

Samedi après midi :

SENSIBILISER. Qui ? Pourquoi ? Comment ?

« **Sensibiliser : une activité majeure dans la lutte contre les discriminations. La sensibilisation nous occupe au quotidien, profitons des rencontres pour partager et réinterroger nos pratiques.** »

Personnes ressources :

- Philippe PELLETIER, administrateur d'Handivalides.
- Adelaïde METEREAU, vice présidente du GENEPI.

Pour ce premier atelier, les quatre groupes constitués pour l'occasion ont réfléchi chacun de leur côté aux questions qui leur étaient posées : quels types d'actions de sensibilisation privilégier ? Pour quel impact ? Quel public cibler prioritairement ?

Après 1h30 de discussions, chaque groupe a présenté son compte-rendu en plénière afin de mettre ses idées en commun et poursuivre les échanges.

1. Compte rendu des groupes :

***Groupe 1 :**

Tout d'abord, une présentation des différentes techniques de sensibilisation utilisées par les associations avec des remarques sur leur efficacité, les voici listées avec les appréciations du groupe :

✓table de prévention/de sensibilisation : ne fonctionnent pas.

✓**Avoir des « accroches »** : pour toute action de sensibilisation, il serait important de prévoir des « accroches » pour attirer l'attention du public/des passants afin de susciter leur intérêt pour ouvrir le dialogue, et faciliter l'échange.

Exemple d'accroches utilisées : les affiches, le planisphère de l'homophobie (pays dans lequel l'homosexualité est interdite), un grand drapeau à signer, des bonbons....

✓**Le théâtre forum ou théâtre de l'opprimé** : il s'agit de deux techniques de théâtre différentes, mais qui sont toutes les deux interactives. Elles permettent donc au public de se mobiliser sur une scène proposée, dans le cadre de la lutte contre les discriminations avec une situation de discrimination. L'objectif ici est d'ouvrir un dialogue, de découvrir les différentes modes de pensées et de voir les mécanismes qui se mettent en place sur un espace où la parole est libre.

✓ **Les interventions en milieu scolaire** : il s'agit ici d'un public que l'on peut appeler « captif » car il n'a pas choisi d'être ici, cela lui a été imposé. Cependant, si on réussit à ouvrir le dialogue alors ils peuvent se surprendre (et

nous surprendre aussi !). La méthodologie d'intervention en milieu scolaire doit se préparer à l'avance, elle ne s'improvise pas ! Si vous souhaitez en mettre en place, regardez les outils déjà existants et appuyez vous sur des structures ayant une expérience dans ce domaine.

✓ **Moduler ses actions vis-à-vis du public que l'on veut toucher.** Par exemple, l'utilisation de phrases « chocs » semble bien passer auprès du grand public, mais moins sur les facs où les étudiants semblent plus réticents.

✓ **Les projections débats/conférences** semblent être un outil intéressant pour ouvrir le dialogue. Mais comment trouver un public non convaincu ou non initié ? Il semble que cela dépend des villes. En effet, Paul nous cite l'exemple d'une association de Lille qui a réussi, en un an, à faire fonctionner le bouche à oreille et convaincre différents publics. De plus, le choix des intervenants a aussi un impact déterminant sur la venue du public.

✓ **Autres outils : le film, l'expo photo, le livre pédagogique...**

Certains membres ont souligné qu'aujourd'hui, les associations sont confrontées à ce qui est perçu comme une « **concurrence** » **des discriminations** par le public qui se questionne parfois sur : « pourquoi cette discrimination et pas celle-ci qui est très importante ? ». Par ailleurs, cette concurrence peut aussi être ressentie par les différents événements des associations qui se trouvent parfois en concurrence sur une journée. La question pour dépasser cette concurrence demeure encore sans réponse.

Enfin, la question de **la mobilisation de personnes motivées** pour mettre en place ces actions est abordée. En effet, les assos soulignent qu'il n'est pas compliqué de trouver des personnes avec des idées, mais dès qu'il s'agit de les mettre en œuvre et de passer à l'action, il n'y a plus personne. Pourquoi ?

- **Groupe 2 :**

Ils ont commencé par distinguer deux activités différentes dans les activités de leurs associations :

- 1- Agir dans une situation d'urgence avec l'accompagnement des personnes en difficulté. Il s'agit ici de « mettre des pansements ».
- 2- Une autre action plus revendicative, militante. Au fur et à mesure de l'accompagnement, des revendications émergent dans l'objectif d'un progrès social. Pour atteindre celui-ci et arriver au changement, on passe par la sensibilisation.

Pour mettre en place ces actions de manière pertinente, le groupe a identifié trois questions à se poser : le public, le moyen d'action, et la communication.

Tout d'abord, **définir le public** que l'on souhaite sensibiliser est primordial. En effet, différents types de publics sont possibles : **tout public, dans l'éducation nationale (milieu scolaire, étudiants, dans le programme scolaire), les institutions publiques...** Dans une action revendicative et militante, l'idéal est de sensibiliser le plus grand nombre de personne. Cependant, par qui commencer ? Après discussion, le groupe acte pour dire qu'il s'agirait d'une fausse question, car il faut nécessairement commencer par en toucher un pour toucher les autres ! Il suffit donc de se lancer !

Après avoir défini le public, il nous faut choisir **notre moyen d'action** : stands, forums associatifs, actions « coups de poing », utilisation de personnes connues... La question des actions « coups de poing », des buzz, semble pouvoir marcher car elle offre une visibilité qui permet de porter le débat sur la place publique. Cependant, il est important de bien définir l'objectif initial.

Enfin la discussion sur les actions « coups de poing », nous a tourné vers **la communication**. Il est important de bien **définir les revendications et le message** que l'on souhaite porter au sein de l'association avec tous les membres du groupe pour éviter les incohérences dans le discours.

De plus, outre le message, se pose aussi la question de **la technique de communication**. Ainsi, est-ce que, quand on est témoin tous les jours des discriminations, on peut utiliser la technique du fait divers, et utiliser le côté trash de celui-ci ? Ici se pose la question propre à chaque association de savoir si cette démarche est en accord avec ses valeurs éthiques ou non. Cependant certains ont souligné l'impact auprès du grand public de ce type de message. En effet, ils doutent du fait que ce soit une véritable sensibilisation. Ce type d'action doit **être accompagné par une information juste et réelle, de manière posée et vérifiée**. C'est pourquoi il semble important de développer au sein de nos structures une expertise sur le sujet (à la fois pour informer mais aussi pour s'adapter !).

•Groupe 3 :

La discussion a longuement porté autour **des supports de communication** que constituent l'affiche et la vidéo.

L'affiche, en étant posée dans différents lieux, peut **interpeller des personnes que nous n'aurions pas nécessairement croisées sur une action mise en place par l'association**.

Deux grandes questions se sont posées autour de celle-ci : comment mesurer son impact ? Le support doit-il choquer le passant ?

Concernant l'impact, le groupe s'est rapidement accordé pour dire qu'il est **quasi impossible de quantifier l'impact d'une affiche**. Les seuls retours que l'on peut avoir sont le nombre d'affiches déchirées, qui sont souvent l'expression d'un rejet du public et l'émergence de discussions autour du sujet de l'affiche.

Cependant s'il est difficile de mesurer l'impact, l'affiche doit être pensée pour en avoir un, mais pour en avoir un **le message doit-il choquer le passant ou non ?** Le groupe ici n'a pas pu donner une réponse unique, **car cela dépend du public visé.**

Cependant, si l'affiche a pour objectif d'interpeller un public non initié, il semble préférable qu'elle choque le passant pour qu'il la remarque et s'interroge sur le message de celle-ci. A l'inverse, quand l'affiche s'adresse aux personnes victimes de discriminations et de violences, notamment pour donner un numéro vert, il est bien que celle-ci soit plus discrète pour éviter qu'elle soit déchirée mais aussi pour que les personnes concernées ne se sentent pas trop stigmatisées et puissent franchir le pas en appelant le numéro vert.

La vidéo a également été citée comme support de communication intéressant pour les démarches de sensibilisation. En effet, tout comme l'affiche, elle permet de sensibiliser un public divers, et elle offre aussi une proximité.

Pour conclure, le groupe a souligné qu'il existait dans la sensibilisation **deux types de travaux différents : sensibiliser sur les discriminations reconnues par la Halde, et militer pour faire reconnaître d'autres types de discriminations en tant que telles.**

•Groupe 4 :

Tout d'abord, un rappel sur les bases de la sensibilisation a été fait : l'importance de **modifier son discours selon les publics**, de **créer une proximité** avec les personnes, de **s'inscrire dans une démarche sur le long terme** et non pas juste sur des actions à un temps t. De plus, lors d'une action de sensibilisation, il est également important de prendre le temps de **définir ce qu'est un préjugé**, tout en **déculpabilisant** le fait d'en avoir, pour ensuite **donner des clés pour agir.**

Ensuite une question a longuement fait débat : **doit-on obligatoirement être concerné par une discrimination pour s'y impliquer ?**

En plénière, tout le monde s'est accordé pour dire que nous étions tous concernés par l'ensemble des discriminations, et donc que chacun est légitime pour lutter contre les discriminations même s'il n'est pas directement touché. Nous avons noté que cette question soulève aussi la problématique de l'engagement. Or on sait que celui-ci dépend aussi du capital social et culturel et des conditions socio-économiques des individus.

2. Pour résumer :

L'évolution de la société est un travail de longue haleine, et qui nous concerne tous. Ainsi le public que nous cherchons à toucher est varié : scolaires à travers le monde

de l'éducation nationale, l'ensemble des citoyens (des plus jeunes aux seniors), mais aussi les institutions ...

Ainsi selon le public auquel nous nous adressons, le « comment ? » varie, il y a donc de multiples moyens d'actions : intervention en milieu scolaire, stand, forum associatif, conférences, projections/débats, créer des buzz médiatiques, le théâtre forum... Au cours de nos échanges, nous en avons conclu qu'il n'y avait pas de mauvais moyens d'actions mais qu'ils répondaient tous à des logiques différentes. Il semble donc important de toujours se questionner au sein de nos structures sur les questions fondamentales dans la lutte contre les discriminations qui sont : à qui s'adresse t-on ? Quels messages souhaite t-on faire passer ? Quelles sont les revendications ?

Par ailleurs, en plus de ces questionnements sur la mise en place des actions, il semble primordial d'avoir un discours qui s'appuie sur une information juste, vérifiée, et qui est argumentée de manière claire pour ne pas effrayer.

Par ailleurs, on note que des questionnements suscitent des débats ou restent sans réponses. Le travail est donc à poursuivre au sein de nos associations respectives et lors de nos prochaines rencontres, notamment sur :

- La sensibilisation sur les discriminations non visibles,
- L'auto discrimination ou l'auto censure,
-