

**« Tous différents - Tous égaux »**  
**Campagne européenne pour la diversité, les droits de l'homme et la participation**

**Plan de campagne**  
**(version mise à jour, 16 janvier 2006)**

• **Titre :**

**« Tous différents - Tous égaux » : Campagne européenne pour la diversité, les droits de l'homme et la participation**

• **Contexte :**

Dans la section III.4 « Développer la coopération en matière de jeunesse » du Plan d'action adopté au 3<sup>e</sup> Sommet des chefs d'Etat et de gouvernement du Conseil de l'Europe (Varsovie, 16-17 mai 2005), les chefs d'Etats et de gouvernement ont décidé « **pour favoriser la diversité, l'inclusion et la participation à la vie de la société... de lancer une campagne paneuropéenne de jeunesse dans l'esprit de la « Campagne européenne de la jeunesse contre le racisme, la xénophobie, l'antisémitisme et l'intolérance » (1995).**

Dans la Déclaration finale de la 7<sup>e</sup> Conférence des Ministres européens responsables de la Jeunesse (Budapest, 23-24 septembre 2005), les ministres encouragent le Conseil de l'Europe « **à soutenir activement l'organisation, en 2006-2007, d'une Campagne européenne sur la diversité, les droits de l'homme et la participation... à partir de l'expérience et des réalisations de la Direction de la Jeunesse et du Sport ».**

• **Partenaires clés :**

Le Conseil de l'Europe, en particulier la Direction de la Jeunesse et du Sport (DJS), la Commission européenne et le Forum européen de la jeunesse.

• **Calendrier :**

Juin 2006 – septembre 2007.

• **But :**

Encourager les jeunes, en créant les conditions favorables, à participer à la construction de sociétés pacifiques fondées sur la diversité et l'inclusion, dans un esprit de respect, de tolérance et de respect mutuel. La campagne s'attachera à mettre en relief son lien avec celle de 1995, contre le racisme, l'antisémitisme, la xénophobie et l'intolérance ; dans cet objectif, il a été décidé de reprendre le slogan de l'initiative précédente, « Tous différents – Tous égaux ».

• **Structures :**

Le **Groupe de pilotage européen de campagne**, établi par décision du Comité des Ministres lors de sa 921<sup>e</sup> réunion le 30 mars 2005 (point 8.1) et formé pour l'essentiel de membres du Conseil mixte pour la jeunesse et du Forum européen de la jeunesse, orchestrera la campagne.

Des **comités nationaux de campagne**, impliquant l'ensemble des partenaires (ONG de jeunesse et autres, autorités locales et nationales, institutions gouvernementales, médias, etc.) seront constitués dans les Etats membres pour coordonner les activités au sein des 48 Etats parties à la Convention culturelle européenne.

**Conseil de l'Europe** : Un secrétariat de campagne a été établi à la Direction de la Jeunesse et du Sport au sein de la Direction générale IV « Education, culture et patrimoine, jeunesse et sport » du Conseil de l'Europe. Il est également envisagé de coopérer avec l'Assemblée parlementaire, le Congrès des pouvoirs locaux et régionaux et tous les secteurs concernés du Conseil de l'Europe.

**Autres organisations** : La coopération est engagée avec la Commission européenne, les organisations internationales et les ONG internationales concernées. Le secrétariat de la DJS se chargera de faciliter la coopération entre tous les acteurs impliqués.

- **Groupe cible :**

Le groupe cible de la campagne est la société civile, à la fois au niveau européen et dans les pays, et en particulier les organisations non gouvernementales de jeunesse et les initiatives de jeunes. La campagne devrait ceci dit toucher le plus grand nombre possible de jeunes en Europe, et notamment les victimes de la discrimination, grâce notamment à des activités mettant à contribution les écoles. Elle n'a pas pour objectif de prêcher des convertis ; les acteurs devront prouver qu'ils ont fait les efforts nécessaires pour induire un effet au-delà de leur propre environnement.

## 1. Axes majeurs

Le Groupe de pilotage européen a choisi pour cette campagne les trois axes majeurs ci-après.

### Vaincre la discrimination et promouvoir la diversité

Il subsiste encore aujourd'hui de multiples formes de discrimination. L'individualisme tend à prévaloir sur l'appartenance à la communauté : quel défi cela représente-t-il pour la cohésion sociale ?

Comment vaincre toutes les formes de discrimination, dont celles qui existent au sein des communautés et entre elles ?

La lutte contre la discrimination et la promotion de la diversité doivent démarrer au niveau local. Quelles actions et politiques les autorités locales et régionales pourraient-elles élaborer et mener ?

### Dialogue interconfessionnel et interculturel

Le dialogue interconfessionnel et interculturel est une condition indispensable à la cohésion sociale. Que peuvent faire les ONG et les autorités en la matière ?

La diversité constitue un atout pour le développement économique et social. Comment les autorités et les autres acteurs concernés peuvent-ils aborder la diversité et la promouvoir ?

Les modèles d'intégration développés en Europe au cours des années semblent aujourd'hui remis en cause. Pourquoi ? Ces modèles sont-ils toujours valables ?

### Participation, démocratie et bonne gouvernance

La participation des jeunes à la société peut aider à lutter contre la discrimination structurelle et à promouvoir la diversité. Quelle serait la meilleure façon d'y parvenir ?

La pratique de la participation est un moyen efficace d'aider chacun à trouver sa place dans la société. Quelle est la meilleure façon pour nous, en tant qu'individus, d'y parvenir ?

« Rien qui nous concerne, sans nous » est un principe de base pour garantir la participation. Comment le réaliser au mieux aux niveaux local, régional et national ?

## 2. Aboutissements

Sans perdre de vue le travail que doit encore entreprendre le Groupe de pilotage européen, les aboutissements attendus de la campagne englobent :

- une coopération renforcée entre les structures éducatives formelles et non formelles ;
- des événements annuels de suivi / des activités sur les thèmes de la campagne dans tous les pays participants, de manière à assurer la poursuite de la promotion des valeurs clés du Conseil de l'Europe ;
- la formation de groupes d'experts qui superviseraient la prise en compte des droits de l'homme dans la conception et la mise en œuvre des politiques de jeunesse ;
- la création de modèles pour la participation dans les sociétés démocratiques, par exemple au moyen de l'établissement de structures nationales cogérées destinées à faire appliquer les droits de l'homme ; ce projet impliquerait la mise en place d'une structure cogérée de coordination au niveau européen.

### **3. Activités au niveau européen**

Des activités seront conduites aux niveaux local, national et international, sans perdre de vue qu'elles devront, pour la majorité, avoir pour objectif de faire participer les populations à l'échelle locale. Les matériels fournis par la DJS (une « boîte à outils » pour la campagne) seront utilisés en guise de fil directeur pour toutes les activités conduites, en veillant toutefois à éviter une approche du sommet vers la base ; chaque comité national de campagne décidera donc de son programme d'activités en fonction de ses possibilités, financières notamment.

Des manifestations seront également organisées à l'échelle européenne avec pour objectif soit de servir de tremplin à des activités nationales ou locales, soit de servir à la présentation de leurs résultats. Les activités listées ci-dessous ne sont que des exemples ; la teneur de la campagne ne se résume donc pas à cette liste. Reste aussi à examiner la façon dont ces manifestations « communiqueront » les unes avec les autres et avec les priorités de la campagne. Pour doter la campagne d'une identité, il sera nécessaire « d'étiqueter » les différentes manifestations organisées dans son contexte.

Pour l'essentiel, les activités de la campagne seront des conférences thématiques, des symposiums et des séminaires, des manifestations culturelles, des stages éducatifs et de formation, des actions de sensibilisation et le recueil de connaissances.

#### **a. Manifestations de lancement**

Plusieurs manifestations de lancement décentralisées devraient être axées sur les thèmes clés de la campagne, en particulier la diversité, les droits de l'homme et la participation, de même que l'inclusion et l'accès, l'anti-discrimination et le dialogue interculturel. Elles devraient être organisées en juin 2006, en étroite coopération avec les comités nationaux de campagne. Une manifestation de lancement en particulier pourrait être organisée à Strasbourg durant la session de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, la semaine du 26-30 juin 2006.

#### **b. Conférence sur la participation dans les zones rurales en Russie**

Le thème de la participation, en particulier dans les zones rurales, intéresse tout particulièrement le gouvernement russe. Des discussions sont en cours entre les autorités russes et le Directeur de la Jeunesse et du Sport concernant l'organisation d'un grand événement à Saint-Pétersbourg lors de l'été 2006, durant la présidence russe du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe. Cet événement pourrait également mettre à contribution la Commission européenne.

#### **c. Symposiums thématiques**

Trois grands symposiums thématiques se dérouleront durant la campagne, en relation avec les thèmes clés. Chacun de ces symposiums devrait réunir plus d'une centaine de participants autour des sujets choisis. Avec les deux grandes manifestations d'ouverture et de clôture, ces symposiums formeront la colonne vertébrale de la campagne au niveau européen ; l'un se déroulera en 2006, les deux autres en 2007, entre les manifestations d'ouverture et de clôture (juin 2006 et septembre 2007, respectivement). Le symposium sur les questions de participation pourrait également être une contribution au forum de 2006 sur l'avenir de la démocratie (selon le calendrier).

#### **c. Stages de formation pour les multiplicateurs**

Il est prévu d'organiser un stage de formation sur la diversité religieuse dans le contexte du travail sur les droits de l'homme et la transformation des conflits, ainsi qu'un stage de formation pour les formateurs qui interviennent sur la diversité culturelle et l'antiracisme. Figure également au programme une formation sur la communication destinée aux personnes responsables des activités de communication dans les comités nationaux de campagne. Un stage de formation pour les jeunes journalistes devrait se dérouler ultérieurement.

#### **d. Séminaire de recherche**

Dans le cadre du Programme de partenariat avec la Commission européenne, un séminaire de recherche thématique sera organisé autour des trois axes de travail de la campagne. Son objectif est de procéder à une évaluation critique de la signification de chacun des trois thèmes (participation, droits de l'homme, diversité) et d'apporter une contribution scientifique sérieuse à la campagne en rassemblant et en diffusant des connaissances.

#### **e. Convention de fans sur le fair-play**

Le Conseil de l'Europe, en collaboration avec Europa Park, accueillera une convention européenne de quatre jours du 4 au 7 juin 2006, juste avant le début des finales de la Coupe du monde de football. La convention réunira 170 fans de toutes les équipes européennes participant aux finales, à Europa Park, grand parc d'attraction situé à Rust en Allemagne près de Fribourg. Dans le cadre de ses efforts pour promouvoir le fair-play, Europa Park accueillera la convention gratuitement pour les participants sélectionnés. Le programme inclura des ateliers sur des thèmes importants pour les fans comme le fair-play, la discrimination, la prévention de la violence, etc. La Direction de la Jeunesse et du Sport préparera des activités interactives en coopération avec des organisations internationales non gouvernementales, dans le cadre de la campagne « Tous différents – Tous égaux ». Est également prévu un tournoi de football joué par des fans, ainsi que diverses autres activités sociales destinées à permettre aux jeunes de partager des expériences et bien évidemment d'assister aux matches.

#### **f. Autres exemples de manifestations à l'échelle européenne en coopération avec d'autres acteurs**

##### **(i) Dialogue interconfessionnel**

Le Parlement européen des jeunes propose d'organiser en 2006, à Berlin, un symposium sur le dialogue interconfessionnel qui réunirait 60 participants. Ce sera l'occasion d'examiner le rôle et la fonction des religions dans la construction de dialogues interculturels et de sociétés pacifiques. Les ONG du Conseil de l'Europe qui ont déjà travaillé sur la question devraient y participer.

##### **(ii) Participation et dialogue au moyen de la mobilité**

La Deutsche Bahn, compagnie ferroviaire allemande, et l'Agence ferroviaire européenne sont disposées à organiser une conférence sur le thème « Participation et dialogue au moyen de la mobilité », en présence de 150 participants. La manifestation est prévue pour octobre/novembre 2006 à Budapest. La Deutsche Bahn est en principe également prête à apporter son soutien à des actions de sensibilisation dans le cadre de la campagne.

##### **(iii) Le rôle des ONG de jeunesse dans la société civile**

A l'occasion du 100<sup>e</sup> anniversaire de l'Organisation mondiale du mouvement scout en 2007, il a été convenu d'associer la principale manifestation de célébration prévue à Genève, en Suisse, à la campagne et à ses priorités clés.

##### **(iv) Conférence sur le dialogue interculturel**

La Plateforme Cojepienne d'Europe propose d'organiser une conférence sur le dialogue interculturel, en particulier sur le dialogue Orient-Occident au printemps 2007 à Istanbul.

##### **(v) Autres événements**

Un certain nombre de propositions sont à l'examen, concernant notamment l'organisation d'activités en coopération avec l'Organisation arabe pour l'éducation, la culture et les sciences (ALECSO) et le Congrès

juif mondial. Des efforts actifs seront déployés pour permettre de mettre sur pied des événements liés à la campagne en collaboration avec d'autres structures.

#### **4. Manifestations au niveau national**

Des propositions d'activités à mener au niveau national figurent dans le document consacré aux propositions et suggestions pour l'organisation et le programme de la campagne, produit par le symposium « Tous différents - Tous égaux » (Strasbourg, 26-29 octobre 2005) (DJS/EYCB/HRE-RAXI/2005/084). À présent, il appartient aux comités nationaux de campagne de développer ces propositions et de les mettre en oeuvre.

#### **5. Stratégie de communication**

La stratégie de communication de la campagne a pour objectif de l'informer la société, les jeunes en particulier, pour susciter leur intérêt eu égard aux thèmes, aux objectifs et aux activités de la campagne. Elle devrait également favoriser la coordination des diverses activités à tous les niveaux, grâce aux principaux outils suivants :

- un portail Web spécifique, largement conçu du point de vue de l'utilisateur ;
- un bulletin électronique et imprimé, interne et externe ;
- un bureau de la presse et des médias, chargé d'informer et de réunir des informations sur la campagne ;
- la diffusion de supports promotionnels et d'objets spécifiques autour de la campagne, tels que des posters, des pins et des tee-shirts ;
- la formation de personnes ressources et de multiplicateurs, comme des chargés de communication et des jeunes journalistes.

La stratégie de communication fera l'objet d'un plan d'action spécifique qui sera rédigé et publié en temps opportun.

#### **6. Coopération avec les autres secteurs du Conseil de l'Europe**

La coopération a été développée avec d'autres secteurs du Conseil de l'Europe intéressés par les thèmes de la campagne. Il est tout particulièrement important de mobiliser les membres à la fois de l'Assemblée parlementaire et du Congrès des pouvoirs locaux et régionaux de l'Europe, dans la perspective notamment de bénéficier d'un soutien politique pour la campagne au sein des Etats membres, à tous les niveaux.

Il sera également important, une nouvelle fois eu égard aux campagnes nationale surtout, de développer une coopération efficace avec des structures comme la Commission européenne contre le racisme et l'intolérance (ECRI) et les structures de suivi de l'Année européenne pour la citoyenneté par l'éducation (2005). Tout comme il a été essentiel pour le secteur de la jeunesse de participer à « l'Année », il faut espérer que la campagne fournira une plate-forme pour garantir le maintien de la visibilité de « l'Année », de même que l'opportunité d'activités se renforçant mutuellement.

Durant la campagne, il faudrait utiliser le plus largement possible les outils mis à disposition par la DJS, qu'elle a pu développer seule ou en conjonction avec d'autres secteurs du Conseil de l'Europe. À ce sujet, il faudrait porter une attention particulière au manuel de formation « Repères » et à la Charte révisée sur la participation des jeunes à la vie locale et régionale, élaborée en coopération avec le Congrès.

Enfin, mais ce n'est pas le moins important, une coopération très encourageante a démarré avec la Direction de la Communication et de la Recherche dans l'objectif d'élaborer un plan d'action clair pour la stratégie de communication. Il a également été convenu de coopérer avec l'Unité de Technologie de l'information.

Une session d'information destinée à l'ensemble des services et des organes est prévue pour début mars 2006, dans l'objectif de créer des synergies et de renforcer la coopération et la structure d'appui.

## 7. Moyens budgétaires

A leur 950<sup>e</sup> réunion (7 décembre 2005), les délégués des Ministres ont autorisé l'ouverture d'un compte spécial pour la campagne dans l'objectif de couvrir les dépenses occasionnées par cette dernière. Ce compte peut recevoir les contributions volontaires des Etats membres et d'autres donateurs.

A l'heure actuelle et pour 2006, la DJS dispose, pour la mise en oeuvre de la campagne au niveau européen, des ressources suivantes : 265.000 € au crédit des budgets ordinaires du Conseil de l'Europe ; jusqu'à 300.000 € du Fonds européen pour la Jeunesse ; 255.000 € du Partenariat avec la Commission européenne (réservés exclusivement aux activités au niveau européen) ; et une contribution volontaire de 50.000 € du gouvernement flamand. Ces contributions figurent dans un tableau joint en annexe à ce document.

D'autres fonds devraient être collectés et des contributions volontaires sont attendues ; une réunion destinée aux partenaires, sur la collecte de fonds, devrait se tenir au printemps 2006.

## 8. Personnel du secrétariat de la campagne

Le secrétariat de la campagne a démarré son activité au 1<sup>er</sup> janvier 2006 ; il se compose d'un directeur de campagne, de deux assistantes administratives, d'un secrétaire et d'un aide-comptable (qui viendra par la suite). Le directeur de campagne sera recruté conformément à la nouvelle politique contractuelle du Conseil de l'Europe, en vertu de laquelle il devra se plier à une procédure de recrutement spécifique. En attendant ce recrutement, la coordination de la phase préparatoire de la campagne sera confiée au coordinateur du Partenariat avec la Commission européenne.

Pour épauler le secrétariat dans ses tâches « ordinaires » de coordination de la campagne, le ministère allemand de la jeunesse s'est engagé à détacher un expert à la DJS, qui s'occupera notamment d'assurer la liaison avec les comités nationaux de campagne. Le ministère allemand pourrait prendre en charge son salaire.

La stratégie de communication de la campagne, en particulier les activités du bureau de la presse, bénéficieront également de la contribution de plusieurs stagiaires durant la période préparatoire (de février à juin 2006), sous la surveillance de la Direction de la Communication et de la Recherche du Conseil de l'Europe.

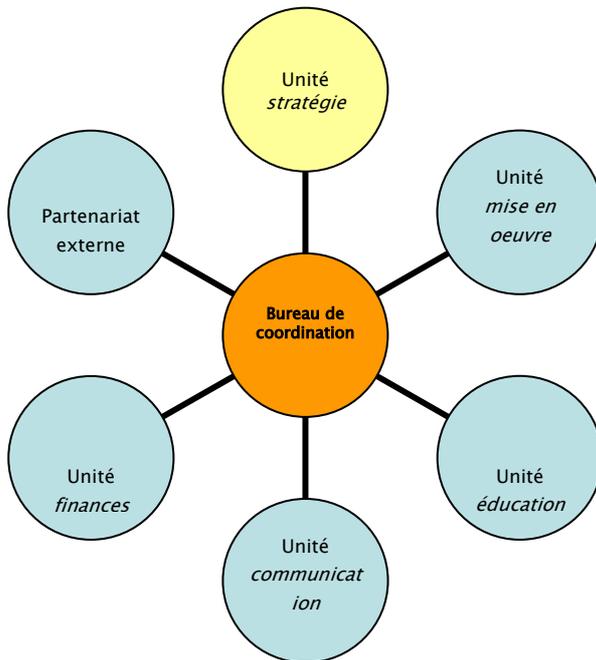
## 9. Proposition d'une structure de gestion de la campagne

Conformément à la recommandation des conférenciers, élaborée plus avant par les unités de production du symposium « Tous différents, Tous égaux - Dix ans après » (Strasbourg, 26-29 octobre 2005), la gestion de la campagne pourrait être organisée selon le schéma ci-contre.

L'idée, dans cette proposition, est de constituer des équipes ad hoc ou *unités*, chargées de la planification et de la mise en oeuvre des divers aspects de la campagne. Ces unités seraient formées de membres du personnel du Conseil de l'Europe, en particulier de la Direction de la Jeunesse et du Sport, et d'autres partenaires externes très concernés par la campagne.

Chacune de ces unités aurait à sa tête un responsable ; ces responsables siègeraient au **Bureau de coordination**, dont la mission serait de veiller à ce que la campagne, dans tous ses aspects, se déroule harmonieusement.

Le **directeur de campagne** siégerait également au Bureau de coordination, mais il pourrait également diriger l'une de ces unités.



### **Unité « stratégie »**

Cette unité est en fait le Groupe de pilotage. Avec cette nouvelle appellation, il s'agit simplement de souligner que sa mission est de définir la stratégie de la campagne, de donner des orientations sur les actions à mettre en oeuvre, d'établir des priorités et des buts, des objectifs et des critères de qualité sur la base desquels procéder au suivi et à l'évaluation. Le Groupe de pilotage sera en mesure de faire participer à son travail différents partenaires, en fonction de ses besoins. Il devrait également mettre au point un mécanisme d'évaluation et un outil d'information en retour durant la campagne.

### **Unité « mise en oeuvre »**

Cette unité serait chargée de coordonner la campagne du point de vue du déroulement général des activités. Elle devrait notamment veiller à la cohérence entre les activités paneuropéennes, nationales et

locales et assurer l'optimisation de l'utilisation des ressources (humaines et matérielles). Elle aurait aussi pour mission la planification et la supervision de la mise en oeuvre des activités paneuropéennes, qu'il s'agisse de manifestations (comme une hypothétique « semaine de la jeunesse ») ou de projets à long terme (comme un programme d'échanges entre écoles ou l'organisation d'une exposition itinérante). Enfin, elle pourrait mettre sur pied des équipes ad hoc pour les manifestations qui l'exigent.

### **Unité « éducation »**

Cette unité devrait être responsable de l'élaboration et de la mise en oeuvre du programme de formation en lien avec la campagne (comme le programme d'éducation aux droits de l'homme). Elle devrait également organiser la production/la mise à jour des supports pédagogiques nécessaires.

### **Unité « communication »**

Il faudra développer une stratégie de communication pour assurer une large couverture médiatique de la campagne. La Direction de la Communication et de la Recherche du Conseil de l'Europe sera pleinement impliquée dans le projet, tout comme les bureaux d'information de l'Organisation dans les Etats membres.

Cette unité aura la responsabilité de la communication paneuropéenne de la campagne, à la fois interne et externe (en direction d'une part des acteurs de la campagne et d'autre part du groupe cible). Elle devra en particulier optimiser les ressources disponibles (bureau de la presse, équipements radios et télévisuels, portail Web, etc.), et veiller à ce que la communication en direction du groupe cible satisfasse à certaines normes de qualité.

### **Unité « finances »**

Cette unité sera responsable du budget de la campagne ; elle devra gérer la trésorerie, tenir la comptabilité et rechercher des donateurs et des sponsors. Elle devra par ailleurs assurer la liaison avec les autres unités, en particulier celles concernées par la communication et les partenariats externes.

### **Unité « partenariats externes »**

Cette unité devrait être habilitée à maintenir le contact avec les autres acteurs et partenaires (Commission européenne, organisations internationales, secteur privé, etc.) de la campagne (ou des

actions menées dans son cadre). Elle devrait jouer un rôle proactif dans la recherche de partenaires et donner aux autres unités des orientations quant aux actions spécifiques menées en partenariat, si celles-ci exigent des dispositions ad hoc.

#### **10. Le Groupe de pilotage européen**

Le Groupe de pilotage européen, établi par décision du Comité des Ministres, joue un rôle crucial dans le déroulement de la campagne de par son rôle de coordination, de conseil et de supervision des activités. Il se compose de huit membres issus des organes statutaires du secteur de la jeunesse du Conseil de l'Europe et de représentants - sans droit de vote - du Forum européen de la jeunesse, de l'Assemblée parlementaire et du Congrès des pouvoirs locaux et régionaux du Conseil de l'Europe, de la Commission européenne et, en tant qu'observateurs, de l'Unesco et du Haut Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme. Le Groupe de pilotage européen a déjà organisé quatre réunions et planifié trois réunions annuelles pendant la campagne.

#### **11. Les comités nationaux de campagne**

Les Etats membres du Conseil de l'Europe sont invités à constituer des comités nationaux de campagne (CNC) dans chacun des 48 Etats parties à la Convention culturelle européenne, dans l'objectif de coordonner les activités au niveau national, régional et local, et de coopérer au niveau européen avec d'autres CNC et avec le secrétariat de la campagne. Les CNC devraient inviter et faire participer tous les partenaires et les acteurs concernés, y compris les ONG de jeunesse et autres, les pouvoirs publics à tous les niveaux, les institutions gouvernementales, les partenaires sociaux, les médias, les associations culturelles et sportives, etc. Une première réunion des CNC en place et des parties intéressées par la création d'un comité se tiendra début février 2006 à Strasbourg. Ensuite, les CNC devraient se réunir trois fois par an parallèlement aux réunions du Groupe de pilotage européen.