



GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*



VOYONS LES PERSONNES AVANT LE HANDICAP !

Campagne nationale de sensibilisation au handicap

Dossier d'informations - Octobre 2021

Sommaire

1

Le handicap, l'affaire de tous 6

2

Une campagne pour
le Vivre Ensemble 9

• Des personnalités pour signer la campagne 10

• Un plan média national 13

3

Outils de la campagne 14

4

Le handicap, point d'étape
des politiques publiques française 17

Depuis 2017, le handicap est la grande cause du Gouvernement, pleinement mobilisé pour construire la société inclusive de demain.



Édito

Alors que **12 millions** de nos concitoyens sont aujourd'hui en situation de handicap, soit près d'un Français sur cinq, dont 85 % surviennent au cours de la vie, le handicap est plus que jamais l'affaire de tous. Rappelons aussi que 10 millions d'aidants les accompagnent au quotidien !

Les enjeux du handicap irriguent chacune de nos politiques publiques. Toutefois, de **nombreux préjugés** sont encore attachés au handicap qui reste la **première cause de discrimination** motivant les saisines du Défenseur des Droits. Il est ainsi impératif de faire évoluer les mentalités.

Force est de constater que **le degré d'acceptation de la différence est encore insuffisant dans notre société**. Parce que les personnes en situation de handicap sont rarement représentées dans les médias, encore entravées dans leur pleine participation à la vie de la cité et trop souvent contraintes de prouver en permanence leur place et leur capacité à vivre au milieu des autres.

Pour faire changer le regard sur le handicap, des leviers concrets à l'image de l'organisation du **DuoDay**, initiative unique pour créer des rencontres entre personnes en situation de handicap et employeurs et sensibiliser les collaborateurs, ont été mis en œuvre. Pour lever les stéréotypes sur le handicap et l'emploi, la 4ème édition du DuoDay sera lancée le 18 novembre prochain dans le cadre de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées. Bien sûr, les **Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024** sont un moyen, à la fois pour mettre en visibilité la performance des para-athlètes et la participation des bénévoles en situation de handicap dans l'organisation de cet événement mondial.

Mais aujourd'hui il faut changer le regard sur le handicap, en montrant toute la richesse que représentent les personnes en situation de handicap pour la société, en valorisant avant tout leurs compétences, quelles qu'elles soient, et en améliorant le degré de connaissance générale du grand public sur toute la diversité du handicap.

Dans cet objectif, lors de la Conférence Nationale du Handicap, le 11 février 2020, le Président de la République a annoncé le **lancement d'une grande campagne nationale de sensibilisation au handicap**, pour rendre visible les invisibles. Cette campagne a pour objectif d'intensifier la mobilisation de tous les citoyens et d'opérer un **changement de regard** de la société sur le bien vivre ensemble et la société inclusive.

Ensemble, en se mobilisant autour de cet enjeu, en prenant conscience de son importance, le quotidien de tous, de la naissance jusqu'au grand âge peut être amélioré : à l'école, dans l'entreprise, dans le logement ou encore l'accès aux loisirs. Quand les enjeux du handicap progressent, c'est toute la société qui avance.

Alors il est temps de voir les personnes avant le handicap !

Sophie Cluzel

Secrétaire d'État auprès du Premier ministre, chargée des Personnes handicapées.

Le handicap, l'affaire de tous

En France, 12 millions de personnes sont touchées par un handicap. 80 % de ces handicaps sont invisibles et 85 % surviennent au cours de la vie. L'enjeu, aujourd'hui, est de dépasser les préjugés autour du handicap car ils ne disparaissent pas assez vite.

Selon une étude réalisée par la Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme¹, les valeurs spontanément associées au handicap sont globalement négatives, relevant du registre de la difficulté. Le handicap étant essentiellement vu par le prisme de la difficulté et très largement associé à l'idée de souffrance et de malheur.

- **64 % des personnes interrogées** estiment que le handicap est un obstacle au bonheur et à une vie épanouie ;

- **35 % des moins de 35 ans interrogés** sont d'avis que les personnes en situation de handicap ne sont pas capables de travailler (contre 19 % population générale) ;

- **31 % estiment** qu'il « vaudrait mieux éviter » qu'une personne en situation de handicap ait des enfants et les élève ;

- **19 % pensent** que si les personnes handicapées ont des enfants, il est préférable de confier ces derniers à une autre personne ou institution (33 % chez les moins de 35 ans) ;

- **23 % déclarent** qu'ils auraient des difficultés à éprouver de la fierté à l'égard de leur enfant, si son handicap devait survenir au cours de la vie ;



- **46 % déclarent** qu'ils seraient inquiets si leur enfant se mariait avec une personne en situation de handicap.

¹ Enquête menée par Harris-Interactive du 19 au 26 avril 2021, auprès d'un échantillon de 2019 personnes représentatives âgées de 18 ans et plus



Les campagnes de communication menées sur certains types de handicap et l'évolution de la représentativité des personnes en situation de handicap dans les séries, les films et les programmes de télévision ont permis de commencer à faire bouger les lignes. Pour autant, **les stéréotypes et clichés restent encore trop prégnants dans la société française.**

Aujourd'hui encore le Vivre Ensemble, en ce qui concerne le handicap, reste trop de l'ordre d'une intention que d'une norme effective dans la société. Face à des clichés et stéréotypes persistants, la communication a donc un véritable rôle à jouer pour modifier ces représentations et démontrer les bénéfices que la société peut tirer du fait des différences et de la diversité de chacun.

Par exemple à l'école, tous les enfants, en situation de handicap ou non, apprennent ensemble la tolérance, l'empathie, de nouvelles façons de communiquer. Force est de constater qu'ils en ressortent tous gagnants.

Pour dépasser les représentations biaisées, et surtout recréer du lien, le filtre déformant que représente le handicap doit être cassé. Sans le nier, mais en le remettant à sa juste place : celle d'une caractéristique qui ne nous définit pas. Et montrer à quel point ce qui nous rend semblables, humains, est plus important que ce qui nous différencie.

À travers cette campagne, il s'agit d'aller vers tous les Français, de les interpeller et les mobiliser pour qu'ils deviennent pleinement acteurs de ce changement.



Une campagne pour le Vivre Ensemble

La campagne partage un message fondamental, adressé à toutes les générations et notamment les jeunes qui ont un rôle indéniable à jouer pour faire évoluer le regard sur le handicap.

« Voyons les personnes avant le handicap ! »

Un slogan qui engage à se projeter au-delà du handicap, qui propose de ne pas se contenter de voir le handicap mais bien de le considérer comme une caractéristique comme une autre de la personnalité.

Trois films, « La cantine », « Le rencard » et « La robe » mettent en scène des situations de la vie quotidienne qui illustrent une société dans laquelle la relation à la personne se concentre sur **ce qui importe vraiment : notre personnalité**. C'est ce regard débarrassé des préjugés qui sera mis en valeur, pour interpeller les spectateurs sur leur propre regard. **Car il est plus que temps de cesser de considérer la personne en situation de handicap à travers le seul prisme de son handicap, mais au contraire au travers de tout ce qui la définit : ce qu'elle est, ce qu'elle aime, ce qu'elle fait. Comme tout un chacun.**

La campagne se focalise sur le quotidien, la vie des personnes, les attendus d'une société plus inclusive.

Ces 3 films, qui jouent sur le ressort de la fausse piste d'interprétation en première intention, s'articulent en complémentarité avec la création de 10 portraits de personnes en situation de handicap mettant en scène leurs passions, des goûts communs ou des situations du quotidien.

Réalisée en étroite collaboration avec les personnes en situation de handicap qui se sont prêtées aux rôles de modèles, la campagne s'adosse à une mise en scène positive et colorée des portraits et des films, avec un ton bienveillant et engageant.

Cette campagne de sensibilisation, d'un budget total de 3,5 millions d'euros, a pour objectif d'embarquer tous les citoyens dans cette mobilisation.

Des personnalités pour signer la campagne

Reflet de leur engagement pour une société plus inclusive, Yvan Attal et Sylvie Lancrenon ont mis à contribution leur talent.

Le réalisateur, acteur et producteur français, Yvan Attal a ainsi réalisé les 3 films de la campagne. « Ça a été un plaisir de tourner ces films. Et un devoir. S'ils peuvent contribuer à changer ce regard que nous portons parfois de façon erronée sur les personnes handicapées, alors merci de m'avoir donné l'occasion d'y contribuer » s'est réjoui Yvan Attal.

La photographe Sylvie Lancrenon a réalisé les 10 portraits de personnes en situation de handicap : « J'ai tout de suite dit oui pour faire cette campagne sur le handicap, un nouveau challenge que de m'engager sur cette cause majeure. Ce projet est indispensable afin de plaider pour une société plus inclusive et faire toute leur place à ceux qui affrontent les difficultés avec autant de force et de sourire. Je voulais à travers mon objectif, transmettre leur incroyable volonté et provoquer un profond respect. Ce shooting a été un moment émouvant et puissant, trois jours de rencontres intenses et touchantes ».



Yvan Attal

Yvan Attal est un **acteur, réalisateur, scénariste et dialoguiste franco-israélien**.

Il débute au théâtre en 1988 dans la pièce *Biloxi Blues* de Neil Simon puis dans le téléfilm *Parlez-moi d'amour* d'Élie Chouraqui.

En 1989, il connaît son premier grand succès cinématographique, ce qui va lancer sa carrière d'acteur ; il joue le rôle d'un ami squatteur d'Hippolyte Girardot dans le film *Un monde sans pitié* d'Éric Rochant.

En 1997, il reçoit le prix Jean Gabin du meilleur jeune espoir masculin du cinéma français. Cette même année, il signe son premier court-métrage, *I Got a Woman*, avant d'enchaîner les succès en 2001 avec son film *Ma femme est une actrice*, une comédie inspirée de sa vie de couple avec Charlotte Gainsbourg, qu'il écrit, réalise et joue avec sa femme, puis en 2004 avec *Ils se marièrent et eurent beaucoup d'enfants* avec Charlotte Gainsbourg, Alain Chabat et Emmanuelle Seigner. En 2006, Steven Spielberg lui confie un rôle dans son film historique *Munich*. En 2016 il réalise *Ils sont partout* et *Mon chien stupide* en 2019.

En 2021 il sort son nouveau film *Les choses humaines* adaptation cinématographique du roman du même nom de Karine Tuil.



Sylvie Lancrenon

La **photographie** a toujours été présente dans la vie de Sylvie Lancrenon. Dès son plus jeune âge, elle a commencé à prendre ses amis d'enfance comme modèles.

Inspirée par le cinéma, elle a commencé à 18 ans à travailler avec les réalisateurs les plus prestigieux, de Lelouch à Becker. Depuis, elle n'a cessé de mettre en scène la beauté en utilisant le cadrage d'un film.

Amputée d'une jambe à l'adolescence, elle a refusé de vivre en fauteuil et a choisi de sublimer les corps des autres afin d'oublier le sien. Elle raconte son histoire dans son livre « *Ombres et lumières* ».

Les femmes sont au cœur de son travail, actrices, mannequins ou inconnues. Elle sait capter leur intimité et révéler la vérité de leurs émotions.

De ses portraits sensibles et de ses nus pudiques, elle fait des modèles de séduction et de sensualité avec un extrême raffinement.

Elle porte également un regard très personnel sur les hommes.

Elle travaille également pour la mode, la beauté, l'industrie de la bijouterie, pour laquelle elle réalise des campagnes publicitaires.

Attirée par la réalisation de films, elle passe également derrière la caméra (*Serge Lutens*, *Emotional Rescue* et *Chambre 401*). Elle a publié *Cuba Libre*, un livre qui révèle Emmanuelle Béart dans l'atmosphère chaleureuse de Cuba, et *Fragile*, 90 photos inédites de Mylène Farmer.

Le casting à la fois des films et des portraits s'est voulu le plus inclusif possible. Les personnes qui ont partagé leur personnalité dans les portraits ont été proposées par des associations afin d'assurer la représentation de la diversité du handicap, notamment les handicaps invisibles.

Les modèles impliqués dans la campagne



Axel, 31 ans



Élodie, 35 ans



Aurélien, 36 ans



Flavio, 19 ans



Florianne, 31 ans



Isabelle, 46 ans



Lyna, 10 ans



Marie-Aude, 56 ans



Monie, 57 ans



Oxandre, 15 ans



Paul, 24 ans



Pierre, 22 ans



Violette, 30 ans

Un plan média national

Cette campagne va être déployée à 360 degrés sur l'ensemble du territoire national du 18 octobre 2021 au 4 janvier 2022, sur les médias TV, presse, affichage, cinéma, digital pour interpeller et mobiliser le grand public.

Des temps forts se succéderont :

- le lancement de la campagne du 18 octobre au 7 novembre ;
- la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées du 15 au 21 novembre ;
- le DuoDay le 18 novembre ;
- la Journée Internationale des Personnes Handicapées le 3 décembre ;
- les vacances de Noël du 15 décembre au 4 janvier 2022.

En presse écrite, les portraits de la campagne seront publiés dans les médias nationaux, régionaux et d'outre-mer.

Pour la campagne d'affichage, les espaces DOOH (Digital Out of Home) des rues et commerces, gares et entreprises seront également activés sur l'ensemble du territoire. Les espaces d'information au sein des entreprises seront aussi mobilisés lors de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, du 15 au 21 novembre.

En digital, le display et les réseaux sociaux complètent la visibilité des films qui seront utilisés en relais et viendront enrichir le contenu sponsorisé, grâce aux coulisses de la campagne.

En ligne, la campagne sera diffusée sur les plateformes vidéos telles que YouTube et Twitch, sur les plateformes Catch-Up TV telles que MYTF1, France.tv et 6Play, ainsi que sur les plateformes Social Media telles que Facebook, Instagram, Snapchat et TikTok.

Pendant les vacances de Noël, la campagne sera diffusée dans les cinémas pour toucher les jeunes et les familles.

Enfin, 2 partenariats éditoriaux, réalisés avec Gulli et Konbini, viennent compléter le plan média avec des portraits et témoignages de personnes en situation de handicap.

L'ensemble des réseaux est mobilisé pour relayer cette campagne. Un partenariat spécifique avec le ministère de l'Éducation nationale sera mis en place afin de sensibiliser les plus jeunes.

UN PLAN D'ACTIONS PUISSANT



Outils de la campagne



Retrouvez tous les éléments de la campagne, dont les coulisses sur :

→ <http://handicap.gouv.fr/voyons-les-personnes-avant-le-handicap>

Disponible à partir du 18 octobre.



Renforcer la présence dans les médias

Selon le dernier baromètre CSA, la représentation du handicap reste toujours très marginale sur les écrans : **seulement 0,61 % du total des individus indexés, en 2020, est perçu comme étant en situation de handicap.**

Pourtant, une véritable participation des personnes passe aussi par une meilleure représentation dans les médias. Il s'agit donc de poursuivre le travail de fond afin que la représentativité audiovisuelle soit davantage le reflet de la population française.

Dernière grande opération en date, « Jouons ensemble » a été organisé par le CSA du 17 au 23 mai 2021, en partenariat avec le Secrétariat d'État auprès du Premier ministre chargé des Personnes handicapées, le ministère chargé des Sports, et le Comité Paralympique et Sportif Français (CPSF) pour inciter les médias à valoriser les parcours inspirants des para-athlètes et démontrer également que le sport est un formidable vecteur de lien social et de transformation vers une société plus inclusive.

Pour compléter les actions ponctuelles, depuis décembre 2020 le CSA a mis en place un comité de rédaction avec pour mission d'accompagner les médias audiovisuels pour mieux identifier les attentes des personnes handicapées et de leurs proches, notamment dans l'usage des mots justes. Le comité de rédaction propose également régulièrement des articles sur les sujets d'actualité liés au handicap et à l'audiovisuel et fait des suggestions d'axes d'actions prioritaires aux rédactions qui le souhaitent.

Le handicap, point d'étape des politiques publiques françaises

En 2021,

52 milliards d'euros

(soit 2,2 % du PIB) de dépenses publiques ont été engagés pour simplifier et améliorer le quotidien des personnes en situation de handicap, autour de **3 objectifs fondamentaux** mis en œuvre depuis le début du quinquennat.

01.

Améliorer l'égalité des chances et l'équité territoriale

02.

Renforcer le pouvoir d'agir et l'accès à la citoyenneté des personnes en situation de handicap

03.

Accompagner, protéger, sécuriser les parcours

Retrouvez l'ensemble du point d'étape « **Le handicap, priorité du gouvernement** » sur :

→ <https://handicap.gouv.fr/point-detape-le-handicap-priorite-du-quinquennat>

Notes



CONTACT PRESSE -
Secrétariat d'État chargé des Personnes handicapées :
seph.communication@pm.gouv.fr

Crédits photos : @DR / Sylvie Lancrenon