

ASPH Campagne : « Un pas pour l'intégration »

Thème.

« Un pas vers l'intégration » s'inscrit dans le cadre de la campagne annuelle « Semaine de la personne handicapée » de l'Association Socialiste de la Personne Handicapée. Cette campagne s'est déroulée du 28 novembre au 3 décembre 2005.

Objectifs.

L'objectif d' « Un pas vers l'intégration » était de sensibiliser le grand public et le monde politique aux difficultés d'intégration des personnes handicapées.

Support de campagne.

La campagne consistait, principalement, en une distribution massive de paires de chaussettes illustrées par Pierre Kroll un dessinateur-caricaturiste belge de renom.



Public ciblé.

Dans le cadre temporel de la Semaine.

Dans la première partie de l'action, l'Association Socialiste de la Personne Handicapée a rencontré les navetteurs dans quelques grandes gares de la Région bruxelloise et de la Région wallonne de Belgique.

Dans la deuxième partie de l'action, l'ASPH a rencontré les ministres des différents gouvernements (fédéral, régionaux et communautaires).

Parallèlement à ces deux publics particuliers, les communes, les associations de personnes handicapées et le secteur socioculturel en général ont eux aussi été sensibilisés.

Suivi de la campagne.

Durant la Semaine, des bons de participations à un tirage au sort ont été distribués par divers canaux : relais sur le terrain, site internet, le bimestriel Handylogue de l'association et la presse. De la fin décembre à la fin avril, quatre tirages au sort de 500 gagnants d'une paire de chaussettes ont été réalisés. Deux milles personnes supplémentaires peuvent ainsi elles-aussi faire un pas vers l'intégration.

Résultats.

En ce qui concerne les navetteurs :

Les navetteurs ont été sensibilisés dans les gares suivantes Bruxelles Midi, Mons, Liège, Louvain-la-Neuve, Charleroi, Namur, Verviers, Vielsalm. 4500 paires de chaussettes y ont été distribuées.

En ce qui concerne les Conseils des Ministres :

Chaque Ministre des gouvernements suivants a été personnellement sensibilisé lors de son entrée en Conseil des Ministres des Gouvernement Wallon, Gouvernement Germanophone, Gouvernement Bruxellois, Gouvernement Fédéral, Gouvernement de la Communauté française, Gouvernement flamand.

De plus, nous avons pu, suivant les compétences de chaque Gouvernement exprimer nos revendications quant à une meilleure intégration des personnes handicapées.

Impact de la campagne.

La Semaine de la Personne Handicapée a été un franc succès.

Lors de chaque rencontre dans les gares, les personnes ont accueilli l'initiative très positivement : une paire de chaussettes noires tout à fait portables et gratuite les sensibilisait de manière originale à l'intégration de la personne handicapée dans la société.

D'autre part, chaque Ministre a reçu personnellement une paire de chaussettes. Bon nombre d'entre eux n'ont pas hésité à les enfiler devant nous et la presse présente.

Tout au long de la semaine, nous avons eu un très bon retour presse. Tant la presse écrite que radiophonique ou télévisuelle ont relayé nos différentes actions.

Le bilan de la Semaine de la Personne Handicapée est vraiment positif tant dans l'impact au niveau du public en direct mais aussi via les médias que sur les politiques qui ont pris note de nos revendications.

Cette campagne ne s'est pas arrêtée le 3 décembre (Journée Européenne de la Personne Handicapée) mais s'est poursuivie par le tirage au sort jusqu'à la fin du mois d'avril.



La campagne « Un pas vers l'intégration » grâce à l'outil de sensibilisation utilisé, une paire de chaussettes ornée d'un dessin humoristique, est porteuse d'un message sur les valeurs d'une société en mouvement où la personne handicapée riche de sa différence occupe la place qui lui revient.

Campagne « Toi, moi, nous, Tous égaux devant le Parking »

Thème.

Sans mobilité, la personne handicapée ne peut s'intégrer. Occuper une place de parking pour personnes handicapées signifie bien souvent pour cette dernière, la suppression pure et simple de l'activité prévue.

C'est pourquoi, la campagne « Toi, moi, nous, tous égaux devant le parking » a été déclinée les 10, 11 et 12 mai 2005

Objectifs.

Responsabilité et citoyenneté

Les mentalités évoluent, les choses bougent. Le non-respect des emplacements de parking pour personnes handicapées est aujourd'hui considéré comme une infraction grave selon le nouveau code de la route depuis 2004.

Au-delà de la contravention, il est primordial de prévenir, de comprendre pourquoi et pour qui ces emplacements existent.

Les conducteurs **doivent être conscients des risques encourus ou difficultés rencontrées par une personne handicapée à cause d'un acte malveillant de leur part.**

Support de la campagne.

- ❖ Affichettes humoristiques à déposer sur les pare-brises des véhicules (formats A5)
- ❖ Affiches à apposer sur les vitrines des commerçants, lieux publics (administrations communales, centres de conduite automobile) ou sur les fenêtres des particuliers.
- ❖ Contenu des supports :

Recto : dessin humoristique du dessinateur Léo.

Verso : information et prise de conscience (emplacements réservés, conditions d'octroi d'une carte de stationnement, abus de la carte), objectifs de la campagne.

Public ciblé.

Les 10, 11 et 12 mai 2005

Consciente que tout conducteur doit pouvoir connaître l'information concernant le code de la route, l'ASPH a décidé de toucher au mieux le public dans les lieux de passage obligatoires où :

- Tout candidat à la conduite doit passer pour l'obtention de son permis (théorique et pratique)



- Tout conducteur doit passer son véhicule âgé de plus de 4 ans au contrôle technique. Sensibiliser les conducteurs et les futurs conducteurs, remettre des affichettes citoyennes, laisser à disposition ces mêmes affichettes dans les locaux des centres de contrôles techniques et du passage de l'examen théorique ou pratique, instaurer un dialogue, insister sur l'importance de la démarche, du respect de l'autre, c'est mettre en œuvre une réelle prise de conscience grâce à des échanges entre les deux publics.

Un vaste envoi postal d'affiches et affichettes a été réalisé vers notamment le monde politique et socio-culturel mais nous avons ciblé également très largement les zones de police, les communes, les centres d'examen du permis de conduire et les centres de contrôle technique automobile.

Suivi de la campagne :

Des actions de sensibilisation plus ponctuelles à l'initiative des relais locaux ont été réalisées avec les animateurs régionaux sur les parkings des grandes surfaces.

La médiatisation (presse écrite, radiophonique et téléphonique) nous a incité à rééditer les affichettes qui sont à nouveau distribuées suivant les divers canaux.

Nous avons eu des demandes en nombre de la part des zones de police qui souhaitent compléter la campagne « Usagers faibles » de l'Institut Belge pour la Sécurité Routière en y adjoignant nos affichettes.

Influence sur les mentalités et les comportements ?

Notre campagne autour du respect de la place de parking réservé pour personnes handicapées a permis un meilleur éclairage sur l'une des infractions graves reprise dans la nouvelle législation du code de la route rebaptisé code de la rue.

Pour l'automobiliste en faute, trouver une affichette sur son pare-brise lui permet de prendre conscience des réalités vécues par les personnes handicapées et par la même occasion lui évite, s'il est bien conscientisé, de recevoir dans le futur une sanction financière.

Notre association est souvent sollicitée afin de recevoir de nombreux exemplaires de cette affichette. Toute personne qui appose notre affichette peut agir et induire un réel changement de comportement.

Cette campagne est un succès à long terme car si les problèmes de parking par les personnes handicapées sont loin d'être résolus, nous remarquons que l'intérêt pour les affichettes ne faiblit pas et que peu à peu les automobilistes respectent de plus en plus ces emplacements.