

PIÉTINONS
les PRÉJUGÉS

LE lien

#1

ÉDITO

UNE CAMPAGNE EN PHASE AVEC LES POLITIQUES RSE

Après deux ans de Recherches & Développement, **Piétinons les Préjugés** a été lancée avec succès à Paris fin 2014 et a pris un bel envol en 2015. Depuis mars, elle s'affiche dans les métros franciliens et titille l'imaginaire collectif dans sa construction en lui apportant des éléments nouveaux qui laissent un impact positif durable. Une mise en scène percutante de l'idée reçue n°5 diffusée près de 6 semaines a été largement relayée sur les réseaux sociaux.

Je suis fière d'être aux commandes d'une jeune agence de conseil en communication RSE qui, malgré un contexte économique difficile, a su parier sur un projet sociétal aussi ambitieux et salubre sur l'évolution des perceptions, à la base de toute démarche d'inclusion, avec des outils de communication efficaces et des événements pertinents.

E&H LAB salue les groupes Orange, Malakoff Médéric, Transdev, ZénithOptimédia et Alcatel-Lucent qui ont trouvé du sens à ce projet qui constitue un important levier interne ; et que certains ouvrent à leurs filiales internationales pour démocratiser les bonnes pratiques. L'agence se félicite aussi que les collectivités territoriales, telle Toulouse qui prévoit un accueil sur la Place du Capitole, s'intéressent à **Piétinons les Préjugés** qui donne les clés de compréhension et les moyens d'agir à chacun pour construire cette société plus inclusive.

Je souhaite bon vent à **Piétinons les Préjugés** espérant que d'autres groupes la trouvent en phase avec leur politique de responsabilité sociétale.

Deza Nguembock

Fondatrice et Directrice Générale

COUP DE PROJECTEUR



MARYSE DROFF,
Directrice Egalité des Chances
ORANGE

Bonjour Maryse, quelle a été votre première motivation pour soutenir la campagne *Piétinons les Préjugés* ?

J'ai bien conscience qu'Orange a un poids significatif dans le monde de l'égalité des chances et donc un véritable effet d'entraînement et j'ai personnellement une forte appétence à soutenir des projets que je juge innovants, qui conjuguent à la fois réalisme et audace. J'aime suivre et accompagner des projets de A à Z ou tout est à faire et à construire et qui invitent au partage et au croisement des expériences. La campagne que E&HLAB a proposée possède ces caractéristiques et cette singularité.

Vous pensez que c'est en lien avec la personnalité de Déza ?

Bien entendu : sa pugnacité, son dynamisme et son approche du handicap sont essentiels : d'abord il n'y a pas de misérabilisme, ensuite l'humour, la beauté et le recul sont au rendez-vous, j'ai été immédiatement séduite. C'est cette alchimie qui a permis de créer un effet de rupture positif et qui a convaincu Orange de poursuivre l'aventure, je m'en félicite. La mise en œuvre créative autour du piétinement des préjugés est proche de l'imagination et de l'innovation des saltimbanques, là encore je m'y retrouve.

Comment voyez-vous l'avenir de la campagne au sein du groupe Orange ?

Au-delà de son rayonnement sur la région Île-de-France qui est déjà engagée et qui est remarquée par le grand public, c'est le déploiement à l'international et notamment en Afrique que nous visons. Il est essentiel de saisir l'opportunité d'une plate-forme d'échange entre la France et l'étranger avec des croisements de regards et d'expériences qui nous permettront de piétiner tous ensemble les préjugés.

FOCUS

IDÉE REÇUE N°5 : LES ENFANTS DE PERSONNES HANDICAPÉS SERONT FORCÉMENT HANDICAPÉS : **FAUX**

Extrait du recueil
de préjugés que l'agence

avait établi comme
point de départ
de la campagne

Piétinons les Préjugés,

l'idée reçue n°5 est
emblématique

et exemplaire pour
témoigner du vaste

chantier à réaliser
pour venir à bout

des idées reçues.

De manière éloquent, elle permet de stigmatiser l'énormité de certains préjugés liés à l'absence de connaissance ou de jugement par rapport à la réalité scientifique et médicale, et plus simplement relevant du bon sens et du discernement.

Que le handicap soit de nature physique, physiologique, sensoriel, psychologique ou accidentelle, il existe une multitude de réponses scientifiques et médicales concernant la probabilité de transmission héréditaire qui récuse l'idée reçue de transmission automatique et systématique d'un handicap.

Par exemple, un handicap mental peut se déclarer au moment de la conception d'un enfant, pendant la grossesse, à la naissance ou après la naissance du nouveau né. Qu'elles soient héréditaires, génétiques ou accidentelles, les origines du handicap sont diverses et certaines parfois inconnues. L'imaginaire collectif se nourrit d'idées reçues et de préjugés, souvent alimentés par une absence d'esprit critique et relevant d'une certaine naïveté.

Nous avons tous un rôle à jouer pour participer à la réhabilitation de l'objectivité concernant le handicap. C'est en démontant pièce par pièce la mauvaise construction des idées reçues et des stéréotypes, en réalisant un travail de sensibilisation, d'information et de prévention auprès du plus grand nombre que nous pourrions redonner une dignité légitime aux personnes handicapées...

Nous avons tous à y gagner.

ACTU

PIÉTINONS LES PRÉJUGÉS S'AFFICHE DANS LE MÉTRO

Depuis le 18 mars 2015, 42 panneaux en 2x1,5 et plus de 100 panneaux 4x3 mètres ont été déployés dans les couloirs de métro et quais des principales gares de Paris et de l'Île-de-France, pendant plus de 6 semaines.

Sur une semaine, l'audience des 100 panneaux sur les quais est de 4 235 625 voyageurs. Cela nous permet d'estimer une sensibilisation aux idées reçues sur le handicap qui s'élève à plus de 170 millions de points de contact (nombre de fois que la campagne a été vue).

Pour continuer à sensibiliser les voyageurs à la sortie des transports en commun, un Flash song a été organisé sur la place Carré, à la station Châtelet. Les passants agréablement surpris ont apprécié l'initiative.



À SUIVRE

PIÉTINONS LES PRÉJUGÉS AVEC ALEX !

Jeune dynamique, enthousiaste et avenant, Alex est aveugle et bénéficie d'un chien guide, Nikki. Comme beaucoup de jeunes actifs, sa vie professionnelle, sociale, affective est remplie de péripéties. Avec Alex, tous les thèmes sont abordés !

Contact E&H LAB :
www.e-hlab.com
contact@e-hlab.com
+33 (0) 1 41 24 09 35

84, Quai de Jemmapes 75010 Paris

