



Organisation
internationale
du Travail

Journée des travailleurs domestiques 2025 : Chiffres clés

En 2025, l'OIT a célébré le 14^e anniversaire de l'adoption de la Convention sur le travail domestique, 2011 (n° 189) en lançant un appel mondial pour reconnaître l'importance de « prendre soin » des droits des travailleurs domestiques, en particulier en période de crise. À travers des articles et des tribunes libres, un défi sur les réseaux sociaux et une large couverture médiatique, les efforts de communication ont mis en avant le rôle essentiel des travailleurs domestiques et amplifié l'appel à #RatifyC189.

3.9 millions de personnes

22 jours

Du 1^{er} au 23 juin 2025, 3,9 millions de personnes ont interagi avec le contenu #RatifyC189 et Domestic Workers' Day sur des plateformes telles que X et Facebook, sans compter Instagram et LinkedIn !*

Sans promotion payante, cette large portée organique a démontré la force des partenariats, de la communication unifiée et de la collaboration interrégionale.



3.4 millions d'impressions
sur les réseaux sociaux

Une main sur le cœur pour #C189 a déclenché un mouvement qui s'est étendu à une communication mondiale sur les réseaux sociaux, dans la presse écrite traditionnelle, sur des blogs et dans des vidéos.

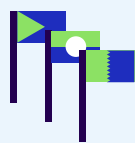
632 mentions de la campagne



Parmi les publications notables sur les réseaux sociaux à propos de la Journée des travailleurs domestiques, on peut citer celles des **Nations Unies** et de la **Splash Foundation**. Des sources d'information telles que **CitizenTV Kenya** et **The Hindu** ont publié des messages sur les réseaux sociaux qui ont touché près de 2 millions de personnes.

#RatifyC189

5 hashtags principaux ont été suivis: **#C189**, **#DomesticWorkersDay**, **#RatifyC189**, **#RatificarC189**, et **#RatifiezC189**



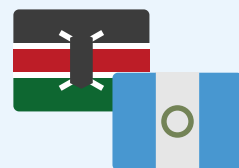
Des nouveaux hashtags ont été créés en lien avec #C189, tels que **#timetocare** au Kenya et **#trabajadorasdecasaparticular** au Guatemala.

Engagement local

L'impact de la campagne a été renforcé par un engagement régional fort. La majorité du soutien à cette campagne provenait d'organisations régionales extérieures à l'OIT.

Le Kenya, l'Inde, la Turquie, les États-Unis et la Suisse ont eu la plus grande portée.

Le Guatemala, le Kenya, la Turquie, l'Inde et le Royaume-Uni ont généré le plus grand nombre de mentions.



Visibilité médiatique

76 articles de presse ont mentionné la Journée des travailleurs domestiques



Il convient de noter que *The Times of India* et *The Hindu*, **les deux journaux les plus lus en Inde**, ont amplifié le message en faveur des droits et de la protection des travailleurs domestiques.

L'OIT s'exprime

7 Des articles d'opinion ont été publiés par les bureaux régionaux et nationaux de l'OIT, puis repris par divers journaux.



Les éditoriaux ont souligné le rôle des travailleurs domestiques dans l'entretien de nos foyers et le bon fonctionnement de nos sociétés à l'échelle nationale et régionale, et ont appelé les États membres à ratifier la convention n° 189 afin de garantir des conditions de travail décentes aux travailleurs domestiques.

Le personnel du BIT s'est également engagé lors de la CIT, en prenant des photos avec le hashtag #C189 et en suscitant un soutien au sein de l'OIT en faveur de la campagne.

*Ces données ont été collectées par Brand24 et il n'a pas été possible de recueillir des informations sur Instagram ou LinkedIn. Par conséquent, la portée réelle de cette campagne devrait être supérieure aux chiffres indiqués dans le présent rapport. Pour plus d'informations, veuillez consulter le rapport sur l'impact de la campagne.