

# Respect, Acceptation, Inclusion



**Prenez-le, partagez-le,  
et sensibilisez pour une  
société inclusive et  
tolérante envers les  
personnes autistes!**



## Introduction

Pour sa vaste campagne de sensibilisation de 2016, qui sera lancée le 2 avril à l'occasion de la Journée Mondiale de Sensibilisation à l'Autisme, Autisme-Europe a choisi le thème « Respect, Acceptation et Inclusion ». Nos membres ont sélectionné ce slogan pour un certain nombre de raisons qui sont exposées ci-dessous.

### **Objectifs de cette campagne**

La campagne 2016 souhaite passer de la sensibilisation à une réelle acceptation vis-à-vis des personnes autistes et diffuser un message optimiste. Aussi, la campagne sera basée sur le modèle social du handicap et adoptera une approche basée sur les droits, rappelant ainsi les principes énoncés par la Convention des Nations Unies relative aux Droits des Personnes Handicapées, socle d'une société inclusive.

### **Le thème : « Respect, Acceptation, Inclusion »**

La discrimination est l'une des plus grandes barrières auxquelles se heurtent les personnes autistes. La discrimination est souvent générée par un manque de compréhension de ce que cela signifie réellement être autiste. Les barrières attitudinales, les stéréotypes et les préjugés empêchent la participation des personnes autistes dans la société. Il est temps que chacun acquiert une meilleure compréhension de l'autisme pour pouvoir renverser les barrières à l'inclusion.

### **Les messages clés de notre campagne**

⇒ **1% de la population est atteinte d'autisme. De nos jours, nombreux sont ceux qui ont déjà entendu parler de l'autisme mais très peu nombreux sont ceux qui savent concrètement ce que signifie.**

Les plus grandes barrières auxquelles les personnes avec autisme sont quotidiennement confrontées sont la discrimination et le manque de compréhension.

⇒ **Comprendre les personnes avec autisme constitue la première étape vers une société plus inclusive et accessible.**

Savoir ce qui pose le plus de difficultés aux personnes autistes lorsqu'elles participent à des activités dans la communauté est nécessaire pour favoriser leur inclusion.

⇒ **Les personnes avec autisme ou syndrome d'Asperger peuvent avoir des comportements qui semblent inhabituels.**

Il y a généralement une explication à cela : il peut s'agir d'une tentative de communiquer ou d'une façon de faire face à une situation particulière. Par exemple, bon nombre de personnes autistes ont du mal à traiter les informations sensorielles quotidiennes telles que les sons, les odeurs ou la perception visuelle. On dit qu'ils ont des difficultés « d'intégration sensorielle » ou « de sensibilité sensorielle ». Cela peut influencer significativement la vie d'une personne et provoquer des réactions inhabituelles.

⇒ **Les personnes avec autisme peuvent avoir des talents et compétences, le tout est de savoir comment les soutenir au mieux pour leur permettre d'atteindre leur plein potentiel.**

Les personnes avec autisme sont statistiquement plus souvent victimes du chômage que les personnes neurotypiques. Cependant, elles sont capables d'offrir beaucoup aux entreprises ou à la société de manière générale. Certaines grandes entreprises recrutent déjà activement des employés avec autisme mais cette pratique est encore rare.

⇒ **Pensez à la façon dont vous pouvez rendre votre communauté, votre lieu de travail ou encore votre école plus accueillante pour les personnes autistes et comment leur donner l'occasion de montrer leur vrai potentiel.**

Il suffit parfois de quelques petits changements pour mieux répondre aux besoins des personnes autistes. Pour en savoir plus à ce sujet, nous vous invitons à consulter notre publication [« Autisme et travail »](#).

# Table de matières

1. **Dates à retenir**
2. **Soutenez notre campagne en ligne**
  - A. La stratégie pour les réseaux sociaux
  - B. La plateforme en ligne
  - C. La stratégie Twitter
  - D. Participez au Thunderclap
  - E. La stratégie Facebook
3. **Soutenir la campagne hors ligne**
  - A. Echantillon de communiqué de presse
  - B. Exemples d'activités en lien avec la campagne
  - C. Événements promotionnels et idées de collecte de fonds
4. **Resources**
  - A. Logotype
5. **CHECKLIST de la campagne**

# 1. Dates à retenir

Ci-dessous vous trouverez quelques dates clés à inscrire dans votre agenda si vous souhaitez soutenir notre campagne.

## Mars

- \* Vous pouvez commencer par **soutenir notre campagne *Thunderclap*** et encourager vos contacts à faire de même sur les réseaux sociaux (voir page 8 pour en savoir plus sur *Thunderclap*)
- \* **Traduire les ressources**, lorsque cela s'avère nécessaire. Vous pouvez nous contacter si vous avez besoin d'aide pour modifier les fichiers graphiques dans votre langue.
- \* **Informez vos membres et partenaires** concernant la campagne et leur donner les informations nécessaires pour qu'ils puissent participer à son lancement, le 2 avril.
- \* **Planifier un événement** en lien avec la campagne ou mentionner notre campagne dans la planification de vos activités et nous tenir informés afin que nous puissions en faire la promotion dans notre calendrier de campagne (voir page 10 pour suggestions).
- \* **Vous allez recevoir un communiqué de presse le 18 mars.** Nous vous suggérons de le **traduire et de l'adapter** à votre contexte national ou local et de mentionner notre campagne dans vos communiqués ou dans le cadre de vos activités de représentation. Merci d'envoyer le communiqué de presse le 31 mars à la presse locale ou nationale.
- \* **Identifier les principaux acteurs**, les personnalités publiques et les personnes du monde sportif, en particulier les athlètes qui participent aux jeux olympiques et paralympiques de Rio de Janeiro, pour qu'ils deviennent ambassadeurs de la campagne et leur demander de participer à notre activité campagne.

## Avril et au-delà

- \* **Lancement de la campagne le 2 avril**
- \* **Encourager le grand public à poster des photos** et de l'information sur les réseaux sociaux.
- \* Publier régulièrement, surveiller et partager l'information sur les **réseaux sociaux**.
- \* **Rester en contact** – Nous serions très heureux de soutenir votre activité dans la mesure du possible donc n'hésitez pas à nous faire savoir si vous avez besoin d'aide ou de conseils : [communication@autismeurope.org](mailto:communication@autismeurope.org)



## Septembre

- \* **La clôture de la campagne** coïncidera avec l'ouverture du Congrès International d'Autisme-Europe, qui aura lieu en même temps que les Paralympiques.



## 2. Soutenez notre campagne en ligne

### A. La stratégie pour les réseaux sociaux

Dans le cadre de notre campagne, nous demandons à tous de nous aider de la manière suivante :

- 1) prendre une photo de soi passant un bâton de relai à des amis, des membres de la famille ou à des collègues et publier la photo sur les réseaux sociaux avec l'hashtag **#AutismDay2016** et/ou
- 2) télécharger et imprimer l'affiche de la campagne, prendre une photo de soi tenant la feuille imprimée et publier la photo sur les réseaux sociaux avec, ici aussi, le hashtag **#AutismDay2016**.

Télécharger l'affiche de la campagne

Nous vous invitons à soutenir notre campagne en publiant des messages de ce type : « Nous nous passons le relai de l'**#AutismDay2016** pour une société inclusive et tolérante envers les personnes autistes »

Le hashtag est le même pour toutes les plateformes et quelle que soit votre langue :

### #AutismDay2016



On vous encourage à vous et à vos collègues nationaux à avoir une version du *hashtag* dans votre propre langue, mais veuillez toujours inclure le hashtag ci-dessus sur tous les publications et assurez-vous que vos *followers* font la même chose.

## B. La plateforme en ligne

Le site d'Autisme-Europe contient de l'information générale, des ressources téléchargeables (guide, bannières, dépliants, logos, photos, etc.), des modèles de posters ou de communiqués de presse adaptables dans votre contexte national ou local, ainsi que des suggestions pour soutenir notre campagne (collecte de fonds et activités de sensibilisation). Le site Internet présentera une sélection de messages postés sur les réseaux sociaux par le grand public et les ambassadeurs de notre campagne.

**Respect, Acceptation, Inclusion**

Journée Mondiale de Sensibilisation à l'Autisme | 2 avril  
www.autismeurope.org #AutismDay2016

Nous vous invitons à promouvoir pour une société inclusive et tolérante envers les personnes autistes

**Montrez votre soutien en passant le relais pour l'autisme!**

Prenez un bâton et constituez votre groupe + Munissez-vous de votre appareil photo ou de votre téléphone portable + Faites une photo ou une vidéo de votre groupe se passant le bâton + Partagez votre photo ou votre vidéo avec le hashtag #AutismDay2016

[www.autismeurope.org](http://www.autismeurope.org) #AutismDay2016

L'infographie ci-dessus est une représentation visuelle de l'appel à action pour notre campagne. Partager cette image avec vos membres et le grand public dans les médias sociaux et traditionnels est une excellente façon de montrer à vos contacts comment soutenir concrètement notre campagne.

Télécharger l'infographie



Souvenez-vous que si vous n'avez pas de bâton de relais, vous pouvez imprimer l'affiche de notre campagne et prendre une photo de vous tenant l'affiche :





## C. La stratégie *Twitter*

Commencez par suivre le compte *Twitter* @AutismEurope et faites une recherche sur #AutismDay2016 pour visualiser l'activité de notre campagne menée jusqu'ici. Vous trouverez plus bas quelques exemples de *tweets* qui vous permettront de vous lancer. Si vous souhaitez d'autres exemples (en anglais), nous vous invitons à consulter le Guide d'utilisation *Twitter*.

Télécharger le guide d'utilisation *Twitter* (en anglais)

### I. Exemples de *tweets*

Suggestions de *tweets* – à copier-coller, adapter et publier !



## D. Participez au *Thunderclap*

Les médias sociaux peuvent être un outil très puissant à condition qu'un grand nombre de personnes participent à votre campagne, y fassent mention et partagent vos messages de manière simultanée. Cet outil aura d'autant plus d'impact si toutes les personnes impliquées envoient le même message au même moment. Et c'est précisément à ça que sert Thunderclap : au lieu qu'il soit fait mention de votre campagne ici et là sur Facebook ou Twitter, l'application Thunderclap retient les actions de partages et publie les messages de soutien au même moment. C'est une façon efficace de disséminer le message au plus grand nombre de personnes possible, le hissant au-dessus de l'information générale et faisant de votre campagne un thème potentiellement « en vogue » sur les médias sociaux.



Veuillez cliquer sur le lien ci-dessous et accepter de soutenir le Thunderclap relatif à notre campagne « Respect, Acceptation, Inclusion », quel que soit le réseau social que vous utilisez. En cliquant sur « agree » Cela signifie que vous autorisez Thunderclap à partager notre message préenregistré au nom d'Autisme-

**Faites un copier-coller de ce code dans votre code HTML pour intégrer le *Thunderclap* à votre site web :**

```
<iframe frameborder='0' height='540px' src='https://www.thunderclap.it/projects/38886-respect-acceptance-inclusion/embed' width='250px'></iframe>
```

**Nous avons besoin d'atteindre le nombre de 100 supporters d'ici le 2 avril pour remplir notre objectif !** Si nous n'arrivons pas à atteindre ce nombre d'ici la fin de notre campagne, notre message ne sera pas partagé.

[Cliquez ici pour soutenir notre campagne \*Thunderclap\*](#)

## E. La stratégie *Facebook*

La campagne est aussi accessible sur la page Facebook d'[Autisme-Europe](#).

*Facebook* servira de plateforme de campagne où les associations pourront partager de l'information sur les événements en lien avec la campagne, et publier des photos et des témoignages. Il sera possible de publier des contenus audiovisuels sur notre page *Facebook*, des mises à jour et de répondre aux commentaires. Le public est aussi invité à y poster leurs photos accompagnées d'un court message de soutien (voir, à titre d'exemple, les messages types suggérés en page 2), avec le *hashtag* **#AutismDay2016**. Nous encourageons nos organisations membres à partager les informations sur leur page Facebook sans oublier de mentionner la nôtre, afin de garantir un maximum de visibilité.

[Télécharger le guide d'utilisation \*Facebook\* \(en anglais\)](#)



## 3. Soutenir la campagne hors ligne

L'activité en ligne doit être complétée par des événements et initiatives hors ligne afin de rendre la campagne dynamique. Certains événements phares seront organisés par Autisme-Europe mais beaucoup dépendra de l'implication de nos organisations membres au niveau national.

### A. Echantillon de communiqué de presse

We have put together a sample press release that can be adapted for your organisation's needs and shared with local media at the time of campaign launch or when organising a campaign related event.

[Télécharger le communiqué de presse \(en anglais\)](#)

### B. Exemples d'activités en lien avec la campagne

#### 1. Séquence vidéo lancée par la National Autistic Society (NAS)

Le 2 avril, la NAS (Royaume-Uni) lancera une **séquence vidéo pour marquer le coup d'envoi de sa campagne de sensibilisation** intitulée « **Too much information** » (trop d'informations). Cette séquence vidéo met en scène un enfant autiste avec un comportement perçu comme perturbateur par les spectateurs mais aussitôt replacé dans le contexte de l'autisme. Le film vise à sensibiliser sur le fait que, parfois, un tel comportement peut être symptomatique de l'autisme, par opposition à une personne volontairement perturbatrice.



La séquence vidéo met en exergue les réactions des passants et comment celles-ci peuvent susciter de l'anxiété chez les personnes autistes et miner leur confiance.

Par conséquent, le thème de la vidéo coïncide bien avec le slogan de la campagne « *Respect, Acceptation, Inclusion* » en ce sens où le bien-être des personnes autistes peut être significativement amélioré par le simple fait de reconnaître l'autisme et de mieux le comprendre. Cela permettra de libérer les personnes autistes et leurs familles de la peur d'être jugées injustement et d'aider les membres de la communauté à adopter une approche différente et accepter les personnes autistes telles qu'elles sont, y compris avec leurs traits autistiques.

## II. L'autisme et le handicap dans le monde du sport (campagne de communication autour des Paralympiques)



Le symbole de la campagne, un bâton de relais, permettra de poursuivre la campagne au-delà de la Journée Mondiale de Sensibilisation à l'Autisme. Les Jeux Paralympiques auront lieu à Rio de Janeiro en septembre (du 7 au 18 septembre 2016), au même moment que notre Congrès international. Autisme-Europe souhaite préparer une campagne de communication sur des athlètes de toute l'Europe, démontrant qu'il est possible de réaliser son potentiel, d'être heureux et empowered grâce au sport.

Faire partie de groupes sportifs est une excellente façon pour les personnes avec autisme de tout âge de se faire des amis et de s'impliquer dans la communauté. Autisme-Europe participera également à une course à pied à Bruxelles le 12 mars 2016, qui devrait nous permettre de récolter des fonds. Dans le cadre de cet événement, nous disséminerons de l'information sur l'autisme et notre campagne.



## III. Congrès International du 16 au 18 septembre 2016

« En bonne santé, heureux et empowered » sera le thème du [11e Congrès international d'Autisme-Europe](#) qui aura lieu à Edimbourg en septembre. Des présentations seront données par des auto-représentants (self-advocates), des experts, des parents et d'autres acteurs concernés sur des thèmes tels que l'empowerment et l'inclusion. Il s'agira d'une campagne de longue durée qui se poursuivra jusqu'au Congrès International d'Autisme-Europe afin d'en assurer la plus grande visibilité.





## C. Événements promotionnels et idées de collecte de fonds

### I. Soyez sport !

Votre association organise-t-elle une course annuelle ou envisagez-vous de le faire avec des groupes partenaires ? Dans ce cas, pourquoi ne pas demander aux coureurs de se passer le bâton de relai et de se prendre en photo ? Peut-être connaissez-vous des athlètes connus dans votre pays à qui vous pourriez demander de soutenir notre campagne en leur demandant de se passer le bâton ? Peut-être encore songez-vous à d'autres événements de soutien où le bâton de relai pourrait faire partie intégrante de l'équipement ou être utilisé par les spectateurs et les participants ?



Ionel LUNGU, Laura VĂLEANU et Mihăiță PAPANĂ, membres de l'équipe roumaine des Paralympiques d'Hiver.

### II. Plaidoyer

Afin de promouvoir la sensibilisation à l'autisme, pourquoi ne pas impliquer les politiciens ? Ceux-ci ont l'habitude de prendre la parole en public et aiment avoir de la visibilité. Dans de nombreux pays, il est étonnamment facile d'organiser une journée d'information ou un événement au sein de son parlement national ou fédéral. Cette fois encore, vous pouvez faire participer des acteurs concernés - et saisir l'occasion pour prendre une photo sur laquelle vos décideurs politiques nationaux sont en train de se passer le bâton. Ensuite, vous pourrez envoyer la photo aux médias traditionnels. De la même façon, cette approche peut se faire avec des personnes connues ou du monde sportif, en particulier des athlètes participant aux Jeux Paralympiques, afin de faire passer le message hors ligne ! Notre équipe se tient à votre disposition si vous souhaitez nous consulter. Nous pouvons également vous envoyer nos lignes directrices.

## 4. Ressources

Télécharger toutes les ressources en format .zip

Pack logo  
(+ fichier adaptable)

Pack bannière  
(+ fichier adaptable)

Imagerie  
(+ fichier adaptable)

Dépliant  
(+ fichier adaptable)

Affiche  
(+ fichier adaptable)

Illustration  
infographique  
(+ fichier adaptable)

Pack médias sociaux  
(+ fichier adaptable)

Echantillon  
communiqué de presse

Guide d'utilisation  
*Twitter*

Guide d'utilisation  
*Facebook*



## A. Logotype

Le symbole de notre campagne de la Journée Mondiale de Sensibilisation à l'Autisme est un bâton de relai que deux mains sont en train de se passer.

L'image évoque un certain nombre d'idées essentielles pour notre campagne :

- L'idée de **coopération**: les personnes avec autisme peuvent réaliser de grandes choses et être incluses mais elles peuvent avoir besoin de soutien et d'aménagements raisonnables ;
- En même temps, l'idée **d'autonomie** : un diagnostic précoce et un soutien adapté permettent aux personnes autistes de maximiser leur potentiel, leur permettant d'être le plus autonome possible ;
- Le **Bonheur** : l'image évoque une activité sociale et récréative;
- L'idée **d'aller vers l'autre** : cela sous-entend la nécessité, pour les personnes neurotypiques, d'aller vers la communauté autistique afin de mieux comprendre l'autisme et de savoir ce que cela signifie que d'être autiste ;
- L'idée **d'empowerment** : se représenter les personnes autistes non plus en fonction d'un modèle du handicap basé sur les déficits mais d'une façon positive ;
- **Aller de l'avant** : une idée de progression, d'évolution vers une nouvelle ère où les personnes autistes sont pleinement acceptées et reconnues dans la société ;
- **Sport** : même si le sport n'est pas important en tant que tel dans notre campagne de sensibilisation, il nous permet cependant de faire le lien entre cette dernière et les activités autour des Jeux Paralympiques.

## I. Normes du logo et caractères typographiques

Comme pour n'importe quelle marque, nous souhaitons rester cohérent à travers toute notre communication. Utiliser le logo « Respect, Acceptation, Inclusion » apporte de la crédibilité. Pour vous aider, nous avons établis quelques lignes directrices, simples, que nous vous demanderons de suivre dans tout votre travail de communication.

### Bleu :

Pour l'impression, procédé  
CMYK:

**C: 99% M: 80% Y: 28% K: 13%**

Pour le web, en RGB :

**R: 22 G: 68 B: 117**

### Orange :

Pour l'impression, procédé  
CMYK:

**C: 0% M: 61% Y: 100% K: 0%**

Pour le web, en RGB :

**R: 245 G: 128 B: 32**

### Typographie :

**Gadugi:**

Visuels de campagne

**Corbel:**

Corps de texte de la boîte-à-outils

## II. Utilisation officielle des visuels de campagne

Les membres d'Autisme-Europe et les autres parties intéressées sont invitées à placer le logo « Respect, Acceptation, Inclusion » sur leur site web, bulletins électroniques, entêtes de lettre, rapports annuels, et autre matériel d'information pour témoigner de leur participation à la campagne. Le visuel « Respect, Acceptation, Inclusion » peut également être utilisé dans le cadre d'activités de collecte de fonds, d'événements ou d'autres activités. Le matériel de campagne ne peut en aucun cas être utilisé pour des activités qui ne seraient pas en lien avec les valeurs et les objectifs d'Autisme-Europe.

## 5. CHECKLIST de la campagne

Maintenant que vous avez lu la boîte-à-outils, vous êtes prêts à lancer et à promouvoir cette initiative avec nous et à contribuer au succès de la campagne pendant les prochains mois !

Voici un récapitulatif des prochaines étapes que vous pouvez entreprendre :

- J'ai accepté de participer à la campagne sur *Thunderclap* et j'ai encouragé d'autres à faire de même .
- J'ai traduit les ressources (y compris les visuels).
- J'ai informé mes amis, les membres et les partenaires au sujet de la campagne et je les ai invités à y participer.
- J'ai mobilisé des ambassadeurs pour la campagne et j'ai contribué à faire passer le message.
- J'ai organisé des événements en lien avec la campagne.
- J'ai traduit et/ou adapté le communiqué de presse au contexte national.
- J'ai pris des photos avec le bâton de relai ou le visuel de la campagne et j'ai invité tous mes amis et collègues à faire la même chose et à les partager sur les réseaux sociaux.



## Merci!

Merci pour le soutien dont vous nous avez témoigné ces dernières années. Votre participation fait toute la différence !

Ensemble, faisons bouger les choses !





Autism-Europe a.i.s.b.l

Rue Montoyer 39

B-1000 Brussels

Belgium

Tel: +32 (0)2 675 75 05

Fax: +32 (0)2 675 72 70

Email: [secretariat@autismeurope.org](mailto:secretariat@autismeurope.org)

[www.autismeurope.org](http://www.autismeurope.org)

*Publié avec le soutien de la Direction-Générale Emploi, affaires sociales et inclusion (EMPL) de la Commission européenne dans le cadre du Programme Communautaire «Droits, égalité et citoyenneté».*



*Les informations contenues dans cette publication ne reflètent pas nécessairement les positions ou l'opinion de la Commission européenne.*