



# « L'exemple, c'est nous »

Campagne mass média

*La seule manière intelligente d'éduquer consiste à être soi-même un exemple.*  
Albert Einstein

## 1. Intentions

**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. Mais quel exemple leur donne-t-on ?**

Les médias et l'homme de la rue déplorent les incivilités et la violence des jeunes. Mais la violence ne règne-t-elle pas dans les familles et 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 de notre vie quotidienne ?

Il revient à l'adulte au sein de la famille ainsi que dans l'espace social d'aider l'enfant à trouver les repères pour grandir et ainsi se socialiser. Non limité, l'enfant ou l'adolescent se retrouve aux prises avec ses pulsions, qu'il n'est pas à même de canaliser seul.

Certains parents ont des difficultés à mettre des limites à leur enfant. Parfois le chaos familial, ou encore les conditions matérielles n'offrent pas l'assise sécurisante qui permet à l'enfant de se développer harmonieusement. On parlera alors de négligence voire de maltraitance.

Cependant *il faut tout un village pour élever un enfant* et les parents doivent pouvoir compter sur la solidarité de leur entourage et s'appuyer sur l'environnement social.

Mais la société que nous avons créée, promeut liberté individuelle et épanouissement personnel, imagine un monde sans limite et fait miroiter la disparition de toute contrainte. Cela ne ressemble-t-il pas à une illusion d'enfant ?

Désarmés face à leurs enfants, les adultes se tournent vers des réponses toutes faites, des solutions médicamenteuses, prescrites parfois avec excès. Il leur arrive de demander « un signe fort » aux responsables politiques. S'ouvre alors la voie vers des politiques répressives et sécuritaires dont l'augmentation des places en centres fermés n'est qu'un aspect.

Nous soutenons que cette question concerne 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 le passage à l'acte, parfois le jeu voire l'humour plutôt que la contrainte, une certaine sobriété plutôt que l'hyperconsommation...

Depuis plusieurs années, Yapaka réalise des campagnes de prévention de la maltraitance et de soutien à la parentalité. Aujourd'hui, nous pensons qu'il faut aller un cran plus loin et s'interroger publiquement et personnellement : Quel exemple, nous, les adultes donnons-nous ?

## 2. Une campagne participative

L'exemple, donc, c'est nous. Nous tous, chacun d'entre nous.

A partir du moment où nous optons pour cet axe de campagne, il est indispensable de la construire différemment. En effet, il ne s'agit pas d'un message délivré par un pouvoir public mais plutôt d'un espace de débat et de participation proposé à tous.

Nous invitons donc professionnels, parents, adultes responsables à rejoindre cette campagne participative par leurs témoignages, actions, propositions, initiatives...

Deux visuels sont mis à la disposition de tous



Toute personne ou organisme qui adhère aux objectifs de la campagne peut librement utiliser les logos et mener des actions en son nom, auprès de son public habituel et sur ses budgets.

Une typographie et d'autres éléments permettent à chacun, au gré de sa créativité, de créer, des affiches, par exemple



Toutes les actions sont reprises sur une plateforme Internet : [l'exemple c'est nous.org](http://l'exemplec'estnous.org)

## 2009 : Lancement de la campagne

La campagne prévue pour deux ans a débuté le 15 septembre 2009 par le biais de la plateforme

Internet amenée à rassembler, au fil du temps, les différents témoignages, initiatives. : <http://www.lexemplecestnous.org>

Afin de camper le décor, une **vidéo** est mise en ligne : un montage de contre exemples de transmission piochés dans l'actualité récente ou moins récente : altercation lors d'automobilistes, violences urbaines, incivilités sont entrecoupés de regards d'enfants...

Un certain nombre de **parrains** (personnalités publiques, scientifiques telles Olivia Borlée, Moustafa Largo, Joachim Lafosse, Bruno Coppens, les Frères Taloche, Frédéric Jannin,...) soutiennent l'interrogation et la nécessité de poser publiquement la question, ils s'expriment via un bref interview vidéo ; des textes viennent compléter la réflexion...

Parallèlement, des **associations partenaires** interviennent au fur et à mesure, en contribuant de manière régulière à la campagne. Bernard De Vos, Délégué général aux droits de l'enfant tient une rubrique mensuelle, des jeunes interviewent des adultes et réalisent des

**capsules audio**. (Collaboration avec Samarcande) et **vidéo** (Collaboration avec Quand les jeunes...)

D'autres associations sont invitées à se joindre à la campagne : ainsi par exemple, une association professionnelle, un mouvement de jeunesse, un syndicat d'enseignant pourrait publier chaque mois, chaque semaine, un témoignage.

Les premières activités ont été annoncées par le biais de **225.000 cartes postales**.

► **Le 20 septembre, FlashMob à la Bourse**. A Bruxelles, la journée sans voiture a été enchantée. A 17h, une douzaine de chorales et tous les chanteurs improvisés ont participé à un événement surprise : la création de "L'exemple, c'est nous" (paroles et musique de Jo Lesco, partenariat avec Polyfolies)



► **Du 21 septembre au 21 octobre, concours de slogans**. public a proposé des slogans. Les meilleures formules ont été mises page et déclinées en autocollants. affiches pourront également être travaillées en collaboration avec différents partenaires.

Quelques publicitaires qui soutiennent la campagne ont créés les premiers slogans.



en  
Le  
en  
Des

► **Le 15 octobre les bloggeurs donnent l'exemple**, chaque blogueur a été invité à rédiger un billet de son blog sur le thème « L'exemple, c'est nous ». Un billet par semaine est mis en avant sur le site via la page d'entrée.

Mois après mois, différents artistes sont interpellés pour intervenir via un texte, une illustration, une photo... et parallèlement, le public est invité à participer également sous forme de brefs **témoignages vidéo** (moins de 2 minutes) ou autres contributions.

Dans un **vidéomathon**, chacun peut poster un face camera de 5 secondes, le temps d'interpréter la phrase « L'exemple, c'est vous et moi / L'exemple, c'est nous »



## 2010 – Poursuite et décentralisation de la campagne

### ► **Les autocollants et partenariat avec le service don de sang de la Croix Rouge**

108 000 autocollants sont diffusés afin de faire circuler les différents slogans émanant du concours. Ce média est également l'occasion d'un partenariat avec le service don de sang de la Croix Rouge qui a choisi de mettre son logo aux côtés de celui de yapaka pour le message « Oui aux bras donateurs ». Différents messages pourront être réédités dans le cadre de partenariats futurs.

### ► **Le 15 avril, une campagne citoyenne avec la STIB**

Durant un mois, les transports en commun circuleront sous la bannière « L'exemple, c'est vous et moi, l'exemple, c'est nous ». Des affiches seront posées dans le Métro bruxellois. Des autocollants dans les wagons de tram et de Métro ainsi que dans les bus. Des annonces micro interpellant les usagers seront également diffusées régulièrement.

Parallèlement un projet de happening est en chantier pour prendre place dans le Métro dans un premier temps.

D'autres projets d'**interventions publiques** (happening) sont à l'étude et seront mises en place suivant les disponibilités budgétaires et les partenariats développés.

La plate forme Internet continue de rassembler les initiatives, un livre (80 pages format A6 / 60.000 ex) reprendra les initiatives locales menées dans le cadre de cette campagne afin de montrer concrètement comment décliner les messages avec le réseau des structures locales. La volonté étant de décentraliser au maximum cette campagne afin qu'elle devienne participative. Dans ce sens, des réunions ont déjà été organisées de manière décentralisée afin d'aider pouvoirs publics et associations qui le souhaitent à décliner la campagne de manière locale et fonction de leurs publics spécifiques.

Tout au long de la campagne, des **aspects plus théoriques** sont traités soit par de courts textes publiés sur le site, soit par des conférences, dont le contenu sera par la suite publié dans la collection de livres Temps d'arrêt.

« L'exemple, c'est nous » est une campagne de Yapaka, programme de prévention de la maltraitance et de soutien à la parentalité au sein du Ministère de la Communauté française

Le matériel pour la presse est disponible à la page <http://www.lexemplecestnous.org/presse>

#### **Contacts**

Coordination de l'Aide aux victimes de maltraitance / Yapaka - Ministère de la Communauté Française

Vincent Magos // Claire-Anne Sevrin - Bd Léopold II,44 1080 Bruxelles - Tél : 32 (2) 413 25 69 Fax : 32 (2) 413 23 18 -

E-mail yapaka@yapaka.be