

Faites circuler le message autour de vous

Que ce soit pour faire circuler le message de la campagne lors d'un festival, une foire, un évènement dans votre établissement,... divers outils sont disponibles à la demande :



→ **LE TROMBINOSCOPE** : empruntez la structure (1m 60 X 1m 50) enfant-adulte du logo « l'exemple, c'est nous ». Il s'agit d'un panneau en bois, pliable, facilement transportable. Il suffit de l'installer à la façon d'un théâtre de marionnettes et de proposer aux passants de devenir acteurs de la campagne en se mettant en scène, en insérant leur visage dans les espaces prévus à l'emplacement des têtes. Photographiez-les et partagez avec eux ce souvenir en mettant la photo à disposition sur votre site ou sur une page créée pour l'occasion sur le site lexemplecestnous.org

→ **DES BÂCHES** plastifiées de 250 cm sur 80 cm sont également disponibles. Les évènements qui rassemblent un grand nombre de gens sont autant d'occasion d'interpeller, de sensibiliser d'expliquer une telle campagne et surtout d'inviter les gens à participer et à s'impliquer dans le mouvement.



Divers slogans sont déjà disponibles dans ce format.

→ **UNE PLATEFORME PARTICIPATIVE LEXEMPLECESTNOUS.ORG** : vous souhaitez participer à la campagne par un texte de réflexion, une vidéo créative, un poème qui aborde cette question de la transmission, une photo qui dit plus que des mots,... la plateforme participative lexemplecestnous.org accueille et diffuse sous toutes ces formes les réflexions autour de cette question. N'hésitez donc pas à ajouter votre créativité, votre grain de sel dans ce mouvement.

Des autocollants, des affiches,... sont également disponibles à la demande.

Si vous le souhaitez, notre équipe est à votre disposition pour réfléchir avec vous comment concevoir l'une ou l'autre action de sensibilisation autour de cette question auprès de votre public.

Pour obtenir gratuitement ces différents supports, envoyez un email à yapaka@yapaka.be ou par téléphone au 02 413 23 39. Le matériel est également disponible via le site lexemplecestnous.org

Une initiative de : Yapaka – Fédération Wallonie-Bruxelles
44, boulevard Léopold II – 1080 Bruxelles – Tél.: 02 413 25 69 – yapaka@yapaka.be

COMITÉ DE PILOTAGE: Nicole Bruhwylar, Deborah Dewulf, Nathalie Ferrard, Ingrid Godeau, Louis Grippa, Françoise Guillaume, Gérard Hansen, Françoise Hoornaert, Perrine Humblot, Céline Morel, Marie Thonon.

COORDINATION: Vincent Magos assisté de Meggy Allo, Delphine Cordier, Sandrine Hennebert, Diane Huppert, Philippe Jadin, Christine Lhermitte, Claire-Anne Sevrin.

l'exemple, c'est nous

yapaka.be



FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

ÉDITION 2012

Editeur responsable: Frédéric Delcor - Fédération Wallonie-Bruxelles - 44, boulevard Léopold II - 1080 Bruxelles



FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

yapaka.be

Prévention maltraitance

La lettre d'information de la Coordination de l'aide aux victimes de maltraitance – Édition 2012



Les enfants nous observent. Quel exemple leur donnons-nous ?

Mon petit garçon de 5 ans vient de répéter toutes les injures que j'ai hurlées à l'automobiliste de devant...

Avec sa bouille qui me fait craquer et des étoiles dans les yeux, ma fille vient de me lancer : « moi, je fais tout comme ma maman »

Ils enregistrent, copient, s'inspirent largement de ce que l'on dit, ce que l'on fait. Heureusement parce que c'est en nous imitant qu'ils grandissent, qu'ils apprennent à parler, à chanter, à marcher, à aimer, à prendre en compte les autres,... Cela se tisse entre les lignes, dans les coulisses du quotidien. D'abord au sein de la famille puis le cercle s'agrandit, d'autres adultes que les parents deviennent modèles. Nos enfants sont ce que nous leur transmettons. Ils se développent en fonction de ce qu'ils reçoivent de leurs parents ainsi que de l'environnement social dans lequel ils baignent.

Sacrée responsabilité donc d'être celui dont on s'inspire... Et qu'on le veuille ou non, nous sommes tous, à un moment ou à un autre, l'exemple, la référence.

On me dit que je ne peux pas traverser au rouge et pourtant tous les adultes le font...

Tantôt ça nous fait rire des les voir reproduire. Tantôt, on est moins fiers des gros mots qu'ils crient à tout bout de champ. Où a-t-il bien pu les entendre ? Ses jeunes oreilles traînent... Il est bien difficile après de leur demander de ne pas faire comme nous. De mettre un casque pour rouler à vélo alors qu'on adore avoir les cheveux au vent.

Comme le disait très justement Einstein : « la seule manière intelligente d'éduquer consiste à être soi-même un exemple »

Le défi est bien de réaliser qu'en tant qu'adulte, de notre position, nous imprimons quelque chose dans la génération qui nous suit, qui nous observe. Nous façonnons tous le monde qui les voit grandir. Et tous nous déplorons les incivilités et la violence des jeunes. Mais la violence ne règne-

t-elle pas dans les familles comme dans la société ? La violence conjugale, l'agressivité du conducteur automobile, le langage ordurier d'un chef d'état ou le coup de boule d'un sportif de renom ne sont-ils pas des exemples qui imprègnent notre vie quotidienne ?

La question de l'exemple concerne en effet tout le monde. Elle est liée à la transmission.

Pour que l'enfant puisse intégrer les limites du vivre ensemble, il est de la responsabilité de l'adulte de montrer dans ses actes son souci de l'autre, du lien social, du collectif... Dans le concret, cela se traduit par la parole plutôt que par le passage à l'acte, parfois par le jeu voire l'humour plutôt que par la contrainte ; en suggérant une certaine sobriété plutôt que l'hyperconsommation...

C'est sur cette réflexion que Yapaka a développé la campagne « L'exemple c'est nous ». Tous, professionnels, parents, adultes responsables, organismes, communes, nous pouvons y participer et ajouter notre grain de sel !

l'exemple, c'est nous



lexemplecestnous.org

Participez!

« L'exemple, c'est nous » peut être déclinée de 1001 manières

La campagne « l'exemple c'est nous » est une campagne participative visant à occuper l'espace public pour que la question de la transmission adulte-enfant y soit posée. Chacun est invité à saisir la perche parce que les édifices sont faits de petites pierres et que cela nous concerne tous! Dès lors, quoi de plus normal que de créer une campagne qui implique chacun, dans une optique collaborative?

Quel message?

Parler de transmission c'est attirer l'attention sur le fait que les enfants se nourrissent de ce que les adultes font, disent au quotidien, sans émettre de jugement de valeur. C'est également faire confiance aux adultes, les conscientiser dans leur rôle de transmetteur et mettre en route leur créativité.

Les messages à développer éviteront donc de suggérer qu'il existe quelque part une « bonne réponse » ou une « bonne manière » d'être avec les enfants. Il n'en est rien, il revient à chacun de la trouver. Il n'y a pas de recette miracle.

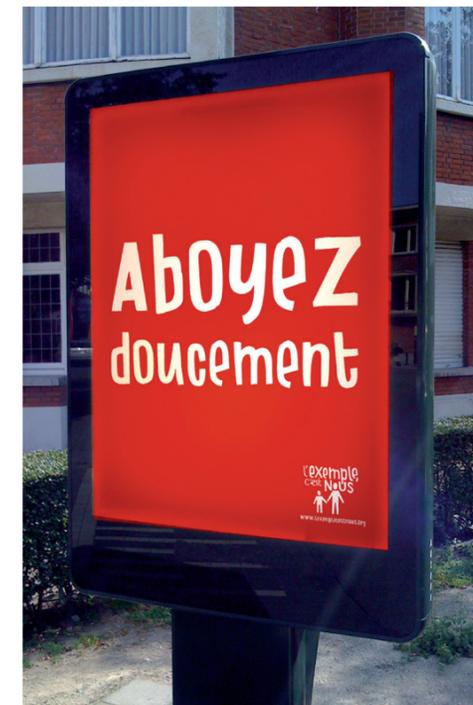
Cette option – à l'opposé de la publicité classique, qui pousse à l'acte – cherche à amener à un décalage, un temps d'arrêt, un moment de réflexion.

Et concrètement?

→ **CRÉEZ VOS SLOGANS** : en fonction de votre réalité, de votre public, pointez le sujet sur lequel vous souhaitez mettre l'accent : le savoir-vivre ensemble? Le fair-play sportif? Les gros mots à éviter... ensuite, place au brainstorming : dans un premier temps, lancer vos idées les plus folles en ne censurant rien. Dans une seconde étape, reprenez les phrases les plus percutantes, les plus courtes, les plus drôles... peaufinez-les et testez les. Si rien ne vous convainc, une banque de slogans est disponible sur lexemplecestnous.org/slogans

→ **DIFFUSEZ** vos messages en identifiant vos partenaires habituels ou de nouveaux qui pourront vous soutenir pour diffuser votre campagne mais également pour imprimer une affiche, contacter les médias locaux... une personnalité de votre région (sportif, chanteur, ...) peut également porter votre message en devenant l'ambassadeur de votre campagne.

La Stib et le Tec s'associent à la campagne en mettant l'accent sur la convivialité et le respect dans les transports en communs.



Pour tous les projets d'affichage, essayez de dire les choses avec humour plutôt que de faire la morale.

→ PARTICIPEZ À UN UNIVERS COMMUN.

Afin que chacun puisse faire des liens entre les affiches de Vielsalm, les autocollants de Bruxelles, les spots TV, l'évènement de Verriers... un logo, une typo, une palette de couleurs ont été spécialement créés. Ils donnent une cohérence à la campagne, permettent une identification immédiate de l'univers dans lequel le message s'inscrit et font appel à la mémoire visuelle. Tout le matériel est disponible sur lexemplecestnous.org/outils

→ **CRÉEZ VOTRE AFFICHE** sur base du slogan, imprimez et diffusez-la. Plus de 50 affiches adaptables sur demande sont disponibles sur lexemplecestnous.org/affiches

→ **DÉCLINEZ** sur différents supports en fonction du lieu et du public auquel votre message va s'adresser.



Olivia Bortée est une des ambassadrices de la campagne.

L'Adeps a souhaité sensibiliser tout un chacun aux différentes formes d'agressivité qui se déploient autour des activités sportives.



→ MOBILISEZ radio et TV locales

→ **RÉCOLTEZ** des histoires, des témoignages d'adultes qui racontent qui ou ce qui a été exemple pour eux. Prenez un micro, une caméra... et postez cela sur vos pages web et sur la plateforme participative lexemplecestnous.org/souvenirs

→ **COLLABOREZ** avec la presse écrite

→ **BLOGUEZ**, facebookez, twitez...

→ **OCCUPEZ** l'espace public en organisant un évènement, un flash mob. Des idées sur lexemplecestnous.org/flashmob

→ **ORGANISEZ** un concours de vidéo

→ ...

Des idées, des pistes, des astuces sont reprises sur www.lexemplecestnous.org N'hésitez pas à ajouter les vôtres!



Une conception spécifique a été réalisée en faveur du don de sang pour la Croix-Rouge.

Si nécessaire, la campagne se décline en néerlandais dans les transports en commun bruxellois, en anglais pour une manifestation internationale; ici en allemand: l'adaptation pour la Communauté germanophone du slogan « La course ou la vie ».

