

#sharethecolor

partage la couleur
et soutiens, toi aussi,
les diversités de genres
et de sexualités.

deel de kleur met
elkaar en zet je in
voor gender- en
seksuele diversiteit

#sharethecolor
dossier
de presse

www.sharethecolor.brussels



[be.equal.be.brussels](https://www.facebook.com/be.equal.be.brussels)



[equal.brussels](https://www.instagram.com/equal.brussels)

#sharethecolor

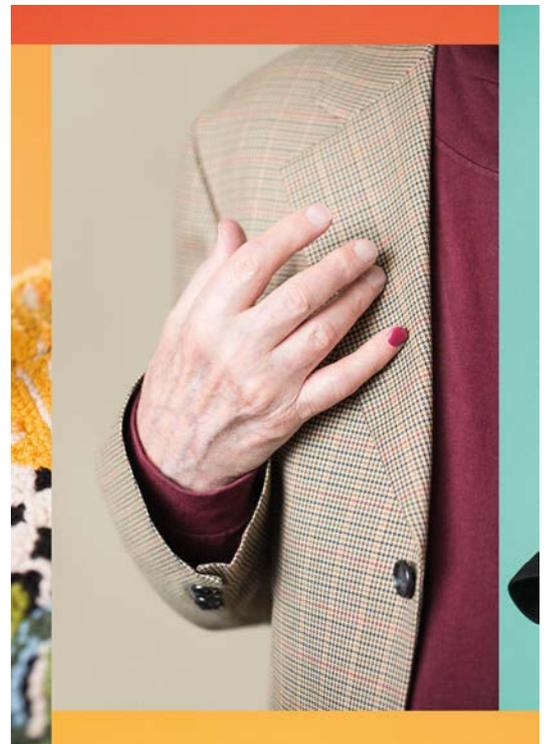
1

La secrétaire d'Etat à l'égalité des chances Bianca Debaets et equal.brussels, la direction de l'égalité des chances du Service Public Régional Bruxellois, sont heureux de vous présenter la nouvelle campagne en vue d'améliorer le vivre-ensemble bruxellois : #sharethecolor

#sharethecolor est une campagne de sensibilisation qui s'inscrit dans le plan d'action 2017-2020 en matière d'orientations sexuelle, d'identités et d'expressions de genre approuvé par le Gouvernement Bruxellois.

Cette campagne vise à sensibiliser durablement la population bruxelloise dans le but :

- de combattre les stéréotypes et briser les tabous touchant spécifiquement la "communauté" LGBTQI+ (lesbienne, gay, bisexuel, le, trans*, queer, intersexué.e, ...);
- de promouvoir le respect pour les diversités d'orientations sexuelles, identités et expressions de genre;
- de rappeler leurs droits aux victimes de discriminations, harcèlements ou quelconque forme de violence et leurs moyens d'action pour faire valoir ces droits;
- d'interpeller les témoins de violences et de discriminations afin de les amener à réagir de manière adéquate et à manifester leur soutien.



1. contexte

2

A. quelques chiffres sur la ténacité des stéréotypes et tabous en Belgique

En 2016, à la demande de UNIA, une grande enquête a été menée en Belgique par l'institut de sondage IVOX auprès de 1000 personnes sur la perception sociale de l'homo/bisexualité et les attitudes envers les personnes LGB. De celle-ci sont ressorties ces quelques statistiques éloquentes :



des personnes interrogées ne trouvent pas naturel du tout les relations sexuelles entre personnes de même sexe.



des sondés estiment que voir deux personnes du même sexe marcher dans la rue main dans la main pose un problème sociale.



des répondants ne sont clairement pas d'accord avec l'idée que les enfants devraient apprendre à l'école qu'une relation homosexuelle est équivalente à une relation hétérosexuelle.



des sondés disent expliquer clairement à leurs enfants que les relations hétérosexuelles représentent la seule norme.



des répondants ont un problème à voir leur chef ou leur collègue venir avec son compagnon ou compagne du même sexe à une fête du personnel.

Selon les commanditaires de ce sondage, cela traduit, malgré un cadre législatif avancé et une acceptation sociale qui évolue positivement, le chemin qui reste à parcourir. Car si l'homosexualité est davantage tolérée, elle n'est pas encore suffisamment acceptée.

B. la violence LGBTQI+phobe, encore bien trop présente

Il n'y a pas besoin de retourner bien loin dans le passé pour en donner un exemple concret. Le 14 avril dernier, un couple de deux hommes qui se promenait à pied dans le centre de Bruxelles s'est fait violemment agressé par un groupe de jeunes. Insultées et harcelées, les deux victimes ont fini par se faire également molester par leurs agresseurs. Trois personnes LGBT sur dix ont été victimes de violences physiques graves dans leur vie. C'est pourquoi la secrétaire d'État Bianca Debaets a lancé un plan d'action en octobre 2017, avec 28 actions

(formation de la police, renforcement de la législation antidiscrimination, campagnes de sensibilisation, etc). #sharethecolor relève également ce défi de mettre fin aux violences.

Cette attaque à caractère homophobe rappelle qu'aujourd'hui encore dans notre pays, les personnes des "communautés" LGBTQI+ ont plus que jamais besoin du soutien de chacun.e des citoyens pour pouvoir vivre librement et sereinement au quotidien.

2. un concept viral et incitant #sharethecolor

A. pourquoi #sharethecolor?

Le concept #sharethecolor vise à interpeller et à rassembler la population bruxelloise derrière des valeurs d'ouverture et d'engagement pour soutenir les diversités sexuelles et de genres. Par le biais de ce hashtag qui symbolise la campagne, se traduisent deux éléments essentiels :

- le partage comme volonté d'ouverture, d'échange et de mixité, mais également comme incitant à l'action. Partager, c'est accepter de faire un geste vers l'autre, de le valoriser avec ses différences;
- la couleur en tant qu'ensemble vaste, nuancé, et singulier dans sa diversité. Un élément rassembleur qui permettra, durant la durée de la campagne, de jouer avec les nuances de toutes les couleurs, pour montrer à quel point il existe une multitude de modèles existants et célébrant la diversité.



Au travers de ces deux thèmes rassemblés, le but de la campagne est donc de trouver de nouveaux·elles allié·e·s parmi les citoyen·ne·s bruxellois·es, de parler à celles et ceux qui pensent que les discriminations LGBTQI+phobes ne les concernent pas, leur rappeler que cela pourrait impliquer des membres de leurs familles, certains de leurs ami·e·s, des voisin·e·s ou encore des collègues.

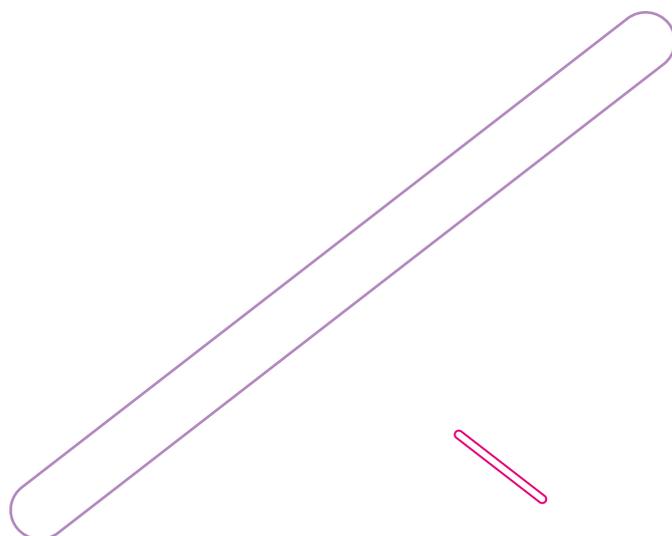
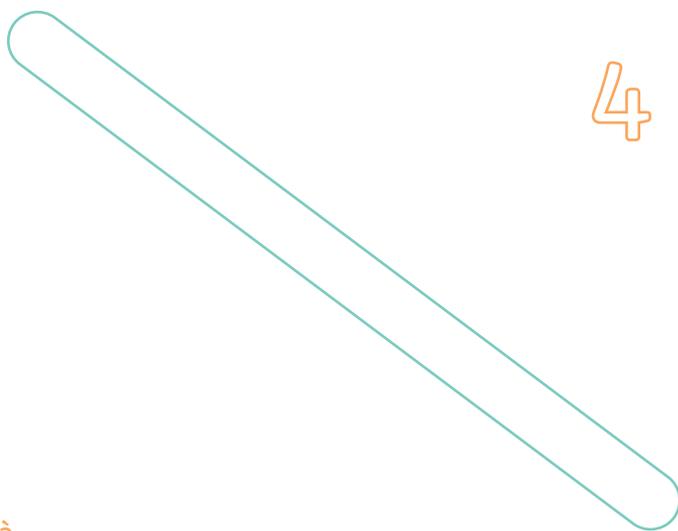
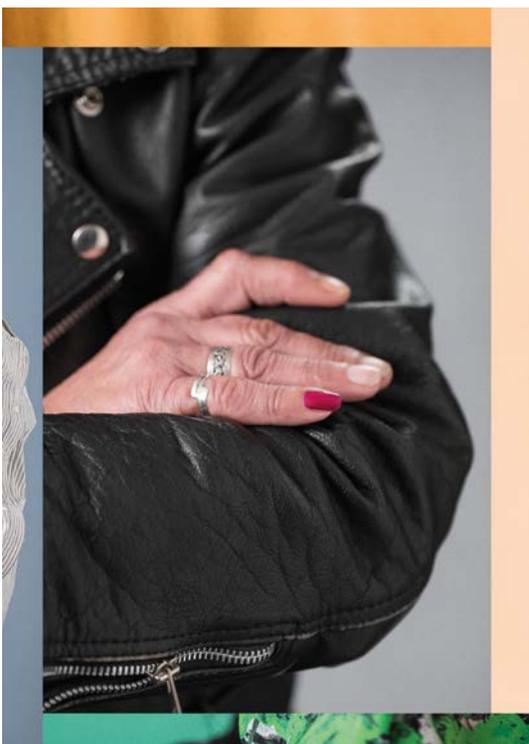
B. un signe d'engagement au bout du petit doigt

Pour démontrer son engagement et son attachement à une cause, quoi de mieux qu'un signe distinctif puissant ?

Pour cette campagne, celui-ci prendra la forme d'un seul ongle de la main coloré à l'aide d'un vernis ou d'un colorant. Et pas n'importe lequel ! L'auriculaire !

Discret mais visible, il attire l'attention et lance les conversations. De quoi permettre à son.sa porteur.euse d'affirmer ouvertement qu'il.elle célèbre, partage et agit dans son quotidien en faveur de la diversité d'orientations sexuelles et qu'il.elle en est un ambassadeur.drice, pour créer autour de lui.elle de nouveaux relais de la cause.

Cet ongle vernis est également un signal visuel, facilement partageable sur les réseaux sociaux à l'aide d'un selfie ou d'une photo de groupe, le tout évidemment accompagné du hashtag #sharethecolor



3. une campagne multi-plateforme #sharethecolor

A. des influenceurs de renom comme ambassadeur.drice.s

Vous n'avez pas pu les rater sur les réseaux sociaux, ces derniers jours, de nombreuses grandes figures ont posté sur leur page une photo un peu énigmatique avec leur ongle coloré et le hashtag de la campagne #sharethecolor en guise de légende.

Cette opération visait à créer un teasing autour de la campagne, mais surtout à montrer l'implication de ces différentes personnalités à l'égard de la cause défendue par #sharethecolor (Vous pouvez d'ailleurs retrouver sur une page annexe de ce dossier l'ensemble des personnages publics qui y ont participé)

Ce superbe signal a permis d'attirer l'attention de tout le public vers les messages de la campagne, lesquels seront diffusés largement et dans leur intégralité à partir d'aujourd'hui.

B. des témoignages vidéos forts et sensibilisants

Durant la campagne, dix vidéos témoignages seront diffusées sur les réseaux sociaux via les pages d'equal.brussels. Ces dernières, qui vous sont présentées lors de cette conférence de presse, mettent chacune en scène une ou deux personnes directement impliquées, d'une manière ou d'une autre, par les thématiques de la campagne. Dix profils uniques, de tous les âges, de toutes les professions, certain.e.s appartenant aux communautés LGBTQI+, d'autres devenu.e.s leurs alli.e.s grâce à leurs actions bienveillantes.

Dans ces vidéos, chacun.e transmet, face caméra, un message vibrant basé sur leur expertise, leurs observations et leur vécu. Des instants de vie forts et implicants qui visent à marquer durablement les esprits par rapport aux causes défendues par la campagne.

“Je suis particulièrement fier des beaux témoignages de ces fortes personnalités. Nous avons une très grande communauté LGBTQI + à Bruxelles. Sur les quelque 200 associations belges LGBTQI +, plus de 50 sont basées et actives dans la région de Bruxelles. Nous leur devons d'être des pionniers et de garantir l'égalité des droits pour tous. Notre diversité est un enrichissement pour notre région et notre société. #sharethecolor est le reflet de cette volonté “

Bianca Debaets



C. une campagne d'affichage attractive et marquante

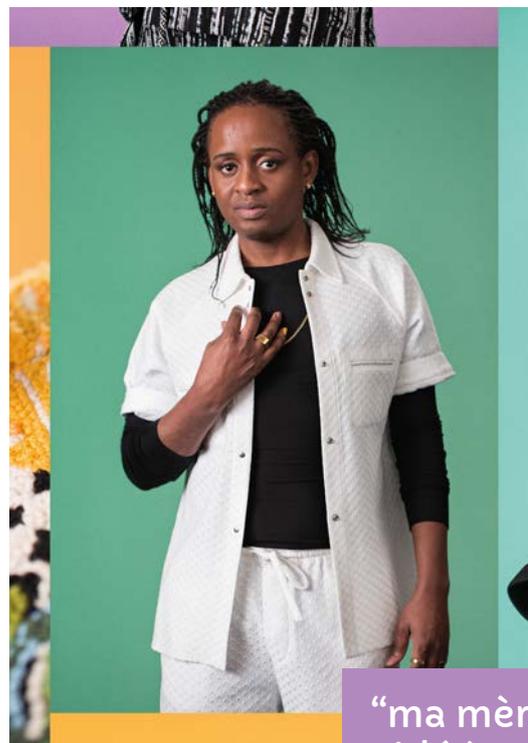
Parallèlement à la publication des vidéos, une campagne d'affichage à Bruxelles pendant une semaine aura lieu avec des affiches de 2m² reprenants :

- dix photos-portraits stylisés et colorés reprenant chacun une ou deux des onze personnes impliquées dans les vidéos, le tout accompagné d'une phrase marquante issue de leur témoignage
- trois photos "zoom" reprenant des mains arborant le signe distinctif de la campagne, à savoir l'ongle du petit doigt verni et le slogan de la campagne "partage la couleur et soutiens, toi aussi, la diversité de genres et de sexualités".



Loup, jeune mec transgenre français, 24 ans, dont l'école lui a permis d'utiliser son prénom social et un pronom adapté à son identité, lui proposant même un diplôme symbolique.

"j'ai la chance que mon école soit un lieu sûr pour les personnes transgenres"



Albéric, réfugié burundais homosexuel, il a rencontré en Belgique "Maman Nicole" qui a énormément œuvré pour son émancipation et lui a permis de reprendre contact avec sa famille biologique.

"ma mère de cœur m'a aidé à accepter mon homosexualité et à renouer avec ma famille"

“mon meilleur ami
m’a aidé à me sentir
fière d’être transgenre,
aujourd’hui le monde me
voit telle que je suis”



Yasmine, femme transgenre d’origine nord-africaine, 37 ans, profondément soutenue par son meilleur ami dans l’acceptation de qui elle est vraiment.



Rachael, militante afro-féministe anglaise, bisexuelle, qui a reçu beaucoup de soutien de la part de ses amis hétéros quant à son orientation sexuelle.

“le soutien de mes
ami.e.s hétéros m’a
permis d’assumer ma
bisexualité”



Gilbert, heureux arrière grand-père d’un petit garçon qui a deux papas, 86 ans, il a toujours soutenu les personnes LGBTQI+, notamment en milieu scolaire.

“je suis le fier
arrière-grand-père
d’un petit garçon qui
a deux papas”

“je suis militante lesbienne et mon père a soutenu mon combat jusqu’à son dernier souffle”



Nikki, femme lesbienne de 70 ans, militante notoire qui a toujours été soutenue par son père dans sa vie amoureuse comme dans son engagements pour les LGBTQI+.



Ariane, 40 ans, elle a ouvert la seule librairie LGBTQI+ actuelle à Bruxelles, favorisant les ouvrages à destinations des femmes lesbiennes et bisexuelles.

“je tiens une des seules librairies bruxelloises qui valorisent la culture des homos, bi et trans”



Eve, soeur d’un garçon homosexuel et séropositif, elle s’est depuis engagée en devenant bénévole dans une association de promotion de la santé sexuelle.

“j’ai toujours soutenu mon frère homosexuel, et ce, à travers un engagement associatif”

“nous sommes frères, transgenres, et notre papa nous appelle *mes fils*”



Camille & Clay, frères l'un transgenre et l'autre non-binaire évoluant dans une famille bienveillante qui a toujours réagi avec humour face à leur identités de genre.



Oumayma, militante féministe qui a défendu durant son adolescence un garçon homosexuel harcelé et esseulé, devenant par la suite son meilleur ami.

“il était harcelé parce qu'il est homosexuel, je n'ai pas hésité à le défendre”

D. des événements “happening” ludiques et implicants

Ces événements, qui se dérouleront dans les rues de Bruxelles et dans des lieux publics, viseront à sensibiliser les passant.e.s :

- aux différentes facettes de la problématique via la parole et la distribution de flyers;
- à l'importance de prendre elles.eux aussi faits et causes envers les message de la campagne en se vernissant le doigt et à partager, notamment sur les réseaux sociaux, leur prise de position claire contre les discriminations et les stéréotypes liés aux communautés LGBTQI+.

Ces happenings auront lieu pour la plupart lors de grands événements à savoir:

- aujourd'hui, après la conférence de presse. Ce sera l'occasion pour les personnes présentes qui représentent cette campagne de montrer elles-mêmes leur volonté de s'engager en tant qu'individu au soutien de la diversité de genres et de sexualité.
- le 19 mai, lors de la Belgian Pride. L'événement festif international, rassemblant environ 100 000 personnes qui vise à exprimer la diversité des genres et des sexualités dans l'espace public en portant les revendications des communautés LGBTQI+
- le 17 mai, lors de la Journée Internationale de lutte contre l'Homophobie, la Transphobie et la Biphobie (IDAHOT) et lors de la marche en hommage à Ihsane Jarfi.

Pour rappel, ce jeune homme de 32 ans a été lâchement torturé puis assassiné en 2012, par quatre hommes en raison de son orientation sexuelle. La marche, en 2018 organisée le 17 mai depuis la Place de la Monnaie à Bruxelles à partir de 17h, est donc un moment hautement symbolique de lutte contre les discriminations et violence à l'encontre des personnes LGBTQI+

Cette campagne d'intérêt général est le fruit d'un partenariat très ambitieux entre :

La RainbowHouse Brussels, composée de 58 associations-membres œuvrant pour l'émancipation des personnes LGBTQI+ sur la Région de Bruxelles-Capitale. Elles se regroupent soit sur base d'un type d'activité (cinéma, sport, chorale, activisme, culture, société, etc.) soit sur un public en particulier (population issue de la migration, ,, personnes transgenres, femmes bisexuelles et lesbiennes, féministes, personnes ayant un handicap, etc.). Elle est également considérée par ses partenaires associatifs comme étant le relais le plus important pour la visibilité du réseau et de ses revendications au niveau des médias, des institutions politiques et des partenaires de projet.

The Flying Fish, une nouvelle agence de création d'idées et d'histoires basée à Bruxelles. Composée d'un ex-journaliste de la RTBF et de RTL-TVI et d'un spécialiste de la communication corporate et de crise, cette jeune entreprise mobilise son expertise pour soutenir des projets ayant un impact positif dans la société. The Flying Fish offre ses services tant en termes de storytelling que de contenus audiovisuels, relations presses, com' digitale et réseaux sociaux, com' d'entreprise et gestion de campagne.

Kidnap Your Designer, un studio de création graphique basé à Bruxelles animé par Caroline Dath et Damien Safie tous deux issus de l'Erg. Le studio s'est spécialisé dans la mise en place d'identités visuelles dans les domaines de la culture, l'architecture, du design, de la musique, du cinéma, du théâtre et de l'associatif en favorisant une approche conceptuelle inspirée des caractéristiques propres à chaque collaboration. Depuis plusieurs années, ils travaillent également en partenariat avec des associations actives dans le milieu LGBTQI+ (Genres d'à côté, Pink Screens, Exæquo, RainbowHouse, ...). Pour cette campagne de sensibilisation, Laetitia Bica vient renforcer l'équipe en signant les photographies et Martin Landmeters (réalisateur de la Théorie du Y), la réalisation des vidéos.

E. un site web carrefour

Enregistré sur le nom de domaine www.sharethecolor.brussels, il joue le rôle de plateforme où se croisent l'ensemble des axes de la campagne de sensibilisation.

Ce site est à la fois :

- capable d'attirer et de rediriger les visiteurs vers les différentes facettes de la campagne;
- développé sous la forme d'un portail simple, léger et facilement lisible, y compris sur smartphone;
- décliné en Français/Néerlandais;
- composé de liens vers les pages des différentes structures publiques d'aides permettant à toutes personnes victimes de discriminations et d'agressions à caractères LGBTQI+ phobes de recevoir des conseils et un suivi juridique adéquat.

www.sharethecolor.brussels



[be.equal.be.brussels](https://www.facebook.com/be.equal.be.brussels)



[equal.brussels](https://www.instagram.com/equal.brussels)

pour toutes informations et demandes d'interviews, n'hésitez pas à contacter:

François Genette (FR)
fg@theflyingfish.be
+32 479/75.55.44

François Toussaint (NL)
ft@theflyingfish.be
+32 479 51 08 73

RainbowHouse Brussels
frank@rainbowhouse.be (NL)
oliviero@rainbowhouse.be (FR)
+32 2 503 59 90

equal.brussels 
gelijke kansen | égalité des chances