

## **BONNE PRATIQUE 44**

### **GRÈCE - PROPOSITION DE PROJET : « JE SUIS ROM : CHANGER LES MENTALITES »**



Region Crete  
Municipality Heraklion  
Action type

**PROPOSITION DE PROJET : « JE SUIS ROM : CHANGER LES MENTALITES »**

Level of the good practice éprouvée



ΔΗΜΟΣ  
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

**ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ**  
**«Ο Εορτασμός της Άνοιξης»**  
**Παρασκευή 18 Μαΐου 2012**  
**στις 10.00π.μ. έως 14.00 μ.μ.**  
**στο ΑΙΘΡΙΟ της ΛΟΤΖΙΑ**



*«Τα παιδιά μας αλλάζουν τον κόσμο...»*  
*Ζούμε μαζί*  
*Ζούμε αρμονικά*

ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ  
'Fundamental Rights and Citizenship' (2007-13),  
"I AM ROMA, CHANGING MINDSETS"

Οργάνωση – Διαχείριση  
Τμήμα Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων Δήμου Ηρακλείου

Το πρόγραμμα χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή



Contact organisation

**Municipalité d'Heraklion**  
**(Service des programmes européens et**  
**Service des politiques sociales)**

*Mme Despoina Syggelaki*

*Adjointe au maire*

*Tél. : +30 6 977778728*

[dsyggelaki@hotmail.com](mailto:dsyggelaki@hotmail.com)

Themes Sensibilisation, Questions roms en général, Egalité des chances

Keywords campagne, participation

Duration (start/end) 01/02/2011 - 31/01/2013

In progress Non

Scale locale

Context

***Public cible : écoles locales – communauté locale***

***Cadre juridique et institutionnel : au niveau de la commune***

***Taille et diversité de la population rom concernée par l'action : la population rom d'Heraklion est composée essentiellement de trois grands groupes :***

- 1. les citoyens grecs roms résidents permanents de la commune (qui vivent dans le campement ou dans des maisons en ville) ;**
- 2. les citoyens grecs roms d'autres régions du pays qui viennent vivre et travailler à Heraklion et aux alentours pendant un certain temps chaque année, et**
- 3. les immigrés roms, qui sont le plus souvent originaires d'Albanie, moins de Bulgarie, ou d'autres pays (comme la Roumanie).**

## Description

### **Campagne de sensibilisation et de lutte contre la discrimination envers les Roms**

#### **1. a. Création d'un DVD et d'un spot télévisé faisant passer un message social contre la discrimination**

#### **b. Diffusion (du spot télévisé) sur les chaînes locales, dans les journaux locaux, dans les journaux sur internet**

#### **2. Festival « La fête du printemps » :**

##### **- Actions et jeux entre enfants**

##### **- Représentation musicale**

##### **- Enregistrement vidéo (montage)**

##### **- Buffet pour les enfants**

##### **- Affiche du festival**

**3. Affiches, brochures, tee-shirts avec un message social contre la discrimination. Les affiches ont permis d'informer les habitants d'Heraklion de la tenue du festival, les brochures ont véhiculé les principaux messages du projet et présenté les événements à venir, et des tee-shirts ont été distribués à tous les élèves ayant participé au festival. Des tee-shirts seront aussi donnés aux élèves lorsque le DVD sera présenté dans les écoles primaires. Les brochures seront également disponibles dans le kiosque dans le cadre des recherches sociales.**

#### **4. Recherches sociales et kiosque :**

##### **- Questionnaires**

##### **- Recherches**

##### **- Rapport final**

##### **- Distribution de brochures**

#### **5. Présentation du DVD aux élèves des écoles primaires.**

Partners institutions européennes, local ou régional, Société civile, y compris communauté rom, autre  
Other CD

If the action was developed within the framework of a European project

PROGRAMME SPECIFIQUE : DROITS FONDAMENTAUX ET CITOYENNETE 2007-2013

PROJET : « JE SUIS ROM : CHANGER LES MENTALITES »

Does the policy respond to a EU request and/or refer to EU Directive ? Non  
Method used

Financement de la Commission européenne.  
Participation

**Un représentant rom a participé aux réunions de l'équipe locale**

**Une ONG rom s'est rendue à Heraklion et a participé à une réunion**

**Des Roms ont participé à la création du spot et du DVD**

Results obtained

Un certain nombre d'écoles publiques ont reçu le DVD, qu'elles ont diffusé aux enfants des classes

- Un certain nombre de personnes ont mené à bien les recherches sociales
- Un spot télévisé contenant un message a été diffusé (indicateur de qualité : sensibilisation de la société)
- Le festival « La fête du printemps » a été organisé (indicateurs de qualité : sensibilisation des enfants et nombre d'écoles participantes)

Long-term perspectives and sustainability of the action

## **Poursuivre la démarche de diffusion et de sensibilisation**

Evaluation process

Evaluation informelle réalisée lors du Second atelier d'échanges transnationaux en mai 2012 par les partenaires et lors de la Conférence finale en janvier 2013 par les participants

Action validated as a good practice by

Commission Européenne DG Justice.

La Décision du Conseil de l'Europe [2007/252/EC](#) du 19 April 2007 établi pour la période 2007-2013 le Programme Speciale " Droits Fondamenteaux et Citoyèneté . Le Programme favorise le développement d'une société basée au respect des Droits fondamentaux.

Validated by Commission européenne

Diffusion resources publication ou rapport, matériel

Material DVD <http://www.youtube.com/watch?v=6dpBjkdPQ6c> SPOT (pièce jointe au courrier électronique)

Action type

## **PROPOSITION DE PROJET : « JE SUIS ROM : CHANGER LES MENTALITES »**

COE Good Practices and Policies

<http://goodpracticeroma.ppa.coe.int/>

Mercredi, Avril 24, 2013 - 14:20