



Plateforme d'échange et de réflexion du Service de lutte contre le racisme **Semaine d'actions contre le racisme : enjeux stratégiques, défis opérationnels**

Résumé des conclusions de la plateforme du 6 septembre 2018

Sommaire

1.	Questions clés abordées lors de la plateforme d'échange et de réflexion	2
2.	1^{re} partie Retours d'expériences	2
2.1	Exposés et présentations (voir PPT en annexe)	2
2.2	Entretien	2
3.	Résultats des discussions en plénum.....	2
	Résultats Open Space 2013 - rétrospective 5 ans après.....	2
3.1.	La Semaine contre le racisme appelle une stratégie durable ; elle est mise en œuvre comme mesure de sensibilisation par différents cantons dans le cadre des PIC.....	3
3.2.	La coordination nationale est importante, mais il convient de laisser une marge de manœuvre suffisante pour que les actions soient adaptées à la situation et aux besoins locaux.....	3
3.3.	Choix des thèmes : un seul thème commun ou plusieurs thèmes en parallèle ?	4
3.4.	Communication : message, instruments et public-cible	5
3.5.	Budget : combien coûte une Semaine contre le racisme ?	5
3.6.	Evaluation : impact, indicateurs et standards de qualité	6
4.	2^e partie – Réflexions issues des discussions en petits groupes	6
4.1	Thèmes des discussions en petits groupes	6
4.2	Conclusions des discussions : résumé	7
5.	Conclusion.....	8
6.	Annexes	8



1. Questions clés abordées lors de la plateforme d'échange et de réflexion

Dans le cadre des programmes d'intégration cantonaux (PIC), les services de l'intégration mettent en avant les questions de multiculturalisme et de protection contre la discrimination, encourageant l'administration publique à faire preuve de tolérance et à bannir toute discrimination.

La plateforme d'échange et de réflexion du 6 septembre 2018 invitait les participants – sous le titre « Semaine d'actions contre le racisme : enjeux stratégiques, défis opérationnels » – à partager leurs expériences pratiques et leur a proposé un aperçu des semaines contre le racisme organisées ces dernières années par les cantons et les communes.

Différents cantons et communes ont notamment présenté de brefs exposés sur leur manière respective d'organiser ladite semaine. Les participants ont ensuite discuté en petits groupes de leurs propres expériences et se sont penchés sur le long terme.

2. 1^{re} partie Retours d'expériences

2.1 Exposés et présentations (voir PPT en annexe)

SLR - Michele Galizia : Introduction

CFR - Sylvie Jacquat : Implication et observations de la Commission fédérale contre le racisme

Ville de Berne - Itziar Marañón : Collaboration avec la société civile (en allemand)

Valais - Jacques Rossier : Collaboration avec les communes

Vevey - Amaranta Fernandez : Se focaliser sur un thème

Canton de Genève - Yves de Matteis : Campagne de relations publiques

2.2 Entretien

Jura – Nicole Bart / Tessin – Attilio Cometta : Exemple de collaboration intercantonale

3. Résultats des discussions en plénum

Résultats Open Space 2013 - rétrospective 5 ans après

En 2013, le SLR a organisé une première rencontre sur la Semaine contre le racisme. Cette manifestation a permis d'aborder les difficultés et les obstacles rencontrés dans l'organisation d'événements de lutte contre le racisme, et de mettre en lumière les mesures et les solutions pour faire quand même quelque chose malgré des moyens (financiers) limités.



Les résultats peuvent être résumés en cinq points :

1. Stratégie à long terme : la Semaine contre le racisme doit être intégrée dans les PIC en tant que stratégie de sensibilisation.
2. La coordination doit se faire au niveau national tout en laissant suffisamment de marge de manœuvre pour s'adapter à la situation et aux besoins locaux.
3. Choix des thèmes : thème commun versus diversité d'approches thématiques
4. Communication : message, instruments et public-cible
5. Mesurabilité, impact, indicateurs et standards de qualité.

La plateforme d'échange et de réflexion du 6 septembre 2018 avait pour objectif de repenser la Semaine contre le racisme **après 5 ans**.

- Qu'est-ce qui a changé ? Qu'est-ce qui est devenu plus facile / plus difficile aux niveaux politique, financier, social ?
- Comment ont évolué les sensibilités pour cette thématique et les possibilités financières ? Quels ont été les développements politiques (politique migratoire p. ex.) ? Quel est l'impact des PIC sur les aspects opérationnels de la Semaine contre le racisme ?
- Comment viser des stratégies plus efficaces, axées sur le long terme et bien intégrées pour que la protection et la lutte contre le racisme et les discriminations ne soient plus un sujet abordé ponctuellement, mais régulièrement, voire quotidiennement ?

Les chapitres suivants (3.1.1 à 3.1.6) résument les résultats des deux rencontres de 2013 et 2018.

3.1. La Semaine contre le racisme appelle une stratégie durable ; elle est mise en œuvre comme mesure de sensibilisation par différents cantons dans le cadre des PIC

- Planifier la Semaine contre le racisme sur plusieurs années permet d'adopter une approche stratégique et progressive.
- Une planification précoce permet d'associer les partenaires potentiels et les acteurs majeurs de la société civile et des structures ordinaires.
- La Semaine contre le racisme permet de renforcer les liens entre les différents acteurs, notamment lorsqu'il est question d'élaborer et de réaliser ensemble des mesures concrètes et ciblées.

3.2. La coordination nationale est importante, mais il convient de laisser une marge de manœuvre suffisante pour que les actions soient adaptées à la situation et aux besoins locaux

- Définir un grand thème régional ou national permet de lui donner davantage de poids et de renforcer sa légitimité au niveau politique.



- Au niveau de la mise en œuvre, il convient de tenir compte des besoins et des réalités spécifiques des cantons et des villes.
- La planification commune demande davantage de ressources en personnel aux différents acteurs concernés, éventuellement aussi plus de temps de préparation, ainsi qu'une coordination permanente au niveau des délais.
- Un visuel et un site Internet communs permettent des synergies financières.
- L'existence d'un programme régional commun et/ou la réalisation de manifestations communes, par exemple en complément des activités locales, peut permettre de s'adresser à un public plus large.

3.3. Choix des thèmes : un seul thème commun ou plusieurs thèmes en parallèle ?

3.3.1. Un thème commun

- Définir un seul thème commun facilite son ancrage dans une stratégie ciblée d'ouverture des institutions
- Définir des thèmes prioritaires traités sur plusieurs années permet d'aborder de manière précoce et ciblée certains domaines spécifiques, d'établir des partenariats avec les structures ordinaires et les acteurs intéressés, et de les renforcer, mais aussi d'atteindre un public-cible spécifique
- Pour garantir la visibilité et l'impact nécessaires, il faut se consacrer pendant plusieurs années à certains thèmes.

MAIS

- Avec une thématique qui sera développée sur plusieurs années, il est plus difficile de tenir compte de l'actualité, y compris politique.
- Par ailleurs, se focaliser sur un seul sujet peut limiter le groupe-cible, tous les sujets n'étant pas aussi attrayants.

3.3.2. Plusieurs thèmes en parallèle

- Développer des programmes sans définir de thèmes en particulier permet d'aborder les formes les plus variées de discrimination relevant de domaines très divers.
- Il est possible d'associer les acteurs et les organisations les plus divers. Sans compter qu'une vaste palette d'activités peut être plus attrayante.

MAIS

- Même la palette d'activités la plus bigarrée peut, à terme, sembler ennuyeuse et quelconque.



3.4. Communication : message, instruments et public-cible

3.4.1. Communication

- Message : chacun peut devenir l'auteur, le témoin ou l'objet d'un acte ou d'une parole discriminatoire.
- Promouvoir l'empathie en privilégiant les exemples concrets qui permettent de se mettre à la place de l'autre (victime, témoin, auteur), par exemple par le biais d'une pièce de théâtre ou d'un jeu de rôles
- Utilisation d'une vaste palette de canaux de communication et de réseaux de partenaires pour diffuser les informations

3.4.2. Comment les médias locaux et régionaux peuvent-ils devenir des partenaires efficaces pendant la Semaine contre le racisme ?

- Mettre en place des relations durables et personnelles tant avec des rédactions qu'avec des acteurs isolés.
- Renvoyer les institutions partenaires à la presse (selon le thème)
- Associer les services de presse de l'administration ; c'est parfois au sein de l'administration que le travail de sensibilisation doit commencer.

3.4.3. Gestion des discours de haine et des commentaires négatifs sur Internet et les réseaux sociaux

- La plupart des cantons et des villes indiquent, comme la CFR, qu'ils reçoivent encore très peu de commentaires négatifs ou de discours de haine sur leur page Facebook. La plupart d'entre eux ne sont pas diffusés sur la page Internet en question, mais par d'autres canaux.
- La Ville de Berne a fait ses premières expériences en la matière, sur sa page Facebook, et les commentaires ne concernaient pas la Semaine contre le racisme en tant que telle, mais certaines activités en particulier.

3.4.5. Logo, effet de reconnaissance, aspects visuels

- Certains cantons (AG et SG, p. ex.) ont créé leur propre logo pour la manifestation, ce qui leur permet d'obtenir un certain effet de reconnaissance d'une année sur l'autre.
- En 2017, la Ville de Berne a créé pour la première fois un élément distinctif – une sculpture sur la place de la Gare – qui sera réutilisé au même endroit pour promouvoir cet effet de reconnaissance.

3.5. Budget : combien coûte une Semaine contre le racisme ?

Le budget oscille entre 60 000 et 100 000 francs. Certains cantons financent ce montant par le biais du PIC ; certaines villes reçoivent un montant du SLR ; d'autres encore, qui coordonnent l'événement avec les communes, reçoivent un soutien communal (en Valais p. ex.).



Dans les cantons et les villes qui travaillent avec des organisations et des associations, les projets sont choisis dans le cadre d'un appel d'offres (Canton de SG et Ville de Berne). L'utilisation des fonds est coordonnée par le canton.

3.6. Evaluation : impact, indicateurs et standards de qualité

D'une manière générale, les actes de personnes ou de groupes de personnes sont difficilement mesurables, de même que les changements d'attitudes. Il est donc tout aussi difficile de mesurer l'impact des actions organisées dans le cadre de la Semaine contre le racisme. Il est donc plus réaliste de miser sur des *données quantitatives* comme le nombre de visiteurs, le nombre de projets réalisés ou d'événements organisés, ou encore le nombre de contributions dans les médias.

Dans une moindre mesure, il est toutefois aussi possible de définir des *indicateurs qualitatifs*, qui seront ensuite évalués au moyen d'entretiens ou de questionnaires. Voici quelles peuvent être les questions posées :

- Qu'avez-vous appris de nouveau ?
- Qu'est-ce la manifestation vous a apporté à titre personnel ?
- Quelles sont vos observations personnelles ?
- Avez-vous acquis de nouvelles compétences ? (p. ex. dans le cadre d'une formation continue)

Ces questions peuvent s'adresser tant à un large public qu'aux partenaires impliqués, notamment les acteurs qui ne travaillent pas spécialement dans le domaine de la lutte contre le racisme et les discriminations.

4. 2^e partie – Réflexions issues des discussions en petits groupes

L'après-midi, les participants ont abordé en petits groupes les exposés et les discussions en plénum, en s'appuyant sur leurs propres expériences. Les échanges se sont focalisés sur les aspects de portée et de durabilité inhérents à l'objectif de sensibilisation de la Semaine contre le racisme.

4.1 Thèmes des discussions en petits groupes

Question 1 : « Comment inscrire la Semaine contre le racisme dans une stratégie globale durable ? »

Question 2 : « Quelles sont les conditions de la mise en œuvre de la Semaine contre le racisme ? »

Question 3 : « Comment renforcer l'impact durable de la Semaine contre le racisme ? »



4.2 Conclusions des discussions : résumé

Pour que la Semaine contre le racisme puisse déployer des effets durables, il faut qu'elle relève d'un mandat légal (comme mesure des PIC p. ex.) et bénéficie d'un soutien politique. Cela lui confère en effet une légitimité et lui garantit les moyens financiers et humains nécessaires. Pour renforcer encore cet impact durable, il faut en outre qu'elle puisse profiter d'un effet de reconnaissance, c'est-à-dire qu'elle s'inscrive dans une stratégie globale qui prévoit d'autres mesures de lutte contre la discrimination et de prévention du racisme tout au long de l'année. Dans le sillage de sa participation à la Coalition européenne des villes contre le racisme (ECCAR), la Ville de Berne a par exemple élaboré, parallèlement à l'organisation de la Semaine contre le racisme, un programme prioritaire qui prévoit des mesures tout au long de l'année¹.

Mettre sur pied des partenariats transversaux avec les structures ordinaires et les organisations de la société civile dédiées à la lutte contre le racisme s'avère également utile. Cela permet de garantir une large diffusion de la thématique, d'en garantir la visibilité auprès du grand public et d'assurer l'ancrage local des mesures à long terme. Une communication pertinente et efficace contribue par ailleurs aussi à promouvoir le projet. L'expérience montre qu'une volonté politique forte, associée à des contributions de qualité dans les médias, contribue à atteindre la portée et l'impact durable souhaités. Ainsi, la démarche commune des cantons romands et du Tessin (le site Internet www.semainecontreleracisme.ch) a permis de garantir la coordination des mesures et de maintenir le thème de la lutte contre le racisme sur le devant de la scène. Sans oublier que la participation de certains cantons à cette semaine intercantonale induit une certaine pression politique sur les autres cantons quant à leur propre participation.

Pour que la Semaine contre le racisme puisse déployer les effets souhaités et soit une réussite, il faut pouvoir combiner soutien politique, partenariats et collaboration de qualité avec des partenaires forts et fiables sur le terrain. La volonté de s'impliquer est en effet essentielle pour se confronter à ce thème complexe et exigeant. Bâtir une relation de confiance avec des partenaires appelle toutefois des moyens humains suffisants. Il faut du temps et de la conviction pour mettre sur pied des partenariats fiables et durables. Il est aussi primordial de se focaliser sur des sujets porteurs susceptibles de motiver les gens à s'engager et pertinents pour lesdits partenaires. Il faut en outre pouvoir, tout au long de l'année, garantir la sensibilisation et l'information des structures ordinaires et du grand public, le suivi des contacts avec les partenaires locaux et les médias, ainsi que l'implication des personnes-clés et des multiplicateurs. Voilà qui contribue aussi à promouvoir une collaboration durable avec les différents partenaires et acteurs et, partant, la protection contre la discrimination à tous les niveaux.

¹ La participation à la coalition ECCAR implique notamment l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan d'action en 10 points.



5. Conclusion

- Pour garantir l'efficacité et la durabilité de la Semaine contre le racisme, il faut disposer de moyens humains et financiers suffisants et y consacrer le temps nécessaire.
- Le partage d'informations et d'expériences, la collaboration et la coordination avec les acteurs des structures ordinaires et de la société civile contribuent à la durabilité de la Semaine contre le racisme et garantissent à la thématique du racisme la visibilité et la portée nécessaires.
- La coopération intercantonale et nationale devrait être renforcée, notamment pour ce qui concerne la communication et le travail médiatique.
- La coordination nationale est essentielle, mais doit garantir la marge de manœuvre nécessaire pour s'adapter aux spécificités locales.
- Une collaboration intercantonale autour d'une campagne commune de relations publiques permet d'exercer une certaine pression politique, de renforcer la portée d'une manifestation et sa présence dans les médias (locaux et nationaux) → les participants proposent d'organiser une telle manifestation tous les 3-4 ans.
- La création d'une plateforme de partage et d'une banque de données (bonnes pratiques, idées, projets, expertises, partenariats, activités, etc.) faciliterait le transfert de connaissances et les échanges entre les différents acteurs.
- Enfin, il s'agit d'offrir davantage de soutien dans l'élaboration d'une stratégie à long terme (avec p. ex. guide ad hoc, liste de contrôle, atelier, coaching individuel).

6. Annexes

6.1. Présentations Powerpoint

- CFR – Sylvie Jacquat : Implication et observations de la Commission fédérale contre le racisme
- Ville de Berne – Itziar Marañón : Collaboration avec la société civile (en allemand)
- Canton du Valais – Jacques Rossier : Collaboration avec les communes
- Ville de Vevey – Amaranta Fernandez : Se focaliser sur un thème
- Canton de Genève – Yves de Matteis : Campagne de relations publiques