforçant de diffuser le message adéquat et de mobiliser les mécanismes de communication appropriés ;"

Rappelant que l'Organisation de Coopération islamique (l'OIC) n'a cessé de plaider en faveur du débat avec/ et dans les médias occidentaux pour mettre en évidence leur responsabilité dans les préjugés hostiles à l'Islam et aux Musulmans en vue de lancer des campagnes destinées à favoriser le respect du pluralisme culturel et religieux et de la diversité, en accentuant la prise de conscience des contributions et des apports positifs de Musulmans, pour promouvoir la tolérance et la compréhension ;

Prenante note de l'action de l'observatoire de l'Islamophobie, relevant de l'OCI, et de ses rapports annuels ;

Se référant à la création du groupe de contact sur les musulmans en Europe au cours de la 43^{ème} session du CIMAE tenue à Tachkent, en Ouzbékistan ;

Tenant compte des recommandations et des propositions faites lors de l'atelier sur "la mauvaise image de l'Islam et des Musulmans dans les médias", organisé à Bruxelles les 15-16 février 2012, et animé par plusieurs experts représentant les communautés Musulmanes d'Europe et des États-Unis, ainsi que des recommandations faites par les experts des États membres de l'Organisation de la coopération islamique et des institutions concernées lors de la réunion qui a eu lieu le 25 octobre 2016 pour la révision de la stratégie médiatiques de l'Organisation en vue de faire face au phénomène de l'islamophobie et ses mécanismes de mise en œuvre, en se basant sur le document conceptuel préparé par le Département de l'information du Secrétariat général, la Conférence des ministres de l'Information, ayant dument pris note de ce qui précède dans ses délibérations, décide d'adopter la Stratégie suivante :

I. Sur le Court Terme:

1. Lever des fonds pour financer les offensives médiatiques visant à prévenir et à combattre l'intolérance à l'encontre de l'Islam et la discrimination contre les Musulmans ; veiller constamment à évaluer les résultats des campagnes engagées à l'aune des réactions obtenues et qui pourraient se concrétiser par des news non-biaisés, les médias sociaux pouvant être à cet égard l'outil idoine pour mesurer quantitativement et qualitativement le succès de ces campagnes. À cet égard, les États membres de l'OCI sont invités à soutenir l'effort d'engagement politique et de

mobilisation des ressources pour le lancement, la mise en œuvre et le développement de ces campagnes médiatiques.

2. Renforcer l'interaction avec les médias et les professionnels des médias, tout en encourageant la représentation factuelle et réaliste de l'Islam, et en insistant sur la nécessité d'écarter tout amalgame ou association de l'Islam avec le terrorisme et de s'abstenir de recourir à la rhétorique islamophobe dans la guerre contre le terrorisme, comme le fait d'étiqueter les terroristes criminels en les taxant de fascistes ou d'extrémistes "islamiques".
3. Renforcer la présence de Musulmans sur Internet, sachant que le succès des islamophobes en Occident a pour corollaire l'échec des Musulmans sur les réseaux sociaux ; à cet effet, un intérêt particulier devrait être accordé à l'investissement dans cette présence sur la toile, tout comme il faudrait être conscient des conséquences fortuites de la présence accrue de Musulmans sur le Net. De plus, il importe d'identifier et de soutenir les blogueurs et les chercheurs non-musulmans en dehors des médias classiques, qui seraient favorablement disposés à l'égard de l'Islam et des Musulmans.
4. Concevoir un contenu fort, attrayant, professionnel, objectif, et sans rapport à l'Islam. Les musulmans devraient pouvoir ainsi écrire ou produire des informations ayant un fort impact médiatique mais n'ayant aucun lien avec l'Islam.
5. Faire évoluer le style médiatique avec lequel les Musulmans parlent d'eux-mêmes, et de leur vie quotidienne, vu la nécessité de disposer d'informations donnant une perspective islamique sur les questions du vécu, comme l'environnement, le changement climatique, la justice sociale, le développement, la pauvreté, etc
6. Encourager les médias et les professionnels à diffuser les nouvelles liées à la discrimination contre les Musulmans telle que vécue par les victimes, de tels reportages, qui accorderont la priorité aux histoires vécues, pouvant prendre en considération les atteintes aux droits humains et fondamentaux des Musulmans, comme les pratiques xénophobes et discriminatoires vis-à-vis des Musulmans dans l'emploi, le logement, l'accès aux services et autres aspects de la vie sociale.
7. Impliquer les chercheurs professionnels ayant une conscience islamique avérée dont l'apport peut être utile pour promouvoir le contenu médiatique en s'appuyant sur les résultats des enquêtes de terrain pouvant étayer solidement la campagne médiatique.
8. Aborder " la haine de l'OCI", qui est une nouvelle ramification de l'islamophobie liée aux efforts de l'OCI pour contrer ce fléau plus que préoccupant. À cet égard, une restructuration des relations publiques en direction de l'Occident s'impose pour diffuser une image de l'OCI fondée sur le modernisme et la modération.

9. Mettre en place, au sein du Département de l'Information de l'OCI, un mécanisme appelé à diffuser régulièrement des revues de presse sur l'Islam et les Musulmans à destination d'un public pré-identifié en Occident.
10. Soutenir la publication de livres, mémoires, fictions, etc. par les Musulmans et les non-musulmans, la priorité devant être accordée à la présentation de l'Islam comme religion porteuse de valeurs et de principes applicables aux sciences et aux autres questions qui préoccupent l'Occident comme les droits de l'homme, la démocratie et la bonne gouvernance.

II. Sur le Moyen Terme:

1. Mettre en œuvre des programmes d'alphabétisation médiatique dans les écoles, particulièrement au niveau du secondaire, pour contribuer à développer une approche critique et lucide de la couverture des informations par les utilisateurs des médias, les États membres de l'OCI étant appelés à cet égard à prendre des initiatives ciblées, visant à encourager la diversification des médias et à développer l'alphabétisation Internet pour combattre les idées fausses, les préjugés et le discours de haine.
2. Inviter les lettrés, académiciens et professionnels des médias à former un groupe d'experts pour plus de visibilité dans les médias. Ce groupe ne devrait pas être nécessairement composé de Musulmans. Du reste, il serait préférable, dans un souci de diversité, de veiller à ce que les messages diffusés au nom de l'OCI englobent les fidèles des autres religions monothéistes et, même au-delà.
3. Cultiver les relations avec les professionnels des médias et avec les organes de presse au moyen des réunions informelles. Des événements dédiés pourraient être sponsorisés par l'OCI, qui pourrait également patronner des dîners annuels groupant des journalistes de la presse écrite occidentale avec pour objectif de développer une relation de confiance entre eux et l'OCI, et aussi de les convaincre d'accorder une place conséquente et sans parti-pris aux réalisations de l'Islam et des Musulmans sur le plan culturel et leur apport à la civilisation universelle.
4. Mettre à profit les success-stories dans le monde Musulman comme moyen de montrer que les préoccupations des Musulmans sont semblables à celles du reste du monde quand il s'agit de démocratie, de bonne gouvernance et de droits de l'homme.
5. Mettre en œuvre un projet de Réponse Médiatique Rapide pour permettre aux Musulmans de réagir aux manifestations et incidents islamophobes. Ce mécanisme pourrait aussi, le cas échéant, prendre en charge la dissémination d'articles sur les rites et événements islamiques comme le Ramadan et le Hadj.

6. Promouvoir, par le biais de la couverture médiatique, les activités des étudiants Musulmans à l'intérieur des campus universitaires des pays occidentaux. La Semaine de la Conscientisation Islamique, qui se tient annuellement dans plusieurs campus américains et britanniques, pourrait être l'un de ces événements à promouvoir activement, étant donné que la diversité de thèmes pourrait contribuer à montrer l'image réelle des Musulmans qui vivent dans ces pays. De plus, il est nécessaire de soutenir les sites Web administrés par des étudiants pour lutter contre l'islamophobie.
7. Inviter des célébrités, parmi les Musulmans et les non-musulmans, qui ont de la sympathie pour l'Islam et ses fidèles, pour en faire la vitrine des campagnes médiatiques. Ces campagnes devraient être soigneusement conçues pour projeter une image fidèle des différents aspects de l'Islam, dissiper les idées fausses et lutter contre la désinformation. À cet égard, les responsables des États et des gouvernements devraient pouvoir y jouer un rôle important et conséquent.
8. Associer les autres institutions de l'OCI comme l'Organisation Islamique pour l'Éducation, la Science et la Culture (ISESCO), l'IRCICA, le Centre de recherche sur l'Histoire, l'Art et la Culture Islamiques, l'ICYF-DC (Forum de Jeunesse de la Conférence Islamique pour le Dialogue et la Coopération), l'Académie Islamique Internationale du Fiqh (IIFA), l'Agence de presse Islamique Internationale (IINA), la Fédération Sportive de la Solidarité Islamique (ISSF) et l'Union des Scouts Musulmans, qui pourraient être fortement impliquées dans ces campagnes médiatiques ciblant leurs domaines d'activité respectifs.
9. Instituer des Prix d'Excellence dans le domaine du journalisme, du reportage, de la photographie et de l'édition pour distinguer les lauréats ayant fait preuve d'impartialité. Ces prix pourraient être attribués aux articles, documentaires, séries TV, expositions photographiques et livres sur l'Islam et les musulmans.

II. Sur le Long Terme:

1. Inviter les professionnels des médias à développer, exposer et mettre en œuvre des codes de conduite volontaristes pour lutter contre l'islamophobie. L'OCI et ses États membres devraient aussi faire entendre leur voix en appelant ces professionnels à user de leur pouvoir médiatique de manière responsable et en dehors de tout parti-pris.
2. Faire le bilan des campagnes médiatiques les plus abouties en vue d'en comprendre les points forts pour les reproduire et passer en revue les campagnes inefficaces pour éviter de répéter les mêmes erreurs.

3. Impliquer les gouvernements des pays occidentaux dans la sensibilisation aux périls de l'islamophobie en mettant l'accent sur la responsabilité particulière des médias dans cette affaire.
4. Encourager les programmes d'octroi de bourses d'études aux Occidentaux désireux d'aller étudier dans le monde Musulman et disséminer ces informations par le canal des médias, ces bourses devant se focaliser sur l'enseignement islamique et il serait préférable que ce programme s'autofinance lui-même à partir des universités occidentales.
5. Encourager les programmes d'échange de journalistes entre le monde Musulman et l'Occident.
6. Encourager les programmes de formation, avec l'aide de la société civile Musulmane en Occident, pour mieux comprendre les enjeux médiatiques internationaux particulièrement importants – surtout dans les domaines où la politique et la religion se croisent - et améliorer la capacité des médias à informer le public de manière précise, rigoureuse et équilibrée.
7. Prendre en considération les propositions suivantes sur les médias qui ont été mises en évidence dans le Rapport du Groupe de Haut Niveau pour l'Alliance des Civilisations²:
 - Une initiative collaborative et réciproque pour contrôler la couverture médiatique des relations Islam-Occident devrait être lancée afin d'avoir une revue exhaustive et complète des médias et récompenser les efforts de ceux qui aspirent à améliorer la couverture des relations entre les sociétés Musulmanes et Occidentales. Les revues réciproques et critiques et les récompenses décernées par une coalition largement représentative d'agences de contrôle - comme celles attribuées par l'Union européenne, l'Organisation de Coopération Islamique et certaines organisations de la société civile - produiraient probablement un meilleur effet sur le public et auraient une légitimité plus grande que les efforts individuels qui se concentrent seulement sur les médias d'une communauté unique.

² Ce document a été adopté par l'assemblée générale des Nations Unies en Novembre 2006 et il est disponible en ligne sur: http://www.unaoc.org/repository/HLG_Report.pdf

MECANISMES DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE MEDIATIQUE DE L'OCI POUR LA LUTTE CONTRE L'ISLAMOPHOBIE

1- Présentation du projet

L'Organisation de la Coopération Islamique (OCI), qui représente le monde musulman et les musulmans du monde entier, a manifesté à maintes reprises sa profonde préoccupation devant la montée sans précédent du phénomène de l'islamophobie, tant aux Etats-Unis d'Amérique que dans plusieurs pays occidentaux. A compter de 2005, l'Organisation a ainsi adopté, au niveau du sommet islamique et des réunions des ministres des Affaires étrangères et des ministres de l'Information, nombre de résolutions qui appellent à l'adoption de mesures efficaces et à la mise en place de mécanismes fiables à tous les échelons, y compris l'information extérieure ou les médias étrangers, en vue d'appréhender sérieusement ce phénomène et de défendre la cause de l'islam et des musulmans.

A partir de là, le département de l'information relevant du Secrétariat général de l'OCI a développé, avec le concours de deux prestigieuses institutions de relations publiques, à savoir UNITAS dont le siège se trouve à Londres et GOLDEN CAP, à Djeddah, au Royaume d'Arabie Saoudite, des mécanismes à vocation globale et universelle ayant principalement pour mission de mener une campagne médiatique et de relations publiques à court et à long termes, en vue de redresser l'image tronquée de l'islam et des musulmans qui est propagée dans nombre de pays occidentaux, en Europe et aux Etats-Unis. Aussi, cette campagne ne se contente-t-elle pas seulement de traiter les symptômes du mal mais s'attaque également et surtout aux causes profondes de la mauvaise perception de l'Islam et des musulmans.

Cette campagne et ses mécanismes de mise en œuvre visent à habilitier l'Organisation de la Coopération Islamique (OCI) à jouer un rôle avant-gardiste en termes d'appui aux initiatives de lutte contre l'islamophobie en Occident à travers une série d'actions liées entre elles et destinées à concrétiser les objectifs tracés à court et à long termes. Parmi ces mesures figurent, notamment, la mise en place d'un réseau préventif au niveau du public pour lutter contre l'islamophobie aux Etats-Unis et dans certains pays européens, sous la supervision de l'OCI ; la collaboration avec des bureaux régionaux de relations publiques ; l'identification des principaux concepts erronés sur l'islam et les musulmans pour s'efforcer de les réfuter à travers la mise en ligne d'informations argumentées

avec le soutien des réseaux sociaux ; et l'établissement d'alliances avec les universités, les institutions médiatiques et journalistiques et la société civile.

En outre, le projet cherche à développer « le programme des ambassadeurs » ou « amis de l'OCI » afin d'inciter les personnalités publiques et les célébrités à soutenir cette initiative, à organiser des fora réunissant des personnalités occidentales de renom et de grandes figures du monde musulman, à créer un fonds spécial pour soutenir les initiatives locales de lutte contre l'islamophobie, à assurer un suivi permanent des médias et à repérer les sites à fort impact afin de diffuser des commentaires et des informations dans les principales publications en Occident, à mener des campagnes de relations publiques dans le cadre de l'offensive médiatique tous azimuts et à produire des documentaires sur l'impact négatif de l'islamophobie sur les sociétés musulmanes et occidentales.

2- Objectifs du projet

- Identifier les concepts erronés et les stéréotypes concernant l'Islam et les Musulmans qui doivent être réfutés de toute urgence.
- Mener une campagne médiatique continue destinée à contrer le discours islamophobe des médias des Etats-Unis et d'Europe.
- Etablir des partenariats avec les universités et les institutions de la société civile occidentales pour faire face au phénomène de l'islamophobie.
- Etablir de meilleures relations de travail entre l'OCI et les institutions non-politiques d'Occident afin de favoriser la compréhension mutuelle entre les communautés musulmanes et occidentales.
- Mettre en place un réseau de relations avec les personnalités occidentales les plus éminentes qui soutiennent les efforts de lutte contre l'islamophobie dans les domaines politique et médiatique et au sein de la société civile.

3- Mesures à prendre dans le cadre du projet

- Former un conseil consultatif composé des États membres qui souhaitent en faire partie, des institutions concernées, du Secrétariat général de l'Organisation et des représentants des médias et des organes de presse, pour veiller au suivi de la stratégie médiatique de l'OCI pour la lutte contre le phénomène de

l'islamophobie et ses mécanismes de mise en œuvre et présenter des rapports périodiques à l'Organisation.

- Inviter les États membres et les institutions relevant de l'Organisation à désigner des points focaux au sein de leurs ministères de l'information et de la communication ou dans les organismes qui en tiennent lieu, et au niveau des départements de l'information dans ces institutions pour faciliter le processus de communication et de coordination au sujet de cette stratégie et de ses mécanismes de mise en œuvre.
- Mettre à contribution les médias modernes, dont les réseaux sociaux en raison de leur efficacité et de leur rapidité dans la transmission des messages et des informations, dans le contexte des mécanismes de mise en œuvre de la stratégie médiatique de lutte contre le phénomène de l'islamophobie.
- Inviter les groupes d'ambassadeurs des États membres à réfléchir de manière concertée et coordonnée sur la façon de faire face au discours de haine, à l'extrémisme et à la prolifération de l'islamophobie en Occident.
- Impliquer la société civile, les universitaires et les jeunes musulmans d'Occident dans le développement des plans et programmes de lutte contre le phénomène de l'islamophobie.
- Lancer un portail Internet (Web Portal) contenant des matières et des programmes fournis par les États membres et les institutions compétentes pertinents à leurs activités et efforts respectifs pour faire face au phénomène de l'islamophobie, de manière à en faire bénéficier tous les États membres, institutions, chercheurs et autres parties intéressées.
- Inviter les institutions concernées à envisager la possibilité de faire traduire les travaux de recherche sur le phénomène de l'islamophobie dans les langues officielles de l'Organisation pour les poster sur le portail dédié.
- Mettre à profit le canal satellite de l'OCI après son lancement dans le cadre de la lutte contre le phénomène de l'islamophobie.

Responsabilités du Conseil Consultatif

- Tenir une réunion deux fois par an pour faire le point du processus de mise en œuvre de la stratégie et de ses mécanismes.
- Élaborer un plan média et de relations publiques et identifier les parties qui en assureront la mise en œuvre qu'il s'agisse de cabinets de relations publiques, d'organismes gouvernementaux ou de la société civile.

- Choisir les cabinets de relations publiques appelés à mettre en œuvre la stratégie et en superviser et évaluer la performance.
- Lancer un projet pilote choisi parmi les projets proposés dans le cadre des mécanismes de mise en œuvre de la Stratégie, et en examiner les moyens de financement en consultation avec les États membres et les institutions disposées à fournir un financement pour ce projet ou à le parrainer.
- Evaluer les informations et matériaux médiatiques recueillis qui dénotent de tendances islamophobes dans chaque pays pris à part, tandis que l'Observatoire de l'islamophobie au sein de l'OCI aura pour tâche d'envoyer des bulletins réguliers aux membres du conseil.
- Proposer les noms des ambassadeurs ou des amis anti-islamophobes avec lesquels il serait possible de coopérer.
- Proposer les moyens nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie et de ses mécanismes et soutenir les efforts déployés à cette fin.

Réseau des ambassadeurs ou des amis pour la lutte contre l'islamophobie :

- Identifier les leaders et faiseurs d'opinion et les personnalités publiques dans le monde de la politique, des médias et de l'art en Occident, afin de former un "réseau d'ambassadeurs anti-islamophobie".
- Etablir la coordination entre le réseau des ambassadeurs et les services compétents de l'Organisation de la coopération islamique pour faire face au phénomène de l'islamophobie.
- Participer à des projets et à des activités spécifiques dans le contexte plus global des autres activités de relations publiques pouvant être confiées à des ambassadeurs.

Fonds indépendant pour les projets de lutte contre l'islamophobie :

- Déterminer le champ d'action du Fonds de lutte contre l'islamophobie et ses bénéficiaires potentiels.
- Fournir des modèles et déterminer le processus de dépôt des candidatures et des propositions de projets.

- Déterminer la méthodologie d'évaluation des projets et de sélection des bénéficiaires.
- Débloquer les subventions sur la base des évaluations et déterminer les critères d'octroi de ces subventions.
- Lancer un processus de révision et de supervision générale en vue d'évaluer les résultats de la campagne et de garantir la réalisation des objectifs escomptés dans les délais requis.

Exemples de campagnes médiatiques et de relations publiques :

- Une campagne télévisée de deux semaines et une autre publicitaire, également, de deux semaines, sur les transports publics (bus et métro) et dans les journaux et les magazines célèbres dans chacun des pays concernés, et ce deux fois par an.
- Organiser et/ou commander des campagnes médiatiques à la télévision et sur les réseaux de transport.
- Encourager les campagnes médiatiques à travers les réseaux sociaux et les ambassadeurs, ainsi que les réseaux secondaires ou internes.
- Programmes d'échange de journalistes (dix journalistes et éditorialistes par an).
- Organiser trois émissions-débat par an sur l'islam dans les grandes chaînes de télévision des Etats-Unis et d'Europe, avec des participants soigneusement sélectionnés dans les pays islamiques.
- Organiser dix conférences par an dans chaque pays (Universités, associations et centres proposés) autour du rôle de l'islam dans l'édification des cultures et dans le rapprochement entre les religions.
- Organiser des visites sur le terrain dans les écoles et universités, et procéder à des recherches pédagogiques par l'intermédiaire d'une équipe de spécialistes.
- Lancer le Programmes des 100 invités par an par le biais de l'OCI et avec la collaboration de ses Etats membres afin d'accueillir 100 activistes occidentaux de tous horizons dans des pays musulmans présélectionnés, ce qui leur offrira l'occasion d'interagir avec les intellectuels locaux, politiciens, journalistes, communicateurs et Oulémas.

Production de documentaire :

- Produire un documentaire cohérent d'une durée d'une heure, traitant de la montée du phénomène de l'islamophobie en Occident et de ses répercussions sur les musulmans de par le monde et sur les relations interconfessionnelles.
- Faciliter la diffusion de ce documentaire sur les principales chaînes, telles que la BBC et Channel 4 ou la PBS américaine.
- Assurer la publicité nécessaire à ce documentaire sur les réseaux sociaux, et à travers les moyens publicitaires traditionnels, les ambassadeurs et les réseaux secondaires ou internes.
