



DOSTA ! Assez !
Dépassons les préjugés,
allons à la rencontre des Roms !

Boîte à outils

La traduction en français de cette boîte à outils a été rendue possible grâce à la généreuse contribution financière du gouvernement de la Finlande



INTRODUCTION

Le terme « Roms » utilisé dans le présent document désigne les Roms, les Sintés, les Kalés, les Gens du voyage et les groupes de population apparentés en Europe, et vise à englober la grande diversité des groupes concernés, y compris les personnes qui s'auto-identifient comme « Tsiganes ».

Qui sont les Roms ?

C'est un peuple européen d'origine indienne dont les ancêtres ont quitté la vallée du Gange, dans le nord de l'Inde, il y a environ 800 ans. On compte aujourd'hui quelque 12 millions de Roms en Europe, qui, pour la plupart, vivent dans des conditions très dures et sont quotidiennement en butte à la discrimination.

Quelle est l'histoire des Roms en Europe ?

Des siècles durant, les Roms ont été chassés des pays où ils vivaient, expulsés sous la menace de la répression, voire de mort, simplement parce qu'ils étaient Roms. Partout, ils ont dû fuir la violence et la discrimination.

Les 2 et 3 août 1944, plusieurs milliers de Roms et de Sintés ont été massacrés dans le *Zigeunerlager* (« camp tsigane ») du camp de concentration d'Auschwitz-Birkenau. Au total, entre 600 000 et 1,5 million de Roms auraient été exterminés durant l'Holocauste, ce qui, en pourcentage, en fait le groupe ethnique le plus touché par les massacres nazis. Plus de 90 % de la population rom d'Autriche, d'Allemagne et d'Estonie a été exterminée par les régimes fascistes.

Quels sont les problèmes auxquels les Roms sont confrontés aujourd'hui en Europe ?

Les droits des Roms sont violés quotidiennement en Europe. Les travailleurs roms se voient refuser du travail, et leurs enfants des places à l'école. Souvent considérée comme une communauté marginale et traditionnelle, la communauté rom risque davantage de souffrir d'exclusion sociale.

Pourtant, on peut dire que les Roms sont le premier peuple européen, car ils ont « fait tomber » les frontières européennes bien avant qu'aucun traité ni convention internationale n'aient été signés. Les Roms ont parcouru l'Europe de part en part, enrichissant leur culture de celles des pays d'accueil et fécondant en retour le patrimoine culturel européen.

Pourquoi le Conseil de l'Europe, avec le soutien financier de la Commission européenne, mène-t-il la campagne DOSTA ! ?

Le Conseil de l'Europe est le gardien des droits de l'homme en Europe ; il lui incombe donc de veiller à ce que les droits de chacun soient respectés. Non seulement les Roms doivent bénéficier d'un système qui garantisse leurs droits fondamentaux, mais il faut aussi reconnaître leur contribution précieuse à la culture européenne.

La Commission européenne a apporté son soutien au Conseil de l'Europe dans cette tâche : les deux institutions ont initié la campagne dans cinq pays des Balkans en 2006-2007. Elle fut ensuite lancée élargie à l'Ukraine et à la Moldova, toujours dans le cadre d'un programme commun, avant que le Conseil de l'Europe décide en 2008 d'ouvrir la campagne Dosta ! à tous les Etats membres afin de changer les mentalités, et rappeler à chacun d'entre nous que les Roms ont les mêmes droits que tout autre citoyen européen.

C'est d'ailleurs bien là le paradoxe de notre campagne : il ne devrait pas être nécessaire de militer pour faire reconnaître les droits citoyens de groupes minoritaires. C'est pourquoi nous entendons vaincre les préjugés, en lançant un défi aux Européens : « Dépassons les préjugés, allons à la rencontre des Roms ! »

Pourquoi cette publication ?

La boîte à outils de la campagne DOSTA ! est conçue pour vous aider à comprendre ce qu'est la campagne DOSTA ! et comment elle peut servir à combattre l'antitsiganisme en prenant des mesures concrètes au niveau local. Elle comprend notamment un kit vidéo que vous ou les professionnels des médias pouvez utiliser gratuitement pour réaliser vos reportages sur les Roms.

Loin de dresser un tableau exhaustif de la culture et de l'identité roms, qui sont fort complexes, les matériels produits dans le cadre de la campagne DOSTA ! doivent plutôt être pris comme un ensemble de ressources sur lesquelles s'appuyer pour lutter, par votre action, contre les préjugés et les stéréotypes à l'égard des Roms.

RV sur www.dosta.org pour de plus amples informations.

CHAPITRE I

TOUT SAVOIR SUR LA CAMPAGNE DOSTA !

Le contexte

DOSTA ! est une campagne de sensibilisation qui s'est initialement inscrite dans le cadre du troisième programme conjoint du Conseil de l'Europe et de la Commission européenne en 2006-2007, intitulé « Egalité de droits et de traitement pour les Roms dans l'Europe du Sud-Est ». Entre 2002 et 2005, deux projets conjoints avaient déjà été mis en œuvre dans la région dans le but, principalement, de s'attaquer à des priorités sociales telles que l'accès au logement, l'emploi, l'éducation et la santé, qui sont autant de domaines dans lesquels les Roms rencontrent toujours d'énormes difficultés.

Cependant, bien que les gouvernements aient généralement pris conscience de la nécessité d'améliorer la situation des Roms en adoptant des politiques globales associant tous les acteurs concernés, à commencer par les Roms eux-mêmes, force a été de reconnaître que ces efforts étaient souvent mis à mal par l'existence de préjugés tenaces et de pratiques discriminatoires profondément ancrées au sein des collectivités et de la population locales.

Le programme « Egalité de droit et de traitement pour les Roms dans l'Europe du Sud-Est » visait par conséquent à :

- aider les gouvernements et les représentants des Roms à renforcer leurs capacités de coopération en matière d'évaluation et de suivi effectifs des stratégies nationales en faveur des Roms, afin d'en garantir la pleine mise en œuvre;
- mener une campagne de sensibilisation sur la culture rom axée sur la lutte contre les préjugés et les stéréotypes en véhiculant une image positive des Roms.

Ce troisième programme conjoint a été indirectement renforcé par le Plan d'action du Troisième Sommet du Conseil de l'Europe, chapitre III (intitulé « Construire une Europe plus humaine et plus inclusive »), dans lequel les Chefs d'Etat et de gouvernement des Etats membres du Conseil de l'Europe confirment leur « *engagement à lutter contre toutes les formes d'exclusion et d'insécurité dont les communautés Roms sont victimes en Europe, et à promouvoir l'égalité pleine et effective de celles-ci* », et s'attendent « *à ce que le Forum européen des Roms et Gens du voyage permette aux Roms et aux gens du voyage de s'exprimer avec le soutien actif du Conseil de l'Europe. Des mesures seront prises pour établir une coopération entre le Conseil de l'Europe, l'Union européenne et l'OSCE en la matière.* »

Le programme conjoint a pris fin, mais la campagne DOSTA ! continue. Elle a été menée en 2008-2009 en Moldova et en Ukraine dans le cadre d'un nouveau programme conjoint sur les Roms entre le Conseil de l'Europe et l'Union européenne. En 2008, le Conseil de l'Europe a invité tous ses Etats membres à soutenir et rallier cette campagne. Ainsi, l'Italie (mai), la Roumanie (juin), la Croatie (juillet), la Slovénie (septembre) ont rejoint la campagne en 2008, suivies de la Lettonie en janvier 2009. L'extension de la campagne

à d'autres pays est en cours de discussion (consultez le site web de Dosta ! pour une mise à jour des pays participants – www.dosta.org).

La campagne reste en effet d'actualité pour combattre l'antitsiganisme croissant en Europe.

L'enjeu

Les Roms font l'objet de maints stéréotypes : ils gagnent leur vie en mendiant ou en volant, ils n'aiment pas travailler, ils ne veulent pas inscrire leurs enfants à l'école, ils ne veulent pas s'intégrer, ils préfèrent vivre dans des bidonvilles, ils pratiquent la traite des êtres humains...

Que ce soit des stéréotypes, c'est-à-dire des idées reçues et des clichés, ou des préjugés, c'est-à-dire des sentiments irrationnels de peur et d'antipathie, ces croyances négatives entraînent des attitudes discriminatoires qui peuvent entraver l'accès des Roms aux droits citoyens, fondamentaux et sociaux. Préjugés et stéréotypes font également souvent le lit du racisme, qui, lorsqu'il s'agit de Roms, est encore trop souvent justifié, voire partagé, par la classe politique.

Les stéréotypes et les préjugés sont souvent si tenaces qu'ils se reflètent dans certaines expressions. **Ils sont d'ailleurs aussi tenaces qu'ils sont faux.**

La campagne DOSTA !, ciblée sur les acteurs locaux, contribue à casser les préjugés et les stéréotypes en rapprochant les citoyens roms et non-roms.

Aspects fondamentaux

- La campagne s'attaque à des idées et à des préjugés profondément enracinés. Elle constitue donc la première étape d'un long processus qui devrait se perpétuer au travers de futurs projets.
- La campagne est structurée pour s'adresser à différents niveaux – partenaires nationaux, régionaux et locaux, qui « traduisent » et relayent le message de la campagne. La dimension locale est prise en compte et des formes particulières de coopération locale sont encouragées.
- **Les messages de la campagne sont les mêmes pour tous les pays européens.**
- La campagne est conçue comme un outil permettant aux représentants des Roms, à la population majoritaire et aux gouvernements de changer le *statu quo*. Elle a été élaborée avec la contribution des Roms, par le biais du réseau rom du Conseil de l'Europe, ainsi qu'avec le Forum européen des Roms et des Gens du voyage. **La participation des Roms à l'ensemble des processus qui les concernent est un élément clé de la réussite de toute manifestation visant à leur garantir l'accès aux droits fondamentaux et sociaux.**

Groupes cibles

La campagne s'adresse à la société tout entière, en identifiant les groupes cibles les plus à même d'enclencher un « processus en cascade » et de relayer son message – journalistes, enseignants du primaire et du secondaire, jeunes, membres et responsables d'organisations de la société civile ou membres de parlements locaux et régionaux.

Messages de la campagne

En règle générale, les messages qui retiennent l'attention sont des messages inventifs, percutants et originaux. Les messages négatifs qui critiquent implicitement leurs destinataires, s'attaquent à leur amour-propre ou suscitent ouvertement la peur sont généralement inefficaces, quand ils ne sont pas contre-productifs.

Aussi la campagne DOSTA ! véhicule-t-elle deux messages **positifs** :

(a) un message sociopolitique : les Roms ont des droits et des aspirations comme tout le monde. Ils sont des citoyens des pays dans lesquels ils vivent et doivent être reconnus en tant que tels, dans le respect de leur statut de citoyen et de leurs droits fondamentaux. Adopter une approche positive de la diversité dans les sociétés européennes suppose d'aider tous les citoyens à développer de nouvelles compétences et de nouvelles aptitudes leur permettant de faire face aux enjeux de l'avenir et de construire des sociétés stables et cohésives ;

(b) un message culturel : la culture rom fait partie intégrante du patrimoine culturel européen et a contribué à enrichir les sociétés européennes. Le temps est venu de reconnaître cette contribution.

Qu'attendons-nous de la campagne Dosta !

La connaissance de « l'autre » est essentielle pour comprendre que les traditions et les mœurs, la langue, la couleur de peau, etc., ne sont qu'une facette des multiples éléments constitutifs de l'être humain. La population majoritaire ne doit pas pour autant oublier que « Tous les hommes naissent libres et égaux en dignité et en droits. Ils sont doués de raison et de conscience et doivent agir les uns envers les autres dans un esprit de fraternité. »¹ Vivre ensemble dans des sociétés cohésives implique en tout premier lieu d'être ouvert à la compréhension mutuelle et au dialogue interculturel. Cela suppose également d'être conscient que certaines personnes ne sont pas toujours en mesure d'exercer leurs droits fondamentaux et d'être prêt à dénoncer une telle situation et à contribuer à changer les choses.

La campagne DOSTA ! entend jeter des ponts entre la population majoritaire et les Roms, en contribuant à une meilleure connaissance de la culture rom et en encourageant la participation de tous dans la réalisation des droits fondamentaux des Roms. Dites « DOSTA ! », dites « Assez ! » à l'antitsiganisme et faites bouger les choses !

¹ Déclaration universelle des droits de l'homme, article 1^{er}.

Les outils de la campagne

Site Internet : Le site Internet de la campagne DOSTA !, accessible en plusieurs langues, sert de plateforme de promotion des activités de la campagne et rassemble tous les supports audiovisuels que peuvent utiliser les Etats membres du Conseil de l'Europe. Il est conçu comme un outil interactif où les utilisateurs peuvent s'enregistrer pour faire des commentaires en ligne, participer aux forums de discussion ou télécharger des documents. L'adresse du site Internet est la suivante : www.dosta.org

Visuels et slogans créatifs : Les visuels et slogans sont élaborés conjointement avec le réseau rom et les spécialistes de la communication du Conseil de l'Europe. Ils peuvent être reproduits sur des brochures, des affiches, du matériel promotionnel (tee-shirts, tapis de souris, etc.) ainsi que dans des productions audiovisuelles. Vous pouvez les obtenir sur simple demande par email à info@dosta.org (en fonction des stocks disponibles). Les visuels les plus récents ont été créés pour un immense panneau de campagne dressé devant le Conseil de l'Europe pendant plusieurs mois en 2007 ainsi que pour le CD « En musique au-delà des préjugés, variations roms sur l'hymne européen ».

Le spot TV est l'un des principaux outils de la campagne DOSTA ! Il a été conçu lors d'une séance de brainstorming organisée en coopération avec le service de la communication du Conseil de l'Europe et certains spécialistes des médias roms, qui ont contribué au texte. Il s'appuie sur des photos prises sur le terrain, en Serbie, au cours d'une visite organisée avec l'aide de l'Association des étudiants roms de Novi Sad. Il existe deux versions du spot TV (50 secondes et 25 secondes), qui est disponible sur le site de la campagne en albanais, dans les langues locales de Bosnie-Herzégovine, en serbe, en macédonien, en roumain, en slovaque, en slovène et en ukrainien en sus des versions anglaise et française. Il existe aussi dans une version multilingue. Il est distribué gratuitement aux télévisions nationales pour retransmission, ou aux organisations non gouvernementales pour diffusion sur leur propre site Internet. Des versions de ce même spot dans d'autres langues sont en pré-production. Il existe également des spots différents néanmoins réalisés pour la campagne Dosta ! C'est le cas en Croatie et en Italie. Ces spots sont disponibles en ligne sur le site de la campagne.

Le spot TV a déjà été régulièrement diffusé par Top Channel TV (Albanie), RTRS et la télévision fédérale BHTV (Bosnie-Herzégovine) ainsi que par la chaîne macédonienne nationale TV MRT (« ex-République yougoslave de Macédoine »). En outre, il a été diffusé au journal du soir sur la chaîne de télévision nationale italienne RAI3, et projeté à plusieurs reprises dans deux cinémas turcs du 31 mars au 15 avril 2007, dans le cadre du festival du film d'Istanbul. Le spot TV a également été diffusé sur la télévision publique roumaine en 2009.

Un spot radio a été produit en albanais, dans les langues locales de Bosnie-Herzégovine et en serbe. Il a déjà été diffusé sur les ondes de Top Albania Radio (Albanie), RS Radio Bosnia (Bosnie-Herzégovine) et Radio B92 (Monténégro et Serbie).

Le spot TV et le spot radio sont disponibles sur le site Internet de la campagne (www.dosta.org) ainsi que sur la page d'accueil du Conseil de l'Europe (www.coe.int).

Pack média : il comprend un kit vidéo en format DVD et BETA SP, avec des interviews de hauts responsables internationaux, des interviews-témoignages vidéo, un reportage d'Euronews sur les Roms, les spots TV de la campagne DOSTA ! ainsi que la présente « Boîte à outils ». Le pack média est distribué à la presse lors des grandes manifestations du Conseil de l'Europe liées aux Roms.

Photos : des photos destinées aux besoins de la campagne ont été prises par le photographe du Conseil de l'Europe en Serbie. Plusieurs d'entre elles sont diffusées sur le site Internet de la campagne. Toutes sont disponibles sur demande. Une sélection de photos a été tirée en vue d'une exposition.

Témoignages de personnalités : Nous avons invité des personnalités particulièrement célèbres et populaires à témoigner en faveur des Roms, à abattre les barrières des préjugés. Ces témoignages figurent sur le site Internet de DOSTA ! et sont fournis gratuitement aux médias nationaux.

Contact presse : Un attaché de presse est chargé de suivre la campagne et de préparer les communiqués de presse, les dossiers de presse et autres documents rédactionnels destinés aux médias. Les différentes manifestations bénéficient toutes de l'assistance d'un service de presse.

Les activités de la campagne

En 2006/2007, la campagne DOSTA ! a organisé/parrainé plusieurs manifestations dans les cinq pays participants, notamment :

- les lancements officiels de la campagne, c'est-à-dire les conférences de presse organisées dans ces cinq pays pour présenter les outils de communication de la campagne ;
- le concours vidéo de la campagne, pour lequel les académies/écoles d'art, les artistes et les ONG ont été invités à réaliser une courte vidéo promotionnelle sur un ou plusieurs message(s) fondamental(aux) de la campagne ;
- la « Quinzaine du cinéma rom », qui s'est tenue à Strasbourg du 1^{er} au 14 novembre 2006, organisée conjointement par la Division de la dimension européenne de l'éducation du Conseil de l'Europe et le Cinéma L'Odysée. Le 7 novembre, lors d'une soirée spéciale, la projection du film « Latcho Drom », de Tony Gatlif, a été suivie d'un débat animé par M. Gatlif lui-même, puis de la cérémonie de remise des prix du concours vidéo de la campagne, sous les auspices de Terry Davis, Secrétaire Général du Conseil de l'Europe ;

- la Semaine sur la romaphobie, qui s'est déroulée du 17 au 22 novembre 2006. Cette conférence était organisée par le Forum des jeunes roms européens (FERYP) afin de donner suite à la session d'étude sur « La jeunesse rom – situation et perspectives – 10 ans après la campagne RAXI ». C'était l'occasion, pour le FERYP, de réunir de jeunes Roms afin d'examiner les nouveaux problèmes auxquels les Roms sont confrontés en Europe, en relation avec les thèmes de la campagne européenne de jeunesse pour la diversité, les droits de l'homme et la participation ;
- le Festival régional des arts contre les stéréotypes, qui a eu lieu du 5 au 7 avril 2007 à Tirana, en Albanie. Il était organisé conjointement avec le ministère du Tourisme, de la Culture, de la Jeunesse et du Sport, dans le cadre de la Journée internationale des Roms (8 avril). Des photos, des peintures/sculptures et de l'artisanat étaient exposés au Centre international de la culture qui proposait aux visiteurs des espaces multimédias (exposition de photos de la campagne DOSTA !, vidéos présélectionnées pour le concours vidéo de la campagne, coupures de presse sur les artistes). Les 5 et 6 avril, de 18 h à 21 h, se sont tenus deux spectacles réunissant des artistes célèbres de l'Europe du Sud-Est, notamment Muharem Serbezovski, Silvi Duo Band, Muharrem Tahiri et Hamza Tahirov, Muharrem Ahmeti, Tehemana et Grupa Europa ;
- l'atelier régional pour les médias et les porte-paroles de gouvernements, qui s'est déroulé à Belgrade, en Serbie, les 15 et 16 mai 2007. Cet atelier a été l'une des activités les plus réussies de la campagne : certains participants ont immédiatement mis à profit les compétences nouvellement acquises dans leur activité professionnelle au niveau national ou dans les médias. L'atelier a également permis de rapprocher les différents pays participant à la campagne, et de jeunes journalistes roms ont pu collaborer avec des journalistes et des représentants gouvernementaux non-roms ;
- le Festival EX-YU Rocks, qui s'est tenu à Banja Luka, en Bosnie-Herzégovine, les 27 et 28 juillet 2007, pour lequel la campagne a parrainé un groupe rom ;
- le festival et camp d'été « Roma are Europe » (« l'Europe, c'est aussi les Roms »), organisé du 21 au 25 août 2007 à Ohrid, dans « l'ex-République yougoslave de Macédoine », par le FERYP, en coopération avec la campagne DOSTA !. Le court-métrage réalisé par les participants résume parfaitement comment cette activité a contribué à rapprocher les Roms et la population locale ;
- le projet Youth Video Project Plemetina, destiné à de jeunes Roms de Plemetina, au Kosovo (Serbie), qui a été mis en œuvre du 1^{er} septembre au 15 novembre 2007. Des jeunes ayant passé la majeure partie de leur vie dans le camp pour personnes déplacées ont été formés aux techniques de réalisation de films. Un documentaire de 20 minutes présentant leur vie au sein de la communauté ainsi que leurs réflexions sur les préjugés dont les Roms font l'objet a été présenté au Kosovo. Il est disponible gratuitement, sur demande, pour les chaînes télévisées ;

- le concours des projets scolaires et de la société civile, lancé en mars 2007, afin de récompenser des initiatives innovantes visant à promouvoir une meilleure compréhension de la culture rom. Un jury international a sélectionné les lauréats, qui ont été nommés en octobre 2007 ;
- le prix spécial « DOSTA ! – Congrès pour les municipalités », créé en juin 2007 pour renforcer le rôle des collectivités locales dans le domaine de la protection des droits des Roms et des minorités. Une cérémonie de remise des prix a eu lieu à Strasbourg le 20 novembre 2007, et une autre le 4 mars 2009.

Voir le site de Dosta ! pour la mise à jour des activités après 2008.

En musique au-delà des préjugés

Le CD « En musique au-delà des préjugés, variations roms sur l'hymne européen » a été réalisé en collaboration avec le service de la communication du Conseil de l'Europe pour marquer la fin des deux premières années de la campagne DOSTA ! Il contient cinq interprétations différentes de l'hymne européen en langue et style roms par des artistes d'Albanie, de France, de Serbie et de « l'ex-République yougoslave de Macédoine ». Le projet a été mené à bien avec la contribution d'Esma Redzepova, nommée à deux reprises pour le prix Nobel de la Paix. Elle s'est produite lors de la cérémonie de lancement du CD qui s'est tenue à Strasbourg, le 20 novembre 2007, à l'issue de la remise du prix « DOSTA ! – Congrès pour les municipalités ».

Pour en savoir plus sur le CD et ses artistes, RV sur le site Internet de DOSTA !

La campagne continue sur Internet : www.dosta.org

Faites campagne à votre tour !

CHAPITRE II

STEREOTYPE OU NON ?

UN OUTIL POUR COMBATTRE LES STEREOTYPES SUR LES ROMS

Stéréotypes et préjugés

Ils nous servent à classer le monde qui nous entoure en différentes catégories. D'après la définition du dictionnaire de Cambridge, un stéréotype est une idée toute faite que les gens ont sur quelqu'un ou sur quelque chose, et en particulier une idée fausse. Quant au terme « préjugé », toujours d'après le même ouvrage, il désigne une opinion ou un sentiment injustifié et irrationnel, surtout lorsqu'il résulte d'une réflexion et de connaissances insuffisantes. Autrement dit, les stéréotypes sont des idées toutes faites et des clichés, les préjugés des sentiments irrationnels de peur et d'antipathie. Ce sont en quelque sorte des filtres qui nous protègent contre une surabondance d'informations et nous permettent de juger quelqu'un qu'on ne connaît pas ou peu : ils contractent notre vision de la réalité.

Vu sous cet angle, on pourrait dire que les stéréotypes et les préjugés ont une fonction positive puisqu'ils nous permettent de prendre des décisions rapides. Très souvent, cependant, ils servent à justifier et à étayer les opinions et les valeurs de la population majoritaire. Ce qui est « courant » est considéré comme « normal », et les faits et gestes de minorités ou de certains groupes sociaux qui ne se conforment pas à la « norme » sont dévalorisés. En règle générale, les stéréotypes et les préjugés **naissent** – et c'est là l'une de leurs caractéristiques les plus frappantes – **dans l'esprit des « puissants » pour s'appliquer aux « faibles »**. Or, ceux-ci ne peuvent ni contrôler ni changer la façon dont ils sont perçus par les autres. On dit souvent que les stéréotypes sont généralement vrais. En réalité, dès lors que se vérifie un aspect d'un stéréotype, on y voit une justification de celui-ci qui s'en voit renforcé.

La classe politique et les médias font largement usage des stéréotypes. Exploiter les sentiments négatifs et la peur est un bon moyen de gagner une élection ou d'assurer les ventes d'un journal. Les stéréotypes servent habituellement à décrire et à justifier le statu quo. Ceux qui en souffrent ne sont pas ceux dont on exploite les peurs mais ceux qui font l'objet de cette représentation négative, ceux qui sont stéréotypés.

Antitsiganisme et romaphobie

Ces deux termes désignent la même chose :

... une forme distincte d'idéologie raciste, à la fois identique, différente et inextricablement liée à de nombreuses autres formes de racisme. L'antitsiganisme est un phénomène social complexe qui se manifeste à travers la violence, le discours de haine, l'exploitation et la discrimination dans sa forme la plus visible.

[...] L'antitsiganisme est une forme spécifique de racisme, une idéologie basée sur la supériorité raciale, une forme de déshumanisation et de racisme institutionnel nourrie par une discrimination historique et par la lutte pour le maintien de relations de pouvoir qui avantagent les groupes majoritaires. L'antitsiganisme repose d'une part sur des peurs imaginaires, des stéréotypes négatifs et des mythes, d'autre part sur la négation ou l'effacement de la mémoire collective d'une longue histoire de discrimination à l'encontre des Roms.²

Ces deux termes ne se différencient pas par leur contenu mais par l'usage qui en est fait. « Anti-Gypsyism » est le terme anglais le plus couramment employé au niveau international, mais certains Roms, notamment ceux d'Europe de l'Est, lui préfèrent « anti-Tsiganism », « tsigane » étant d'usage dans cette région. Les deux termes « Gypsy » et « tsigane » sont par nature péjoratifs. C'est pourquoi certains spécialistes préfèrent parler de « romaphobie ».

Antisémitisme et antitsiganisme

En Europe, les Juifs et les Roms sont les deux minorités qui ont le plus souffert de discrimination en raison de leur supposée « infériorité » et des stéréotypes négatifs qui en ont découlé.

Ces deux minorités sont originaires d'autres régions du monde, les Juifs de ce qui est aujourd'hui Israël et la Palestine ainsi que des rivages méridionaux de la mer Noire, les Roms d'Inde. Les deux ont émigré pour fuir les persécutions, les deux ont été opprimés, au fil des siècles, par les peuples majoritaires en Europe et considérés comme inférieurs ; les Juifs comme les Roms ont été nombreux à être exterminés par les Nazis au cours de la Deuxième Guerre mondiale et les uns comme les autres ont souffert sous les régimes communistes européens. Or, si l'antisémitisme est aujourd'hui unanimement condamné (par la société, par la classe politique), ce dont on peut se réjouir, les Roms sont toujours victimes de discrimination, de haine et de préjugés. L'antitsiganisme, n'étant même pas reconnu comme une réalité, ne fait l'objet d'aucune condamnation.

² Source : Valeriu Nicolae, ergonetwork ; pour la version intégrale de cette définition, consulter <http://www.ergonetwork.org/antigypsyism.htm>

Le Centre de documentation culturel des Sinti et Roms d'Allemagne et les associations régionales de Sintés et de Roms ont lancé des initiatives dans différents Länder et élaboré des supports pédagogiques pour les établissements scolaires et autres institutions éducatives. Ces supports abordent la question de l'analyse du racisme ainsi que les clichés et les préjugés touchant les Sintés et les Roms. Ils aident également à analyser et à faire le bilan du génocide des Sintés et des Roms par les Nazis. L'association des Sintés et Roms du Land de Bade-Wurtemberg, de sa propre initiative mais aussi en coopération avec les établissements scolaires et d'autres institutions, a mis en œuvre des projets afin d'analyser le phénomène de « l'antitsiganisme » (hostilité à l'égard des Roms) et d'en prendre la mesure. Le Forum européen des Roms et des Gens du voyage (FERV : www.ertf.org) élabore actuellement sa propre définition de ce phénomène.

Aspects de l'antitsiganisme

La déshumanisation et la réduction des Roms à leur « tsiganité » sont des aspects essentiels de l'antitsiganisme. N'étant pas considérés comme des êtres humains, les Roms ne sont donc pas moralement en droit de jouir des droits de l'homme. Cette déshumanisation ne repose pas sur des idées fausses ou sur l'ignorance mais **semble être un mythe qui légitime et justifie les comportements iniques de la majorité à l'égard des Roms, qui ne sont pas perçus comme des personnes mais simplement comme des « Tsiganes »**. Très souvent, au lieu d'évoquer les problèmes que rencontrent les Roms, il est question du « problème tsigane » lié à « la tsiganité », celle-ci n'étant d'ailleurs définie qu'en des termes péjoratifs.

Les stéréotypes et les préjugés à l'encontre des Roms sont très souvent aux antipodes du raisonnement rationnel. Ils en disent souvent plus long sur le milieu culturel de la personne dont ils émanent que sur les Roms eux-mêmes. Parmi la multitude d'idées reçues qui circulent sur les Roms figurent maintes absurdités auxquelles beaucoup s'accrochent néanmoins comme à des vérités incontestables. Nombreux sont les exemples fournis par l'histoire de sociétés fondées sur des conceptions absurdes du monde (la terre est plate, par exemple), mais nombreux sont aussi ceux qui, notamment parmi les progressistes, refusent d'accepter qu'il peut encore en être ainsi aujourd'hui.

Les stéréotypes et les préjugés à l'égard des Roms, et, par conséquent, l'antitsiganisme, sont si profondément ancrés dans la culture européenne qu'il est rare qu'ils soient considérés comme tels. Les personnes ou les groupes visés doivent donc s'employer, tâche éprouvante s'il en est, à démontrer que la discrimination dont ils souffrent n'est pas fondée. **Le fait que nombre de gens qui n'ont jamais connu de Roms personnellement soient à même de les décrire avec un luxe de détails, de dire à quoi ils ressemblent, comment ils vivent, comment ils se comportent, est un signe manifeste d'antitsiganisme. Très souvent, le comportement (négatif) d'un individu est automatiquement généralisé à l'ensemble des « Tsiganes » et la culture rom incriminée, plutôt que la personne en question,**

Combattre l'antitsiganisme

Combattre l'antitsiganisme suppose au préalable d'avoir admis l'existence de ce phénomène. Pour faire bouger les choses, il faut avoir conscience que l'antitsiganisme est une réalité : le problème, ce n'est pas les Roms mais l'antitsiganisme !

Le rôle des médias

Les médias, parfois inconsciemment, mais trop souvent en toute connaissance de cause, propagent des sentiments anti-Rom. Indiquer l'origine ethnique de l'auteur d'un crime n'a jamais un effet positif. Les attitudes condescendantes sont tout aussi préjudiciables. En outre, les médias ne s'intéressent généralement pas aux Roms quand ceux-ci font partie des victimes, comme dans le cas des agressions racistes ou des discours de haine

prononcés par des personnalités politiques, qui sont autant d'actes que les médias pourraient condamner.

Les médias, si tant est qu'ils aient la volonté de faire changer les choses, peuvent être un instrument précieux de sensibilisation et de promotion de la diversité et du multiculturalisme. Au lieu de se focaliser sur ce qui est négatif, ils devraient s'employer à réaliser des reportages sur les qualités et réussites des Roms, en leur donnant l'occasion de faire entendre leur voix. **Il y a des avocats, des enseignants, des responsables politiques et des médecins d'origine rom**, alors pourquoi ne pas parler d'eux ? Pourquoi ne pas interroger ceux que l'on n'entend généralement jamais ?³

Stéréotype ou non ?

« Les Roms sont des nomades épris de liberté, désinvoltes et insouciantes, qui portent des vêtements hauts en couleur et une multitude de bijoux en or. Ce sont des danseurs passionnés, de talentueux artisans et de grands musiciens. Leurs femmes sont belles et séduisantes, à l'image de Carmen de Georges Bizet ou d'Esmeralda de Notre-Dame de Paris. Elles disent la bonne aventure et peuvent vous jeter un sort si vous ne leur donnez pas d'argent. Les Roms sont pauvres et mendient. Ils ne font rien pour améliorer leur situation et volent des oies et des poules. Ils préfèrent vivre de l'aide sociale plutôt que travailler. Ils ont plus d'enfants qu'ils ne peuvent en nourrir.

Un jour ils seront probablement plus nombreux que la population majoritaire en raison de leur taux de natalité. Les filles se marient très jeunes, les hommes battent leurs femmes et exploitent leurs enfants. La nuit, ils dansent autour de feux de camp ; parfois, ils volent des bébés pour les vendre. Les Roms n'ont pas de religion. Ils sont sales et sont une charge pour la société. Ils ne veulent pas s'intégrer et restent volontairement en marge de la société. Moins ils voient de non-Roms, mieux ils se portent. Ils ne veulent pas être citoyens des pays dans lesquels ils vivent et quand ils émigrent, ils ternissent la réputation du pays dont ils viennent. Ils aiment bien vivre à proximité de décharges et leurs maisons sont extrêmement sales. Ils ont peur de l'eau, sont allergiques au savon et ne savent pas utiliser des toilettes. Ils sont source de maladies. Ils ne savent ni lire ni écrire et, curieusement n'ont pas envie d'apprendre à le faire ni d'aller à l'école. Ils doivent être débiles mentaux. Peut-être même que ce ne sont pas des êtres humains. Ils vivent au sein de familles gigantesques et n'ont aucun problème à partager une pièce avec dix autres personnes. Ils sont cupides et jamais satisfaits. Ils sont paresseux et indignes de confiance. Ils sont génétiquement prédestinés à voler et à vendre de la drogue. Et, de toute façon, le terme « Rom » est une pure invention, en réalité on les appelle « Gitans » ou « Tsiganes ».

Les stéréotypes sur les Roms ne manquent pas. Vous en avez probablement entendu une quantité vous-mêmes. **Voici les clichés les plus courants qui circulent sur les Roms.**

³ A cet égard, lire l'article sur la représentation des Roms dans les médias de Karin Waringo, Directrice exécutive du Forum européen des Roms et des Gens du voyage, en annexe. Reproduit pour les besoins de la campagne DOSTA ! avec l'aimable autorisation de l'auteur.

Stéréotype n° 1 : Les « Tsiganes » ne sont « que des Tsiganes »

Les Roms sont souvent perçus comme un groupe homogène et réduits à leur « tsiganité ». Ils ne sont pas considérés en tant que personnes mais simplement en tant que « Tsiganes ». Certaines personnes peuvent inventer les stéréotypes les plus monstrueux au sujet des Roms pour ensuite affirmer en connaître un « qui n'est pas comme ça ! ». Dénigrer les Roms porte atteinte à l'ensemble des Roms, même ceux qui sont supposés être « différents ». Les Roms qui ne sont pas conformes à l'image que les autres se font des « Tsiganes » sont souvent perçus comme n'appartenant pas à ce groupe. Or, **aucun Rom ne peut à lui seul incarner l'ensemble des stéréotypes qui existent à l'égard de ce peuple.**

Celui-ci est d'ailleurs très hétérogène. Ce qui est vrai pour un groupe ne l'est pas forcément pour d'autres. Il serait simpliste de distinguer simplement les Roms « traditionnels » des Roms « intégrés ». A l'inverse, ce qui est vrai pour tout peuple l'est aussi pour les Roms : **les généralisations sont toujours fausses et les différences entre les individus sont plus importantes que les différences entre les groupes ethniques.** Les Roms vivent dans des environnements très divers, parlent différentes langues ainsi que différentes variantes du romani, se retrouvent sur les cinq continents et ont adopté de nombreuses coutumes de la population majoritaire. Ils exercent des professions diverses et variées, pratiquent différentes religions et leur situation financière ainsi que leur niveau d'instruction varie d'une personne à l'autre, d'un groupe à l'autre et d'un pays à l'autre, **tout comme les autres citoyens !**

Stéréotype n° 2 : Le nomadisme

Les Roms seraient des nomades insouciantes : libres de faire ce que bon leur semble, épris de liberté, désinvoltes, vivant sous des tentes ou dans des caravanes, dansant autour du feu tous les soirs et volant tout simplement une poule chez le paysan du coin quand ils ont faim.

Cette image quasi romantique de la vie rom est loin de la réalité. **Seuls 20 % des Roms européens sont encore itinérants aujourd'hui**, presque exclusivement en Europe occidentale. Il convient de préciser que, même en remontant à plusieurs siècles en arrière, le nomadisme n'était presque jamais un choix, mais une nécessité pour fuir les persécutions. Les expulsions répétées sont en effet une constante dans l'histoire des Roms.

Tout au long du Moyen Age, les Roms ont souvent été pris pour des musulmans ; aussi ont-ils suscité la haine des Européens chrétiens. Dans de nombreux pays, il leur était interdit de s'installer ou de travailler ; il leur fallait donc trouver d'autres moyens de subsistance. La recherche d'un lieu de vie, d'un « chez soi », est un thème qui se retrouve fréquemment dans les contes roms. Durant l'Holocauste, les Roms furent l'une des premières cibles du régime nazi, qui les envoya dans des camps de concentration aux quatre coins de l'Europe. Après la chute du communisme, nombre d'entre eux durent fuir les persécutions ethniques, ce qui fut pris là encore comme une preuve de nomadisme et

non pas comme une stratégie de survie. Depuis la chute du Mur, on ne compte plus le nombre de Roms en Europe de l'Est et du Sud-Est qui sont victimes d'attaques violentes, d'expulsions, de destruction de leur propriété, voire de meurtre.

Tout au long de l'Histoire, la sédentarisation a souvent été liée à l'abandon de la culture et des traditions roms. De nombreux Roms se sont pliés à cette contingence, optant pour l'assimilation. Quant à ceux qui auraient préféré conserver leur mode de vie itinérant, la plupart ont été victimes, dès le XVIII^e siècle, de politiques d'assimilation forcée. Sous les régimes communistes, la majorité des Roms menant encore une existence itinérante a été sédentarisée de force.

Stéréotype n° 3 : La musique et la danse

Dans la littérature surtout, la danse est considérée comme un trait authentique de la culture traditionnelle rom et utilisée pour représenter l'« exotisme » des Roms. Or, ceux-ci n'ont pas pour habitude de danser, sauf si c'est une forte tradition du pays dans lequel ils vivent (en Espagne et dans les pays d'Europe du Sud-Est par exemple).

La musique est beaucoup plus un talent ou un métier qui a servi de stratégie de survie qu'un trait distinctif de la culture rom. **Tous les Roms ne sont pas musiciens**, même si certains groupes sont devenus maîtres en la matière. Certains sont devenus célèbres après avoir étudié cette discipline afin d'en faire leur profession. Dans de nombreux pays, il n'est pas rare de voir la population majoritaire faire appel, pour animer un mariage ou pour d'autres occasions spéciales, à des musiciens roms. Ceux-ci jouent ce que les « gadjés » veulent entendre et non pas de la musique rom. D'ailleurs, les spécialistes distinguent clairement la musique traditionnelle non-rom jouée « à la rom » de la vraie musique rom traditionnelle (*romane purane gilia*).

Stéréotype n° 4 : Diseurs de bonne aventure

D'après la croyance populaire, les Roms peuvent jeter des sorts, par exemple lorsqu'on ne leur donne pas d'argent. Ils peuvent aussi hypnotiser quelqu'un pour lui voler ses objets de valeur.

Il est vrai que les Roms ont traditionnellement un système de croyance qui repose notamment sur les présages et les malédictions, mais la nature de ce système est complètement différente. Les quelques Roms qui disent la bonne aventure le font pour les « gadjés » mais pas entre eux.

Stéréotype n° 5 : Les métiers traditionnels

Le métier pour lequel les Roms sont le plus connus est celui de forgeron. Ils l'ont probablement appris en Arménie ; de nombreux termes romani se rapportant à ce métier sont en effet dérivés de l'arménien. C'est essentiellement parce que les Roms étaient des travailleurs qualifiés qu'ils ont été réduits en esclavage dans les principautés de Roumanie.

Durant ces 500 ans d'esclavage, ils ont développé d'autres arts et métiers. Encore aujourd'hui, les Roms roumains se classent en fonction de la profession qu'ils exercent. De nombreux noms de famille tels que Gabor (forgeron) et Ciurar (tamisier) renvoient à un métier. Entre autres professions habituellement associées aux Roms, on trouve les dompteurs d'ours (ursari), les orpailleurs (aurari) ou les fabricants de cuillers (lingurari).

Parce que de nombreux Roms travaillaient le métal, les « gadjés » disaient que les Roms connaissaient les secrets du fer et du cuivre. Nous pourrions ajouter qu'ils connaissent aussi le secret du bois puisqu'ils travaillent également ce matériau !

La réalité est tout autre : les Roms sont des citoyens européens et, comme tout autre citoyen, ils cherchent des possibilités de travail qui répondent à leurs aspirations. Lorsqu'ils ont la chance de franchir l'obstacle de la discrimination sociale ou institutionnelle, ils occupent des postes dans divers secteurs professionnels. C'est parce que la discrimination est la règle que l'on considère souvent comme des « exceptions » ceux qui ont un emploi.

Stéréotype n° 6 : Les coutumes

Il convient ici de se rappeler que les Roms se caractérisent par une grande diversité. Ceux qui continuent à vivre de manière traditionnelle ont quelques coutumes en commun, mais en général, les coutumes varient d'un groupe à l'autre, voire d'une famille à l'autre, à l'image des différences régionales que l'on observe dans les coutumes des autres populations européennes.

En outre, n'oublions pas que la majorité des Roms européens ne vivent plus de manière traditionnelle ni ne suivent les traditions « anciennes » qu'ils ne connaissent parfois même pas.

Dans la culture populaire, les Roms sont souvent dépeints sous un jour romantique : ils sont censés être beaux, vêtus de vêtements colorés, fiers et indépendants, amoureux de la vie et passionnés, insoucians et appréciant les simples plaisirs de la vie, avec une musique impétueuse et des femmes séduisantes. Cette image, particulièrement répandue dans la littérature et la peinture, est aujourd'hui entretenue par certains amateurs de reconstitution historique. Elle n'est en aucun cas fidèle à la réalité des Roms européens d'aujourd'hui⁴.

Stéréotype n° 7 : La tenue vestimentaire

Dans l'esprit de beaucoup, tous les Roms portent des vêtements colorés et une multitude de bijoux en or. Aujourd'hui, seuls quelques Roms s'habillent encore ainsi. Dans les groupes traditionnels, les hommes adaptent souvent leur manière de s'habiller en fonction de leur environnement. Puisque la tête est considérée comme le centre du corps, elle peut

⁴ Pour en savoir plus sur les coutumes roms actuelles, consulter le site : <http://www.geocities.com/~patrin/tradition.htm>.

être mise en valeur en portant de larges chapeaux et de longues moustaches. Pour les occasions spéciales, les hommes porteront par exemple un costume impeccable et une écharpe aux couleurs vives.

Les fleurs, les jupes colorées, les chemisiers et les foulards ne sont pas l'apanage des femmes roms ; on les retrouve partout à l'Est, de l'Inde et de l'Iran aux Balkans. Traditionnellement, les femmes roms portaient de longues jupes colorées, souvent composées de plusieurs couches. Dans certaines communautés traditionnelles, les femmes mariées perpétuent cette coutume en se coiffant d'un *diklo* (foulard). De même, les femmes roms laissaient traditionnellement pousser leurs cheveux, qu'elles tressaient. Les bijoux étaient portés non pas à des fins esthétiques mais pour leur valeur, comme dans d'autres pays de l'Est. Jadis, lorsque les banques n'existaient pas, porter ses objets de valeur sur soi était plus sûr que de les transporter serrés dans une boîte.

Traditionnellement, la richesse acquise était convertie en bijoux ou en pièces de monnaie, les *galbi*. Dans certains groupes, ces pièces étaient cousues sur des vêtements ou des accessoires, voire tressées dans les cheveux des femmes.

Les couleurs des vêtements ont différentes significations. Le rouge, par exemple, prédomine lors des mariages. Il symbolise l'amour, comme en Occident, mais aussi le sacrifice individuel pour assurer le bonheur collectif. Le mariage traditionnel consacre non pas l'amour égoïste entre deux personnes mais l'alliance durable entre deux familles, qui deviennent *hanamik* (belles-familles).

Stéréotype n° 8 : La propreté et la pureté

On considère souvent que les Roms sont sales, qu'ils sont allergiques au savon, qu'ils ont peur de l'eau et qu'ils sont sources de maladie. **Il s'agit là incontestablement de stéréotypes.** Certains Roms bénéficient de fait d'un accès limité à l'eau courante, vivant dans des endroits isolés, sans conduite d'eau ni canalisations d'évacuation, ni toilettes intérieurs. Il leur est souvent difficile, voire impossible, de trouver un lieu de vie plus convenable ou d'améliorer leurs conditions de vie. C'est aux Etats et aux gouvernements qu'il appartient de renverser cette situation ; ils sont en effet tenus de garantir l'accès de tout citoyen aux droits sociaux fondamentaux.

La propreté et la pureté – sur le plan physique comme rituel – figurent pourtant parmi les valeurs traditionnelles les plus chères aux Roms. Il existait des règles très précises concernant l'hygiène personnelle, la vaisselle, la lessive et le type d'eau à utiliser. Ainsi, prendre un bain dans une baignoire était interdit car cela signifiait s'immerger dans sa propre saleté.

Cela étant, il est vrai que l'espérance de vie des Roms est, dans de nombreux pays, inférieure de 15 ans à celle de la population majoritaire ; là encore, la responsabilité de cette situation ne peut être imputée aux Roms, qui pâtissent simplement du manque d'accès aux installations nécessaires et aux soins de santé.

Stéréotype n° 9 : La religion

Il est communément admis que les Roms n'ont pas de religion. Ce n'est pas vrai. Les Roms adoptent généralement la religion de la population majoritaire qui les entoure. On trouve des Roms musulmans ainsi que des roms catholiques, orthodoxes, luthériens, évangélistes, etc.

C'est seulement dans certains groupes traditionnels qu'à la religion officielle vient s'ajouter une croyance dans les forces surnaturelles, les présages et les malédictions. Ces croyances varient d'un groupe rom à l'autre et sont imprégnées par les superstitions généralement répandues dans le pays⁵.

Stéréotype n° 10 : Les femmes

Il existe deux grands stéréotypes sur les femmes roms. D'un côté, les femmes roms sont vues comme des danseuses passionnées, prêtes à séduire n'importe quel homme, fougueuses et exotiques, sans morale et lascives ou – revers de la médaille – comme de vieilles diseuses de bonne aventure prêtes à jeter un sort ou à hypnotiser quelqu'un qui ne leur donnerait pas d'argent.

De l'autre côté, les femmes roms sont représentées comme des femmes sales ayant trop d'enfants qu'elles laissent habituellement nus, des maris violents et des familles qui les exploitent, mariées à 11 ans et mères à 13 ans.

Pour revenir à la première vision, rappelons que les Roms traditionnels ont des valeurs morales très élevées. Les rapports sexuels avant le mariage et l'adultère sont proscrits. En outre, certains spécialistes ont fait valoir que les aspects « séducteurs » des danses roms sont en fait des vestiges de danses indiennes religieuses, qui n'avaient pas pour objet de séduire. La musique, la danse et la voyance, considérées par beaucoup comme faisant partie intégrante de la culture rom, étaient en fait des moyens de gagner sa vie.

Quant au deuxième stéréotype, il convient de prendre en compte les dures conditions de vie dans lesquelles de nombreux Roms doivent vivre. Le manque de services essentiels tels que l'eau courante, ainsi que la pénurie de vêtements pour les enfants ou les éventuels cas de violence domestique sont des indicateurs de pauvreté et non pas de « tsiganéité ».

Stéréotype n° 11 : Les enfants

Le taux de natalité des Roms étant généralement plus élevé que celui des non-Roms, d'aucuns craignent que les Roms ne finissent par être plus nombreux que la population majoritaire. Or, personne ne se penche sur les aspects positifs d'une telle situation, à savoir que les Roms, avec la population immigrée, contribuent indirectement à lutter contre le vieillissement de la population.

⁵ Pour en savoir plus, consulter le site : <http://www.geocities.com/~patrin/beliefs.htm>

Les enfants roms sont souvent considérés comme des voleurs ou des pickpockets crasseux. Leurs parents ne semblent pas bien s'occuper d'eux et sont soupçonnés d'être capables de les exploiter. Les parents roms aiment leurs enfants tout autant que les autres parents. Les enfants sont adorés et chéris et la famille tout entière se sent responsable de leur éducation. La manière d'élever les enfants roms est peut-être différente de celle de la population majoritaire, mais elle reflète la dure réalité de la vie des Roms. Les enfants roms grandissent au sein de familles traditionnelles, et la plupart apprennent par l'exemple et non par l'enseignement. Cette méthode d'apprentissage est également celle d'autres personnes qui, vivant dans des conditions difficiles, ne peuvent pas consacrer beaucoup de temps à l'instruction (prenons les Inuits, qui étaient longtemps désignés par le terme péjoratif d'Eskimos). Elle consiste à observer, à imiter et, plus tard, à participer.

Lorsque des enfants roms mendient ou volent à la tire, c'est un indicateur du climat social difficile dans lequel leur communauté doit vivre. A cet égard, les propos que M. Giuliano Amato, ministre italien de l'Intérieur, a tenus au cours d'une visite dans un quartier rom à Rome, en Italie, le 5 août 2006, sont intéressants : *« La reconnaissance des droits roms est une question européenne qui nous concerne tous ; l'Italie est l'un des pays où la minorité rom n'est pas reconnue : les Roms italiens sont pourtant prêts à faire partie intégrante de la société italienne mais ils rencontrent trop d'obstacles lorsqu'il s'agit d'intégrer le système scolaire et de trouver un emploi. On ne peut pas simplement croire que les enfants roms sont délinquants par nature : il faut examiner les raisons et les conditions qui poussent certains d'entre eux à devenir délinquants. »*⁶

Stéréotype n° 12 : La situation financière

Les Roms sont censés être soit extrêmement pauvres soit incroyablement riches. S'ils sont pauvres, c'est sûrement parce qu'ils sont fainéants. S'ils sont riches, c'est probablement la preuve qu'ils vendent de la drogue ou se livrent à d'autres activités illégales. En réalité, à l'heure actuelle, si les Roms sont pauvres, c'est généralement parce qu'ils sont restés en marge des transitions politiques et économiques de l'ère post-communiste. Ils sont aujourd'hui encore en butte à la discrimination et sont souvent exclus du système scolaire (voir stéréotype n° 13) ; ils subissent la discrimination lorsqu'ils recherchent un emploi et, dans de nombreux pays, sont victimes de ségrégation, étant cantonnés dans des quartiers ou campements isolés sur le plan géographique. Dans certains cas, leur situation fait qu'ils n'ont même pas droit aux aides sociales (discrimination institutionnelle). Par conséquent, de nombreux Roms sont aujourd'hui pris dans un cercle vicieux de pauvreté et d'exclusion sociale dont on ne saurait les rendre responsables.⁷

Stéréotype n° 13 : L'éducation

⁶ Source : http://passineldeserto.blogosfere.it/2006:08/amato_occore_r.html

⁷ Pour plus de détails, consulter le site : http://siteresources.worldbank.org/EXTROMA/Resources/roma_in_expanding_europe.pdf, Rapport sur l'accès des Roms à l'emploi dans l'Europe du Sud-Est, 2005 ; Rapport sur l'accès des Roms à l'emploi en Bosnie-Herzégovine, 2004 ; Rapport sur l'accès des Roms à l'emploi dans « l'ex-République yougoslave de Macédoine », 2004 ; Rapport sur l'accès des Roms à l'emploi en Serbie-Monténégro, 2004.

De nombreux non-Roms pensent que les Roms n'accordent aucune valeur à l'éducation, ce qui, dans une certaine mesure, est vrai pour des familles très traditionnelles et pour l'éducation formelle uniquement.

La réalité, c'est que le faible niveau d'instruction des Roms représente un obstacle majeur pour accéder au marché du travail. L'éducation des enfants roms est donc un moyen essentiel d'éradiquer la pauvreté.

Mais les enfants roms qui souhaitent aller à l'école doivent surmonter toute une série d'obstacles. Le trajet pour se rendre à l'école est une véritable gageure pour ceux qui vivent dans des quartiers ou campements isolés. De plus, certains parents n'ont pas toujours les moyens d'acheter des vêtements appropriés, des chaussures, des fournitures scolaires et de la nourriture. L'exclusion des enfants roms par les enseignants et les établissements scolaires est également un problème. Afin d'éviter que les enfants roms ne se mélangent avec ceux de la population majoritaire, nombre d'entre eux sont forcés de suivre des cours distincts. Dans de nombreux pays, les enfants roms sont surreprésentés dans les établissements scolaires spéciaux ou les classes pour handicapés mentaux. En 2006, dans plusieurs pays européens, des parents d'élèves non-roms ont manifesté devant des écoles ouvertes à des enfants roms.

Dans de nombreux pays, les enfants roms sont surreprésentés dans les établissements scolaires spéciaux ou les classes pour handicapés mentaux. Cette situation est souvent le fruit des politiques publiques : dans certains endroits, les établissements spéciaux sont les seuls qui assurent un transport scolaire et offrent des déjeuners gratuits. De surcroît, les enfants dont la langue maternelle est le romani ne maîtrisent pas toujours la langue majoritaire ; la présence d'un médiateur scolaire peut les aider à apprendre plus rapidement. Malheureusement, le rôle de ces médiateurs n'est pas institutionnalisé. Il est souvent recommandé aux parents d'envoyer leurs enfants dans des classes spéciales sans que ne soit expliquées la signification et les répercussions d'une telle décision. Par ailleurs, les manuels scolaires véhiculent souvent une image négative des Roms, quand ils ne passent pas sous silence le rôle qu'ils ont joué dans l'Histoire. Dans la même logique, l'histoire rom ne figure jamais au programme.

Même les Roms qui sont inscrits dans des établissements scolaires ordinaires, dans des collèges ou lycées prestigieux ou à l'université sont souvent victimes de discrimination. Nombre d'enseignants et de professeurs estiment honteux de devoir enseigner à des étudiants roms dans des institutions de renom. Aussi les étudiants roms sont-ils souvent dissuadés de poursuivre une éducation secondaire ou de s'inscrire dans un établissement renommé. On leur dit souvent que, de toute façon, ils « n'y arriveront » pas.

Stéréotype n° 14 : L'emploi

Les Roms sont souvent considérés comme réfractaires au travail et préférant vivre de l'aide sociale plutôt que d'un travail. C'est là encore un cliché qui est loin de la réalité de ce que vivent la plupart des Roms. Nous ne nierons pas que certains Roms sont dans ce

cas, comme le sont certains membres d'autres groupes ethniques de la population majoritaire. La question essentielle, cependant, n'est pas de savoir si les Roms veulent travailler ou non mais quel type d'emploi ils peuvent trouver, si tant est qu'ils en trouvent. Il n'y a aucun Rom ou presque dans le secteur des services, et presque aucun chauffeur de taxi, vendeur, commis de cuisine, serveur ou portier roms. L'idée même d'employer une femme de ménage rom n'effleure même pas l'esprit de la majorité des gens, sans parler d'une baby-sitter.

Lorsque les Roms trouvent du travail, c'est souvent dans des conditions physiquement éprouvantes, dangereuses et mal rémunérées. La plupart du temps, le transport vers et depuis le lieu de travail absorbe déjà la majeure partie du salaire. Les Roms sont recrutés en tant qu'éboueurs, ouvriers agricoles ou ouvriers forestiers, c'est-à-dire dans les lieux de travail les moins prestigieux. On refuse souvent de les engager légalement, ce qui les oblige à travailler au noir. Si le taux de chômage est généralement élevé en Europe de l'Est, le taux de chômage des Roms (s'élevant, dans certains quartiers ou campements, à 100 %) n'est en rien comparable à celui de la population majoritaire. Relever le niveau d'instruction des Roms n'est pas suffisant pour leur garantir de meilleures perspectives d'emploi. Il convient également de faire évoluer la mentalité des employeurs et des agences nationales pour l'emploi. Rien ne changera tant que les stéréotypes à l'égard des Roms ne seront pas remis en question. Au nom de quoi un Rom ne pourrait-il pas être recruté pour effectuer des tâches qui exigent qualité et responsabilité ? De nombreux non-Roms ne supportent pas l'idée de recruter un Rom (qualifié) à des postes élevés. Les employeurs refusent même souvent de recruter des Roms avec un contrat de travail, les forçant à travailler au noir.

Stéréotype n° 15 : Le logement

L'idée selon laquelle les Roms préféreraient vivre dans des logements insalubres semble largement répandue. Si de nombreux Roms vivent sans eau courante, ni toilettes intérieurs, électricité ou chauffage, il paraît difficile de trouver un seul Rom qui ne voudrait pas échanger ces conditions pour une maison ou un appartement dignes de ce nom. Nombre d'entre eux vivent à proximité de décharges ou dans des quartiers ou campements isolés qui ne reçoivent aucun service essentiel car ce sont les seuls endroits où ils sont autorisés à demeurer.

Les expulsions illégales forcées et collectives de Roms sont un phénomène hebdomadaire en Europe (la plupart du temps passé sous silence par les médias), ce qui est clairement contraire aux obligations auxquelles sont tenus les pays européens qui ont signé des traités internationaux.⁸

⁸ Voir par exemple la Recommandation du Conseil de l'Europe sur l'amélioration des conditions de logement des Roms, qui préconise que « Les Etats membres devraient instaurer un cadre juridique conforme aux normes internationales relatives aux droits de l'homme afin d'assurer une protection efficace contre les expulsions forcées collectives et d'imposer des règles strictes concernant les situations dans lesquelles il peut être procédé à des expulsions légales. En cas d'expulsions légales, les Roms devraient se voir fournir un logement de substitution convenable s'il y a lieu, excepté dans les cas de force majeure. » ; pour de plus amples informations, consulter http://www.coe.int/t/dg3/romatravellers/documentation/recommendations/rehousing20054_en.asp.

L'amélioration de l'infrastructure des sites d'accueil pour les roms est l'un des objectifs prioritaires des politiques actuelles du Conseil de l'Europe. Malheureusement, de nombreux gouvernements hésitent à investir dans de meilleurs logements pour les Roms, ou traînent des pieds pour le faire.⁹

Stéréotype n° 16 : Les Roms et la société

Les Roms sont souvent présentés comme des gens indignes de confiance qui ne veulent pas s'intégrer dans la société. Mais il est difficile de continuer à vouloir faire partie d'un tout quand les non-Roms ne vous accordent pas leur confiance. « S'intégrer » suppose généralement de perdre sa culture rom sans être toutefois entièrement accepté par la population majoritaire. Même les Roms instruits qui ont vécu toute leur vie au sein de la population majoritaire se retrouvent souvent exclus. La peur d'être rejeté est parfois si forte que certains Roms cachent leur origine ethnique pour pouvoir continuer à vivre dans la société et non pas en marge de celle-ci. Tant que le mariage (son propre mariage ou celui de ses enfants) avec un(e) Rom sera tabou, on ne saurait parler de réticence des Roms face à l'intégration. Rester délibérément en marge de la société a toujours été et reste une stratégie de survie plutôt qu'un libre choix.

Passivité

Les Roms sont souvent accusés de ne rien faire pour améliorer leur situation, que ce soit dans le domaine financier, mais aussi dans celui de l'emploi, de l'éducation ou du logement.

Rappelons-nous, cependant, que la moitié des Roms européens ont été réduits en esclavage pendant 500 ans. Durant cette période, il était interdit, et sévèrement sanctionné, d'apprendre à lire et à écrire ou de se révolter contre des traitements inhumains. Les meurtres d'esclaves roms n'étaient généralement même pas enregistrés. Même aujourd'hui, la violence à l'encontre des Roms passe souvent inaperçue. Il est difficile d'encourager les mouvements de défense des droits de l'homme après des siècles de passivité forcée. Faire valoir ses droits reste dangereux. Les militants roms sont, dans de nombreux pays, victimes de harcèlement et de violence physique de la part des autorités et de la police.

Réputation

Dans nombre de pays d'Europe de l'Est, la population majoritaire prétend que les Roms ruinent la réputation de leur pays lorsqu'ils émigrent vers d'autres pays. Mis à part le fait que la réputation n'est pas une notion pertinente dans les politiques des pays occidentaux, ce n'est pas le comportement des Roms, mais la manière dont le pays qu'ils ont quitté les a traités, qui doit être incriminée.

⁹ Du mois d'août au mois de novembre 2006, des expulsions ont eu lieu en Russie, en Albanie, au Royaume-Uni, en Bulgarie, en Grèce et en Slovénie.

D'après un sondage récent, 70 % des personnes interrogées ont déclaré que les Roms ne devraient pas avoir le droit de voyager à l'étranger, même s'ils remplissent toutes les conditions légales.

Les Roumains considèrent également que les Roms nuisent à l'image de leur pays sur le plan international et, en particulier, ruinent les perspectives d'intégration de la Roumanie dans l'Europe. Les tensions se sont aggravées, l'année dernière, lorsqu'une série d'articles tapageurs a paru dans la presse française, affirmant que l'augmentation du taux de criminalité en France pouvait être imputée à la présence d'immigrés roumains d'origine rom. Ce à quoi d'autres médias européens ont fait écho. Le gouvernement français a donc imposé de strictes restrictions pour les demandes de visas à tous les Roumains. Il a depuis supprimé ces restrictions mais l'image des Roumains est désormais ternie.¹⁰

En septembre 2006, un membre du Parlement européen d'origine rom a été la cible d'attaques racistes de la part d'un observateur parlementaire bulgare. Cet incident étant survenu le jour où il a été décidé que la Bulgarie et la Roumanie entreraient dans l'Union européenne, on s'est interrogé sur l'authenticité de l'attachement de la Bulgarie aux droits de l'homme et aux droits des minorités.

Criminalité

Nombreux sont ceux qui semblent penser que les Roms sont génétiquement programmés pour commettre des crimes et délits. C'est totalement absurde. Dans la majorité des cas, les Roms sont les premiers suspects mais les derniers à être réhabilités une fois leur innocence prouvée. Lorsque des Roms commettent une infraction, c'est toute la communauté qui est stigmatisée, jugée et condamnée.

Vol

En vertu de la croyance populaire, tous les Roms sont des voleurs. Là encore, c'est parce qu'une communauté tout entière est jugée pour les actes de personnes isolées qui se trouvent être membres de cette communauté. Toute société a son lot de voleurs et de criminels, sans que le groupe auquel ils appartiennent ne soit forcément stigmatisé, alors pourquoi les Roms ?

A l'inverse, la reconnaissance des crimes dont les Roms ont été victimes est extrêmement difficile à obtenir. **Se préoccupe-t-on jamais de ce qui a été volé aux Roms ?** Les Roms ont été victimes de l'Holocauste : ils ont été dépouillés de leurs objets de valeur, de leur or notamment, avant d'être envoyés à la mort. Dans la phase de transition post-communiste actuelle, les Roms sont souvent victimes de pogroms ou d'expulsions forcées injustes, au cours desquelles leurs biens sont la plupart du temps détruits.¹¹

¹⁰ Source : Rapport du NDI sur la participation politique des Roms en Roumanie, février 2003.

¹¹ Pour des informations plus détaillées sur les expulsions forcées, consulter le site de la Division des Roms et des Gens du voyage du Conseil de l'Europe à l'adresse suivante : www.coe.int/romatravellers.

Voleurs de bébés

Ce mythe remonte à plusieurs siècles, mais il perdure encore aujourd'hui. En 2006, la presse roumaine a relaté l'histoire d'une femme rom qui avait kidnappé un bébé non-rom. Il s'est avéré, plus tard, qu'elle n'était en fait pas rom, mais roumaine, ce qui n'a pas fait les gros titres. Lorsque des enfants roms sont kidnappés par des non-Roms, sont victimes de violence ou assassinés, il est rare que cela provoque un scandale public.

Drogue

Il y a certes des dealers de drogue rom, tout comme il y a des dealers de drogue dans tous les pays ou presque. Les Roms ne sont pas génétiquement programmés pour se livrer à ce commerce, et celui-ci n'est pas un trait distinctif de la culture rom. Lorsque des Roms se lancent dans cette activité, on devrait y voir un indicateur supplémentaire des obstacles qu'ils doivent surmonter pour entrer sur le marché du travail « normal » et de la pauvreté qui en découle, **à l'image de tous les groupes vulnérables, y compris ceux qui font partie de la population majoritaire.**

Conclusions

Etes-vous convaincus ? Alors, aidez-nous à renverser les préjugés à l'égard des Roms !
DOSTA !

CHAPITRE III

Boîte à outils de la campagne

Comment planifier une campagne

Pourquoi une campagne ?

L'auteur irlandais Oscar Wilde a dit: «Qu'on parle de vous, c'est affreux. Mais il y a une chose pire, c'est qu'on n'en parle pas».

Or, combien de fois essayons-nous d'imposer de nouvelles mesures, lois et pratiques à la société sans même en parler d'abord aux citoyens.

Pas étonnant qu'il faille du temps pour modifier leurs comportements!

Faire une campagne, c'est emmener les gens de là où ils sont vers là où vous voulez qu'ils soient. C'est faire voir aux gens pourquoi le changement est nécessaire, en quoi il peut transformer les choses et en quoi il peut être positif... Bref, obtenir de leur part une réaction positive. Faire campagne, c'est persuader.

Persuader un enfant paresseux de ranger sa chambre... ou toute une société d'adopter de nouvelles habitudes — par exemple, ne pas fumer dans les espaces publics ou ne pas conduire sans avoir bouclé sa ceinture de sécurité.

Il peut aussi s'agir de changer les préjugés de toute une vie pour que les Roms soient appréciés au sein de leur société et que la population majoritaire puisse construire une société meilleure...

Par où commencer une campagne ?

La première chose à faire avant de lancer une campagne est de dresser l'état des lieux de la situation à ce moment-là.

Pour pouvoir progresser, il faut prendre un «instantané» de la situation présente.

Une entreprise commerciale pourra, par exemple, s'appuyer sur ses registres de vente. Les pouvoirs publics et les ONG peuvent se référer à d'autres données ; par exemple, chiffres de recensement ou statistiques policières pour connaître le nombre de gens bénéficiant d'une éducation ou d'une formation, ou trouvant un emploi.

Votre gouvernement a peut-être réalisé des études pour savoir comment les Roms sont perçus dans votre pays: ce serait là un excellent point de départ pour votre campagne. Sinon, pour mener votre propre enquête, il vous suffit d'analyser les actualités concernant les Roms: vous allez constater que, en général, les informations diffusées relatent des événements négatifs. Peut-être existe-t-il quelque chose de spécial sur les Roms dans votre région? Là encore, un bon sujet d'analyse. Y a-t-il eu des changements ces dernières années ? De nouvelles tendances ? Toutes

ces informations sont importantes pour dresser un tableau de la situation présente. Existe-t-il de nouvelles lois? Le cas échéant, comment ont-elles été reçues par l'opinion publique en général? Peut-être pouvez-vous citer des personnes dont les déclarations témoignent d'un certain état d'esprit?

Tous ces faits sont importants. Les campagnes et le marketing commencent toutes deux par des faits. Les spécialistes recourent à des techniques telles que les modèles d'analyse PESTLE pour savoir exactement quel est l'état des lieux au début d'une campagne. Ainsi peuvent-ils explorer les différents aspects (politique, économique, social, technologique, juridique et environnemental) de leur sujet. Dès le départ, on dispose ainsi d'une base pour mesurer l'impact de la campagne. Résultat: il est beaucoup plus facile de déterminer ce qu'il faut dire, à qui et comment.

Les cinq grandes questions à poser au commencement d'une campagne

- Où en sommes-nous actuellement? (l'instantané)
- Où voulons-nous nous aller? (notre but)
- Comment faire pour s'y rendre? (notre objectif)
- Quel est la meilleure voie? (notre stratégie)
- Comment faire en sorte d'y arriver? (notre planification tactique)

En suivant toutes ces étapes, vous donnez davantage de chances à votre campagne d'aboutir et à vos ressources d'être bien utilisées.

L'instantané

Les informations recueillies permettent de répondre clairement à quelques questions importantes:

- Quel est le public cible?
- À quel type de messages réagit-il? (Les enfants ne réagiront pas comme les adultes, les femmes comme les hommes, etc.)
- Comment atteindre ce public?

Regarde-t-il la télévision? Lit-il les journaux? Est-il influencé par les acteurs politiques? Admire-t-il les stars de la variété?

IMPORTANT: Dès lors qu'il s'agit de romaphobie ou d'antitsiganisme, le groupe ciblé risque d'être très nombreux dès lors qu'on tente d'influer sur la majorité. Pour garantir le succès de votre campagne, il faudra diviser ce groupe important en composantes plus petites et adaptées à votre pays — procédez par générations ou par groupes sociaux, par exemple.

Vous pouvez maintenant commencer à examiner les moyens à votre disposition pour mener la campagne.

- Possédez-vous un budget? Si oui, c'est parfait ... à condition de le dépenser à bon escient! Sinon, ne vous découragez pas. On peut faire beaucoup avec un petit budget.
- Êtes-vous entouré d'une équipe? N'oubliez pas qu'une campagne exige de nombreuses personnes enthousiastes et motivées.
- Avez-vous des alliés — par exemple, d'autres ONG ou des personnalités œuvrant en faveur des Roms? N'oubliez surtout pas le Conseil de l'Europe et la Commission européenne !

• Possédez-vous déjà du matériel ou des documents (par exemple, fiches techniques bien rédigées à l'intention de journalistes ou reportages radiophoniques)? À noter que le Conseil de l'Europe met toute une documentation à votre disposition.

Votre objectif

Les meilleurs objectifs à suivre sont «SMART», c'est-à-dire:

- Spécifiques (*Specific*)
- Mesurables (*Measured*)
- Accessibles (*Achievable*)
- Réalistes (*Realistic*)
- Définis dans le temps (*Timed*)

Dans la vie privée, un mauvais objectif «SMART» serait:

«Je crois que je vais m'arrêter de fumer»

Un bon objectif serait:

«Je vais réduire ma consommation de cigarettes à une par jour d'ici au 28 juin 2009 et arrêter de fumer totalement d'ici au 1^{er} octobre»

Pour la campagne sur les Roms, un mauvais objectif serait:

«Nous voulons que les Roms arrêtent de se faire insulter et leur offrir de meilleures chances»

Voici un meilleur objectif:

Pour les gouvernements: *«D'ici à décembre 2009, nous voulons que notre parlement adopte de nouvelles lois pour mettre un terme à la discrimination que subissent les Roms sur le lieu de travail. D'ici à la mi-juillet 2010, nous voulons que les employeurs appliquent cette législation et l'utilisent de manière positive».*

Pour les ONG: *«D'ici à décembre 2009, nous voulons réduire les discours de haine prononcés à l'encontre de la population rom en les dénonçant systématiquement. D'ici à la mi-juillet 2010, nous voulons que les gens de notre entourage et la population locale prennent conscience du fait que les stéréotypes sont fallacieux, ainsi que permettre à ces gens de savoir qui sont vraiment les Roms».*

Stratégie et tactique

Maintenant, vous cernez assez précisément la situation présente et votre but. Comment vous y prendre pour l'atteindre?

Il vous faut définir une stratégie (la vue d'ensemble sur la situation), ainsi qu'un programme pour réaliser votre objectif.

Vous avez également besoin d'une tactique, c'est-à-dire des outils qui vont servir à produire l'effet recherché.

Le plan stratégique est très important. Il demande à être mûrement réfléchi et constamment révisé.

La tactique est le moyen qui, au jour le jour, va vous permettre de déployer votre stratégie.

Le Plan stratégique

Pour le plan stratégique, vous voici comme un général en campagne. Trois principaux éléments sont à prendre en compte dans la planification: le public ciblé (nous l'avons déjà évoqué), les messages que vous allez lui transmettre et, enfin, la voie à suivre pour les communiquer.

En matière de relations publiques, la plan couvre plusieurs mois et décrit la succession chronologique des différentes étapes à suivre, en précisant pour chacune d'elles la date de début, le (ou les) responsables et la date de fin. La planification vous économisera du temps à long terme — il sera plus facile de contrôler ce qui se produit — et, au besoin, vous apportera une certaine flexibilité.

Conseil: Une campagne représente une énorme somme de travail, mais devient plus facile à gérer dès lors qu'elle est divisée en petites parties. Comment avaler un éléphant? En le découpant, bien sûr!

Conseil: Votre plan doit être clair et net, facile à lire pour tous les membres de votre équipe. N'oubliez pas d'indiquer des délais précis pour les différents volets du travail ainsi qu'un nom en regard de chaque projet.

Conseil: Les réunions doivent être brèves et très ciblées de manière à laisser aux gens le temps de se mettre vraiment au travail pour élaborer... la TACTIQUE!

La tactique et les outils

Arme absolument essentielle de votre arsenal: votre message. Il peut aussi constituer votre slogan.

Voici le slogan de la campagne DOSTA!:

DÉPASSONS LES PRÉJUGÉS, ALLONS À LA RENCONTRE DES ROMS!

Ce slogan, résultat de séances de réflexion qui ont réuni des spécialistes en communication et des Roms, s'adresse à un public non rom.

Vous pouvez aussi utiliser des sous-slogans et sous-messages dans vos pays respectifs pour différentes parties de la campagne. Pour une efficacité maximale, ils doivent être:

Simple
Clair
Facile à mémoriser

L'avantage des slogans et des messages est multiple. Vous pouvez les utiliser sur des affiches et sur des documents; ils vous identifient auprès du public ; ils serviront de «petites phrases» — ces brèves citations si prisées des journalistes et utilisables par les experts dans les interviews.

Conseil: Pensez à fournir une liste de messages à vos responsables politiques et/ou à vos partenaires des ONG pour qu'ils puissent les répéter encore et encore dans les interviews de presse... C'est un moyen très efficace de toucher le public! !

Produits de campagne

DOSTA met déjà à votre disposition un grand nombre de produits; par exemple:

- des brochures
- des affiches
- un spot TV en plusieurs langues
- un spot radiophonique en plusieurs langues
- des interviews de personnalités
- le site Web DOSTA, où différents manuels et guides sont proposés au public et à la presse
- Le CD «En musique au-delà des préjugés» (*Music Beyond Prejudice*)

Peut-être souhaitez-vous aussi compléter cette liste avec votre propre matériel:

- Fiches techniques pour les journalistes, avec faits et chiffres sur les Roms dans votre pays/communauté, exemples de réussite et comparaisons avec d'autres pays.
- Une liste d'experts comprenant des Roms prêts à répondre à des journalistes. Il pourrait s'agir, notamment, de Roms représentatifs pouvant parler de la réalité de leur vie quotidienne. Mais attention... n'oubliez surtout pas d'obtenir leur accord avec de donner leurs noms!
- Votre propre site web. Sans être extrêmement professionnel, il doit être facile à parcourir, accessible à n'importe quel ordinateur et simple à installer (sans nécessiter de technologie ou de logiciel spécifique); dans la mesure du possible, par exemple, évitez les effets flash. Avec un site interactif, vous pourrez recueillir les informations que les visiteurs auront la possibilité de publier (commentaires, photos...), suggérer des thèmes de forums, etc. Un bon moyen d'améliorer la visibilité du site Internet est de proposer la fonction « envoyer cette page », ce qui permettra aux visiteurs de transmettre votre page d'accueil par courrier électronique.
- Une lettre électronique mensuelle proposant les toutes dernières nouvelles de la campagne. Donnez-lui un ton familier, informatif et vivant, plutôt que long et institutionnel.
- Du matériel promotionnel (par exemple, T-shirts, signets ou tasses) pouvant être offert en cadeau ou distribué lors de manifestations publiques. Les bracelets sont des cadeaux particulièrement appréciés et, un ruban arboré sur un vêtement suscite la curiosité des gens pour la campagne.
- Une galerie de photos est un bon élément à ajouter à un site Web. Vous pouvez aussi l'utiliser pour des cartes postales et autres supports — veillez à ce que les photos ne soient pas stéréotypées et, surtout, à vous munir du consentement officiel de la personne concernée.

• Sur le site web DOSTA!, une page est consacrée aux témoignages de personnes soutenant la campagne. Recherchez des personnes non roms disposées à être «amis» de votre campagne, en particulier des personnalités connues et voulant bien prêter leur visage (et leur temps!) gratuitement.

Le plus important concernant les produits de campagne, c'est de LES UTILISER.

Quel intérêt d'avoir la plus belle affiche du monde si l'homme de la rue ne la voit jamais?

Quel intérêt d'avoir un spot TV convaincant si on ne le voit ni ne l'entend jamais?

Quel intérêt d'investir du temps et des ressources dans un site Web s'il n'est jamais consulté?

Conseil: Veillez à privilégier le marketing et la diffusion de ces produits. Interrogez-vous... Quels peuvent être les meilleurs points de diffusion? Quels lieux se prêtent le mieux à l'affichage? Votre spot TV sur les Roms peut-il être diffusé par la télévision nationale à une heure de grande écoute?

Suivi de votre travail

En matière de relations publiques, le travail n'est jamais terminé. Surveillez les effets produits sur votre groupe cible: c'est une partie très importante de l'ensemble du processus. Ainsi pouvez-vous voir ce qui a fonctionné, ce qui aurait pu mieux fonctionner et ce qui doit être légèrement modifié pour fonctionner la fois suivante.

Essayez de recueillir le plus possible d'informations concrètes sur l'effet de la campagne. Peut-être pouvez-vous effectuer un sondage d'opinion pour savoir si les gens ont entendu parler de la campagne et connaître leur réaction. Renseignez-vous sur le type de réaction obtenue auprès des journalistes et sur l'ampleur de la couverture dont vous avez bénéficié.

Et, enfin...

Quelques idées à essayer

- Festival en plein air réunissant des artistes roms et non roms
- Parrainage de Roms pour qu'ils enseignent à l'école primaire et facilitent les rencontres avec les parents
- Spectacle de marionnettes sur les Roms
- Production de cartes postales à distribuer gratuitement dans des restaurants et cafés
- Organisation d'un débat spécial au parlement
- Télévision: demander à la chaîne locale d'inclure un personnage rom dans l'émission la plus regardée
- Présence d'affiches dans toute la ville le 8 avril, Journée internationale des Roms

Conception d'une stratégie de relations publiques

Quelques définitions

But : Ce que l'on essaie de réaliser, les aspirations à long terme.

Objectif : Les étapes mesurables permettant de juger si notre but est oui ou non atteint.

Stratégie : Le «comment»: les raisons justifiant toutes nos actions et permettant de concevoir un plan-cadre pour piloter et expliquer nos activités.

Tactique : Les actions (événements, travail auprès des médias, films, etc.) par lesquelles nous mettons la stratégie en œuvre et réalisons nos buts et objectifs.

Techniques pour élaborer des stratégies

La méthode SWOT (TOWS)

Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats: Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (d'après les travaux du professeur Heinz Weirich, San Francisco University)

Réfléchissez autour de ces quatre axes, puis analysez vos résultats pour trouver une stratégie (il peut s'agir d'une combinaison)

WT – Réduire simultanément les faiblesses et les menaces : il peut s'agir de réductions, de coentreprises ou de liquidations. «Réduire les pertes».

WO – Réduire les faiblesses en maximisant les opportunités : par exemple, apporter de nouvelles compétences ou technologies.

ST – Utiliser les forces afin de réduire les menaces : par exemple, utiliser des ressources techniques ou financières contre les concurrents.

SO – Utiliser les forces pour maximiser les opportunités : la stratégie la plus souhaitable.

Intéresser les médias: la «boîte à outils» du service de presse

Un bon attaché de presse se sert d'une «boîte à outils» proposant différentes techniques. Première technique et la plus importante: le contact personnel. L'utilisation du réseau relationnel comptera donc parmi les tâches prioritaires de l'attaché de presse. Une base de données est indispensable pour conserver et maintenir à jour ces contacts. Parmi les autres éléments de la «boîte à outils», citons aussi les campagnes médiatiques, les réunions de presse, les dossiers de presse et les communiqués de presse.

Voici un bref récapitulatif de ces techniques.

Contact personnel

Il sera d'autant plus facile d'intéresser les journalistes à votre histoire que vous entretenez déjà avec eux une relation de confiance.

Les attachés de presse passent le plus clair de leur temps à cultiver des contacts — ce qui exige les compétences sociales les plus élémentaires pour entretenir une très bonne relation de travail: appeler le journaliste de temps en temps en lui apportant de nouvelles informations (même si elles ne sont pas destinées à publication immédiate), favoriser les rencontres informelles (café, restaurant...), peut-être le présenter à des experts de votre groupe ou à des personnes intéressantes, sans oublier de toujours respecter son rythme de vie mouvementé et de le traiter avec toute la politesse et l'efficacité voulues. Le temps investi avec des journalistes est mille fois payant lorsque vous avez un fait important à leur communiquer : ils seront beaucoup plus disposés à vous prêter une oreille attentive que si vous téléphoniez de but en blanc à un journal.

Constituer ces contacts peut prendre des années, mais rien ne remplace vraiment une relation de confiance entre un journaliste et sa «source». C'est d'ailleurs, entre autres, pourquoi les journalistes sont si soucieux de «protéger» leurs «sources» et de ne pas révéler d'où ils tiennent les informations.

Réseau de contacts

L'utilisation de son réseau de contacts est la stratégie par excellence pour garantir la couverture optimale d'événements.

- Essayez de connaître des journalistes. Recherchez les annuaires de journalistes. Informez-vous sur différents médias via Internet. Parmi les sites utiles : <http://www.world-newspapers.com/>.
- Étudiez les multiples approches adoptées par les journalistes (nouveaux angles d'approche). Lisez des journaux et des magazines pour voir qui écrit quoi et quel est le style employé — telle nouvelle fait-elle la une?... l'objet d'une chronique ? S'agit-il d'une interview d'experts ou d'un article analytique? Écoutez la radio et regardez la télévision. Quels sont les thèmes «vedettes»? Comment sont-ils présentés — dans le cadre d'un programme d'actualité, d'un reportage spécial, d'une interview de reportage?
- Ne sous-estimez jamais l'intérêt des échanges de cartes de visite, car cette démarche si prisée des Japonais offre un moyen très efficace de collecter des noms. Si vous faites partie de ceux qui ont du mal à mettre un nom sur un visage une fois l'événement passé, prenez note de tout ce qui vous frappe dans le physique des personnes (plus c'est original, mieux c'est!), mais ne retenez pas leur tenue, sauf si vous savez qu'elles n'en changeront jamais!
- Enrichissez vos connaissances sur les différents styles pratiqués dans les pays européens. Consultez l'International Journalists' Network (www.ijn.net.org) ou le Centre européen de journalisme (www.ejc.nl) pour obtenir la description de différents pays. Ouvrage intéressant: *Hitting the Headlines in Europe* (Cathie Burton et Alun Drake).

- Si vous travaillez dans un secteur spécialisé, essayez de connaître les journalistes qui s'en occupent. Tenez-vous au courant de leurs travaux et de leurs domaines d'intérêt; ainsi saurez-vous comment adapter vos sujets pour attirer leur attention.
- Utilisez les médias spécialisés. Les journalistes de la presse générale puiseront leurs idées dans des magazines et des sites Web destinés à des groupes spécifiques et, si votre histoire est véhiculée par ces créneaux spécialisés, ils ne manqueront pas de la remarquer.

Base de données

(Extrait de *Hitting the Headlines in Europe*, Cathie Burton et Alun Drake, Conseil de l'Europe)

«Les possibilités techniques d'informatisation des communications sont multiples; vous devriez donc pouvoir trouver un logiciel adapté à vos besoins et à votre budget. Avant de dépenser un argent durement gagné, assurez-vous d'investir dans le bon produit. Si vous ne disposez pas des connaissances techniques nécessaires, n'hésitez pas à demander conseil. Vous n'avez peut-être pas besoin du logiciel le plus récent et le plus puissant du marché. Votre équipement doit répondre à vos besoins et correspondre à votre budget.

La plupart des suites bureautiques sont dotées d'une base de données — la plus répandue: Microsoft Access. En général, elles suffisent largement pour stocker entre dix et dix mille noms et sont évolutives. Avant de travailler sur la base de données, réfléchissez bien à ce que vous voulez faire... Pouvoir effectuer des envois séparés à différents groupes régionaux? Disposer d'un système flexible vous permettant de faire un choix parmi les journalistes en fonction de thèmes ou de la situation géographique? Aurez-vous besoin de la base de données pour des envois classiques de courrier (postal et électronique) et de télécopies? Quel sera le niveau de détail souhaité? Que pouvez-vous faire sans base de données? En examinant soigneusement vos besoins avant de commencer, vous vous éviterez beaucoup de déception pour la suite.

Prenons l'exemple d'une attachée de presse chargée d'un groupe faisant campagne pour les droits de l'homme. Depuis Manchester (Angleterre), elle souhaite envoyer des informations vers toute l'Europe occidentale. Bien que certains articles soient uniquement destinés à la presse britannique, il lui arrive de vouloir cibler l'Europe continentale. L'idéal serait que la base de données lui permette de choisir tels ou tels journalistes, d'opérer une sélection en fonction du lieu où ils se trouvent et de faire son choix parmi les différents noms.

Si vous devez travailler sur plusieurs questions, le système peut être conçu de manière encore plus sophistiquée et, par exemple, regrouper des domaines par thèmes (questions écologiques, droits des animaux, droits de l'homme, etc.).

La base de données vous permettra alors, par exemple, de repérer les noms de journalistes britanniques intéressés par les questions écologiques et travaillant à Bruxelles. Cette possibilité est tout particulièrement utile si vous avez l'intention de voyager et d'organiser des événements éditoriaux dans différents pays.

La base de données qu'utilisent actuellement les auteurs, basée sur Microsoft Access, contient les coordonnées de près de 8 000 journalistes et 5 000 médias. Elle couvre 62 pays — de l'Arménie à l'Ouzbékistan en passant par le Japon et le Vatican — et permet de classer les journalistes selon 41 domaines d'intérêt.

Pensez que votre base de données est quelque chose de vivant et de mouvant. Le monde des médias change pratiquement d'un jour à l'autre; vous avez donc besoin d'un système capable de s'adapter à cette évolution. Votre logiciel doit être flexible et vous devez veiller à mettre à jour vos contacts et à modifier votre base de données dès qu'ils changent. Ne vous attendez pas à ce qu'ils vous préviennent eux-mêmes!

Enfin, quelques derniers points — dont certains procèdent du sens commun mais n'en méritent pas moins un rappel:

Orthographe – Attention à l'orthographe des noms! Cela peut ne poser aucun problème dans un cadre francophone mais, par exemple si vous avez affaire à des Russes ou à des Bulgares, n'oubliez pas que leurs noms peuvent s'écrire différemment une fois transcrits en caractères cyrilliques. Décidez également quoi faire des accents. Pour que votre base de données soit exploitable, tout le monde doit employer le même système orthographique. Quel que soit le système adopté, l'important est que les règles orthographiques soient connues et respectées de tous ceux qui se servent de la base de données. Si vous employez une langue latine (le français, par exemple), à vous de décider si oui ou non il faut inclure les accents. Les langues germaniques — par exemple, l'allemand lui-même, le danois et le norvégien — utilisent des «umlauts» et des accents (ö et Å, par exemple) que, dans l'orthographe latine, l'on peut rendre en ajoutant un «e» (par exemple, «Rössle» devient «Roessle»).

Adresses électroniques – Si vous utilisez le courrier électronique, il vous faut avoir l'assurance que le message va toucher le service des informations même en cas d'absence de votre destinataire. Vous n'avez pas envie que votre histoire se perde en attendant que la personne concernée rentre de congé. Par conséquent, sauf s'il s'agit d'un message strictement personnel, indiquez toujours une deuxième adresse en copie.

Télécopie – Même si le courrier électronique domine déjà largement à travers le monde, vous aurez peut-être besoin d'utiliser la télécopie. Assurez-vous qu'elle va bien atteindre la personne concernée — vous pouvez même essayer de savoir où se trouve exactement le télécopieur destinataire afin d'être sûr que votre document arrive au bon endroit au moment voulu.»

Documents : Communiqués et dossiers de presse

Communiqués de presse

Les communiqués de presse sont simplement un moyen d'attirer l'attention des journalistes. Ils ne doivent JAMAIS remplacer le travail par les contacts personnels.

Un communiqué doit apporter des informations claires et succinctes. Pensez en journaliste! Qu'avez-vous besoin de savoir?

Qu'est-ce qu'il se passe?

- Quand est-ce que cela se passe?
- Où?
- Qui est impliqué (fonction, orthographe exacte des noms)? Employez toujours le nom complet la première fois, puis M. ... ou Mme ... les fois suivantes.
- Quel est le but?

Indiquez toujours le numéro de contact d'une personne qui connaît parfaitement l'événement et qui peut être joignable À TOUT MOMENT.

Communiqués vidéo/audio

C'est l'équivalent du communiqué de presse pour les chaînes de radio et télévision.

Un communiqué vidéo comportera des séquences libres de copyright que la télévision pourra utiliser pour illustrer une histoire. Il pourra s'agir de montages — par exemple, un récit concernant un colloque sur la bioéthique pourra comporter des images de bébés, de la brebis clonée Dolly et de l'intérieur d'un laboratoire scientifique —, mais aussi d'interviews d'experts (utilisables par la télévision).

Un communiqué audio fournit le même type d'éléments pour la radio : interviews d'experts éminents, bruits de fond adaptés à l'histoire, musique, etc.

Dossiers de presse

Les dossiers de presse sont très utiles pour les campagnes ou autres grands événements. Ils contiennent des informations générales pouvant apporter une aide précieuse aux journalistes.

Si vous disposez d'importants moyens financiers, ces dossiers pourront être très élaborés, avec photos et texte sur papier glacé. Sinon, ils peuvent être simples. L'important, c'est de procurer aux journalistes un moyen SIMPLE et RAPIDE de s'informer.

- Employez un langage clair et exposez vos idées de manière succincte.
- Utilisez des puces pour bien séparer les informations.
- Faites usage de statistiques et de comparaisons. Précisez toujours la source de vos informations afin d'en prouver la fiabilité.
- Utilisez une marque de reconnaissance (logo, en-tête, etc.) comportant votre numéro de contact sur CHAQUE PAGE du dossier de presse.
- N'oubliez pas de fournir des informations pratiques — moyens d'accès à l'événement, carte/plan, informations sur l'agrément des journalistes.

Réunions et conférences de presse

Les réunions de presse et les conférences de presse peuvent prendre différentes formes. Réfléchissez à la meilleure manière de transmettre vos informations.

Les conférences de presse formelles (places assises disposées en hémicycle) sont la meilleure formule:

- Si vous avez affaire à une personnalité importante n'ayant que peu de temps à accorder aux journalistes.
- Si vous avez un grand nombre de journalistes.
- Si vous travaillez en plusieurs langues et avez besoin de services d'interprétation.
- Si vous souhaitez que votre sujet bénéficie d'une couverture maximale.

- Si votre sujet n'est pas difficile à comprendre ou sujet à controverse.
- Si votre sujet est très important (ne vous trompez pas sur ce point!)

Elles n'ont pas d'intérêt:

- Si vous avez un petit nombre de journalistes.
- Si vous avez plusieurs personnes à soumettre à des interviews de presse (une conférence de presse ne doit jamais comporter plus de 3 intervenants).
- Si votre sujet est de moindre importance ou difficile à comprendre.
- Si votre sujet est «politiquement incorrect» et susceptible de vous exposer à questions hostiles.
- Si vous souhaitez que votre sujet bénéficie d'une «exclusivité».

Organiser une conférence de presse formelle

Les éléments indispensables:

- Une salle suffisamment spacieuse (facile à trouver à Strasbourg et à Bruxelles). Possibilités: la vôtre ou une salle de cinéma ou de théâtre locale; ou un bâtiment administratif représentatif, ce qui montrera la volonté des pouvoirs publics de s'engager en faveur des Roms.
- Une tribune ou plate-forme surélevée, avec votre logo en toile de fond (pour la télévision).
- Des microphones fixes pour les intervenants, ainsi qu'un micro portable pour les questions des journalistes.
- Un système en bon état de marche si vous avez besoin de services d'interprétation, d'interprètes expérimentés et de techniciens.

Avant:

- Avant de réserver, réfléchissez soigneusement à quel moment vous aller programmer l'événement. Pensez aux journalistes: mieux vaut programmer l'événement le matin pour leur laisser le temps de travailler au sujet avant l'heure limite de publication. Assurez-vous que l'événement ne coïncide pas avec une autre manifestation importante.
- Choisissez le public à cibler.
- Rédigez un bref communiqué de presse mentionnant TOUTES les informations pratiques.
- Appelez des journalistes pour les mettre au courant de votre histoire et juger de leur intérêt.
- Préparez tous les dossiers de presse ou autres documents supplémentaires à distribuer.

Les journalistes sont une espèce un peu à part, il est impossible de savoir à l'avance combien seront présents à votre événement. Avec un peu d'expérience, vous arriverez à vous faire une idée de l'intérêt suscité et pourrez vous organiser en conséquence. En tout état de cause, soyez prêts à vous adapter.

Pendant et après:

- Prenez note des journalistes présents, de leurs numéros de contact et des questions qui les ont intéressés.
- Utilisez ces informations pour actualiser votre base de données.
- Suivez ce qui a été rédigé/diffusé.
- Au besoin, donnez un suivi aux contacts ; mais n'en faites pas trop!

Réunions informelles

Micro sur pied

Très utile si vous accueillez des personnalités en vue. Installez un microphone pour que, au sortir d'une réunion, elles puissent s'adresser à la presse. La personnalité intervient puis répond aux questions avant de passer à l'étape suivante de la visite.

Réunions informelles

Les briefings informels sont très utiles:

- Si vous souhaitez parler à un nombre restreint de journalistes.
- Si vous n'avez pas besoin de service d'interprétation.
- Si vous souhaitez donner une impression de convivialité (par exemple, pour communiquer des informations sujettes à controverse ou difficiles à comprendre).
- Si vous souhaitez ne cibler que certains journalistes (exclusivité).
- Si vous apportez des informations sur des sujets moins importants.

Les éléments indispensables:

- Une petite salle, un espace de détente avec rafraîchissements, des sièges confortables.
- Des documents écrits pour les journalistes.
- Une ou plusieurs personnes disposées à être interviewées et à témoigner ouvertement.

Stratégie médias

Toute manifestation ou campagne importante nécessite une planification élaborée. Dans la mesure du possible, le mieux est de s'y prendre longtemps à l'avance : pour les documentaires de magazine et de télévision, il faut souvent compter au moins six mois de préparatifs.

Réfléchissez à la nature de votre événement et à la manière dont vous pourrez le présenter à la presse écrite (journaux, magazines et publications spécialisées) et aux médias électroniques (adaptation pour la radio et la télévision).

Quel est le meilleur moment pour contacter les journalistes (pas trop tôt car ils risquent d'oublier et, bien entendu, pas trop tard)? Quels éléments allez-vous leur fournir? Ces éléments doivent-ils être adaptés différemment selon les médias et les publics (par exemple, en adoptant un ton plus relâché pour la «presse à sensation» et un ton plus sérieux pour la «presse de qualité»)? Réfléchissez bien au type de produit dont vous avez besoin dans la «boîte à outils». Et, surtout, n'oubliez pas... Soyez RAPIDE, FLEXIBLE et PRÉCIS.

Suivi

Vérifiez les résultats de votre travail. Quelle couverture avez-vous obtenu? La couverture a-t-elle reflété fidèlement votre message? Comment pouvez-vous l'améliorer pour une prochaine fois?

Jeux et jeux de rôles

Scénarios de conférences de presse – Pour s'entraîner:

1. Lola, chanteuse rom soupçonnée de trafic de drogue, a été arrêtée par la police. Vous faites partie de son équipe de relations publiques et devez affronter la presse.
2. Pour promouvoir de nouvelles mesures en faveur des Roms et de leur accès au logement, vous souhaitez une couverture médiatique favorable.

Exercice un : Planifier la créativité

1. Vous êtes une société télévisuelle et vous lancez une nouvelle émission de «télé-réalité» un peu sur le modèle de *Fame Academy* (en Angleterre) ou de *Star Academy* (en France). Cette émission invite des gens ordinaires à chanter devant des spécialistes pour découvrir la prochaine star de variétés. Vous allez parcourir les principales villes à la découverte de «talents», et l'émission va montrer le déroulement de l'histoire. Comment allez-vous présenter votre nouvelle émission?
2. Vous faites partie d'un groupe militant contre la cruauté envers les animaux. Vous voulez lancer une campagne à l'échelon européen pour que l'on arrête d'utiliser de la fourrure. Comment allez-vous concevoir votre campagne pour obtenir un maximum d'impact?
3. Vous êtes agents d'un grand chanteur vieillissant qui, après une longue interruption pour raisons de santé, veut relancer sa carrière. Comment allez-vous procéder pour le «re-promouvoir»?

Exercice deux : Créer des événements

1. Vous êtes l'équipe de créativité d'une agence de relations publiques. Une compagnie aérienne internationale vous a sollicitée pour lui organiser une campagne. Cette compagnie souhaite accroître sa clientèle en Europe centrale et orientale, mais aussi montrer son souci de l'éthique, des droits de l'homme et de l'environnement. Quels événements spéciaux pourriez-vous organiser?

2. Vous êtes consultants en relations publiques pour un club de football local. L'équipe, embarrassée par l'image de son pays, souhaite se donner une stature internationale. Quels types d'actions allez-vous suggérer?

3. Vous venez d'ouvrir un restaurant dans votre région et souhaitez attirer une clientèle internationale. Quelles sont vos idées de publicité?

Exercice trois : Stratégies de communication

1. Le sujet:

Une grande conférence sur la cybercriminalité prévue en septembre.

Objectif: Réunir des pays européens pour lutter contre la cybercriminalité.

Questions: Piratage et fraude informatique, sexe et enfants sur Internet, sites racistes, comment contrôler Internet.

Invités: Bill Gates (Microsoft), le Premier ministre roumain Adrian Nastase et un «survivant» impliqué dans le commerce sexuel d'enfants.

Parties prenantes: L'industrie informatique, les médias, les forces de police (notamment Interpol), des juristes et des universitaires.

Format: Conférence de deux jours.

2. Le sujet:

Campagne en faveur d'une meilleure alimentation à l'école.

Objectif: Lutter contre une tendance croissante à l'obésité chez les enfants en Europe, et ce en incitant les établissements scolaires à leur servir une nourriture plus saine.

Questions: En Europe occidentale, les enfants ont de plus en plus d'embonpoint et sont en moins bonne santé. Selon les spécialistes, cette situation serait due à la consommation d'aliments malsains («junk food»), en particulier à l'école. Votre campagne veut arrêter la vente de cette nourriture malsaine, faire cesser l'utilisation des distributeurs automatiques de boissons à l'école et encourager les enfants à manger plus sainement. À vous de trouver de bonnes idées pour obtenir ce résultat. Attention: sont concernées les écoles de toute l'Europe! Il vous faut donc cibler.

Format: Études spécialisées montrant des niveaux d'obésité et la différence des approches dans plusieurs pays.

Deux conférences réunissant, dans différentes parties de l'Europe, des experts.

3. Le sujet:

Vous faites partie d'un club de motards Hell's Angels. Vous avez appris récemment que la Commission européenne voudrait interdire les grosses cylindrées au prétexte qu'elles sont dangereuses.

Objectif: Empêcher la Commission d'adopter la loi et protéger les grosses motos.

Questions: À votre avis, la loi a tort. Les grosses motos ne sont pas dangereuses, car n'importe qui ne peut pas s'en servir. Tous les pays européens imposent un permis de conduire pour interdire aux conducteurs novices de les utiliser. Vous estimez que la Commission ferait mieux d'envisager une formation pour les jeunes conducteurs motocyclistes. Interdire les motos, ce serait ôterait une grande source de plaisir à beaucoup de gens. Sans compter que cette interdiction, en sonnant la fin de grandes marques classiques européennes, comme Triumph, nuirait aux fabricants.

Format: Événements, rallyes et *lobbying*.

CHAPITRE IV

Sélection d'articles

Entretien avec Thomas Hammarberg, Commissaire aux droits de l'homme pour le Conseil de l'Europe

Q & R:

Quand l'Europe a manqué à son devoir envers ces Européens

17/10/2007 - IPS / Italie et États-Unis

Thomas Hammarberg, élu Commissaire aux droits de l'homme pour le Conseil de l'Europe en octobre 2005, joue un rôle crucial pour promouvoir la mise en œuvre des recommandations du Conseil dans ce domaine.

Le Conseil de l'Europe, la plus ancienne organisation œuvrant pour l'intégration européenne, compte 47 États membres dans la région européenne. Il est distinct de l'Union européenne (UE) et, par conséquent, du Conseil de l'UE.

Thomas Hammarberg a été élu par l'Assemblée parlementaire du Conseil, composée de membres des parlements nationaux. Apostolis Fotiadis, journaliste à IPS (Inter Press Service), s'est entretenu avec lui des principaux problèmes auxquels les Roms, l'un des groupes les plus discriminés dans l'UE, se trouvent aujourd'hui confrontés.

**IPS: Comment expliquez-vous le sentiment anti-Rom qui persiste dans toute l'Europe?
Quelles sont les sources du problème et comment pouvons-nous y remédier?**

Thomas Hammarberg: Je pense qu'il est difficile de définir une origine rationnelle. On a fait des Roms des boucs émissaires, les rendant responsables de problèmes que connaissent nos sociétés. Depuis longtemps, les gens qui pouvaient s'élever pour défendre les Roms ont laissé s'installer une atmosphère où ils sont traités comme des indésirables. Ce problème ne date d'ailleurs pas d'hier. Durant la période nazie, plus d'un demi-million de Roms ont été exterminés, et jamais nous n'avons jugé bon de nous excuser.

IPS: Pensez-vous que la condition des Roms s'améliore ou se détériore à travers l'Europe?

T. H.: Je suis inquiet car la situation semble évoluer vers une polarisation. Certains groupes tiennent un discours très anti-rom que les responsables politiques de premier plan semblent tolérer. Ce tour des choses est très dommageable car, parfois, la négligence ou l'indifférence peuvent légitimer un regain d'intolérance. Lançons un appel aux responsables politiques: qu'ils fassent preuve de prudence et restent du côté des Roms au lieu de rallier les tendances xénophobes.

IPS: Est-il facile de comparer le traitement des communautés roms dans différents pays de la même région ? Par exemple, en Grèce, en Roumanie et en Bulgarie?

T. H.: J'évite systématiquement d'essayer de comparer pour trouver qui s'en sort le mieux. Dans la région, beaucoup de pays traversent une période de profond changement depuis l'ère postsoviétique; leurs points de départ ne sont donc pas les mêmes. Mon idée est que les Roms

subissent une discrimination dans tous les pays. Dès lors qu'il s'agit d'emploi, de protection de la santé, de réelles possibilités de participation politique aux élections ou de structures politiques, leur situation pose problème.

IPS: Comment aborder le problème de leur participation politique?

T. H.: Pour une grande part, la responsabilité du problème tient à un manque d'intérêt ou à une hostilité de la part des partis politiques. Les principaux partis doivent devenir plus ouverts aux Roms; ce qui, généralement, n'est pas le cas. Prenez, par exemple, les campagnes électorales, où même les candidats de grands partis font des déclarations xénophobes contre les Roms au lieu d'aller vers ces communautés, d'écouter leurs souhaits et d'essayer de représenter leurs points de vue. D'autre part, les Roms doivent s'organiser et essayer d'être mieux représentés.

IPS: S'agissant de leur intégration à la vie politique, faut-il mettre l'accent sur le niveau local ou national?

T. H.: Les deux niveaux sont importants mais, dans un premier temps, mieux vaut viser le niveau local car c'est là que sont prises beaucoup des décisions concernant les Roms. Dans certains pays, des sièges sont spécialement réservés aux Roms dans les assemblées locales. En Slovénie, ils ont un siège dans chaque municipalité où ils vivent. En Roumanie, un siège leur est réservé au parlement. Même si ce n'est pas la solution idéale, cela vaut la peine d'être tenté.

IPS: Existe-t-il des exemples de réussite?

T. H.: Oui, dans certains endroits dans les pays scandinaves, le problème du logement est plus ou moins résolu. Dans des régions de la Slovénie, les collectivités traitent les Roms de manière plutôt positive. L'expérience montre que lorsque les autorités et les responsables politiques mettent de la bonne volonté (et un peu d'argent), il est possible d'aboutir à des solutions.

IPS: Existe-t-il des cas où l'action du Conseil de l'Europe peut améliorer la protection des communautés roms?

T. H.: Accentuer la pression politique, tout au moins sur les membres permanents du Conseil européen, pourrait produire un effet considérable. Ils doivent comprendre que la question des Roms constitue l'une des faces noires de l'Europe, prendre des responsabilités et s'attaquer à leurs ressortissants. D'autre part, il faut absolument inciter davantage les pouvoirs locaux à réviser leur politique en matière d'expulsions. Même si, parfois, les expulsions sont nécessaires, elles doivent se dérouler dans de bonnes conditions et après que des solutions de logement ont été proposées aux personnes concernées.

IPS: Que pourriez encore améliorer dans la manière dont vous travaillez?

T. H.: Pour nous, l'important est de savoir ce qui se passe. Bien souvent, nous ignorons tout ou nous apprenons les choses trop tard. Le Centre pour les droits des Roms, à Budapest, nous aide beaucoup, de même que diverses ONG. Pour autant, nous avons toujours du mal à persuader les pouvoirs locaux de remédier aux problèmes des Roms.

Discours de Mme Karin Waringo, présenté lors de l'audition publique «Image et imagination: l'antitsiganisme dans les médias européens »

Parlement européen, Bruxelles, le 6 Juin 2006

Avec l'aimable autorisation de publication de l'auteur pour la campagne Dosta!

Il y a deux mois, un journal pour lequel je travaillais publiait un article sur la pratique des mariages d'enfants dans une communauté rom reculée de Roumanie. Selon cet article, les Roms perpétuaient des traditions anciennes qui bafouent les droits de l'homme et, ce faisant, contribuaient à leur propre aliénation.

La question en soi ne m'aurait sans doute pas frappée si je n'avais pas eu, deux ans et demi auparavant et en pareille occasion, une discussion avec l'auteur de l'article; j'avais alors essayé de le persuader que notre travail, en tant que journalistes, devrait être de contribuer à la compréhension entre les gens plutôt que d'encourager les préjugés et l'éloignement.

Pourquoi n'avais-je pas réussi à le convaincre? Quel intérêt et quelles raisons a-t-il de parler des Roms de cette manière, et pourquoi son approche m'est-elle aussi odieuse? Cela m'a amenée à réfléchir plus généralement sur le statut des Roms dans les médias, réflexions dont j'aimerais vous faire part aujourd'hui.

À propos des Roms dans les médias, sans doute nous souvenons tous, au moins, d'un cas où les Roms ont fait l'objet d'une présentation particulièrement détestable. Il y a seulement quelques semaines, à l'occasion du meurtre d'un jeune Belge par une personne décrite comme d'origine étrangère et de teint basané, nous avons assisté en Belgique à une campagne médiatique sans précédent, d'abord contre les Nord-Africains, puis contre les «Tsiganes». Qui de nous n'a lu des gros titres du genre «Arrestation de Gitans»? À telle enseigne que nous avons tendance à croire que les reportages sur les Roms abondent dans les médias. C'est faux: la presse est assez peu bavarde sur les Roms.

Il y a un an, j'ai passé en revue les sites Web de plusieurs médias, notamment les sites d'actualités de Google et de la BBC; or, à mon grand étonnement, je n'ai trouvé que très peu d'articles se rapportant aux Roms. Ce qui m'a conduite à cette conclusion: pour les médias, les Roms sont un «non-sujet».

Pour vous donner une idée, voici un aperçu de mes résultats: dans les archives de la BBC, qui couvraient à cette époque une période de six ans, le mot «Rom» a produit 98 réponses et le mot «Tsiganes» (qui englobe les «Travellers» de Grande-Bretagne) 174 réponses. Une fois les articles non appropriés retirés de la première liste, j'ai obtenu 87 articles d'actualités traitant de la situation du peuple rom.

De la même manière, sur le site allemand d'actualités de Google (qui couvre une période d'un mois), j'ai trouvé 341 articles contenant le mot «Rom», dont beaucoup renvoyaient en fait à une équipe de football italienne, ainsi qu'à un coureur automobile lui aussi italien. Quant au terme «Zigeuner», il m'a donné 85 réponses.

À ce déficit médiatique s'ajoute le nombre très restreint des thèmes abordés, généralement liés à des problèmes sociaux ou de coexistence sociale: sur les 87 articles de la BBC que j'ai passés au crible, 40 traitaient de cas où les Roms avaient fait l'objet de discrimination, 14 d'initiatives lancées par des Roms pour défendre leurs droits, 5 de mesures antidiscriminatoires et 3 de culture. Quatre articles étaient consacrés à l'Holocauste. Cinq étaient essentiellement des articles de fond.

La BBC ne pouvant être considérée comme représentative de l'ensemble des médias, j'ai aussi examiné d'autres médias au hasard pour, finalement, parvenir plus ou moins aux mêmes résultats. Selon une enquête complète réalisée par le Roma Press Centre, en Hongrie, sur les médias nationaux et régionaux, les Roms sont majoritairement (dans 63,4 pour cent des cas) représentés en lien avec des «questions roms», définies à partir de stéréotypes racistes tels que problèmes de pauvreté, de logement et de criminalité. Selon une étude allemande portant sur 944 articles parus dans 12 journaux locaux entre 1979 et 1991, dans 60 pour cent des articles, les Roms sont mentionnés en rapport avec la criminalité et, dans 37 pour cent des articles, en lien avec des conflits sociaux. Autre résultat intéressant de cette étude: les Roms apparaissent associés à des institutions de contrôle public telles que police (51 pour cent des cas) et justice (23 pour cent des cas).

Ces articles se caractérisent aussi par le fait qu'ils se rencontrent beaucoup plus souvent dans la presse locale qu'internationale et dans les médias locaux qu'internationaux. D'ailleurs, ils relèvent en général de la rubrique des « brèves », sans pratiquement aucune information ou analyse de fond.

L'on constate également, sans surprise, que la plupart des reportages sur les Roms sont négatifs. Une enquête sur les minorités dans les médias européens a révélé que, pour la moitié, les articles sur les Roms sont neutres et, pour un tiers, négatifs. Soulignant la description généralement négative des minorités ethniques faite dans les médias, l'auteur de l'enquête, Jessica ter Wal, remarque que «les Sintis, Roms et Gens du voyage forment le groupe le plus souvent présenté négativement».

Mais, mon but n'est pas ici seulement de décrire une situation que nous connaissons tous plus ou moins, mais d'essayer de trouver des explications. À ma connaissance, malheureusement, il n'existe pas d'étude portant sur les motivations et les intérêts de la presse. Je devrai donc m'en remettre à ma seule expérience et à ma seule intuition.

Tout d'abord, je tiens à souligner que la situation des Roms n'est pas spécifique dans la mesure où, en général, les grands médias n'accordent guère d'attention aux «minorités», si ce n'est pour traiter les «questions minoritaires» du point de vue de la majorité.

Les minorités ne font pas figure d'acteurs à part entière de la société: leurs intérêts et préoccupations n'ont pas la même valeur que les intérêts et les préoccupations de la majorité.

Or, en présentant les minorités et leurs préoccupations du point de vue de la majorité, les médias ne font que reproduire des stéréotypes racistes et les préjugés qui les accompagnent.

Nous rencontrons exactement le même genre de reportages sur les immigrés, les réfugiés ou les musulmans. De fait, dans le cas belge (que j'évoque plus haut), les jeunes musulmans et Nord-Africains ont été les premiers à être touchés d'ostracisme, avant même les Roms.

Pourtant, je continue de penser que le traitement des Roms dans les médias a ses spécificités, qui sont ancrées dans le type particulier de racisme, doublé d'un préjugé fortement déshumanisant, que subit le peuple rom.

Si nous gardons à l'esprit que, lorsqu'ils parlent des Roms, les journalistes véhiculent tout un ensemble de préjugés — par exemple, les Roms sont des gens malhonnêtes, à qui l'on ne peut faire confiance, plutôt secrets, au mode de vie bizarre et désuet —, ne nous étonnons pas des résultats.

S'agissant de la criminalité, les articles font souvent état de l'origine rom des auteurs ou auteurs présumés, en particulier si la personne est accusée d'un acte d'escroquerie. Ce fut le cas en Belgique, par exemple, il y a quelques semaines, lors de l'arrestation de trois Roms suspectés de vol collectif. Les journaux ont titré: «Vol collectif: trois gitans en examen» et «Opération de police dans un camp gitan». L'été dernier, un journal suisse titrait: «Arrestation d'un gang de gitans et fin d'une série de vols».

Du fait que les Roms sont considérés comme des gens malhonnêtes qui restent en marge de la société, les journalistes se tournent plus volontiers vers d'autres sources (par exemple, pouvoirs publics, travailleurs sociaux ou voisins) plutôt que d'interroger les Roms eux-mêmes. (Selon l'étude allemande citée précédemment, même lorsque les intérêts et les préoccupations des Roms sont représentés, les médias préfèrent se fier à des sources non roms, comme des œuvres caritatives, plutôt qu'à des organisations roms.)

En règle générale, les articles confirmant des stéréotypes existants sont beaucoup plus vendeurs que des articles les neutralisant.

Les Roms continuent d'être considérés comme des parias ne méritant pas le même traitement et le même respect que d'autres membres de la société, situation dont témoignent les citations suivantes: la première, extraite de l'article sur les mariages d'enfants dont j'ai déjà parlé, déclare que «la communauté gitane, repliée sur elle-même, risque de perpétrer un mode de vie qui ne fera que contribuer à aggraver son isolation.»

De son côté, à propos du meurtre commis à la gare centrale de Bruxelles, voici comment le quotidien belge «La dernière heure» commentait l'arrestation d'un jeune Rom: «L'arrestation d'Adam ne va certainement pas contribuer à changer l'image peu amène qu'ils [les Tsiganes] portent depuis de nombreuses années.»

Dans le même contexte, «Le Soir» est même allé encore plus loin pour légitimer les préjugés contre les Roms: après une description de l'oncle d'Adam («dans la cinquantaine, corps maigre dans un costume sombre, col ouvert, chaussures longues à bouts carrés»), le journal commente: «À quoi sert de rejeter les stéréotypes face à un gitan qui veut qu'on s'adresse à lui en tant que tel?»

Je crois avoir compris que ce collègue, qui ne cesse de reproduire des stéréotypes sur les Roms, le fait essentiellement dans le but de divertir: les histoires à base de sensationnalisme et décrivant les Roms comme une sorte de sous-hommes se vendent bien. La réalité est beaucoup plus difficile à faire passer.

Voici les propos d'un représentant syndicaliste du «Daily Express» qui, il y a deux ans, a lancé toutes sortes de rumeurs alarmistes sur l'invasion du Royaume-Uni par des Européens de l'est suite à l'élargissement de l'Union européenne: «Pour ce qui est des histoires sur les Roms, il nous

a paru cynique d'en encourager la circulation. Voyant l'effet des gros titres, ils [les rédacteurs] l'ont exploité en inondant le pays d'autant de rumeurs alarmantes que possible sur son « invasion » par les Tsiganes.

Résultat: les médias ont tendance à encourager les opinions négatives sur les Roms au lieu de les contrer. Dans une enquête sur les préjugés menée, en 2003, au Royaume-Uni, 35 pour cent (soit 14 millions de personnes) de la population britannique expriment ouvertement des préjugés à l'égard des Roms et des « Travellers » (terme anglais pour « Gens du voyage »). Cette opinion est essentiellement influencée par les médias, la télévision et les journaux jouant le rôle le plus important. L'enquête a également révélé que les lecteurs de presse à sensation sont plus enclins à manifester des attitudes négatives à l'égard des minorités ethniques et des réfugiés, ce qui peut, bien sûr, s'interpréter de deux façons.

Les commissions de recours dans le domaine de la presse (Press Complaints Commissions, PCC) sont relativement inefficaces dans la lutte contre le racisme et l'antitsiganisme. Selon l'ancien journaliste et éditeur Bob Borzello, sur les quelque 600 plaintes déposées devant la PCC depuis 1991 pour propos racistes relevés dans la presse, pas une n'a été soutenue. En Allemagne, sur les 54 plaintes déposées par le Conseil central des Sinti et des Roms allemands auprès du Conseil allemand de la presse en 2004, seules 44 ont été transférées à la commission des recours contre la presse, qui les a jugées non fondées pour près de la moitié. Seules dix plaintes ont abouti à la conclusion que les articles ou reportages étaient bel et bien discriminatoires, les médias n'ayant reçu de blâme que dans deux cas.

Le problème est que ces commissions se composent des personnes mêmes qui produisent des reportages stéréotypés et tendent à faire preuve de complaisance envers les journalistes et les rédacteurs. Dans de nombreux cas, les commissions de recours dans le domaine de la presse sont même allées jusqu'à confirmer des préjugés racistes en justifiant, par exemple, la mention de l'origine rom d'un coupable ou d'un suspect, et ce au prétexte qu'elle constituait un élément essentiel à la compréhension du crime commis.

Pour conclure ma présentation, permettez-moi de soumettre quelques recommandations.

Aux militants des droits des Roms et autres personnes impliquées dans la lutte contre la discrimination:

N'hésitez pas à vous adresser aux médias. Essayez de comprendre leur fonctionnement et apprenez à réagir comme il convient. Il se peut qu'un reportage négatif résulte, simplement, d'une ignorance et de la crainte de poser les bonnes questions aux bonnes personnes. Si vous avez le sentiment que des articles ou reportages représentent mal la réalité, n'hésitez pas à écrire au journaliste ou au rédacteur. Comme nous l'avons vu, les journalistes et les rédacteurs ont tendance à reproduire les opinions qu'ils jugent représentatives pour leur lectorat. Ils doivent savoir que leurs lecteurs ne sont pas favorables au racisme.

Aux décideurs:

Soutenez la diversité dans les médias.

Les médias doivent refléter la diversité de la société, pas seulement l'opinion du groupe dominant.

La diversité doit apparaître aussi bien dans le contenu des médias que dans les gens qui les produisent.

Cela pourrait faire partie des tâches de la politique médiatique européenne qui, jusqu'à présent, se borne à promouvoir des productions télévisuelles européennes sans guère se préoccuper de leur contenu.

Il est difficile de comprendre pourquoi, dans une société accueillant de plus en plus de personnes «noires» et d'origines mélangées, les présentateurs de télévision continuent d'être en majorité blonds aux yeux bleus.

En 2000, le Comité des Nations Unies pour l'élimination de la discrimination raciale a adopté une série de recommandations concernant les Roms dans les médias, notamment celle visant au développement de campagnes médiatiques et éducatives pour faire connaître les Roms au public et pour faciliter l'accès des Roms aux médias. À l'évidence, ces recommandations sont restées lettre morte.

Parce que je travaille dans le domaine des médias depuis un certain nombre d'années et que je continue de croire en la valeur démocratique des médias, j'aimerais conclure en lançant une alerte contre l'impact extrêmement négatif de l'actuelle vague de libéralisation et de concentration dans le secteur des médias. En transformant l'information en simple produit de consommation et les journalistes en simples vendeurs, toutes deux encouragent une forme de journalisme qui privilégie le sensationnalisme au détriment de l'information et des faits bruts.

Défense des droits des Roms: le point de vue d'une juriste par Gloria Jean Garland

Conseillère en primauté du droit à l'USAID (U.S. Agency for International Development), Agence des États-Unis pour le développement international

En 1993, au début de mon installation en **Europe centrale**, invitée à une réception avec un groupe d'éminents juges et avocats slovaques, je me trouvais à converser avec un petit groupe d'anglophones parlant, entre autres sujets, de Bill Clinton, de politique internationale et de rock-and-roll. Ils me parurent intelligents et intéressants, chaleureux et sympathiques. Je me suis dit, voilà des gens formidables! Me voici tombée dans une région du monde décidément très accueillante. Puis, le sujet de la conversation est passé aux Roms, et les gens adorables avec qui je m'entretenais sont soudain devenus carrément odieux. Les plaisanteries et les remarques étaient affligeantes. Mais, dans l'Europe centrale et orientale des années 1990, il était tout à fait admis pour des responsables politiques, des juges et des représentants de l'État — le genre de personnes que, généralement, l'on révère — d'émettre des remarques moqueuses et racistes sur les Roms.

En Slovaquie, un groupe de skinheads arrose d'essence et brûle un jeune Rom, sous les yeux horrifiés de sa famille. Toujours en Slovaquie, un groupe de jeunes casseurs décide d'agresser une famille rom sans autre raison que le fait qu'ils soient Roms, battant à mort la mère de six enfants. En Roumanie, une foule en colère tue trois hommes roms mêlés à une rixe et incendie 14 maisons de familles roms. En Bulgarie, la police bat à mort un jeune Rom arrêté pour vol. En République tchèque, entre 80 et 90 % des enfants placés dans des établissements spécialisés pour handicapés mentaux sont roms, alors même qu'ils ne constituent qu'environ 5 % de la population totale. En Croatie, des fonctionnaires de l'éducation m'ont expliqué, en s'excusant, que les Roms pouvaient bénéficier de classes séparées uniquement dans l'enseignement primaire car, dans l'enseignement supérieur, leur nombre était insuffisant pour justifier financièrement des classes séparées.

En **Europe occidentale**, les choses ne sont guère différentes. À Aspropyrgos, en Grèce, j'ai vu des bulldozers détruire des abris de fortune où logeaient des familles roms dans le souci de «nettoyer» Athènes à la veille des Jeux olympiques. Le Danemark et l'Allemagne ont renvoyé des réfugiés roms vers une situation dangereuse et incertaine au Kosovo. En Italie, des Roms sollicitant l'assistance publique ont atterri dans des camps sordides et dangereux, les logements publics urbains étant réservés aux non-Roms. La Belgique a expulsé un groupe de Roms slovaques en les amenant à se présenter à la police pour soi-disant remplir des papiers de demande d'asile. Le Royaume-Uni a promulgué une loi autorisant la douane à appliquer à la frontière un contrôle spécial aux Roms et autres groupes minoritaires. Au vu des attitudes dont témoignent les acteurs politiques, les juges, la police et le public en général vis-à-vis des Roms, il n'est pas étonnant qu'une conduite aussi détestable passe souvent inaperçue.

Les Roms constituent en Europe le groupe minoritaire le plus important et le plus méprisé. Dans pratiquement tous les pays européens, ils subissent pauvreté, discrimination, faibles niveaux d'éducation et espérances de vie raccourcies. Ils sont souvent victimes de brutalités policières et de l'indifférence publique et politique, sinon d'une hostilité pure et simple. La situation semble s'améliorer, mais très lentement. Des avocats, déployant des ressources d'imagination et de dévouement, ainsi que des organisations de défense de droits de l'homme, n'hésitent pas à solliciter la Cour européenne des droits de l'homme pour attaquer des États membres du Conseil de l'Europe sur leur traitement des Roms, et ont ouvert de nouvelles perspectives judiciaires dans des affaires telles que Assenov c. Bulgarie, Connors c. Royaume-Uni, Moldovan c. Roumanie, Nachova c. Bulgarie et autres.

Armés d'un mandat de défense des droits de l'homme et de protection de la démocratie parlementaire et de la primauté du droit, le **Conseil de l'Europe et la Cour européenne des droits de l'homme** se trouvent en première ligne pour défendre les droits des Roms et pour encourager leur intégration sociale et politique dans les affaires européennes. Pour inciter et aider les avocats à porter des affaires impliquant des Roms devant la Cour, le Conseil de l'Europe organise des sessions d'études et des programmes de formation afin de familiariser ces juristes avec les obligations procédurales et la jurisprudence de la Cour. Cette publication est proposée dans l'espoir d'encourager une meilleure défense des droits de l'homme en général et des droits des Roms en particulier. Alors, bienvenue dans la lutte!

Article de Michaël Guet

Chef de la Division des Roms et des Gens du voyage

Publié dans le Bulletin de la cohésion sociale

Chacun, en France et dans de nombreux pays européens, se souvient de la vague de chaleur de l'été 2003. Étonnamment, bien que la France jouisse de l'un des systèmes de santé les plus étendus et efficaces au monde, la canicule a entraîné la mort de plusieurs milliers de personnes en seulement quelques semaines, principalement chez les personnes âgées vivant seules et coupées de leurs familles.

Cette tragédie a mis en évidence les dangers et la fragilité des nos sociétés modernes extrêmement individualistes, spectaculaire contraste avec la mentalité et le mode de vie des communautés roms qui, elles, s'appuient sur un ensemble de valeurs totalement différentes.

Du fait de leurs fortes relations communautaires, il n'est guère probable que les Roms aient eu à déplorer des victimes de cette canicule. Dans une large mesure et dans toute l'Europe, les Roms ont su préserver de solides liens communautaires. Enfants, jeunes gens, parents et grands-parents vivent tous ensemble ou, du moins, très près les uns des autres. Le sens du mot «famille», dépassant largement le cercle de la famille nucléaire, couvre toute la communauté («vitsa» en romani).

Cette appartenance à un groupe contribue à une solidarité, à une entraide et à une responsabilité partagée, concept incarné par le terme romani «phralipe» (fraternité). Ce mode de vie communautaire assure protection, sécurité, contrôle et encadrement. Il facilite aussi la transmission des traditions et des valeurs culturelles d'une génération à l'autre.

De nos jours, nos sociétés individualistes modernes laissent peu de place à ce mode de vie collectif qui, d'ailleurs, suscite souvent des tensions avec la société majoritaire. La plupart des préjugés vis-à-vis des Roms résultent d'une image négative de ce mode de vie communautaire. L'on imagine des centaines de caravanes «tsiganes» alors que, bien souvent, elles ne sont que quelques-unes. Les médias occidentaux parlent d'énormes vagues migratoires de Roms en provenance d'Europe centrale et orientale alors que, dans la pratique, la migration des Roms ne brasse pas des nombres si importants. Le mode de vie communautaire des Roms peut aussi produire des effets négatifs pour les communautés roms en général. Ainsi il serait inconcevable que la police réveille tout un voisinage lorsqu'elle vient arrêter une personne soupçonnée d'un délit. Or, lorsqu'il s'agit d'arrêter un Rom, la police n'hésite pas à déranger toute la communauté, y compris enfants et personnes âgées (ils vivent tous ensemble), allant parfois jusqu'à détruire les biens (caravanes, maisons, etc.) de personnes qui ne sont en rien concernées par le problème. Il semble que les Roms, du fait de leur communauté, soient perçus comme un tout.

Le Conseil de l'Europe et d'autres acteurs se trouvent confrontés à une double tâche: d'un côté, ils doivent s'employer à la déségrégation des écoles roms et à la dé-ghettoïsation des campements roms et, de l'autre, ils doivent respecter la tradition des Roms qui veulent rester ensemble. Certains Roms, en effet, préfèrent vivre dans des conditions même effroyables dès lors qu'ils peuvent rester avec leurs familles. Ils iront jusqu'à refuser toute offre de logement social si elle les oblige à habiter des immeubles séparés. Il y a quelques années, le HCR a eu beaucoup de mal à persuader des familles roms, qui vivaient dans un camp depuis plus de cinq ans, d'emménager dans d'agréables maisons privées, car ce changement les obligeait à vivre séparées. Il est très important de comprendre ce qui motive de pareilles décisions à première vue déraisonnables. Il

n'est que trop facile de tirer des conclusions hâtives fondées sur de vieux stéréotypes. Comme tout un chacun, les Roms n'aiment pas la saleté et n'ont pas envie de vivre dans la pauvreté. Simplement, ils attachent énormément de prix à leur mode de vie communautaire traditionnel.

En méconnaissant ce schéma culturel, nous risquons de conclure que les Roms sont des êtres lamentables qui veulent et aiment vivre dans des conditions misérables.

Les autorités doivent respecter et prendre en compte les traditions historiques — par exemple, en prévoyant de grandes aires de stationnement pour les Gens du voyage ou des solutions de logement plus ou moins adaptées au mode de vie communautaire. Il faut trouver d'autres solutions à la ghettoïsation ou à la ségrégation: non pas en obligeant les communautés à se mélanger, mais en jetant des passerelles et en multipliant les contacts entre les diverses cultures et traditions afin d'éliminer les stéréotypes négatifs. Qui sait?... En respectant les modes de vie communautaires là où ils perdurent, peut-être arriverions-nous à réduire le nombre des victimes lors de la prochaine canicule.

Noircissez-vous le visage et allez dans les stades par Valeriu Nicolae

Directeur du réseau ERGO (European Roma Grassroots Organisation)

25 février 2006

Avant même la fin du match, Samuel Eto, écœuré d'essuyer des insultes racistes de la part des supporters de Saragosse, menace de quitter le terrain. L'arbitre Victor Esquinas Torres arrête le jeu et demande que soit faite une déclaration contre les injures à caractère raciste. Les joueurs du Barca et de Saragosse se rassemblent autour d'Eto pour manifester leur soutien. Frank Rijkaard, l'entraîneur noir de Barcelone, le persuade de continuer à jouer.

1^{er} février 2006

L'UEFA organise un événement exceptionnel, la conférence «unitedagainstracism» (unis contre le racisme), à Barcelone. Daniel Prodan, représentant de la Fédération roumaine, minimise l'importance du racisme dans les stades roumains, malgré des preuves incontestables d'antitsiganisme. Il paraît même gêné que les Roms se présentent comme Roms, craignant que l'on puisse confondre Roumains et Roms. Pourtant, plus de 1,5 million de citoyens roumains sont d'origine rom, et le terme «rom» existait déjà dans la langue des 8 à 12 millions de Roms d'Europe bien avant l'avènement de l'État roumain.

Angel Maria Villar Llona, président de la Fédération royale espagnole de football, fait une intervention peu convaincante — et que beaucoup jugent inepte — lors de la session de clôture de la conférence, une fois encore minimisant l'importance du racisme dans les stades. À l'instar de nombreux autres responsables de fédération, il semble plus enclin à nier le racisme qu'à le combattre.

26 novembre 2005

Marc Zorro, joueur ivoirien de Messine, se fait insulter par des supporters de l'Inter Milan lors d'un match de coupe. Zorro s'empare du ballon et sort du terrain en larmes. Adriano, le Brésilien noir d'Inter, avec le soutien des joueurs de Messine, le persuade de continuer le match.

Un peu plus tôt, lors d'un match contre Trévise, toute l'équipe de Messine s'était noirci le visage en signe de solidarité.

29 novembre 2005

Mariko Dauda, le joueur ivoirien du Dinamo Bucarest, se fait insulter par des supporters de sa propre équipe, qui lancent des bananes sur le terrain pendant une séance d'entraînement.

23 octobre 2005

Malgré un énorme scandale et des suspensions répétées, en 2005, pour incidents racistes dans leur stade, les supporters du Steaua Bucarest scandent des slogans racistes: «On déteste les corbeaux (terme péjoratif contre les Roms et les joueurs noirs), suspendez nous!», et agitent deux bannières; sur l'une est inscrit ce slogan: «Dernière chance pour les Roumains – tolérance zéro (contre les Roms)»; sur l'autre s'étale en grand un corbeau.

Bien que largement dénoncé, l'antitsiganisme pendant les matchs de football en Roumanie est toujours toléré. La Fédération roumaine et la Ligue professionnelle roumaine continuent de nier ou d'ignorer le racisme dans les stades.

Alors prenons des mesures avant que ce beau jeu ne bascule dans l'horreur! En Europe occidentale, Thierry Henry, Ferdinand, Van Nistelrooy, Vieira, Eto et Zorro ont pris position contre les insultes racistes dont les joueurs noirs sont la cible. Beaucoup les ont rejoints.

En revanche, l'Europe centrale et orientale, de même que les Balkans, demeurent obstinément silencieux dès lors qu'il s'agit de racisme.

Des célébrités du football ont joué un rôle important dans la lutte contre le racisme. En novembre 2005, l'arbitre danois Kim Nielsen a expulsé un joueur pour insultes racistes adressées à un joueur noir. Malheureusement, de telles actions restent trop rares.

Le racisme est une chose horrible. Mais le football est notre jeu et c'est un beau jeu. Pele, Eusebio, Eto, Zorro et tous les joueurs africains et roms qui ont subi des insultes racistes méritent qu'un jour, chacun leur témoigne respect et compréhension pour ce qu'ils ont enduré. J'espère qu'un jour, l'UEFA, la FIFA, les fédérations nationales et les sponsors de football nous demanderont d'aller sur les stades avec le visage noirci pour manifester avec force notre soutien.

Michael Jordan a déclaré un jour que, malgré tous leurs efforts, personne ne se souvient des perdants. Si nous ne remportons pas le combat contre le racisme, tous, nous serons perdants. C'est un jeu magnifique, pas un jeu raciste.

P.S. En Roumanie, nous sommes en train de gagner la partie. À la fin 2007, notre campagne «Racism Breaks the Game, Violence Breaks Life» (le racisme brise le jeu, la violence brise la vie) a nommé Banel Nicolita, joueur roumain d'origine tsigane, ambassadeur contre le racisme et contre la violence dans le football. La Fédération roumaine de football a fait de la lutte contre le racisme et contre la violence sur les stades l'une de ses premières priorités pour 2008.

Pour plus d'informations, voir: <http://www.romadecade.org/index.php?content=187>

Valeriu Nicolae est Directeur exécutif du réseau European Roma Grassroots Organisations (www.ergonetwork.org)

Extraits du discours d'Ivana d'Alessandro Coordinatrice de projet de la campagne Dosta!, lors de son lancement dans la République de Serbie

**28 février 2007,
Media Centar, Belgrade**

Mesdames et Messieurs,

Pour commencer, permettez-moi de tous vous remercier de l'intérêt que vous avez manifesté pour la campagne de sensibilisation Dosta! et, par conséquent, pour les questions concernant les Roms.

À cette occasion, je tiens à remercier tous les Roms aujourd'hui absents, les citoyens serbes d'origine rom présents dans le spot TV que nous venons de présenter, les Roms qui nous ont ouvert la porte de leur maison et de leur lieu de travail pour prêter leur image aux fins de la campagne Dosta!

Le spot TV, l'un des outils employés pour la campagne Dosta!, est le fruit d'une réunion de réflexion organisée en partenariat avec le Service de communication du Conseil de l'Europe et avec des spécialistes de médias roms ayant contribué au scénario. Ce spot est basé sur des photos prises au cours d'une visite de terrain organisée en Serbie en coopération avec l'Association des étudiants roms, à Novi Sad, et il a été produit ici, en Serbie, par une agence de production locale. La musique «Djelem Djelem», l'hymne des Roms, est utilisée avec l'aimable autorisation de M. Saban Bajramovic.

C'est l'un des outils que nous avons l'intention de diffuser avec l'aide des médias, que je me réjouis de voir ici présents aujourd'hui.

De fait, cette campagne doit énormément aux médias. En effet, directement ou indirectement, ils contribuent au développement de l'esprit critique de la population.

Ils constituent notre principale source d'information. Ils sont aussi une source de connaissances. Or, la connaissance de «l'autre» est la clé pour se comprendre mutuellement, pour voir en «l'autre» simplement un voisin.

(...)

Il peut encore sembler paradoxal qu'il faille recourir à des actions de sensibilisation pour réaffirmer les droits d'un groupe de personnes.

Peut-être, avec l'aide de certains des Roms ayant contribué à la campagne, puis-je essayer de citer d'autres exemples pratiques qui justifient la nécessité de ce type d'outil.

Lorsque le photographe du Conseil de l'Europe et moi-même sommes allés en Serbie, en septembre 2006, nous avons rencontré une jeune femme devenue aujourd'hui militante rom. Elle nous a parlé de son enfance. De père rom et de mère serbe, elle a vécu toute sa vie dans un milieu non rom, seule élève rom à l'école. Dans cette école, elle a entendu beaucoup d'histoires aussi étranges qu'horribles sur les Roms; par exemple, qu'ils volaient des bébés. Elle était tellement horrifiée qu'elle a décidé de cacher son identité et s'est mise à se méfier de son propre père, le

soupçonnant de mener une double vie. Devenue adolescente, elle a eu l'occasion de rencontrer d'autres Roms, et s'est alors rendu compte que tous ces récits n'étaient, en fait, que des préjugés.

Nous avons aussi rencontré un pharmacien, dont l'histoire personnelle était, bien sûr, celle d'une réussite. Cette réussite personnelle, pourtant, il ne la considère pas vraiment concluante dans la mesure où la majorité des Roms continue de souffrir et de subir des conditions de vie inadéquates. Pour lui, un Rom qui réussit est celui qui a bénéficié des mêmes chances que les autres. Ces chances, il estime qu'elles devraient être offertes à tous les Roms, ne serait-ce que pour leur permettre de montrer combien ils peuvent apporter aux sociétés dans lesquelles ils vivent.

Nous avons rencontré un entrepreneur qui a eu du mal à comprendre en quoi son histoire pouvait nous intéresser. Après avoir travaillé à l'étranger pendant quelques années, il était tout simplement revenu dans son pays, en Serbie, pour contribuer à l'économie nationale, comme n'importe quel citoyen serbe l'aurait fait.

Nous avons rencontré un mécanicien qui fait remarquer que les Roms sont en train de perdre leur culture et leurs traditions pour s'intégrer aux sociétés européennes. C'est une immense perte à laquelle, selon lui, les Roms doivent se résoudre mais qu'il déplore, car ces efforts ne sont pas toujours reconnus par la population majoritaire et ne conduisent pas toujours à l'intégration tant souhaitée.

Il continue pourtant de penser que, malgré la discrimination, les Roms doivent poursuivre la lutte pour leurs droits afin de montrer leur désir de contribuer à la société.

Enfin, nous avons rencontré un juge. Il estime que l'un des grands changements intervenus dans les sociétés modernes est la séparation des pouvoirs apportée par la Révolution française, soulignant, cependant, que les Roms n'ont jamais eu accès à l'un ou l'autre de ces pouvoirs politiques. À son avis, les Roms sont condamnés pour des erreurs qu'ils n'ont pas commises et supportent le poids d'une image qui ne correspond pas à la réalité.

Le point commun de ces Roms qui ont réussi — en faisant des études, en trouvant un emploi ou en obtenant un logement décent — est leur peau. Tous, en effet, nous ont déclaré être plus clairs que leurs amis et, par conséquent, ne pas avoir l'air vraiment «rom».

Dès que l'on songe aux Roms, toute une série de stéréotypes viennent à l'esprit: les Roms gagnent leur vie en mendiant ou en volant, ils n'aiment pas travailler, ils ne veulent pas envoyer leurs enfants à l'école, ils ne veulent pas s'intégrer à la société dans laquelle ils vivent et ils préfèrent habiter des bidonvilles... Ces représentations négatives sont souvent si tenaces qu'elles se reflètent dans certaines expressions. Elles sont d'ailleurs aussi tenaces qu'elles sont fausses.

Rassurez-vous, **cette situation n'est pas propre à la Serbie**. Les Roms forment le groupe le discriminé d'Europe, y compris d'Europe occidentale. Il n'empêche, personne ne devrait avoir peur ou honte de son origine ethnique. Certes, il y a des Roms qui vivent dans des bidonvilles, qui mendient, qui volent... Mais, bien souvent, cette situation est le seul fait de leurs misérables conditions de vie et de l'absence de possibilités qui les empêchent d'être des citoyens, dans le plein respect de leurs droits, de leurs devoirs et de leurs aspirations.

C'est pourquoi nous lançons la campagne Dosta!

(...)

Nous répétons à l'envi que notre intention n'est pas de remplacer les gouvernements mais de les aider, de même que nous voulons que les Roms participent à notre travail.

Nous comptons beaucoup sur les responsables roms et sur les ministères concernés, à tous les niveaux, pour aider et soutenir la mise en œuvre et la réalisation de ce projet.

Nous ne voulons pas que ce projet se limite à une action commune CdE/CE; nous espérons que les autorités des États participants apporteront leur contribution active. Nous espérons partager avec les gouvernements participants à la fois les responsabilités liées au projet et sa réussite.

Pour conclure cette présentation, j'aimerais citer le directeur d'un journal rom publié ici, en Serbie: «Que les Roms se montrent plus actifs dans la lutte pour leurs droits mais, aussi, poursuivent leurs efforts d'intégration. Quant aux non-Roms, qu'ils donnent aux Roms la possibilité de bâtir ensemble des sociétés européennes, afin de vivre dans une Europe pour tous. Le jour où cela sera, nous serons tous fiers d'appeler nos sociétés des DÉMOCRATIES.»

Je vous remercie de votre attention.

La voix des Roms: écoutons quelques-uns de nos partenaires...

Nom:

Biser Svetlinov

Profession:

Étudiant en doctorat et responsable de projet au sein de l'Integro Association de Bulgarie

Pays: Bulgarie

Biser, 26 ans, est étudiant en doctorat et responsable de projet au sein de l'Integro Association, en Bulgarie. Pour des raisons professionnelles, il doit se partager entre son village et deux villes. De nationalité bulgare, il parle bulgare, anglais, turc et roumain. Il aime la lecture et la randonnée. Il est Rom.

Il ne lui a pas été facile de trouver un travail dans la région, mais il pense qu'il a réussi grâce à son honnêteté, à son sens des responsabilités et à sa motivation. Ce qu'il apprécie avant tout dans son travail, c'est la possibilité de rencontrer les autres et de communiquer avec eux.

Question: Qu'est-ce que cela signifie pour vous d'être Rom?

B. S.: Avant tout, être Rom me rappelle mes origines; mais aussi que l'on est en permanence confronté à un défi: faire la preuve qu'il n'existe pas de différences entre soi et les membres de la population majoritaire.

Question: Comment expliqueriez-vous à un gadjo ce qu'est un Rom?

B. S.: Les Roms sont des gens qui ont eu la possibilité de connaître plus de différentes cultures que tout autre peuple vivant sur cette planète. Nous sommes des êtres humains comme tous les autres et, si nous différons d'autres groupes ethniques, c'est simplement dû à l'influence de notre environnement et d'une éducation différente.

Question: À votre avis, quelle est la première qualité des Roms et quel est leur pire défaut?

B. S.: La première qualité des Roms est leur sens de l'hospitalité et leur pire défaut est le fait qu'ils dépendent souvent des autres et qu'ils acceptent de se considérer comme des personnes «de seconde classe».

Question: Quelle est la valeur qui compte le plus dans votre vie, et pourquoi?

B. S.: Assurément le respect pour les autres, depuis la famille jusqu'au dernier étranger que l'on rencontre. Pour moi, la base de toute relation est de respecter les gens que l'on rencontre et de les accepter tels qu'ils sont.

Question: Qu'aimeriez-vous dire aux gadjés qui vont lire cette interview?

B. S.: Je leur dirais certainement «N'ayez pas peur d'approcher les Roms, de faire leur connaissance et de devenir leur ami: ce ne sont pas des monstres!»

Nom:

Livia Jaroka

Profession:

Responsable politique

Pays:

Hongrie

«Je connais les Roms, je connais les préjugés dont ils sont la cible et je sais que, parfois, ces préjugés viennent aussi des médias. Si les médias connaissaient mieux les Roms, ils sauraient aussi que je n'ai rien d'une exception. Que ce soit par les Roms ou les non-Roms, peu d'informations circulent sur la situation réelle des Roms. Aussi est-il très rare que les médias et les acteurs politiques puissent montrer la réalité, à savoir que les Roms ont bâti leurs pays avec les non-Roms, ensemble. Si vous me demandez quelle est la différence entre un Rom et un non-Rom, je serai incapable de répondre car, mis à part peut-être l'apparence physique, il n'y a pas de différence. Tout ce que je sais, c'est qu'aussi longtemps que les gens n'exigeront pas une société sans discrimination, toutes les politiques seront inutiles».

Nom:

Eva Rizzin

Pays:

Italie

Profession:

Docteur et chercheur en géopolitique et géostratégie de l'antitsiganisme en Europe. Fait partie de la minorité sinto en Italie. Collabore avec des universités, des instituts d'études et des ONG (OsservAzione et Sucar Drom). Elle est membre du comité «Rom e Sinti Insieme» (Roms et Sintés ensemble).

Notre avenir à nous, Roms et Sintés, ne peut être constructif que si nous devenons des participants actifs et à part entière aux politiques qui nous concernent. Il nous reste encore beaucoup à faire pour éradiquer toute trace de discrimination, car même les meilleures normes juridiques restent lettre morte faute de volonté politique pour les transformer en initiatives concrètes. J'ai la profonde conviction que cette bataille, comme toutes celles visant à promouvoir l'égalité des chances, intervient d'abord au niveau de l'entendement, car l'opinion publique actuelle est ignorante de nos cultures.

Nom:

Grigori Raducan

Profession:

Responsable d'ONG rom, «Relations internationales et langues étrangères»

Pays:

République de Moldova

Grigori, 23 ans, occupe un poste de responsable au sein d'une organisation non gouvernementale rom («International Relations and Foreign Languages»). Ce qui le passionne dans son activité, c'est de travailler dans un milieu international et, par conséquent, d'être constamment au contact de différentes cultures. Mis à part son passe-temps favori, la lecture, il parle rom, moldave et anglais. Il est Rom.

Depuis qu'il a quitté son lieu de naissance, beaucoup de choses ont changé. Ainsi, il a cessé de se sentir victime de discrimination et a reçu un accueil chaleureux dans sa nouvelle société d'adoption. Il a pu y commencer une nouvelle vie, aussi parce que les gens ignoraient tout de ses origines. Il a aussi appris, malheureusement, que les Roms sont partout victimes de discrimination.

Malgré de réels moments de bonheur, la discrimination compte aussi parmi ses pires souvenirs d'enfance. Grigori se dépeint comme un jeune Rom. Pour lui, être Rom est bien plus qu'une nationalité: «C'est, entre autres, ma personnalité, ma façon de penser, ma mentalité. J'adore la culture et la mentalité qui caractérisent les Roms.»

Nom:

Rade Ciric

Profession:

Mécanicien

Pays:

Serbie

«Les Roms font des efforts considérables pour s'intégrer aux sociétés dans lesquelles ils vivent. Parfois, cela signifie perdre leurs traditions, accepter d'être assimilés pour survivre. Or, il nous faut absolument garder notre identité. Le plus difficile est maintenant de choisir quels sont les aspects de notre culture à protéger et quelles sont les traditions à abandonner au profit de la modernité. Ces efforts doivent être reconnus comme la preuve de la volonté des Roms d'être des citoyens européens.»

Nom:

Zoran Jovanovic

Profession:

Juge au tribunal de Stara Pazova

Pays:

Serbie

«L'un des grands changements intervenus dans les sociétés modernes est la séparation des pouvoirs apportée par la Révolution française; cependant, les Roms n'ont jamais eu accès à l'un ou l'autre de ces pouvoirs politiques. Les Roms sont condamnés pour des erreurs qu'ils n'ont pas commises et ils supportent le poids d'une image qui ne correspond pas à la réalité.»

Nom:

Stevan Nikolic

Profession:

Directeur de journal

Pays:

Serbie

«Les non-Roms doivent donner aux Roms la possibilité de changer leur propre destinée. Les Roms doivent s'ouvrir aux non-Roms pour bâtir ensemble des sociétés européennes. Le jour où cela sera, nous pourrons tous appeler nos sociétés 'démocraties'.»

Nom:

Carmen Santiago Heredia

Profession:

Avocate, Déléguée nationale au Forum européen des Roms et des Gens du voyage

Pays:

Espagne

«Dans mon enfance, les principaux problèmes auxquels les Roms se trouvaient confrontés étaient l'accès à l'éducation, au logement et à l'emploi. Aujourd'hui, il est clair que le grand problème à résoudre est la discrimination. Je pense que la société a tendance à écarter ceux qui sont «différents» et, par conséquent, les Roms. Mais je crois aussi que nous, les Roms, avons fait d'immenses efforts pour nous adapter au mode de vie des sociétés dans lesquelles nous vivons et que, par conséquent, nous ne nous considérons pas comme différents».

Les enfants, l'avenir de tous.

www.dosta.org

CHAPITRE V

Documents et liens utiles

Conseil de l'Europe

Recommandations du Comité des Ministres (contraignantes pour tous les Etats membres du Conseil de l'Europe)

Recommandation No. R(2009)4 sur l'éducation des Roms et des Gens du voyage en Europe.

Recommandation No. R(2008)5 sur les politiques concernant les Roms et/ou les Gens du voyage en Europe.

Recommandation (2006)10 du Comité des Ministres aux Etats membres relative à un meilleur accès aux soins de santé pour les Roms et les Gens du voyage en Europe

Recommandation (2005)4 du Comité des Ministres aux Etats membres relative à l'amélioration des conditions de logement des Roms et des Gens du voyage en Europe

Recommandation (2004)14 du Comité des Ministres aux Etats membres relative à la circulation et au stationnement des Gens du voyage en Europe

Recommandation (2001)17 sur l'amélioration de la situation économique et de l'emploi des Roms/Tsiganes et des voyageurs en Europe

Recommandation (2000) 4 du Comité des Ministres aux Etats membres sur l'éducation des enfants roms/tsiganes en Europe

Recommandation (1983) 1 relative aux nomades apatrides ou de nationalité indéterminée

Résolution (1975) 13 sur la situation sociale des populations nomades en Europe

Consulter http://www.coe.int/t/cm/home_fr.asp

Ces textes sont disponibles sur le site de la Division des Roms et des Gens du voyage : http://www.coe.int/t/dg3/romatravellers/default_FR.asp?

Textes de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe
<http://assembly.coe.int/DefaultF.asp>

Textes du Congrès des Pouvoirs locaux et régionaux du Conseil de l'Europe
http://www.coe.int/t/Congress/default_fr.asp

ECRI (Commission européenne contre le racisme et l'intolérance)

La Commission européenne contre le racisme et l'intolérance (ECRI) est l'instance de suivi du Conseil de l'Europe chargée de la lutte contre le racisme, la xénophobie, l'antisémitisme et l'intolérance dans la grande Europe, sous l'angle de la protection des droits de l'homme. L'action de l'ECRI concerne toutes les mesures nécessaires pour lutter contre la violence, les discriminations et les préjugés auxquels sont confrontés des personnes ou des groupes de personnes pour des motifs de race, de couleur, de langue, de religion, de nationalité ou d'origine nationale ou ethnique.

L'ECRI a été créée par le premier Sommet des chefs d'Etat et de gouvernement des Etats membres du Conseil de l'Europe. La décision est contenue dans la Déclaration de Vienne, adoptée le 9 octobre 1993 par ce même sommet. Le 2ème Sommet, tenu à Strasbourg les 10 - 11 octobre 1997 a renforcé l'action de l'ECRI, et le 13 juin 2002, le Comité des Ministres a adopté un nouveau Statut pour cette commission, consolidant ainsi son rôle d'instance indépendante de suivi dans le domaine des droits de l'homme.

CRI(2007)39 Recommandation de politique générale n° 11 de l'ECRI sur la lutte contre le racisme et la discrimination raciale dans les activités de la police

CRI (2003) 8 Recommandation de politique générale n° 7 de l'ECRI : Législation nationale pour lutter contre le racisme et la discrimination raciale

CRI (2007)6 Recommandation de politique générale n° 10 de l'ECRI pour lutter contre le racisme et la discrimination raciale dans et à travers l'éducation

CRI (98) 29 rev. Recommandation de politique générale n° 3 de l'ECRI : La lutte contre le racisme et l'intolérance envers les Roms/Tsiganes (adoptée en mars 1998)

Une recommandation de politique générale sur l'antitsiganisme est en préparation.

Consulter http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/ecri/default_FR.asp?

Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (STE n° 005) ouverte à la signature des membres du Conseil de l'Europe, à Rome, le 4 novembre 1950. Date d'entrée en vigueur : 3 septembre 1953. (Résumé non officiel)

La « Convention européenne des droits de l'homme » énonce une liste de libertés et de droits fondamentaux (droit à la vie, interdiction de la torture, interdiction de l'esclavage et du travail forcé, droit à la liberté et à la sûreté, droit à un procès équitable, pas de peine non définie par la loi, droit au respect de la vie privée et familiale, liberté de pensée, de conscience et de religion, liberté d'expression, liberté de réunion et d'association, droit au mariage, droit à un recours effectif, interdiction de la discrimination). D'autres droits sont garantis par des protocoles additionnels à la Convention (Protocoles 1 (STE n° 009), 4 (STE n° 046), 6 (STE n° 114), 7 (STE n° 117), 12 (STE n° 177) et 13 (STE n° 187)).

Les Parties s'engagent à garantir ces droits et libertés à toute personne relevant de leur juridiction. La Convention prévoit un mécanisme international de contrôle. Afin d'assurer le respect des engagements des Parties, la Cour européenne des droits de l'homme a été instituée à Strasbourg. Elle statue sur des requêtes individuelles et des requêtes interétatiques.

La Convention garantit, entre autres droits, le droit à la vie, l'interdiction de la torture, l'interdiction de l'esclavage et du travail forcé, le droit à la liberté et à la sûreté, le droit à un procès équitable, le droit au respect de la vie privée et familiale, l'interdiction de la discrimination.

Consulter <http://conventions.coe.int/Treaty/FR/v3DefaultFRE.asp>

La Charte sociale européenne

La Charte sociale européenne (ci-après dénommée «la Charte») énonce des droits et libertés, et instaure un système de contrôle qui garantit leur respect par les Etats parties. La Charte sociale européenne révisée de 1996, entrée en vigueur en 1999, remplace progressivement le traité initial de 1961.

Les droits garantis par la Charte concernent tous les individus dans leur vie quotidienne :

LOGEMENT

- accès à un logement décent et d'un coût abordable ;
- réduction du nombre de personnes sans abri ; politique du logement en faveur de toutes les catégories défavorisées ;
- procédures pour limiter les risques d'expulsion ;
- égalité d'accès des étrangers aux logements sociaux et aux aides au logement ;
- construction des logements et aides au logement en fonction des besoins des familles.

SANTE

- structure de soins accessible et efficace pour l'ensemble de la population ;
- politique de prévention des maladies, y compris garantie d'un environnement sain ;
- élimination des risques en milieu professionnel pour assurer en droit et en pratique la santé et la sécurité au travail ;
- protection de la maternité.

EDUCATION

- enseignement primaire et secondaire gratuit ;
- services d'orientation professionnelle gratuits et efficaces ;
- accès à la formation initiale (enseignement secondaire général et professionnel), enseignement supérieur universitaire et non universitaire, formation professionnelle et continue ;
- mesures particulières en faveur des étrangers résidents ;
- intégration scolaire des enfants handicapés ;
- accès à l'éducation et à la formation des personnes handicapées.

EMPLOI

- interdiction du travail forcé ;
- interdiction du travail des enfants de moins de 15 ans ;
- conditions de travail spécifiques entre 15 et 18 ans ;
- droit de gagner sa vie par un travail librement entrepris ;
- politique économique et sociale pour assurer le plein emploi ;
- conditions de travail équitables en matière de rémunération et de durée du travail ;
- protection contre le harcèlement sexuel et moral ;
- liberté de constituer des syndicats et des organisations d'employeurs pour défendre leurs intérêts économiques et sociaux ; liberté individuelle d'y adhérer ou non ;
- promotion de la consultation paritaire, de la négociation collective, de la conciliation et de l'arbitrage volontaire ;
- protection en cas de licenciement ;
- droit de grève ;
- accès à l'emploi pour les personnes handicapées.

PROTECTION JURIDIQUE ET SOCIALE

- statut juridique de l'enfant ;
- traitement des jeunes délinquants ;
- protection contre la violence et la maltraitance ;
- interdiction de toute forme d'exploitation (sexuelle ou autre) ;
- protection juridique de la famille (égalité des époux entre eux et envers les enfants, protection des enfants en cas de rupture) ;
- droit à la sécurité sociale, à l'assistance sociale et à des services sociaux ;
- droit à la protection contre la pauvreté et l'exclusion sociale ;
- garde d'enfants ;
- mesures particulières en faveur des personnes âgées.

LIBRE CIRCULATION DES PERSONNES

- droit au regroupement familial ;
- droit de sortie des nationaux ;
- garanties procédurales en cas d'expulsion ;
- simplification des formalités d'immigration pour les travailleurs européens.

NON-DISCRIMINATION

- droit des femmes et des hommes à l'égalité de traitement et des chances en matière d'emploi ;
- garantie aux nationaux et aux étrangers résidant et/ou travaillant légalement, sans distinction fondée sur la race, le sexe, l'âge, la couleur, la langue, la religion, les opinions, l'ascendance nationale ou l'origine sociale, l'état de santé ou encore l'appartenance ou non à une minorité nationale, des droits énoncés dans la Charte;
- interdiction de la discrimination fondée sur les responsabilités familiales ;
- droit des personnes handicapées à l'intégration sociale et à la participation dans la vie de la communauté.

Consulter http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/socialcharter/default_FR.asp?

Convention-cadre pour la protection des minorités nationales

La Convention-cadre pour la protection des minorités nationales de 1994 est entrée en vigueur le 1^{er} février 1998. Trente neuf Etats sont actuellement parties à cette convention. Bien qu'il ne s'agisse pas du seul instrument concernant la protection des minorités nationales élaboré au sein du Conseil de l'Europe, la Convention-cadre pour la protection des minorités nationales est certainement le document le plus complet dans ce domaine. En effet, il s'agit du tout premier instrument multilatéral consacré à la protection des minorités en général.

La Convention-cadre pose des principes qui doivent être respectés ainsi que des objectifs qui doivent être atteints par les parties contractantes, afin d'assurer la protection des personnes appartenant à des minorités nationales, tout en respectant pleinement les principes d'intégrité territoriale et d'indépendance politique des Etats. Les principes posés par la Convention-cadre doivent être mis en œuvre par le biais de législations nationales et de politiques gouvernementales adéquates. Il est aussi envisagé que ces dispositions soient mises en œuvre au moyen de traités bilatéraux et multilatéraux.

La principale partie de la Convention-cadre ayant une portée concrète est le Titre II, qui énonce des principes spécifiques dans toute une série de domaines, notamment :

- la non-discrimination ;
- la promotion d'une égalité effective ;
- la promotion de conditions propres à permettre de conserver et de développer la culture ainsi que de préserver la religion, la langue et les traditions ;
- les libertés de réunion, d'association, d'expression, de pensée, de conscience et de religion ;
- l'accès aux médias et leur utilisation ;
- la liberté d'utiliser sa langue minoritaire en privé comme en public ainsi qu'avec les autorités administratives ;
- l'utilisation de son propre nom ;
- la présentation et l'exposition au public d'informations de nature privée ;

- la présentation des dénominations topographiques traditionnelles locales dans la langue minoritaire ;
- l'éducation ;
- l'apprentissage de la langue minoritaire et l'enseignement dans cette dernière ;
- la liberté de créer des établissements d'enseignement ;
- les contacts transfrontaliers ;
- la coopération internationale et transfrontalière ;
- la participation à la vie économique, culturelle et sociale ;
- la participation à la vie publique ;
- l'interdiction de l'assimilation forcée.

Pour de plus amples informations, consulter :

http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/minorities/default_FR.asp?

Bureau du Commissaire aux droits de l'homme

Le Commissaire aux droits de l'homme est une institution indépendante au sein du Conseil de l'Europe ; sa mission est de promouvoir la prise de conscience et le respect des droits de l'homme dans les Etats membres du Conseil de l'Europe. Le Commissaire centre ses travaux sur la promotion des réformes visant à améliorer concrètement la sensibilisation aux droits de l'homme et leur protection.

Consulter http://www.coe.int/t/commissioner/Default_fr.asp

Autres liens utiles au Conseil de l'Europe:

Division des politiques linguistiques

http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/default_FR.asp

Projet « Education des enfants roms »

http://www.coe.int/T/dg4/education/roma/default_fr.asp

Itinéraire de la culture et du patrimoine des Roms

http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/roma_FR.asp?

Fonds européen pour la jeunesse

http://www.eyf.coe.int/fej/portal/media-type/html/user/anon/page/default.psml;jsessionid=EA623665B5C917BE840E18A78095CA58?js_language=fr

Campagne « Dites NON à la discrimination »

http://www.coe.int/t/dg4/anti-discrimination-campaign/default_FR.asp

Eurimages (Fonds de soutien européen au cinéma)

http://www.coe.int/T/DG4/Eurimages/Default_FR.asp

LIENS VERS D'AUTRES INSTITUTIONS/ORGANISATIONS

UNION EUROPEENNE

Agence des droits fondamentaux de l'Union européenne (FRA)

http://fra.europa.eu/fraWebsite/home/home_en.htm

Commission européenne (The EU and Roma)

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=518&langId=fr>

Parlement européen

http://www.europarl.europa.eu/news/public/default_fr.htm

OSCE

Office for Democracy and Human Rights/Contact Point for Roma and Sinti Issues

<http://www.osce.org/odihr/18148.html>

BANQUE MONDIALE (Roma Inclusion)

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/ECAEXT/EXTROMA/0,,menuPK:615993~pagePK:64168427~piPK:64168435~d:y~theSitePK:615987,00.html>

DECENNIE POUR L'INCLUSION DES ROMS

<http://www.romadecade.org/>

EUROPEAN ROMA INFORMATION OFFICE (ERIO)

<http://erionet.org/site/>

EUROPEAN ROMA RIGHTS CENTRE (ERRC)

<http://www.errc.org/>

EUROPEAN ROMA AND TRAVELLERS FORUM (ERTF)

<http://www.ertf.org/>

OPEN SOCIETY INSTITUTE (OSI)

<http://www.soros.org/initiatives/roma>

Annexe I

Dosta ! Compilation vidéo sur la campagne

1.
Cérémonie de remise du Prix Dosta !-Congrès pour les municipalités et lancement du CD
« En musique, au-delà des préjugés » (2m 06s)
2.
Message de Mme Esma Redzepova (macédonien, 22s)
3.
Interview de M. Michael Guet, Responsable de la Division des Roms et des Gens du
voyage du Conseil de l'Europe (français, 2m)
4.
Interview de M. Henry Scicluna, Coordinateur du Conseil de l'Europe pour les activités
concernant les Roms (italien, 1m 20s)
5.
Interview de M. Terry Davis, Secrétaire Général du Conseil de l'Europe (anglais, 1m
24s)
6.
Interview de M. Thomas Hammarberg, Commissaire aux droits de l'homme du Conseil
de l'Europe (anglais, 2m 24s)
7.
Interview de Mme Livia Jaroka, membre du Parlement européen (anglais, 2m 34s)
8.
Campagne Dosta !, programme Pass d'Euronews (anglais, 2m)
9.
Campagne Dosta !, programme Pass d'Euronews (français, 2m)
10.
Jekh Kham Jekh Sel, documentaire de l'ONG des Tournesols des Balkans pour la
Campagne Dosta ! (romani sous-titré en anglais, 20m)
11.
« Les Roms et l'Europe », documentaire du Forum des jeunes Roms européens (FERYP)
pour la Campagne Dosta ! (plusieurs langues sous-titrées en anglais, 14m)

12.

Clip sur le festival régional « l'Art contre les stéréotypes », Télévision du Monténégro (3m 15s)

13.

Spot TV réalisé par l'association des étudiants roms de Novi Sad, qui a remporté le concours vidéo de la Campagne Dosta ! (serbe, sous-titres anglais, 60s)

14.

Spots TV de la Campagne Dosta ! (toutes les versions existantes, 55s et 25s)

Website : www.dosta.org

E-mail : info@dosta.org

Secrétariat : Division des Roms et des Gens du voyage du Conseil de l'Europe

F-67075 Strasbourg Cedex, France

Contact : Ljiljana Stojisavljevic – ljiljana.stojisavljevic@coe.int

Tous les jours, les droits des Roms sont violés en Europe. Les travailleurs roms se voient refuser du travail, leurs enfants, des places à l'école. La communauté rom est souvent considérée comme une communauté marginale et traditionnelle ; elle risque donc davantage de souffrir d'exclusion sociale.

Pourtant, on pourrait dire que les Roms sont le premier peuple européen, ayant « fait tomber » les frontières européennes bien avant qu'aucun traité ni convention internationale n'ait été signé. Les Roms ont voyagé de par l'Europe, enrichissant leur culture de celles des pays d'accueil et fécondant en retour le patrimoine culturel européen.

Le Conseil de l'Europe est le gardien des droits de l'homme en Europe ; il a pour devoir de veiller à ce que les droits de chacun soient respectés.

« DOSTA ! » est donc une campagne de sensibilisation qui vise à tordre le coup aux préjugés et aux stéréotypes et à pour but de lutter contre l'antitsiganisme.

Le Conseil de l'Europe fait campagne pour changer les mentalités, pour rappeler à chacun d'entre nous que les Roms ont les mêmes droits que tous les autres citoyens européens. C'est d'ailleurs là le paradoxe de la campagne DOSTA ! : il ne devrait pas être nécessaire de militer pour faire reconnaître les droits citoyens de groupes minoritaires. C'est pourquoi nous entendons vaincre les préjugés, en lançant un défi aux Européens : **« Dépassons les préjugés, allons à la rencontre des Roms ! »**

Cette boîte à outils vous aidera à comprendre ce qu'est la campagne DOSTA ! et comment elle peut servir à lutter contre la discrimination dont sont victimes les Roms en prenant des mesures concrètes au niveau local.

La campagne continue sur www.dosta.org