

COMPTE-RENDU DU DEUXIEME SEMINAIRE

Présentation

Mgr. Marie Buňatová, directrice exécutive du MKC

Multikulturní centrum Praha (Le Centre multiculturel de Prague), l'organisateur de ce séminaire, est une organisation à but non lucratif qui se propose de traiter les questions liées à la cohabitation des membres appartenants aux différentes cultures en République tchèque et dans d'autres pays. Depuis sa fondation en 1999, le centre continue à élargir l'étendue de ses services et de ses activités dans le domaine de la formation, de la culture et des campagnes d'information. Pour une audience composée des enfants, des étudiants, des bibliothécaires, mais aussi du grand public, le centre organise des ateliers, des cours de formation, des séminaires internationaux, des discussions et des soirées cinématographiques et littéraires, s'occupe de la gestion des pages internet portant sur la migration et l'enseignement multiculturel et prépare des séances et projections multiculturelles tout en gérant une bibliothèque multiculturelle. Cette bibliothèque publique est ouverte à tous les lecteurs intéressés par les questions liées au multiculturalisme.

Dans les espaces du Centre multiculturel de Prague :

- Nous informons le grand public ainsi que les spécialistes du domaine sur la cohabitation des groupes ethniques en République tchèque et dans d'autres pays.
- Nous créons un espace commun pour la communication, la connaissance réciproque et la recherche portant sur les différentes cultures et identités européennes et mondiales.
- Nous lançons des discussions sur les thèmes suivants : les processus migratoires, les identifications culturelles et ethniques, les liens entre les minorités et la majorité de la population, la nation et le nationalisme, la pluralité culturelle, l'éducation et la politique d'État, les attitudes à l'égard de l'altérité.
- Nous encourageons le développement des connaissances interculturelles chez les individus et les institutions en République tchèque (RT).
- Nous traitons des questions et cherchons les réponses liées à la situation des divers groupes socioculturels sur le territoire de la RT.
- Nous réalisons des projets ayant un impact sur les individus et les institutions afin de créer des conditions favorables au fonctionnement d'une société pluraliste en RT.

Régina Del Bigo (FAR)

J'aimerais vous présenter INTEGRA, le projet européen qui a encadré notre séminaire.

Le but du projet INTEGRA est de mettre en relief le processus d'insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire, par exemple dans une usine ou dans un bureau. Ce but consiste

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

également à montrer que l'emploi des personnes handicapées peut apporter un facteur positif aux entreprises qui s'y décident.

Le projet est réparti en trois parties : le monitoring, déploiement des informations (encouragement à la prise de conscience) et la formation. Dans un premier temps, on a collecté les données afin d'identifier les meilleures pratiques de l'insertion dans les différents pays partenaires. Actuellement, une campagne de sensibilisation est menée auprès du grand public qui porte sur la question concrète de l'emploi. Un programme de formation va suivre afin de sensibiliser les représentants des employés et de les inciter à l'action (un outil de formation).

Dans le cadre du projet, quatre séminaires auront lieu, dont le présent constitue le deuxième volet.

Les séminaires porteront sur les thèmes suivants :

A, les manières d'insertion des personnes handicapées sur le marché du travail

B, l'encouragement à la prise de conscience et la sensibilisation du public et des personnes dans le secteur privé et public afin de faire mieux connaître les enjeux de l'insertion des personnes handicapées

C, les aspects de la formation des représentants des employés

D, synthèse des travaux réalisés au cours du projet

De façon régulière, on met à jour les pages internet www.eu-integra.org où se trouvent les informations sur les progrès réalisés et les résultats obtenus dans le cadre du projet.

Michaela Vodenková Poláková (MKC)

Compte tenu du fait que la conférence porte sur les campagnes d'information, trois supports de sensibilisation font partie de notre séminaire :

Les affiches

Les affiches de quasiment tous les pays participant au projet ont été exposés dans la salle d'entrée. On a rassemblé 25 affiches au total. Un ordinateur installé dans un coin de la salle montrait les séquences publicitaires et d'autres campagnes d'information réalisées dans les pays participants.

Les chaussettes

Toute personne a reçu après son inscription une paire des chaussettes illustrées par Pierre Kroll, un dessinateur-caricaturiste belge de renom.

Après l'ouverture du séminaire a pris la parole Gisèle Marlière de L'Association Socialiste de la Personne Handicapée (Belgique). La campagne au cours de laquelle ces chaussettes ont été distribuées s'est déroulée en hiver 2005 dans les grandes gares ferroviaires. Les hommes politiques membres du gouvernement belge faisaient partie du groupe cible de cette campagne. L'objectif de la campagne était de sensibiliser le grand public et le monde politique aux difficultés d'intégration des personnes handicapées. L'initiative était perçue de

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire
Communication – Encouragement à la prise de conscience

manière positive et soutenue par les médias. Les participants du séminaire ont pu faire une expérience personnelle de cette « campagne ».

Les cartes postales

Lors de son inscription, chaque participant a reçu une première carte postale faisant partie d'une série. Ensuite, pendant les pauses entre les conférences, les participants recevaient d'autres cartes de cette série. Les cartes postales ont été réalisées dans le cadre de l'initiative « Toi, Nous, Tous sont égaux. La diversité concerne le monde entier. **Vous** aussi pouvez être concernés », lancée par l'Association socialiste pour la personne handicapée.

Voici les inscriptions sur les différentes cartes postales :

1. Une personne en fauteuil roulant : « L'ascenseur ne marche pas, qu'est-ce que je vais faire ? »
2. Mais non ! Combien d'autres encore ? (...vont garer leur voiture sur les lots réservés aux personnes handicapées ?)
3. Pardon, nous vous avons oubliés. (une personne mal voyante devant un escalier qui n'est pas signalé)
4. A quel niveau vous vous placez ?

Conférencier:

**Handicap: Un projet de consultation pour les personnes gravement handicapés dans les entreprises à Hambourg
Jürgen Baumann, assistant-enseignant, Arbeit und Leben, Hambourg, Allemagne**

Le projet a pour but de remédier aux insuffisances dans le domaine de l'emploi des personnes gravement handicapées dans les petites et moyennes entreprises. Le projet s'efforce d'inciter les entreprises à créer des zones de travail protégées dans leurs sites, de créer de nouveaux postes et de les motiver dans leurs politiques d'embauche. Le groupe cible du projet sont les groupes d'intérêt ou les autorités dans les petites et moyennes entreprises (jusqu'à 500 employés) situées à Hambourg. A travers les informations et conseils transmis par voie directe, le projet a pour vocation de renseigner les représentants des travailleurs (et par voie indirecte, les représentants des employeurs) dans le domaine de la prévention et de la réadaptation dans le cadre des obligations prévues par le Code social. Au cours des consultations, on cherche des solutions précises, rentables et adaptées à telle ou telle entreprise. Parmi les services de l'Arbeit und Leben, une place importante appartient à l'aide aux entreprises - notamment au niveau des ressources humaines - dans leur politique salariale concernant les handicapés lourds. L'organisation collecte et distribue les informations concernant les offres d'emploi sur les marchés régionaux de travail et assiste lors des procédures visant à obtenir des subventions pour la formation professionnelle et pour l'emploi des jeunes handicapés. Enfin, elle se charge de mettre en contact les demandeurs d'emploi avec les employeurs et de leur procurer d'autres services spécifiques. Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le site internet de l'organisation Arbeit und Leben. Dans le cadre du projet, l'organisation publie une fois par mois la „Newsletter“ avec les actualités du domaine de l'emploi des personnes handicapées. Depuis 2004, environ 300 représentants des employeurs ont été conseillés dans le domaine de l'insertion des personnes handicapées dans le processus de travail.

Initiative: « Job » & « Eliminer les barrières à l'accessibilité des emplois »

Présentées par Olaf Müller, rapporteur au Ministère fédéral du Travail et des affaires sociales, Allemagne.

Conférencier : Jürgen Baumann

Cette initiative a pour vocation de favoriser la formation et l'emploi des personnes handicapées et d'encourager les entreprises à la prévention. Elle est coordonnée par le Ministère fédéral du Travail et des Affaires sociales en collaboration avec ses partenaires, à savoir les employeurs, les syndicats, les associations et organisations de personnes handicapées, l'Agence fédérale pour l'emploi, les offices de l'intégration, les institutions de réadaptation ainsi que les services et établissements de réadaptation, le comité consultatif pour la participation des personnes handicapées et autres. L'initiative a été créée en 2004 et elle sera poursuivie jusqu'à la fin de 2006. Son

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

objectif est d'apporter un soutien à la formation des jeunes handicapés et gravement handicapés, d'améliorer les chances d'emploi des personnes handicapées dans les petites et moyennes entreprises. Elle est subventionnée par le Fonds fédéral pour l'égalité et par le Fonds social européen.

Le comité consultatif pour la participation des personnes handicapées a constitué un organe qui se compose des représentants des employés, d'un représentant du Conseil allemand des personnes handicapées, des représentants des institutions de réadaptation et des représentants du Ministère fédéral du Travail et des Affaires sociales. Après avoir voté l'ordre réglementaire de travail, l'organe sélectionne les projets qui seront financés à l'aide des fonds pour l'égalité. Le Ministère fédéral du Travail et des Affaires sociales coordonne l'initiative « Job » et, au sein du gouvernement fédéral, assume la responsabilité pour les informations sur la participation des personnes handicapées à la vie active. Au total, cette initiative a aidé 41 projets, dont 9 dans le domaine de la formation, 19 effectués par les employeurs et 13 destinés à la prévention au sein des entreprises. On a distribué 130 000 exemplaires de la brochure contenant des informations sur l'initiative « job » et sur les avantages pour les employeurs qui emploient des personnes handicapées. On a également distribué 15 000 supports DVD avec les informations sur cette initiative. 35 000 personnes se sont abonnées à la newsletter. On a organisé plus de 9 conférences sur les personnes handicapées.

Discussion

L'initiative Handicap est effective, elle attire beaucoup d'attention et comme je l'ai déjà mentionné précédemment, depuis le lancement de l'initiative, plus de 550 consultations ont été réalisées. Le succès de cette initiative est lié à la décision d'établir des contacts directs. S'adresser aux représentants des entreprises s'avérait difficile dans un premier temps, mais grâce à l'intérêt porté aux modifications des dispositions législatives, la porte a été au moins entrouverte.

Les handicapés et la production ? Une combinaison formidable !

Ing. Pavel Pěnička, le directeur de la division Siemens Elektromotory, filiale de Mohelnice, République tchèque

Au début de son intervention, M. Pěnička a présenté l'entreprise Siemens Elektromotory, filiale de Mohelnice. Siemens Elektromotory constitue l'une des divisions de la société Siemens Česká republika. Cette division est composée de deux filiales, dont la première est située à Frenštát, la seconde à Mohelnice. Pour donner une idée sur la situation géographique du site : la filiale de Mohelnice se trouve dans la Moravie du Nord. La production du site inclut la fabrication des moteurs électriques asynchrones monophasés et triphasés à basse tension. La partie majeure de la production se concentre sur les moteurs avec un corps en aluminium. Cependant, on fabrique

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire
Communication – Encouragement à la prise de conscience

également des moteurs avec un corps en fonte et de moteurs adaptés à un régime de fonctionnement intensif. Les moteurs électriques peuvent servir dans les installations diverses, telles que les compresseurs, pompes, ventilateurs, convoyeurs de matériel etc. Le site se compose d'un bâtiment administration, d'un hall de pré-montage et montage, d'un atelier de presses, d'une chambre de bobinage, d'un centre logistique et d'une fonderie.

La majeure partie de la présentation se concentrait sur l'atelier protégé qui fait partie de la filiale et qui se trouve sur le site même de la filiale. M. Pěnička a décrit l'histoire de la création de cet atelier protégé au sein de leur division. L'exemple donné constituait une source d'inspiration. Tout d'abord, M. Pěnička a énuméré les conditions de base pour la création d'un atelier protégé, parmi lesquelles il a cité notamment la nécessité de combattre les préjugés :

- Les personnes handicapées ne sont pas seulement des personnes dans les fauteuils roulants ou des personnes avec une canne blanche.
- Un atelier protégé n'est pas forcément un lieu de travail séparé ou isolé.
- Dans un atelier protégé, il n'est pas forcément nécessaire d'introduire d'autres pratiques que les pratiques standardisées, par exemple avec une productivité plus faible.

Parmi les conditions de base pour la création d'un atelier protégé, il est nécessaire de mentionner l'observation des dispositions législatives dans le cadre de la loi n° 435/2004 sur « l'emploi », notamment l'art. 76 sur les obligations à remplir pour créer un atelier protégé. Parmi d'autres obligations légales, il est stipulé qu'au moins 60 % des employés doivent être des personnes handicapées et que l'atelier doit être exploité pendant deux années au moins.

Dans le passé, le déroulement de l'embauche et de l'emploi des personnes handicapées était le suivant :

A, embauche

B, constatation d'une détérioration de l'état de santé

C, une aggravation critique de l'état de santé

Départ forcé de l'entreprise + perte des repères sociaux

D, départ de l'entreprise (retraite)

Actuellement, le déroulement est le suivant:

A, embauche accompagnée par un examen de santé (pour les emplois à risques, un examen obligatoire par un spécialiste, sur la base d'une recommandation par le médecin de l'entreprise)

AB, des examens médicaux réguliers

B, constatation d'une détérioration de l'état de santé

C, une aggravation critique de l'état de santé

Transfert dans l'atelier protégé ; travail sélectionné et adapté à l'état de santé de l'employé ; maintien des repères sociaux des employés ; renforcement du lien entre l'entreprise et l'employé

D, départ de l'entreprise (retraite)

Il faut bien noter que la détérioration de l'état de santé n'est pas due seulement à la charge de travail. Une reconnaissance précoce de la

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

détérioration de l'état de santé est un moyen efficace pour prévenir l'apparition d'un changement durable de l'aptitude au travail.

L'objectif de l'atelier protégé de Mohelnice est de donner aux personnes handicapées une possibilité de se réaliser pleinement au travail dans les conditions adaptées à leur aptitudes et d'exploiter, de façon effective, le temps de travail des employés handicapés. Les précautions à prendre lors de la création de l'atelier protégé sont les suivants :

- délimitations des activités de production à transférer et à concentrer dans l'atelier autonome
- désignation d'un employé dans l'atelier protégé s'effectue sur la base du contrat avec l'employeur
- une modification du lieu de travail visant à assurer le maximum d'ergonomie et d'adaptation aux besoins des salariés handicapés.
- un examen de santé avant la désignation du salarié afin de connaître précisément ses aptitudes concrètes
- dans l'atelier protégé, donner aux salariés seulement les tâches qui sont adaptées à leurs aptitudes et à leur état de santé.

L'atelier protégé est un centre de frais autonome. Le contre-maître est subordonné au directeur d'exploitation. L'atelier protégé emploie 50 salariés au total. 32 parmi eux sont des personnes handicapées. Un salarié est gravement handicapé et sept personnes ont une pension d'invalidité partielle. En ce qui concerne le nombre total des salariés handicapés, le site de Mohelnice en compte 88 au total. Ainsi, la filiale remplit le quota imposé par la loi en embauchant 6,6 % des salariés handicapés. L'atelier protégé est divisé en 4 sections.

Il s'agit des sections suivantes:

- chambre de bobinage
- montage
- livraison
- service courrier.

Enfin, M. Pěnička a mentionné le cas d'une femme qui était en congé maladie durant trois quarts de l'année avant la création de l'atelier protégé. Après avoir été transférée à l'atelier protégé, la durée annuelle de son arrêt maladie ne faisait plus que deux semaines.

Discussion

La filiale de Mohelnice est en collaboration de longue date avec l'Hôpital universitaire d'Olomouc. Les médecins de cet hôpital effectuent des visites médicales régulières des salariés sur place et sur la base des critères de l'ergothérapie, ils mesurent leur charge de travail. Dans un premier temps, les salariés ont réagi à ces visites de manière négative. Parmi d'autres formes de soutien aux salariés, il

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

faut nommer les programmes de prévention centrés sur une approche active du temps libre et incluant également des massages. Les différents services sont proposés en fonction du travail effectué. Nous n'avons pas organisé d'embauche spéciale pour notre atelier protégé : nous y avons transféré un certain nombre de nos salariés. Nous essayons de promouvoir notre atelier protégé lors des conférences ou par la publicité institutionnelle de Siemens s.r.o. Certaines entreprises nous ont déjà demandé les informations sur les conditions et procédures à suivre en créant un atelier protégé. Pour tous les intéressés, nous sommes capables d'organiser sur demande une visite de notre site, accompagné par une présentation de spécialiste. Il n'y a pas des « programmes d'amitié » (pour créer des liens entre les personnes handicapées et les personnes valides), car tous les salariés de l'entreprise se connaissent.

Emploi des personnes handicapées Mgr. Jana Majerová, Directrice de la section des formes spécifiques de soutien à l'emploi, Ministère du Travail et des Affaires sociales, République tchèque

Mme Majerová a présenté le cadre législatif qui régit l'emploi des personnes handicapées en République tchèque. Deux dispositions législatives concernant ce domaine existent en République tchèque. Il s'agit de la loi N° 435/2004 sur l'emploi, dans la teneur des directives ultérieures, et du décret N° 518/2004 portant l'application de la loi N° 435/2004 sur l'emploi. Est défini comme personne handicapée : une personne invalide, totalement ou partiellement, ou une personne désavantagée par son état de santé. A ces personnes, on assure une meilleure protection sur le marché du travail. Il s'agit notamment des services suivants : une assistance plus intense pendant la recherche d'un emploi, une réhabilitation professionnelle, un plan d'action individuel incluant une préparation à la fois théorique et pratique pour le poste recherché ; une formation professionnelle et des cours de réadaptation. Ensuite, Mme Majerová a parlé des droits et des obligations des employeurs et de la collaboration avec les offices de travail.

Les employeurs sont obligés de :

- informer sur les postes libres propices aux personnes handicapées;
- développer les chances de l'emploi des personnes handicapées, c'est-à-dire adapter les postes et les conditions ;
- collaborer dans le but d'assurer une réhabilitation professionnelle;
- gérer une base de données concernant les personnes handicapées
- gérer une base de données concernant les postes réservés aux personnes handicapées.

Les offices de travail peuvent être sollicités :

- de fournir des informations et des conseils;

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

- de collaborer dans le but de réserver certains postes adaptés aux personnes handicapées;
- collaborer dans le but de trouver une solution individuelle pour adapter le poste demandé ;
- collaborer dans le but de créer un poste adapté

Selon les articles 81-83 de la loi sur l'emploi, un quota de 4 % s'applique aux sociétés avec plus de 25 salariés. Ce quota peut être rempli en embauchant des personnes handicapées ; en achetant des produits et des services de la part des sociétés dont 50 % des effectifs sont constitués par des personnes handicapées ou de la part des ateliers protégés ou des sociétés religieuses fondées par l'une des églises officiellement enregistrées par l'Etat ou de la part des personnes handicapées exerçant une profession indépendante. Ou bien en attribuant des commandes aux entités mentionnés. La dernière possibilité consiste à verser une contribution dans le budget d'Etat. Il est possible de combiner les manières de remplir le quota. Les employeurs faisant partie des organes de la fonction publique ou des sociétés gérées par l'Etat ne peuvent pas s'acquitter de leurs obligations en versant cette contribution. Un catalogue des organisations embauchant plus de 50 % des personnes handicapées est à la disposition des employeurs afin de mieux les orienter.

Les dispositions visant à promouvoir l'emploi des personnes handicapées sont donc constituées d'une part par le quota obligatoire et d'autre part, selon l'article 78 de la loi sur l'emploi, par une aide financière versée à l'employeur (subvention à la création d'un poste de travail protégé, subvention à la création d'un atelier protégé et remboursement partiel des charges d'exploitation du poste de travail protégé ou de l'atelier protégé). L'aide financière peut être attribuée également à une personne handicapée qui exerce une activité lucrative.

D'autres possibilités des aides financières sont à chercher auprès des offices de travail.

Il s'agit des programmes suivants :

- une politique d'emploi proactive,
- les programmes d'emploi ciblés et les actions pour le développement des ressources humaines subventionnées par le Fonds social européen.

Les instruments d'une politique d'emploi proactive selon l'art. 104 de la loi sur l'emploi sont les suivants :

- la création d'un nouveau poste de travail
- la contribution aux charges salariales

Parmi les instruments autres que financiers, il faut citer le monitoring de la situation sur le marché du travail et la collecte des informations sur le profil des demandeurs d'emploi enregistrés. Dans le cadre du programme du Fonds social européen, il s'agit des programmes de valorisation des ressources humaines, des allocations des moyens

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire
Communication – Encouragement à la prise de conscience

pour soutenir les régions et les entités territoriales au niveau suprarégional.

Afin de donner un outil d'information au public et aux employeurs, un site internet du Ministère du Travail et des Affaires sociales a été conçue de façon à intégrer ensemble les informations sur l'emploi en République tchèque, sur les allocations sociales de l'Etat, sur le projet EURES, sur les activités du Ministère, sur l'Administration tchèque de la sécurité sociale, sur les sites des services publics et autres.

Le centre d'appel des services à l'emploi constitue un autre moyen de communication. Il est possible d'y obtenir des informations sur les cours de réadaptation, sur les marchés de travail, sur la politique proactive d'emploi, sur les programmes d'emploi ciblés, sur les droits d'indemnisation en cas d'insolvabilité de l'employeur et sur les postes vacants. Outre les informations mentionnées, le centre d'appel fournit également un service de conseil, destiné à servir d'intermédiaire lors de la recherche d'un emploi, de fournir des conseils dans les domaines spécifiques, portant notamment sur le marché du travail et les politiques d'emploi en Union européenne (EURES).

**Respect: Campagne d'information de la Commission européenne (Emploi, Cohésion sociale et Egalité des chances) basée sur la législation anti-discriminatoire de l'UE
Alice Milstein – Silbermann (Media Consulta) et Romana Slaninová (Omnimedia, s.r.o.)**

Cette contribution portait sur la campagne d'information ayant pour but de vaincre la discrimination ainsi que de proposer une diversité d'emploi aux personnes handicapées. Les principaux objectifs de cette campagne sont les suivants:

- informer les personnes, notamment les employeurs et les employés, de leurs droits et devoirs selon la législation communautaire et selon la législation nationale.
- soutenir la diversité comme un concept positif afin d'éliminer la discrimination dans l'Union européenne.
- renforcer et élargir le réseau des investisseurs.

Cette campagne se déroule dans tous les pays de l'Union européenne, mais dans chaque pays elle est faite « sur mesure ». Il a fallu l'adapter et la rendre émotive pour que les médias s'y intéressent.

La campagne se déroule à travers le PR DIALOG.

La campagne est diffusée à plusieurs niveaux :

- dialogue avec le groupe cible, interaction avec la société,
- niveau individuel
- double communication

Les groupes impliqués dans la campagne sont les suivants:

- les médias,
- la société,

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

- les ONG,
- les institutions politiques,
- les associations et groupes d'intérêt,
- les victimes de discrimination
- les partenaires sociaux
- les perturbateurs

Les messages portés par la campagne sont les suivants:

La discrimination au travail est illégale.

Nous sommes tous différents, heureusement.

La diversité rend le monde plus riche et meilleur.

La devise de la campagne est **Pour la diversité. Contre la discrimination.**

Les moyens de la campagne sont les suivants:

- Une affiche commune (une photo avec 40 personnes „différentes“ et uniques)
- Le prix du journalisme 2005 – le groupe cible était celui des journalistes. Ce concours s'est déroulé dans 25 pays de l'Union européenne. Il a encouragé les journalistes à réfléchir au thème de la discrimination. Les articles encouragent le public à mieux comprendre les bénéfices qu'apporte la diversité ainsi à lutter contre la discrimination au travail. En 2005 les contributions des journalistes ont été au nombre de 400.
- Les affiches publicitaires dans des espaces publics.
- Le camion européen – un véhicule de 30 tonnes qui diffuse les informations sur la législation anti-discriminatoire communautaire et nationale. Le camion est équipé d'un espace de renseignement et de loisir. Ces informations sont accessibles y compris en Braille et le camion est équipé d'un ascenseur pour permettre aux personnes handicapées d'y accéder, etc. Le camion européen a traversé toute l'Europe, notamment les régions les plus concernées par la discrimination. En République tchèque, le camion a stationné devant la Haute école des études économiques (VSE) au mois d'octobre dernier.
- Les courses en faveur de la diversité – les marathons réunissent les personnes qui courent pour la même cause. Il s'agit d'un sujet très apprécié par les médias. Plus de 8000 personnes ont participé au marathon „Pour la diversité. Contre la discrimination“.
- Colloque SME 2006 – colloque d'informations destiné aux entrepreneurs.
- Concours sur MTV – le groupe ciblé étaient les jeunes et les adolescents, réunis à travers un programme dans toute l'Europe. Il s'agissait de communiquer avec les jeunes dans leur langage, à travers leurs moyens de communication, à travers la musique, la culture, l'identité. „Si vous deviez exprimer la diversité humaine avec une seule photo, laquelle serait-elle? “

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

- Combattre les stéréotypes – concours de jeunes étudiants en art appliqué, en graphisme et en communication visuelle, qui devaient créer des tableaux promouvant la diversité parmi les jeunes. Ces tableaux/affiches ont été exposés d'abord au Berlaymont avant de faire le tour de 13 pays de l'UE. Cette exposition contenait les 30 meilleures affiches pour les jeunes.
- Le portail www.stop-discrimination.info – un très large forum d'informations de l'UE. Le site est divisé en sections comme suit: une pour les employeurs, une dédiée aux informations sur la législation européenne, forum européen d'échange d'informations concernant les ONG, les liens nationaux avec des bases de données nationales, et enfin une bibliothèque unique dans toutes les langues.
- La documentation – une nouvelle documentation a été créée afin de refléter la situation dans les pays membres et soutenir les activités des groupes de travail au niveau national. Cette documentation contient un ensemble d'outils fournissant des informations disponibles sur la législation ainsi que des pistes pour obtenir des informations détaillées, des dépliants concernant la situation dans les différents pays, des brochures détaillées d'informations sur les contributions de nos partenaires, des affiches, des dépliants, des DVD en langues nationales et quatre liens électroniques.

Le Débat

Le camion jaune est arrivé à Prague le 12.10.2006 et il a stationné devant la haute Ecole des études économiques. Les échos de cette campagne destinée aux jeunes et diffusée sur MTV furent extrêmement positifs, nous nous réjouissons d'avoir réussi à toucher un groupe de personnes à qui nous avons du mal à nous adresser habituellement. Le marathon Pour la diversité n'a pas eu lieu à Prague, mais à ma connaissance, l'ancien Premier Ministre Vladimir Spidla a participé à celui à Bruxelles.

La communication et la prise de conscience. Comment faire une bonne campagne d'information.

Sara Castellanos, coordinatrice de projet, ASPAYM, Madrid, Espagne

Le sujet de cette intervention était la préparation d'une bonne campagne. La réalisation des campagnes est essentielle pour l'amélioration de la qualité de la vie des personnes handicapées. Tous les changements survenus depuis les 50 dernières années (tels que le droit à l'éducation, la législation anti-discriminatoire, l'intégration dans le travail), ont été initiés par les mêmes personnes qui ont organisé la campagne pour leur adoption.

Cependant, il reste encore beaucoup de choses à faire pour que les personnes handicapées bénéficient des mêmes droits que les autres membres de la société. Les personnes handicapées ont toujours moins d'opportunités de participer aux activités de la vie courante ou de bénéficier d'un soutien leur permettant de prendre de vraies décisions. Ni leurs capacités ni leurs besoins ne sont pris en

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

considération par la société, par les entreprises, les médias ou le gouvernement. Cela veut dire qu'il faut réaliser des campagnes au niveau local, national et européen, car seules les campagnes permettent de réaliser des changements nécessaires pour que les personnes handicapées se servent de leur potentiel. En ce qui concerne la stratégie de communication et d'interprétation de la discrimination sociale, ni la société ni le marché de travail n'accueillent favorablement les personnes handicapées. Les employeurs n'ayant pas de renseignements sur les capacités de travail de cette partie de la population refusent de les embaucher en se basant sur des idées reçues. Ce stéréotype sur les personnes handicapées crée un cercle vicieux nourri par des attributs négatifs qui ne peut être brisé que par une campagne d'informations ciblée et bien préparée. La discrimination sociale peut être réinterprétée que grâce à une stratégie de communication appropriée.

Cette campagne doit être fondée entièrement sur un plan stratégique approprié qui se compose de deux parties :

1. les analyses antérieures, les contacts etc., il s'agit de cibler directement les médias, les agents sociaux, les employeurs, les syndicats etc.
2. le plan d'action de la communication: il s'agit de cibler le groupe de personnes handicapées afin de renforcer leur capacité de travail

Tout cela doit être réalisé à l'aide d'une communication sociale adéquate. Il est important d'impliquer les personnes handicapées dans toutes les étapes de la campagne. Il est essentiel de faire participer des familles ou des assistants des personnes handicapées qui n'ont pas l'occasion d'exprimer leurs besoins. Ceci est important pour les trois raisons suivantes:

- *une bonne préparation* (seule la participation des handicapés à la préparation de la campagne permet de comprendre quels changements sont nécessaires);
- *la crédibilité*: les ONG s'intéressent de plus en plus aux personnes qu'elles défendent. Une campagne à laquelle participent les personnes handicapées sera convaincante ; Les gens à qui s'adresse la campagne ne pourront pas refuser les arguments si nous nous sommes les médiateurs directs des personnes concernées.
- *L'impact*: la campagne aura plus d'impact s'il y a un contact direct avec les personnes concernées.

Il existe des règles d'or pour mener une bonne campagne réussie: *les objectifs, les informations, les interlocuteurs, le timing, la coopération*. Lorsqu'on lance une campagne, dans un premier temps il faut se fixer les objectifs à atteindre. La première décision et la plus importante est de décider si une telle campagne est nécessaire. Il faut également présenter une déclaration claire. Ceci va permettre d'atteindre les objectifs de la campagne et donner un signal clair au groupe cible : aux décideurs, aux médias et à la société. Ensuite, il s'agit de collecter des informations nécessaires pour la campagne. Le secret d'une campagne réussie consiste à trouver des preuves qui

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

vont appuyer nos arguments et convaincre les gens. La première chose à faire est de bien vérifier les documents. Il est indispensable de connaître les faits et d'être capable de les prouver afin de gagner la confiance des interlocuteurs. Le choix des interlocuteurs et le choix de la méthode la plus appropriée pour la campagne sont également essentiels. Il faut cibler un groupe qui a le pouvoir de changer les choses et faire de la campagne une réussite. Il existe des personnes qui ne sont pas décideurs, mais peuvent soutenir la campagne en public quand même, à savoir la société au sens large du terme et les médias. L'utilisation des moyens appropriés pour présenter les informations au groupe cible est l'un des aspects clefs de la campagne.

Il faut également connaître le moment de la prise des décisions pour pouvoir les influencer. (timing) Une campagne est beaucoup plus efficace si tout le monde poursuit le même objectif (coopération). Pendant une campagne il est indispensable de choisir un bon titre, de préciser et diviser les tâches, de former des groupes de travail. Par exemple, une personne est chargée de la coordination de la communication, une autre rédige des rapports, d'autres personnes sont chargées de développer les relations avec le public, d'autres sont responsables de prise des décisions. Les personnes s'impliquent davantage si leur rôle est clairement défini. La publicité de la campagne est aussi très importante, il faut multiplier les annonces. Si nous diffusons des annonces dans le plus grand nombre de lieux, tous ceux qui doivent assister à cet événement seront au courant. Les annonces doivent être accessibles à tous. Par exemple, nous nous concentrons sur la taille de police, qui doit être assez grande, en gras et lisible, notamment la date, l'heure et le lieu de l'évènement. Il s'agit de repérer des endroits où l'on peut annoncer l'évènement gratuitement. Une bonne idée est de publier une annonce dans un journal local. Le lieu doit être accessible à tous les citoyens. Si dans le cadre de notre campagne nous envisageons un événement public, il est souhaitable d'engager un bon animateur qui va structurer la campagne et qui va la rendre visible. Le choix de l'animateur dépend du caractère de la campagne ; néanmoins nous choisissons de préférence quelqu'un qui est sympathique, si possible expert dans le domaine concerné. Pendant la campagne il faut définir les objectifs de tel ou tel événement. Il importe que tous les organisateurs connaissent ces objectifs et qu'ils soient d'accord. Pour trouver un accord commun les organisateurs peuvent faire des propositions qui seront notées sur une pancarte. Cela veut dire que tout le monde est impliqué dans la formulation de la campagne. A la fin, un bilan devrait être établi pour évaluer les succès et les échecs de la campagne. Il est donc nécessaire d'avoir défini au préalable les objectifs.

Les méthodes de la campagne peuvent être variées, il faut en chercher les plus efficaces tout en restant créatif. Citons-en quelques-unes : lettres et pétitions, dépliants, affiches (simplicité, titres expressifs, lisibilité), **une distribution sensationnelle** (par ex. une photo des personnes handicapées), par le biais des médias locaux et nationaux.

Insertion des personnes handicapées en milieu de travail ordinaire Communication – Encouragement à la prise de conscience

En guise d'exemple, je décrirais la campagne **A vos marques, prêts, partez**, qui a eu lieu en Espagne en 1996 et qui fut orchestrée par l'organisation caritative ONCE. ONCE travaille avec des personnes handicapées et contribue à la sensibilisation de la société à travers des campagnes publicitaires. Ces campagnes ont une grande réputation pour plusieurs raisons : leur connaissance en profondeur de la problématique discutée, des paramètres bien choisis, grande créativité des publicités, des lancements bien travaillés avec plusieurs variantes.

Ensuite, il y a 4 spots télévisés. Ces spots nous montrent 2 personnes qui se ressemblent et qui cherchent du travail. L'une d'entre elles va avoir du mal à trouver, parce qu'elle est handicapée. Les deux personnes ont un comportement presque identique, il est difficile pour l'observateur de deviner qui est handicapé. Ces spots mettent en exergue les aspects suivants : la mise en œuvre, le casting, le rythme, l'adaptation, le texte et la crédibilité. Le contenu de ce spot apporte deux informations positives :

- Les personnes handicapées sont prêtes à intégrer le marché du travail.
- L'égalité des chances pour tous

Le deuxième extrait est le spot de **Obra Social Caja Madrid**. Il concerne l'intégration des handicapés dans la société en général. Il a été tourné par l'organisation caritative de la banque *Caja Madrid* l'année dernière.

En guise de conclusion je voudrais souligner qu'on ne doit pas nécessairement être un organisateur professionnel des campagnes pour réussir une campagne. Ce qu'il faut c'est de la détermination, de l'énergie et de la foi dans ce que l'on fait.

Conclusion du séminaire

Michaela Vodenková Poláková, Multikulturní centrum Praha

Je souhaiterais remercier tous les participants d'être venus et tous les intervenants de leurs contributions.

Régina Del Bigo, FAR

Enfin, je voudrais remercier Multikulturní centrum Praha d'avoir organisé ce séminaire et tous les participants de leur attention. Je suis convaincue que les informations que vous avez entendues ici vous aideront dans votre travail et vous encourageront pour la suite.