



RAPPORT D'ACTIVITÉ JUIN 2021



INSTITUT DU GENRE EN GEOPOLITIQUE
W751255916

Table des matières

I. Portrait de la structure

1. Les valeurs de l'Institut du Genre en Géopolitique
2. Les objectifs de l'Institut du Genre en Géopolitique

II. La composition de l'IGG

1. Présentation des pôles
2. Présentation du Conseil d'administration

III. Les activités de l'IGG

1. Le pôle recherche
2. Le site internet
3. Les réseaux sociaux
4. Les entretiens
5. Les webinaires / conférences
6. Les partenariats et collaborations
7. Les podcasts

IV. Activités prévues de juin à décembre 2021

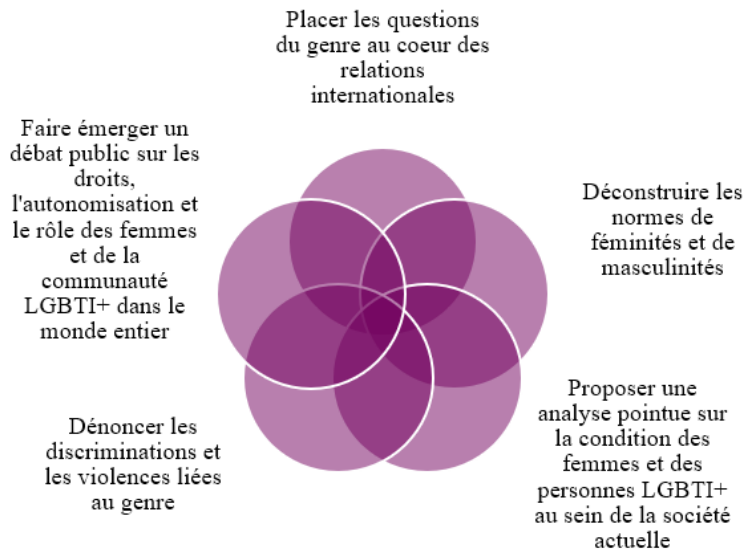
1. Rapport sur le Forum Génération Égalité
2. Model United Nations
3. Formation

V. Conclusion

Remerciements

1. Les valeurs de l'Institut du Genre en Géopolitique

Créé en février 2020, l'Institut du Genre en Géopolitique (IGG) est un think tank qui a pour vocation de donner une plus grande visibilité au genre en tant qu'outil de recherche et de compréhension des relations internationales. L'action de l'IGG s'articule autour des différentes thématiques de genre que l'on retrouve dans les sociétés humaines :



Le projet de l'IGG est né du constat du peu d'attention portée aux implications du genre dans les relations internationales. Avec pour conviction qu'un des enjeux du XXIème siècle est le genre, ce think tank agit en faveur d'un avenir plus sensible aux problématiques de genre dans le domaine des relations internationales.

Le genre est un concept omniprésent, il se manifeste au sein de l'ensemble des secteurs de nos sociétés. Depuis plusieurs années, les questions de genre occupent le cœur des débats politiques et font l'objet d'un intérêt grandissant de la part de la société civile. Or, il n'est que très peu étudié. Développer une expertise en la matière et la diffuser dans les sphères intellectuelles, politiques, économiques et sociales est donc de plus en plus demandé. L'objectif de l'IGG est de combler ce besoin.

2. Les objectifs de l'Institut du Genre en Géopolitique

Notre think tank répond donc à une demande sociale, économique et politique au travers de nos objectifs de développement à court et long-terme :

- Placer la thématique du genre au cœur du débat public ;
- Plaider pour une pleine égalité de genre et assurer la sensibilisation des jeunes générations, de la société civile et des acteur.ice.s influent.e.s dans les secteurs clés de notre société ;
- Éclairer l'actualité internationale par le biais du genre ;
- Avoir une réelle capacité d'action en influençant les décideur.se.s public.que.s et privé.e.s ;
- Participer à l'affirmation de la France sur la scène internationale en tant que pionnière dans le domaine du genre en géopolitique.

Avec pour conviction qu'un des enjeux du XXI^e siècle est le genre, l'Institut du Genre en Géopolitique s'est fixé des objectifs précis.

Notre think tank entend participer à la création d'un avenir plus sensible au genre dans le domaine des relations internationales en démocratisant les sujets de genre en géopolitique au travers d'actions tangibles.

Le genre devenant une thématique qui s'inscrit progressivement au sein des débats publics et politiques, notre think tank prodigue une expertise de qualité sur les divers sujets relevant du genre.

Nous œuvrons pour permettre une pleine égalité de genre et déconstruire les préjugés et le manque d'ouverture qui nourrissent les inégalités et les discriminations fondées sur le genre, en vue de l'émergence d'un monde plus juste. Notre rôle est ici de sensibiliser les jeunes générations, la société civile et les acteur.ice.s influent.e.s dans les secteurs clés de notre société sur les notions de genre.

À terme, l'IGG entend avoir une réelle capacité d'action et être en mesure d'influencer les décideur.se.s public.que.s et privé.e.s à travers un travail de plaidoyer.

Enfin, nous avons pour ambition de participer à l'affirmation de la France sur la scène internationale dans le domaine du genre en géopolitique.

II. La composition de l'IGG

1. Présentation des pôles

Notre équipe est formée d'environ **170 bénévoles**, principalement des étudiant.e.s, réparti.e.s dans les différents pôles. Nous sommes un think tank aux multiples visages mais unis par notre aspiration à bâtir un monde plus égalitaire, inclusif et ouvert. Notre équipe étant hétéroclite, un ensemble de qualifications et d'expertises dans des secteurs divers et variés est mis à profit des activités de l'Institut. Par leur engagement, les membres de l'IGG contribuent au développement du think tank tout en enrichissant leurs compétences personnelles.

Afin de coordonner ces différentes tâches et activités, l'Institut est divisé en plusieurs pôles :

- La **présidence** : Les **deux présidentes** de l'IGG se concentrent sur la gestion et la coordination des pôles, la trésorerie, le recrutement et la planification des différentes activités et des événements à venir.
- Le **pôle développement** : Il a pour mission de mettre en place des partenariats et des nouvelles activités, ainsi que de préparer et de concevoir des MUN. Il est dirigé par Alexa Chabouté et est constitué de **cinq bénévoles et de deux stagiaires**.
- Le **pôle communication** : Ce pôle a pour but de sensibiliser le public aux questions du genre en géopolitique par le biais de la création et la publication de contenus audiovisuels. En ce sens, il participe pleinement au rayonnement de l'IGG sur les réseaux sociaux. Il est dirigé par Coralie Seeuws et est constitué de **cinq bénévoles et de trois stagiaires**.
- Le **pôle recherche** : Il est divisé en trois branches ; les **rédacteur.rice.s (84 bénévoles)**, les **relecteur.rice.s (42 bénévoles)** et les **traducteur.rice.s (13 bénévoles)**. Ces bénévoles sont chargé.e.s de la création de contenus écrits, de leur traduction et de la vérification de la pertinence et de la qualité des productions. Ce pôle est géré par trois managers : Morgane Greco, Laura Huchet et Asmaa Abidine. Le nombre de bénévoles qui écrivent, relisent et traduisent a dépassé les 100 personnes en avril dernier.

2. Présentation du Conseil d'administration

Depuis le 1^{er} juin 2021¹, le Conseil d'administration est constitué de quatre membres :

- Alice Apostoly, co-fondatrice et co-présidente de l'IGG,
- Déborah Rouach, co-fondatrice et co-présidente de l'IGG,
- Alexa Chabouté, manager du pôle développement.

Ce conseil aura pour fonction de gérer l'IGG dans son ensemble, représenter l'IGG dans différentes instances et permettra le débat sur d'importantes décisions à prendre pour l'Institut, et ce en plus des responsabilités de chacune des membres.

¹ Procès-verbal de la décision en annexe.

III. Les activités de l'IGG

Le genre en géopolitique est un sujet récent, l'IGG est ainsi novateur dans le traitement de ses thématiques. Notre think tank vient apporter une offre dans un milieu où la demande est forte mais où les propositions sont faibles.

1. Le pôle recherche

Le cœur de nos activités repose sur la production de productions écrites. Nous comptabilisons **250 productions – en anglais comme en français** – que nous sommes en mesure de promouvoir toutes les semaines et ce de manière continue dans le but d'atteindre un public international. Les publications disponibles sur le site nous permettent d'aborder des sujets de manière synthétique ou en profondeur en fonction de leur format. Ils peuvent varier de quelques pages à un rapport.

Évolution de nos effectifs au pôle recherche pour l'année 2021

Effectifs par pôle	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ²
Pôle rédaction	68	66	68	70	75	84
Pôle relecture	21	27	21	25	25	27
Pôle traduction	10	7	10	10	9	13

Notre besoin : Être en mesure de pouvoir rémunérer des expert.es et des chercheur.euses pour gagner en expertise et en popularité.

Nous nous efforçons de faire connaître notre think tank, nos combats et les thématiques du genre en géopolitique à des réseaux plus conséquents via la rédaction de tribune. Nous avons à ce jour rédigé **quatre tribunes** :

- "Le siège des Nations unies demeure un establishment masculin parmi tant d'autres" qui déplore le manque de femmes au sein des instances onusiennes et aux tables des négociations **disponible sur lemonde.fr**;
- "Une journée ne peut suffire à insuffler les changements requis en faveur des droits des femmes" **disponible sur 50-50magazine.fr** soumise et validée par le Collectif Génération Féministe;
- "France's Feminist Diplomacy and Women's Rights in the Gulf: Rhetoric over Reality" disponible sur le **site internet de l'IGG**, en collaboration avec l'ONG American for Democracy and Human Rights in Bahrain;

² Pour le 19 juin 2021.

- “Précarité menstruelle : « Nous voulons que le gouvernement tienne ses engagements » ” réalisée en collaboration avec Humanity Diaspo **disponible sur [madmoizelle.com](https://www.madmoizelle.com)**.

En ce mois de juin, nous co-signons également deux tribunes dans le cadre du Forum Génération Égalité : “Forum Génération Égalité : la France a-t-elle vraiment pris la mesure de l'enjeu ?” avec Action Santé Mondiale et “#StopTalkingStartFunding: Emmanuel Macron, feminists from all around the world are watching you” avec le collectif Générations Féministes.

La newsletter mensuelle de l’Institut, mise en place en septembre dernier continue de gagner en importance : nous avons dépassé les **100 abonné.es** et le taux d’ouverture grandit un peu plus tous les mois, jusqu’à atteindre les **65,3% pour la campagne de mai**. Ce succès s’explique par une plus grande communication autour de ce service et l’inclusion d’infographies qui rendent la diffusion d’informations plus agréable et fluide.

Newsletter	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ³
Nombre d’abonné.es	48	52	59	61	89	106

Notre objectif : Atteindre les 200 abonné.es à la newsletter, avec un taux d’ouverture de plus de 70% à chacune de nos campagnes.

Notre besoin : Promouvoir de manière payante une publication mettant en avant notre newsletter sur tous nos réseaux sociaux afin de garantir la diffusion de notre newsletter.

2. Le site internet

Le site internet de l’IGG est la principale interface permettant d’interagir avec notre public. Le site a été créé en avril 2020 et nous comptabilisons **67 105 visites au total**. Ces quatre derniers mois le nombre de visites sur notre site connaît une hausse importante pour une moyenne de **11 774 visites par mois depuis mars 2021**. Une telle affluence lors de l’année de lancement de l’Institut témoigne de la demande dans notre domaine d’expertise et de notre réputation grandissante.

Activités sur notre site internet

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ⁴
Volume de productions sur le site web	187	200	214	231	242	250
Nombre de visites sur le site par mois	11 000	9 000	10 000	14 086	13 110	6 596

³ Pour le 19 juin 2021.

⁴ Pour le 19 juin 2021.

Notre objectif : Garder une moyenne de 10 000 visites par mois sur notre site Internet et garder un rythme régulier de dix nouvelles productions mises en ligne par mois.

Notre besoin :

- Disposer de moyens pour pouvoir refaire notre site afin que son design soit plus ergonomique et accessible, et qu'il permette de nouvelles fonctionnalités (comme celle de devenir adhérent);
- Pouvoir payer un prestataire afin de répondre aux éventuels problèmes techniques de maintenance du site internet (shutdown du site pendant deux semaines suite aux incendies de l'hébergeur de notre serveur à Strasbourg);
- Pouvoir rémunérer un prestataire pour mettre à jour le site au fur et à mesure et ainsi améliorer le trafic sur notre site, ainsi que le nombre de vues.

3. Les réseaux sociaux

La présence de l'IGG sur les réseaux sociaux permet de créer du lien avec notre public et d'agrandir notre réseau. Nous sommes présents sur LinkedIn, Twitter, Instagram et Facebook. Voici les principaux indicateurs de nos ré

Twitter	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Tweets	28	37	50	107	64
Tweet Impressions	4 582	7 045	9 818	17 400	12 000
Visites sur le profil	362	636	2 568	4 516	7 391
Taux d'engagement moyen par mois	3,3%	2,8%	2,3%	1,8%	1,6%
Nouveaux followers	12	21	27	30	28
Nous sommes suivies par 267 personnes ⁵ .					

Facebook	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Publications	17	27	18	22	33

⁵ Données du 18 juin 2021.

Nouveaux abonnés	29	19	19	36	13
Impressions de la page	5 244	6 279	5 519	8 363	5 247
Impressions des publications	3 931	4 954	3 387	3 499	4 385
Taux d'engagement	7,64%	4,88%	5,05%	5,5%	4,9%
Nous sommes suivies par 635 personnes ⁶ .					

LinkedIn	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Publications	15	26	16	23	33
Vues sur la page	1 137	1 053	971	1 104	706
Nouveaux abonnés	170	183	111	175	124
Impressions publications	13 184	14 665	13 242	13 721	17 967
Taux d'engagement	6,63%	6,27%	6,18%	7,99%	8,24%
Nous sommes suivies par 1809 personnes ⁷ .					

Instagram	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Publications	18	30	36	35	44
Nous sommes suivies par 324 personnes ⁸ . <i>Les fonctions analytics sur la plateforme Instagram ne sont pas disponibles</i>					

Nos objectifs :

- Élargir notre audience en ciblant plus largement des expert.es et professionnel.les senior en plus des étudiant.es et des jeunes professionnel.les;

⁶ Données du 18 juin 2021.

⁷ Données du 18 juin 2021.

⁸ Données du 18 juin 2021.

- Atteindre un taux d'engagement d'au moins 10% tous les mois sur LinkedIn, et 7% sur Twitter et Facebook ;

Notre besoin :

- Être en mesure d'utiliser les options de promotions payantes disponibles sur toutes les plateformes afin de mettre en avant nos écrits et les événements les plus populaires;
- Permettre à nos bénévoles du pôle communication de suivre une formation en matière de communication digitale.

4. Les entretiens

L'IGG développe son réseau par le biais d'entretiens menés avec des représentantes d'organisme tels que **ILGA World**, en l'honneur de la journée internationale contre l'homophobie et la transphobie, de la **Fondation des Femmes**, la journée internationale des droits des femmes, d'**Excision, parlons-en !** et de la **Maison des Femmes** afin de sensibiliser notre public sur les violences basées sur le genre. L'IGG a été invité à répondre aux questions de **ILERI Huma**, une association étudiante de l'école de relations internationales ILERI, sur le sujet de l'écriture inclusive.

L'IGG est également intervenu lors de la « **Conférence inversée** », organisée par Humanity Diaspo et l'Antenne UN Women – SONU le 26 mai dernier, afin d'évoquer le pacte sur les Femmes, Paix et Sécurité.

Nos objectifs : Organiser un entretien par mois à partir de septembre.

Notre besoin : Développer notre réseau.

5. Webinaires / conférences

Concernant les événements organisés par l'IGG, trois webinaires ont été diffusés en direct puis mis en ligne sur Youtube :

- « L'instrumentalisation du genre dans la politique états-unienne » le 21 février (**plus de 120 participant.es**)
- « La place du genre dans les organisations de solidarité internationale » le 13 avril (**plus de 70 participant.es**)
- « État des lieux des droits des minorités LGBT+ dans l'Union européenne » le 17 mai en collaboration avec Breizh Europe Finistère (**plus de 50 participant.es**).
- « Status of Women in the Arab Gulf : the case of Bahrain », organisé avec [Americans for Democracy & Human Rights in Bahrain](#) le 21 juin (**plus de 75 participant.es**)

Nous constatons que les webinaires perdent de leur attrait pour notre public cible qui est constamment sollicité sur l'ordinateur dans le cadre du travail et des études en distanciel.

Nos objectifs :

- Organiser deux webinaires d'ici la fin de l'année;
- Proposer des conférences en présentiel lorsque la situation sanitaire le permettra;
- Atteindre au moins les 50 personnes qui assistent aux webinaires / conférences;

- Organiser une conférence en présentiel.

Nos besoins :

- Louer une salle pour l'événement et du matériel;
- Prendre en charge les frais de déplacement des intervenant.es, les dépenses liées à la restauration;

6. Partenariats et collaborations

La première partie de 2021 a également marqué la naissance de nombreux partenariats. Un premier avec la **Fondation Elyx**, relevant d'une promotion mutuelle de nos structures et leurs actions sur nos sites respectifs ainsi qu'une apparition de l'IGG dans leur programme 10TOGO (mettant en exergue les enjeux de chaque sommet international ainsi que les solutions apportées par les Objectifs de Développement Durable (ODD)). Le deuxième partenariat a été conclu avec l'association étudiante **Sexprimons-nous!**, d'une part dans un but de promotion mutuelle et d'autre part dans le but d'organiser un quizz sur Instagram. Un troisième partenariat, avec **Breizh Europe Finistère**, une association de citoyenneté européenne, a pris la forme d'un webinaire co-organisé sur les droits des personnes LGBTI au sein de l'Union européenne. Enfin, l'IGG a étroitement travaillé avec **Americans for Democracy & Human Rights in Bahrain** dans le cadre d'une tribune co-écrite, deux tribunes personnelles co-signées, et l'organisation d'un webinaire en juin.



Nous avons également eu l'honneur d'avoir été nommée lauréate de l'appel à projet **Napoleons Venture Philanthropy** pour l'année 2021. À travers un soutien financier et un mécénat de compétence, l'IGG saura promouvoir le FGE à travers ses différentes activités, développer de nouveaux projets et monter en compétence.



Tous ces partenariats s'inscrivent dans le cadre du Forum Génération Égalité, événement diplomatique majeur pour les droits des femmes, qui aura lieu du 30 juin au 2 juillet 2021. Les mouvements de la société civile s'organisent et l'IGG en fait de même : l'Institut fait partie du **Collectif Générations Féministes**, un collectif intersectionnel composé de près de 50 associations françaises. Ces activités avec le collectif relèvent du plaidoyer : campagnes sur les réseaux sociaux, appels à mobilisation, et réflexion autour d'événements et de recommandations auprès du gouvernement.



À ces collaborations se rajoutent nos partenaires de longues dates :



Nos objectifs : Créer deux nouveaux partenariats d'ici la fin de l'année 2021.

Notre besoin : Intégrer des réseaux de structures œuvrant pour les droits des femmes (le réseau Hubertine Auclerc) ainsi que pour les droits LGBTI (le réseau ILGA World), réseaux qui nécessitent une participation d'entrée, dans l'objectif de développer notre réseau.

7. Podcasts

Nous avons lancé notre chaîne de podcasts afin de diversifier notre offre et suivre les tendances pour toucher au mieux notre public. Nos podcasts actuels sont disponibles sur la plateforme SoundCloud et Youtube et suivent un format attractif d'une trentaine de minutes. Ces podcasts nous permettent d'échanger avec des personnes spécialistes dans un domaine précis relatif aux problématiques de genre. Quant à ceux que nous aimerions lancer, il s'agit d'une série qui sera produite en continu mise en place par les deux co-présidentes, et qui portera sur différents sujets géopolitiques d'actualité, ainsi que d'une dizaine d'épisodes sur la place du genre dans le domaine de l'art qui entrera en phase d'enregistrement d'ici à la rentrée. Nous avons déjà deux podcasts publiés sur Soundcloud sous forme d'entretiens avec **Armelle Barré (80 écoutes)** et **Basta Ya! (27 écoutes)**.

Nos objectifs : Lancer une série de podcasts de plusieurs épisodes à partir de la rentrée.

Notre besoin :

- Assurer une qualité sonore impeccable, atteignable qu'à travers du **matériel d'enregistrement audio adéquat et des logiciels de montage audio professionnels;**
- Permettre à notre équipe de suivre des formations reconnues afin de réaffirmer notre légitimité à intervenir sur une multitude de sujets différents s'agissant du genre et des relations internationales;
- Faire appel aux services d'un prestataire pour le montage de certains podcasts.
- Bénéficier du soutien d'une personnalité du milieu, à travers le réseau Les Napoléons
- Intégrer un programme incubateur de podcast à l'instar du programme Horizon, Verticale #Podcast

IV - Activités prévues : juin à décembre 2021

1. Rapport sur le Forum Génération Égalité

En lien avec le Forum Génération Égalité, nous allons présenter en fin d'année un rapport de 40 à 50 pages sur le Forum. Ce rapport présenterait le contexte géopolitique du Forum, les engagements pris au sein des différentes coalitions d'actions ainsi que les principales recommandations de la société civile et les objectifs d'un tel évènement. Nous étudierons les retombées du Forum sur l'égalité femmes-hommes dans le monde afin de continuer à porter le sujet jusqu'à la fin de l'année et de proposer notre expertise en matière de géopolitique et de prospective. Pour se faire, nous avons constitué une équipe d'une manager, d'une personne chargée de l'organisation de la conférence et de cinq rédactrices.

Nos objectifs :

- Sensibiliser et promouvoir le Forum Génération Égalité;
- Analyser ses retombées sur l'égalité femmes-hommes et les droits des femmes dans le monde;
- Enrichir le réseau de l'IGG grâce aux entretiens menées dans le cadre de la rédaction du rapport, grâce à l'envoi du rapport à des personnes ciblées;
- Renforcer notre expertise et de toucher une plus large audience de professionnel.le.s;
- Présenter le rapport lors d'une cérémonie à des acteur.ice.s clés en décembre 2021 pour développer la réputation de l'Institut du Genre en Géopolitique;
- Bénéficier de la présence d'une personnalité politique ou activiste, avec le soutien du réseau Les Napoléons.

Notre besoin :

- Frais de correction;
- Frais de traduction;
- Frais de maquettage;
- Frais d'impression;
- Location d'une salle;
- Frais de restauration;
- Frais de l'intervention d'expert.es sur le sujet.

2. Model United Nations (MUN)

L'IGG prépare son premier Model Of United Nations (MUN) en présentiel, pour la rentrée 2021 sur un des thèmes abordés au cours du Forum Génération Égalité. Une deuxième édition en distanciel a été annoncée puis avortée en avril dernier, faute de participation. De cet obstacle a découlé une analyse poussée de notre stratégie de communication autour du MUN ainsi qu'une recherche active de partenaires et de sponsors pour notre prochain évènement du type. Nous avons souhaité poursuivre l'organisation de ce type d'évènement, car nous pensons qu'il s'agit d'un exercice attractif et formateur. Nous sommes convaincues que la sensibilisation à ces sujets est d'autant plus pertinente lorsqu'elle est faite dans le cadre d'un exercice participatif.

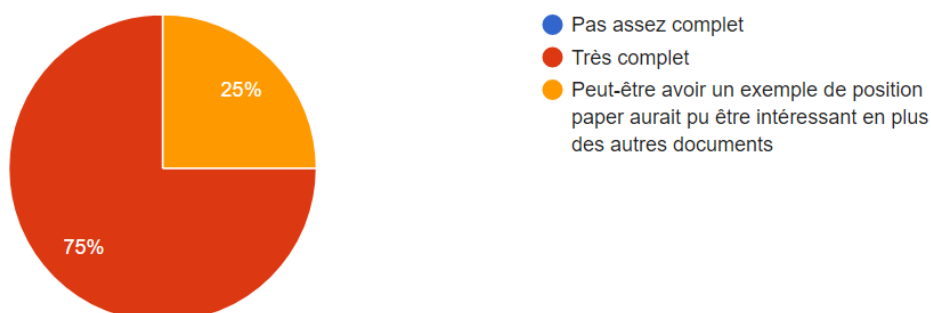
MUN 1ère édition

Nombre de participant.e.s voulu.e.s	15
Nombre final d'inscrit.e.s	15
Nombre de participant.e.s effectif	4

Nous avons atteint le nombre d'inscrit.e.s souhaité, mais le jour de la simulation, la majorité d'entre eux se sont désisté.e.s. Nous avons toutefois souhaité maintenir l'événement ce qui nous a permis d'accompagner les participant.e.s dans leur simulation de manière informelle et d'aller plus en profondeur dans les explications - cette démarche a été appréciée car il s'agissait de novices - . Dans une optique d'amélioration, nous avons diffusé un questionnaire de satisfaction auprès des participant.e.s. Les résultats récoltés nous ont amené à choisir de maintenir cette activité tout en identifiant les axes d'amélioration à creuser, dont la stratégie de communication. Il semblerait que l'évènement ait touché peu de personnes sur nos réseaux sociaux malgré une grande communauté comme démontrée plus haut. Une communication ciblée payante permettrait d'atteindre plus de personnes.

Les documents de préparation (guide participant.e.s, fiche discord, présentation de la situation) vous ont semblé :

4 réponses



Prévisions MUN rentrée 2021

Nous souhaitons organiser ce prochain MUN en partenariat afin de pouvoir atteindre une plus large audience et de bénéficier de l'expertise d'une association qui a l'habitude d'organiser ce type d'événement. Nous souhaitons que cette activité prenne de l'ampleur et soit un rendez-vous phare de l'année.

Combien de personnes on souhaite toucher	100+
Estimation du nombre d'inscrit.e.s	50+
Estimation du nombre de participant.e.s	30

Notre besoin :

- Location d'une salle;
- Frais de l'intervention d'un.e expert.e sur le sujet;
- Restauration des membres de l'équipe (manager, présidentes, expert.e);
- Location de micros et rétroprojecteurs;
- Impression de divers supports cartonnés (certificats, badge prénom et délégation, etc);
- Goodies pour promouvoir l'IGG (Cahier de notes,...);
- Communication ciblée sur les réseaux sociaux.

3. Formation

Cette première moitié de 2021 a également marqué la préparation d'une formation "Intégrer la perspective genre dans les réflexions internationales" – où comment intégrer les problématiques de genre dans des domaines tels que l'éducation, les enjeux environnementaux, l'aide humanitaire... Dans cette optique, nous avons d'ores et déjà réalisé la première partie de l'étude de marché, à savoir l'étude documentaire consistant à récolter le maximum d'informations entre autres sur le marché, la cible potentielle et les offres concurrentes. Nous abordons à présent l'étude de terrain qui consistera quant à elle à obtenir des réponses auprès de notre cible via un questionnaire en ligne afin de s'assurer de la viabilité de notre projet.

Notre objectif :

- Sensibiliser sur les enjeux de l'intégration du biais de genre dans les réflexions internationales;
- Donner des axes de réflexions et résolutions;
- Développer une activité concrète, durable et modulable;
- Apporter un contenu unique sur le marché des formations;
- Gagner en visibilité et augmenter notre nombre d'adhérent.e.s;
- Développer un réseau de partenaires varié et spécialisé;
- Faire connaître l'IGG et lui bâtir une réputation dans le milieu scientifique et une reconnaissance du milieu de la recherche.

Notre besoin :

- Abonnement à une plateforme de formation en ligne
- Rémunération d'expert.e.s pour intervention sous forme de vidéos et/ou d'interviews qui seront retranscrites
- Maquettage des pages de cours
- Rémunération d'un.e prestataire pour le montage vidéo

III. Conclusion

Lors de ces six derniers mois, l'IGG a connu une croissance de son nombre d'abonnées, une plus grande présence sur les réseaux sociaux et a proposé une plus grande variété d'activités, en conservant une constance du nombre de productions publiées sur le site internet. Nos activités en commun avec nos partenaires et les différents collectifs au sein desquels nous travaillons nous ont permis de gagner en visibilité et de se faire une place au sein des instances de la société civile.

Aujourd'hui, notre défi est de pouvoir nous inscrire dans le domaine de la recherche et du plaidoyer auprès d'institutions nationales et internationales. Alors que l'IGG sait se développer de manière organique, un soutien financier pour chacune de nos activités permettrait une montée en gamme de nos services et activités.

Dans un premier temps, l'investissement sera **matériel** : micros, caméra, logiciels, site internet.

Ensuite, l'investissement relèvera du **service** : l'intervention d'expert.es à nos travaux et activités, prestations techniques pour le site internet et le montage de nos différents contenus.

Enfin, l'investissement relèvera du **mécénat de compétences** : la formation de quelques bénévoles clefs au montage, à la comptabilité, au marketing, ainsi qu'un mécénat en matière de management aux présidentes.

Remerciements

L'Institut du Genre en Géopolitique tient à remercier chaleureusement toutes les personnes physiques et morales qui ont contribué à son expansion en cette première moitié de 2021.

D'abord un grand merci à toutes nos bénévoles, du temps qu'elles consacrent à l'Institut ainsi que pour la qualité et la rigueur de leurs travaux – qui assure à l'IGG son titre de centre de recherche.

Nous remercions tout particulièrement les bénévoles qui ont accepté d'intégrer notre conseil d'administration – le travail et les efforts continus qu'elles ont démontré pour mener à bien ce projet qui est désormais également le leur.

Cette année 2021 marque aussi de nombreux partenariats avec des associations qui ont sollicité notre expertise et qui ont su nous faire confiance pour leurs différents évènements ainsi que l'obtention de notre première subvention, assurée par l'organisation philanthropique Les Napoléons, qui soutiendra étroitement le développement encore plus intense de l'Institut du Genre en Géopolitique.

Merci à tout.e.s