



Organiser une conférence : « Lutter contre le harcèlement à l'école »

Contexte

Plus de 10% des élèves se disent victimes de harcèlement à l'école. Une situation qui a un impact direct sur la santé physique et psychique des élèves, tout comme sur leur scolarité.

C'est désormais un des objectifs de l'Education nationale que de lutter contre le phénomène et d'améliorer de façon globale le climat scolaire.

- par des actions de sensibilisation auprès des adultes et des élèves
- par des outils pour agir en cas de harcèlement

RDV

Depuis la rentrée 2015, une journée nationale consacrée à la lutte contre le harcèlement à l'école : **le 1^{er} jeudi suivant les vacances de Toussaint**

En savoir plus :

Site ressources : <http://www.nonauharcèlement.education.gouv.fr/>

Campagnes de sensibilisation

Concours annuel auprès des établissements scolaires et périscolaires pour la réalisation de campagnes de sensibilisation (affiches, clips)

Conférence :

Une conférence est un projet qui se caractérise par

1. son caractère événementiel (réalisation dans un temps très déterminé)
2. son message (diffusion d'une information)
3. son public (présence, accueil et réception du message)

Les enjeux de l'organisation :

- la communication, pour que le public soit réceptif
- le message, pour que l'information soit comprise

Attention :

Une conférence n'est pas un projet qui va régler un problème de harcèlement dans un établissement spécifique, ou une méthode thérapeutique qui assure le suivi et l'accompagnement des victimes. Si vous êtes dans un contexte local où vous connaissez d'un fait de harcèlement récent, patientez afin que la conférence ne soit pas une réaction à chaud à l'événement !

Votre atout pour la réalisation du projet : le **planning**

Organisez votre projet en fixant sur papier les tâches à réaliser de façon chronologique

Memento :

1. Public

La première question à se poser avant de se lancer : à quel public souhaite t'on s'adresser ? parents d'élèves, personnels d'établissement scolaire, infirmier-e-s, éducateurs sportifs, grand public... ?

Le message dépendra du public choisi :

- discours-expert (psychologue, juristes, ...)
- discours-témoignage (vécu personnel, vécu d'établissement...)
- discours-mixte (table-ronde proposant différents points de vue de différents acteurs, par exemple d'experts et de témoins)
- discours-interactif (temps laissé au débat et aux questions du public)

Pensez y : si vous vous adressez à un public plus directement concerné (par exemple personnel scolaire ou parents d'élèves) le temps d'échange et de débat sera d'autant plus important

2. Intervenant

Première tâche pour pouvoir organiser une conférence : trouver un intervenant.

- chaque académie possède un référent harcèlement
- les services de gendarmerie ont des spécialistes des questions jeunesse, et également des spécialistes des nouvelles technologies pour ceux intéressés plus particulièrement par le sujet du cyberharcèlement
- des associations Familles de France se sont déjà emparées du sujet et ont organisé des conférences : mutualisez les compétences et faites appel à leur savoir-faire

Le message sera impérativement précisé en accord avec l'intervenant. Parlez également avec lui du lieu et du matériel (taille / micro / projections ?)

Pensez y : internet fourmille d'informations, et vous pouvez peut-être y trouver des conférenciers, et même visionner des vidéos de leurs interventions afin de vous en faire une meilleure idée

3. Lieu et horaire

Règle de base : trouver un lieu de taille adaptée au public attendu

Lorsque l'on s'adresse à un public adulte, qui travaille en journée, il va de soi qu'un RDV en soirée est plus adapté.

Petit plus :

- conférence en soirée : la journée est un peu longue... un temps convivial, une collation, est souvent bienvenue
- plus en journée : pour ceux qui ont plus de projet, une conférence en soirée peut idéalement être précédée par une intervention en établissement auprès des jeunes en journée (un moyen sûr de faire venir les parents à la conférence du soir)
- éviter les événementiels multiples : une conférence sur le même sujet ou avec le même conférencier a t'elle été organisée récemment ? un match de foot, de rugby... est il programmé à la télé ? un autre événement local a t'il lieu ? ... des questions essentielles à vous poser : veillez à ce calendrier ou vous risquez de vous trouver devant une salle vide.

Pensez y : un lieu, fonction de la taille, peut coûter cher. D'où l'utilité de mobiliser des partenaires, notamment ceux ayant des espaces disponibles pour ce type d'événements (point 4)

4. Partenaires

- les établissements scolaires
- les services académiques
- les associations de parents d'élèves
- le REAAP
- la Caf
- la mairie

Un partenaire peut vous aider à différents niveaux : faire venir du public, trouver une salle, trouver un conférencier, fournir le matériel nécessaire, communiquer, financer le projet...

Jouez le jeu : prévenez vos partenaires et négociez vos partenariats bien à l'avance de l'événement.

Conseil : pensez toujours et en premier lieu à vos partenaires actuels, puis en fonction des besoins cherchez en de nouveaux. Notez sur papier dans une première colonne l'ensemble de vos moyens, dans une seconde l'ensemble de vos besoins, et notez où doit intervenir le partenaire (idem pour budgéter le projet)

5. Information

Affiche / tract : ils vous servent à annoncer la conférence. Ils contiennent toutes les informations pour pouvoir s'y rendre et doivent impérativement répondre aux questions :

- qui ?
- quoi ?
- quand ?
- où ?

N'oubliez pas les logos : le votre, ceux de vos partenaires, et avant l'esthétisme visez la lisibilité !

Conseil : les coûts d'impression peuvent être importants, mais on peut tout à fait imprimer en noir et blanc sur papier de couleur. Si en noir et blanc, pour une meilleure lisibilité mieux vaut ne pas surcharger vos affiches.

6. Communication

La communication, c'est la recherche du public. Tous les moyens sont bons : on utilise les partenaires, d'autres réseaux d'acteurs, les nouvelles technologies... On peut également voir large et élargir aux localités ou aux établissements environnants.

Pour se faire une idée du nombre de personnes qui seront présentes, on peut désigner un contact et demander aux personnes intéressées de s'inscrire.

Conseil : on suit et on évalue son projet. Articles de presse, fiches d'évaluation, photos, nombre de participants : communiquez précisément avant - et après - l'événement.