

LA PERSONNES HANDICAPÉES ET LE MARCHÉ DU TRAVAIL POLONAIS.

1. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE: „Travail pour chaque handicapé - campagne de médias”¹. La devise dominante de la campagne: „**Les handicapés – valides, sans handicap au travail**”.

GROUPE CIBLE: La campagne s’adresse avant tout aux employeurs potentiels qui, dans le futur, pourraient embaucher les personnes handicapées ou collaborer avec elles et aux travailleurs du marché du travail ordinaire

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE: L’objectif est de contribuer au changement des attitudes sociales envers les personnes handicapées; ces attitudes sont le résultat de certains stéréotypes qui fonctionnent dans la société et qui devient une barrière pour l’occupation de ces personnes, très souvent considérées comme „différentes”. Cette attitude peut être le résultat de l’ignorance des façons d’agir avec une personne qui n’est pas complètement valide, et qui est ainsi considérée comme travailleur (euse) inefficace. En outre, les employeurs très souvent ne se rendent pas compte des profits qu’ils peuvent avoir par l’embauche d’une personne handicapée. Ils ignorent également les dispositions légales du système d’appui pour l’engagement de la personne handicapée.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE:

Cette campagne, réalisée par le **Fonds d’État pour la Réadaptation des Personnes Handicapées**, permettra de niveler les obstacles qui empêchent les personnes handicapées d’entrer sur le marché du travail et ceux vis à vis des employeurs empêchent de voir en la personne avec handicap un bon travailleur, souvent mieux qualifié qu’une personne valide.

La campagne peut toucher un cercle large de destinataires, par sa durée de neuf mois (mars – novembre 2006), et ses supports médias suivants : la télévision, la presse, le radio,

¹ Les informations sont élaborées en prenant comme point de départ le portail d’Internet qui sert la campagne en question: <http://www.pelnosprawniowpracy.pl/>, et utilisées avec le consentement de Madame Beata Daniszewska – Bocian, chef du projet du Département de la Réalisation des Programmes du Fonds d’État pour le Réadaptation des Personnes Handicapées.

l'outdoor, l'Internet (la publicité de télévision et de presse se trouvent comme pièce jointe au rapport²).

Au portail d'Internet qui dessert la campagne l'employeur peut trouver les informations concernant d'effectifs avantages résultant de l'embauche d'une personne handicapée, par rapport, en outre, à :

- financement supplémentaire du salaire
- réductions des cotisations pour l'assurance sociale
- réductions des paiements obligatoires pour le Fonds d'État
- pour la Réadaptation des Personnes Handicapées.

Résultat de la campagne : Il est difficile de parler à présent de résultats de la campagne, parce qu'elle est toujours en cours. Comme le souligne la chef du projet, madame Beata Daniszewska – Bocian *„le site de la campagne jouissait de l'intérêt le plus grand au moment de son commencement, c'est-à-dire en mars. Par le fait d'avoir envoyé une lettre E-mail aux destinataires de la campagne. Au fur et à mesure du déroulement de la campagne l'intérêt augmente continuellement –Il a été plus intensif après l'émission des spots TV”*

2. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE: „Les handicapés sans handicap au travail – embauche des personnes handicapées”³. Un cycle de campagne réalisé par l'Association des Amis de l'Intégration.

² Nous avons reçu de rélatifs matériaux de Madame Beata Daniszewska- Bocian , pour ce que nous la remercions cordialement. Tous les droits réservés par PFRON.

³ Les informations élaborées en se basant sur la vitrine d'Internet: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242> promouvant la campagne „Valides au travail”




Source: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE: La campagne s'est donnée comme son objectif de changer l'image répandue de la personne handicapée, le plus souvent considérée comme personne impuissante et dépendante de subsides de l'état. La devise "*Malgré le handicap je suis un travailleur valide et de pleine valeur*" est avant tout dirigée vers les employeurs pour promouvoir l'embauche de personnes handicapées.

GROUP E CIBLE: Les personnes avec handicap pour les encourager à agir à accéder au marché du travail et les employeurs pour qu'ils prennent conscience de leurs démarches.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE:

Dans le cadre de cette action, trois spots de télévision ont été réalisés (ils sont pièces jointes

au rapport⁴) ainsi qu'une publicité de presse: 

Source: <http://www.niepelnosprawni.info/ledge/x/12585>

Une brochure intitulée "Embauche des personnes handicapées dans les politiques de la Communauté Européenne et de ses pays membres choisis" (par J. Gałęziak) a également été

⁴ Nous avons reçu les spots publicitaires en question grâce à l'amabilité de Mme Dorota Landsberger de la rédaction du portail de l'Association des Amis de l'Intégration

réalisée. Cette publication, en faisant voir les solutions d'embauche les plus intéressantes et les plus efficaces pratiquées dans d'autres pays européens, promeut en même temps l'insertion des personnes handicapées sur le marché de travail.

3. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : "Est-ce que nous sommes vraiment différents"⁵

En rapport avec l'Année Européenne des Personnes Handicapées (2003) l'Association des Amis de l'Intégration et l'agence Leo Burnett Warsovie ont organisé une des plus grandes campagnes sociales en Pologne.

GROUPE CIBLE : toute la société en général.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE: Les spots publicitaires présentaient de manière prosaïque des situations de vie des personnes handicapées et les émotions qui les accompagnent dans de telles situations ; lesquelles ne diffèrent pas du tout de celles que vit la personne non handicapée dans de situations semblables.

L'un de partenaires de cette action a été la Télévision Polonaise –Ainsi, tout au long de l'année, étaient émis sur tous les canaux les trois spots publicitaires (qui se trouvent pièce jointe⁶). Les stations de radio émettaient également une publicité pour promouvoir l'action. Une publicité visuelle a compléter la campagne. Des panneaux bill-boards et citylight ont été **mis** dans la plupart des villes polonaises et dans la presse nationale.



Source: <http://www.niepelnosprawni.info/ledge/x/8541>

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE : Faire voir une personne avec handicap comme un membre de pleins droits de la société.

⁵ <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

⁶ Nous avons reçu les spots publicitaires grâce à la politesse de Mme Dorota Landsberger de la rédaction du portail de l'Association des Amis de l'Intégration

Quant aux handicapés eux-mêmes, cette action vise à les encourager, à se mobiliser (...) pour une activité sociale et professionnelle plus importante."⁷

4. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : Les handicapés – question normale

Cette campagne comme la première action nationale „a initié la discussion sur la situation des personnes handicapées en Pologne”⁸.

GROUPE CIBLE : La campagne vise la société dans son ensemble en ayant pour objectif de casser les barrières mentales résultat, souvent, de l'ignorance, et du manque d'expérience en relations avec les personnes handicapées.

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE : La fréquentation des personnes handicapées par les personnes valides se caractérise, le plus souvent, par une indifférence, une ignorance c'est d'ailleurs ce que disaient les slogans de la campagne:”ne pas voir, ne pas entendre, ne pas toucher, ne pas savoir”. Elle avait donc pour objectif de changer de cette attitude. „La campagne a été couronnée avec le prix "Golden World Awards" en 2001 par la Public Relations Association et nommée, comme une des meilleures, au prix de l'ONU"⁹.



Source: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

⁷ Piotr Pawłowski, le président de l'Association des Amis de l'Intégration, <http://www.niepełnosprawni.info/ledge/x/8541>

⁸Les informations sur la campagne ont été prises du site d'Internet: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

⁹Les informations du site d'Internet de l'Assotiation des Amis de l'Intégration:

<http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE: Les supports médiatiques ont été de milliers de bill-boards et de photos dans la presse nationale qui présentaient trois sculptures endommagées et trois personnes handicapées.

Hélas, l'Association des Amis de l'Inégration ne dispose pas d'informations concernant l'impact de cette campagne.

5. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : „Sans barrières”

Le projet réalisé par l'Association B4 vise l'activation des personnes handicapées sur le marché du travail dans la région de Podkarpatie.

GROUPE CIBLE: Avant tout, les personnes „avec un degré de handicap léger et modéré et en tenant particulièrement compte des personnes entrant pour la première fois sur le marché”.

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE: L'objectif général a été de créer pour les personnes handicapées des possibilités (...) d'insertion professionnelle et sociale par: le service de consultation professionnelle, l'aide en recherche active de travail, le service de consultation et d'appui psychologique, la formation professionnelle et enfin leur rendre possible l'acquisition d'une expérience professionnelle pratique¹⁰.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE : Dans le cadre de cette campagne, il a été créé au centre de Rzeszów un poste de services complexes concernant l'activation professionnelle pour les personnes handicapées.

Pour ce projet „Sans barrières” un site thématique Internet a été créé. Des brochures d'information (le modèle ci-joint) ont également été distribuées.

En outre, on essaye de sensibiliser les employeurs potentiels de Podkarpatie en leur montrant les avantages que donne l'embauche d'une personne avec handicap.

RÉSULTAT DE LA CAMPAGNE : Douze personnes ont été embauchées avec un contrat à durée indéterminée ou temporaire. Le projet a permis à plus de personnes handicapées et d'employeurs qui les embauchent de mieux connaître leurs droits respectifs¹¹.

¹⁰ Les informations obtenues dans l'Association B4 à Rzeszowie

¹¹ Les informations obtenues grâce à l'amabilité des travailleurs de l'Association B4 pour ce que nous les remercions cordialement.

6. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : “Les personnes handicapées sont parmi nous”



GROUPE CIBLE: Elle s’adresse aux habitants du District de Namysłów.

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE : Son objectif est de créer un rapport amical envers les personnes avec handicap et de les encourager à entreprendre des mesures d’autoréalisation soit dans la sphère de la vie sociale ou dans la vie professionnelle.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE : le Centre Districtuel d’Aide à la Famille à Namysłów a préparé, une large campagne d’information¹² (la plupart de ces matériaux se trouvent ci-joint):

- spots publicitaires qui sont apparus à la Télévision par Cable de Namysłów ;
- articles insérés dans le Magazine Districtuel d’Autonomie de Namysłów (le tirage de 12800 exemplaires parvient à chaque maison dans le District de Namysłów) ainsi que dans les « Nowiny de Namysłów » (le tirage de 8000 exemplaires sur le territoire de la municipalité de Namysłów).

En outre, seront préparés et publiés jusqu’à la fin de l’année 2006, les matériaux d’information suivants:

- 12 articles sponsorisés,
- 10 spots d’information à la télévision par cable,
- 1000 placards de promotion,
- 2000 brochures d’information (version en papier et électronique (CD)),

¹²Toutes les informations concernant les moyens de diffusion de l’idée de la campagne, nous les avons reçues du coordinateur du projet Mme Marta Zamorowska de la Section de Promotion et de Développement de la Starostie Districtuelle à Namyslow. Nous la remercions aussi pour nous avoir envoyé les matériaux d’information.

➤ 7000 feuilles volantes.

Un site Internet y est consacré et systématiquement mis à jour:

<http://www.niepelnosprawni-namyslow.pl/>. Le projet a commencé 01.05.2006 et se termine au 31.07.2007.

7. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : „Organisation de postes, conditions et milieu de travail pour les travailleurs avec handicap”

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE: La filiale de Podkarpacie de la POPON (Organisation Polonaise des Employeurs des Personnes Handicapées) est l’initiateur d’une action **de formation** pour les employeurs. Elle devrait appuyer l’insertion des personnes handicapées au marché du travail. Le projet est partiellement financé par la CEE dans le cadre du FSE et par le Fonds d’État pour la Réadaptation des Personnes Handicapées.

GROUPE CIBLE : **Les formations** s’adressent aux employeurs qui embauchent ou veulent embaucher des personnes handicapées.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE: Le projet comprend un cycle de formation de cinq jours. La thématique de formation comprend les questions relatives à la création de conditions de travail et poste de travail adéquats à une personne handicapée en respectant les règles de sécurité et hygiène du travail. Elle aborde aussi les questions de l’approche psychologique d’une personne avec déficience, en utilisant tous les outils de motivation et „de plan de développement individuel (Personal Development Plan)” du travailleur. Les informations sur les formations sont diffusées par des brochures /feuilles volantes (se trouvant parmi les pièces jointes au rapport¹³). Ces formations ne sont pas encore commencées, il n’est donc pas encore possible d’en mesurer l’impact. Actuellement la Filiale de Podkarpacie de POPON commence une action d’information sur les formations.

8. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : „Employeur Ami – Promotion de l’Intégration des Personnes Handicapées ”¹⁴

¹³ Nous avons reçu les informations concernant le projet dans la Filiale de Podkarpacie de POPON.

¹⁴ Toutes les informations ont été élaborées en utilisant les informations contenues au portail d’Internet: http://www.pracodawca.net/?new_id=15avec le consentement de Mme Anna Machalica de l’Association "Portes ouvertes"

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE : l'Association „Portes ouvertes” a comme objectif principal de lutter contre la marginalisation sociale – entre autre des personnes handicapées.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE : L'Association propage l'idée d'activation professionnelle des personnes handicapées à travers d'une gamme d'activités qui sont détaillées sur le site Internet de l'Association: www.pracodawca.net. En plus, l'Association se propose de prendre contacts avec les entreprises et d'organiser des conférences pour favoriser l'intégration des personnes handicapées sur le marché du travail. Un cycle de formation doit être organisé, il a comme devise „ Assistant au travail”. Ces formations serviront à „préparer les travailleurs à une nouvelle fonction : assistant professionnel d'une personne handicapée”¹⁵. L'employeur qui embauche une telle personne obtiendra le remboursement des relatifs coûts du Fonds d'État pour la Réadaptation des Personnes Handicapées (PFRON). Dans le but de promouvoir et développer l'embauche des personnes handicapées, il a aussi été organisé un concours appelé „Brise-glaces 2006”¹⁶. Les destinataires du concours sont les employeurs qui embauchent déjà les personnes handicapées. L'Association „Portes Ouvertes” a encore un bureau de placement pour les personnes handicapées

GROUPE CIBLE: Ce portail sert depuis un certain temps le projet „Employeur Ami” à destination des employeurs et du monde des affaires. Les employeurs potentiels y trouvent beaucoup d'informations légales et consultatives qui sont une aide pour permettre aux entreprises commerciales d'approcher « le handicap ».

9. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : „Envoie ton CV – Quelqu'un l'attend”. Ciszewski Public Relations – une campagne sociale pour l'activation professionnelle des personnes handicapées¹⁷.

¹⁵ Les informations obtenues au portail d'Internet: http://www.pracodawca.net/?new_id=18

¹⁶ Source : http://www.pracodawca.net/?new_id=17

¹⁷ Les informations élaborées en tenant compte de ce qu'on présente au portail: http://www.bezbarier.pl/default_events.php?pid=78, avec le consentement de Mme Agnieszka Nowak, Assistante du Coordinateur en Chef de la Ciszewski Public Relations, pour ce que nous la remercions cordialement.



GROUPE CIBLE: Toute à la société en général

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE : Elle vise à créer une image positive des personnes handicapées ayant pour conséquence un changement de l'attitude sociale actuelle. Elle a aussi pour but d'encourager les personnes handicapées elles-mêmes à avoir une vie sociale et professionnelle active, entre autres, par le travail.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE : Des conférences et des séminaires sont organisés dans 16 chefs-lieux des régions. Il est prévu une participation de 3200 personnes qui sont: des représentants des autorités locales, des autonomes, des employeurs et des médias. – Ces derniers permettront de faire connaître la campagne et contribueront ainsi à la rendre efficace. La devise de ces rencontres est : "Les personnes handicapées - de quoi avons-nous peur et qu'est-ce que nous pouvons vraiment gagner". Les cours seront donnés par des spécialistes qui dans la vie quotidienne côtoient régulièrement des personnes handicapées et ceux qui promeuvent l'embauche de ces personnes, comme les représentants de l'Académie de Développement de Filantropie et de l'Organisation Polonaise des Employeurs des Personnes Handicapées. Chaque rencontre sera couronnée par un défilé de mode avec la participation des personnes handicapées et des danseurs qui collaborent avec elles. La campagne est sous le patronage du Fonds d'État pour la Réadaptation des Personnes Handicapées (PFRON). **Tous les matériaux d'information qui promeuvent la campagne se trouvent parmi les pièces jointes à ce rapport.**

Un site Internet donne toutes les informations de cette campagne.

<http://www.niepelnosprawni.ciszewskipr.pl/>.

10. DÉNOMINATION DE LA CAMPAGNE : NGO:VALIDES les Personnes Handicapées – travailleurs pleinement valides des organisations non gouvernementales. L'Association Klon/Jawor (Érable/Platane).



GROUPE CIBLE: „ Des organisations non gouvernementales qui veulent investir dans les travailleurs et qui luttent pour l'égalité des chances des personnes discriminées sur le marché du travail”¹⁸, ainsi que les organisations qui embauchent déjà les personnes handicapées et les personnes handicapées elles- mêmes.

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE : L'objectif principal est donc la promotion des personnes handicapées en tant que acteurs à part entière de la vie sociale et professionnelle. Par cela même: „Les organisations peuvent être employeurs des personnes handicapées. Les personnes handicapées peuvent être des travailleurs à part entière des organisations”¹⁹.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE : Une série de brochures qui ont le titre général „Connais tes droits ”sont diffusées (elle contient les information concernant entre autres : le reclassement social et professionnel des personnes handicapées, les droits **et réductions**, les allocations familiales et aussi les formes de promotion à l'embauche des personnes handicapées sur le marché du travail). Dans le cadre de la campagne un portail Internet a été créé. Il est une base de données présentant des informations légales et consultatives concernant l'embauche des personnes handicapées et propose aussi des offres de travail gratuites pour ces personnes. La campagne dispose aussi d'un bloc intitulé „Connais tes droits” dans le Téléjournal du Second Programme de la Télévision Polonaise²⁰.

¹⁸Source : <http://www.klon.org.pl/x/167837>;

¹⁹ Source : <http://pomocspoleczna.ngo.pl/x/144531>

²⁰ Toutes les informations provient du site: <http://pomocspoleczna.ngo.pl/x/144553> . Nous les avons élaborées avec le consentement de Monsieur Rafał Kowalski, rédacteur de la série 'Connais tes droits' de l'Association Klon/Jawor.