

■ INITIATIVE RÉSEAU

Campagne institutionnelle, là où ils veulent bien de nous



Beau succès pour la nouvelle campagne institutionnelle de l'APF dédiée à l'accessibilité. Délégations et établissements la font vivre à travers leurs blogs mais aussi par des modes d'affichage, de diffusion ou de manifestations originaux.

Le slogan, « *Supprimons les obstacles qui paralysent* », a fleuri sur les blogs à grand renfort d'affiches et de spot télévisé. Sur ceux des délégations, bien sûr, mais aussi parfois sur les sites des mairies et ceux des conseils généraux, comme dans le Gers. Car le réseau de l'APF n'a pas ménagé son énergie pour faire vivre la nouvelle campagne institutionnelle. Trouvant parfois des solutions originales pour en diffuser les supports.

Ainsi, la délégation de Seine-Maritime a-t-elle commandé 250 affiches A3 pour les envoyer à ses adhérents. « *Nous leur adressons avec un courrier d'accompagnement pour les guider dans leur choix d'affichage, chez un commerçant ou chez leur médecin*, explique Charlène Maturel, chargée de mission. *De cette façon, nous sommes*

sûrs d'avoir au moins 250 affiches installées dans le département. » Autre initiative, celle de la délégation de Savoie qui a obtenu un affichage à l'intérieur des bus d'Aix-les-Bains avec un renouvellement début 2013, mais aussi à l'arrière des bus de Chambéry. Opération pour laquelle il a fallu un nouveau format d'affiches, mais qui a été habilement négociée avec la régie Clear Channel.

Dans la même ville, le plus grand centre commercial a mis les affiches sur ses portes et le spot TV sur son réseau interne.

Le bon moment pour dire que cela ne va pas assez vite

Il y a aussi les délégations qui entretiennent d'excellentes relations avec les collectivités locales. Celle des Yvelines a ainsi pu s'appuyer sur un partenariat avec la communauté de communes de Saint-Quentin pour disposer gratuitement de 200 panneaux Decaux. Même chose pour les Alpes-Maritimes qui avaient obtenu 150 emplacements dans les abris-bus l'an passé et visaient le même objectif pour la nouvelle campagne. Avec pour petit bémol de demander de l'espace gratuit à des mairies qu'un des visuels cible. « *Mais ils sont aussi nos partenaires pour le baromètre départemental de l'accessibilité*, dit Olivier Khouberman, directeur adjoint de la délégation. *Donc, la campagne arrive au bon moment pour dire que cela ne va pas assez vite.* »

Même constat au foyer APF Gabrielle Bordier dans les Deux-Sèvres, qui fait partie de la commission intercommunale d'accessibilité de Parthenay et qui s'est donc appuyé sur cette instance pour sensibiliser la mairie et la communauté de communes avec un appui plus fort sur les services d'urbanisme et le pôle Cœur de cité qui accompagne les commerçants. « *Nous sommes une cité d'art et d'histoire où la mairie a une porte classée. Ce qui l'embête beaucoup. Alors, la campagne, c'est le petit clin d'œil !* », dit Gilles Tapin, animateur du foyer.

Illustrer les orientations politiques et manifester

Les Esat ne se sont pas privés non plus de commander des affiches. « *C'est une manière de rendre l'APF présente dans les locaux, d'illustrer auprès des usagers les orientations politiques de l'association* », explique Denis Vivant, directeur de l'Esat de Quetigny (Côte d'Or), par ailleurs membre du groupe d'initiative nationale « L'île aux projets ». Les visuels lui servent donc également à animer les sessions de mobilisation des acteurs de la vie associative.

De même, certains entendent bien se servir de la campagne pour militer. « *Nous allons utiliser les affiches pour des événements comme Jazz in Marciac. Mais aussi certainement en début d'année pour interpeller les élus dans le Gers et pourquoi pas tout Midi-Pyrénées en dénonçant les propos de Mme Carlotti sur l'accessibilité* », disent ainsi Isabelle Puech et Anne-Marie Nunes, directrice de délégation et représentante départementale du Gers. ■