

ACTEURS DU CHANGEMENT

Impact Journalism Day

« Le Monde » s'est associé à Sparknews et à un réseau de 22 journaux pour le premier « Impact Journalism Day ». Objectif : faire connaître des porteurs de projets différents qui, à leur manière, œuvrent pour une vie meilleure.



DES HISTOIRES AVEC DU SENS, DANS LE SENS DE L'HISTOIRE

C'est bien connu : les journalistes ont du mal à donner des bonnes nouvelles ; du mal à raconter des histoires de réussite ou à parler d'initiatives optimistes. Ils ont été formés ainsi et, pour les plus vieux d'entre eux, ont été échaudés par la mode des « success stories » des années 1980-1990, emportées par la tourmente de la première bulle Internet. Pourtant, tendez bien l'oreille, observez attentivement ce qui se passe. Les choses bougent. Dans les forums et les conférences qui se multiplient, ces derniers

temps, partout en France s'expriment des porteurs de projets d'un nouveau genre. Ils parlent, sans idéologie, sans théoriser et avec des mots de tous les jours, d'initiatives originales, pragmatiques ; ils cherchent avant tout à être utiles, à donner du sens à leur action professionnelle ou entrepreneuriale.

Lors du récent forum *Changer d'ère* à la Cité des sciences à Paris, on les a rencontrés, ces rejetons de la génération Y, ces « Internet natives », sans autre utopie que celle du partage et de l'éthique de la solidarité. Ils ne veulent pas changer le monde avec des grandes idées, ils veulent changer la vie autour d'eux (ou loin d'eux, car c'est une génération

« globale »), avec des idées nouvelles, très concrètes, mélangeant le bricolage et les réseaux, la générosité et les nouveaux médias.

Ces gens-là sont difficiles à repérer. Ils communiquent peu et uniquement quand leur projet fonctionne.

Pour raconter leur histoire, il faut une autre approche journalistique, une curiosité différente – entre les lignes, loin des institutions –, fondée sur des enquêtes, parfois empathiques, certes, mais qui cherchent à mesurer vraiment ce qui est fait, et à le partager. A le faire savoir pour que ça serve... Partout dans le monde, des journaux, des blogs, des sites se lancent dans ce nouveau journalisme pour tenter de repérer des

solutions pour demain qui fonctionnent déjà aujourd'hui, dans tous les domaines, de l'économie à la santé, de l'éducation au loisir, du développement durable au développement tout court.

Ce mouvement mondial, appelé, faute de mieux, « journalisme d'impact » (*impact journalism*), *Le Monde* a voulu en faire partie aux côtés de 21 journaux de cinq continents. Sa force vient en partie du réseau, mais aussi de l'approche différente mise en œuvre – certains parleront même d'éthique.

Cette première édition présentant des acteurs du changement originaux se veut très diverse dans les sujets abordés. Il s'agit de faire pas-

ser l'énergie mesurée dans toutes ces rencontres, à travers de nombreux cas touchant des pays pauvres ou riches, en guerre ou en paix, en crise ou en reprise économique. Les histoires racontées dans les pages qui suivent et sur notre site Lemonde.fr sont volontairement ciblées, limitées en apparence, mais jamais anecdotiques. Certains y trouveront de quoi se ragaillardir un peu, d'autres y repéreront des pistes d'engagement ou de business alternatif.

Regardez autour de vous. Des histoires comme ça, il y en a beaucoup, il suffit de les chercher.

Nous sommes aussi là pour ça. ■ DIDIER POURQUERY



POURQUOI L'IMPACT JOURNALISM DAY ?

Aujourd'hui, partout dans le monde, les lecteurs ont soif d'histoires différentes. Des histoires porteuses d'espoirs, de solutions concrètes, tant au niveau local que global. Ils recherchent les signes d'un changement auquel ils peuvent s'identifier. Un changement qui les fasse réfléchir... et agir.

Ici les médias ont un rôle-clé : alerter et partager ces idées. C'est ce que nous appelons l'*impact journalism* ou « journalisme de solutions ».

Ces sujets sont souvent difficiles à trouver. Comme dit le proverbe, « un arbre qui tombe fait beaucoup de bruit, mais la forêt qui germe, on ne l'entend pas ».

C'est pour cela que Sparknews vient en appui des médias, en dénichant pour eux des histoires qui peuvent changer notre monde.

Nous avons donc proposé aux grands médias le défi de relayer davantage de solutions inspirantes. 22 journaux leaders (*La Stampa*, *Politiken*, *The Times*, etc.) ont répondu à notre appel. Et aujourd'hui, dans 20 pays, 50 millions de lecteurs peuvent découvrir des suppléments consacrés aux solutions. D'autres souhaitent nous rejoindre, et nous prévoyons 100 médias (journaux, télévisions, radio) pour l'édition prochaine.

L'opération est collaborative : l'équipe de Sparknews a préparé une base d'articles originaux, et les journaux, à leur tour, ont trouvé et

partagé des projets innovants dans leur pays. Chaque rédaction a fait une sélection pour ses lecteurs.

Sparknews souhaite que les pages que vous découvrez aujourd'hui soient le début d'une longue aventure ensemble. A l'issue de cette opération, nous réunirons les rédacteurs en chef partenaires pour partager les bonnes pratiques et développer de nouvelles collaborations régulières.

Les médias ont joué le jeu. Et nous ? Nous, citoyens, sommes-nous relais des solutions ? Un père de famille se plaignait de voir son fils décrocher et ne plus avoir confiance dans notre monde... jusqu'au jour où il réalisa qu'il lui parlait toujours de ses problèmes de travail, de la crise ou des scandales politiques.

A défaut d'être journalistes, nous sommes des médias. Nous avons la capacité de transmettre des informations qui élèvent et donnent espoir.

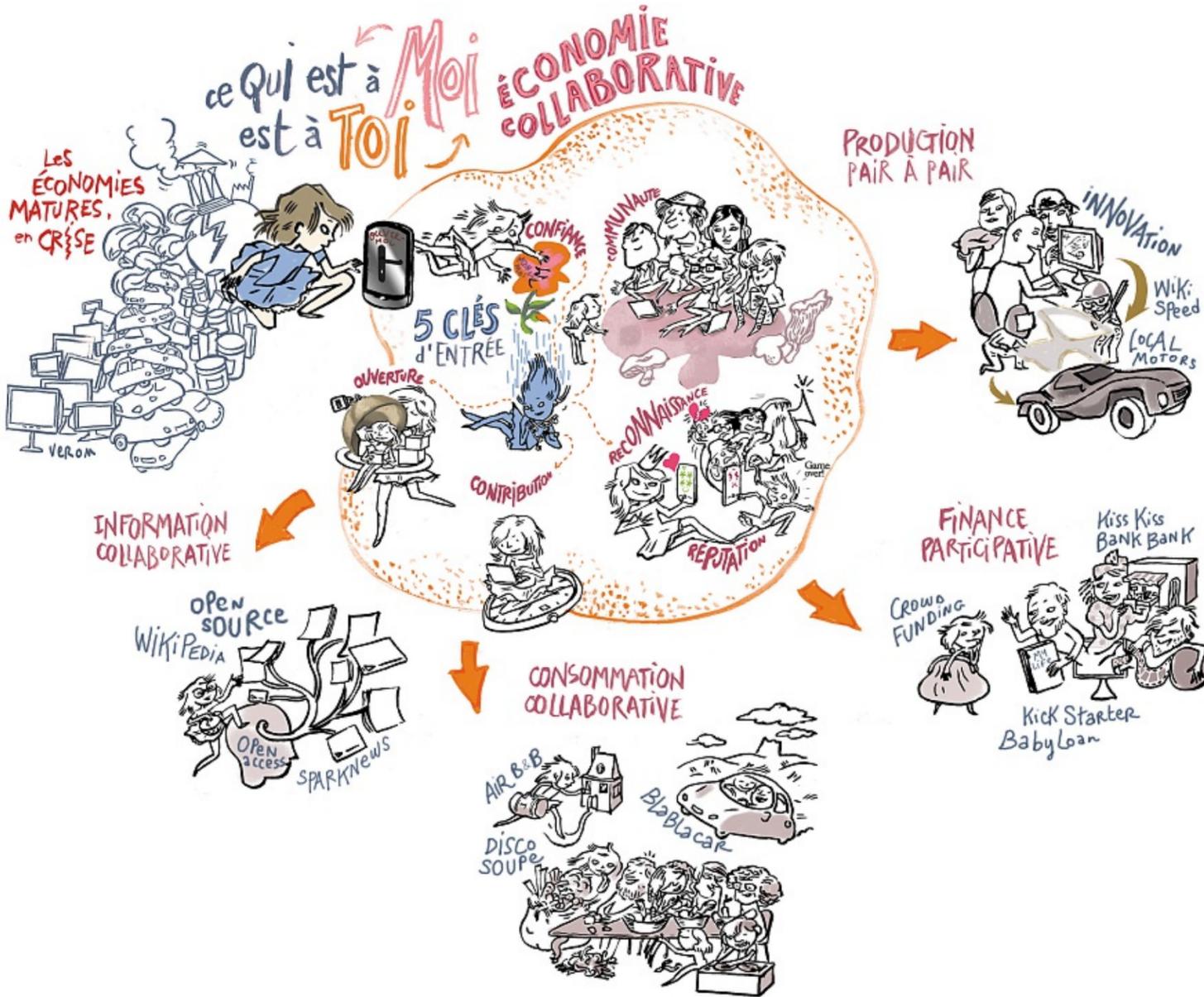
Et si, tout à l'heure, vous montriez donc ces pages à un collègue ? A vos enfants ? Et si vous partagez sur les réseaux une vidéo d'un projet inspirant découvert sur Sparknews ? Et si vous deveniez vous aussi acteur du changement en partageant les solutions ?

Rejoignez-nous sur sparknews.com ou, si vous voulez contribuer : impact@sparknews.com.

Merci, et bonne lecture ! ■

CHRISTIAN DE BOISREDON
FONDATEUR DE SPARKNEWS
cdeboisredon@sparknews.com





Le futur de la consommation sera-t-il collaboratif ?

Partage, revente, troc : le numérique et la crise financière ont généré de nouveaux modes de consommation et d'échange. Un défi constant pour les start-up de l'économie collaborative

Avez-vous déjà entendu parler de la « consommation collaborative » ? Depuis la publication du best-seller de la Britannique Rachel Botsman, *What's Mine Is Yours* (Collins, 2011, non traduit, « Ce qui est à moi est à toi »), qui décrypte la « croissance exponentielle des formes de revente, de location, de partage, de troc, d'échange, permise par les nouvelles technologies et notamment les technologies peer to

peer », le phénomène se diffuse très vite. En avril, à San Francisco, s'est ainsi tenue la seconde édition de The Mesh (« Le Maillage »), un événement organisé par Lisa Gansky, autre pionnière du secteur. Debut mai, le OuiShareFest, premier événement d'ampleur européenne à promouvoir l'économie du partage, a été organisé à Paris. L'événement a réuni trois jours durant des entrepreneurs, des designers, des économistes, des investisseurs... Un mois après, la conférence Le Web, organisée les 5 et

6 juin à Londres, promouvait l'économie du partage. Bref, impossible d'ignorer le phénomène. Et si vous ne voyez toujours pas de quoi il s'agit, les termes covoiturage, auto-partage, couchsurfing, Airbnb, jobbing ou crowdfunding devraient vous parler davantage.

Au total, pas moins d'un millier d'initiatives sont référencées sur l'annuaire du site Collaborativeconsumption.com : « San Francisco, New York, Londres, Sydney, Berlin, Paris, Séoul et Sao Paulo sont les villes où s'observent le plus d'ini-

tiatives », commente Lauren Anderson, cofondatrice du site avec Rachel Botsman. « Les pays les plus dynamiques sont ceux dont les économies matures, en crise, arrivent dans une impasse où austérité et relance économique ne font pas bon ménage. La France est dans le peloton de tête avec un tissu entrepreneurial très dense et à la pointe des usages émergents », estime Edwin Mootoosamy, cofondateur de OuiShare, une communauté internationale de promotion de l'économie collaborative née en France en janvier 2012.

Pour Neal Gorenflo, qui a co-créé le webzine américain Shareable, l'économie du partage est partout, mais avec un visage différent à chaque fois : « Paris est réputé pour son système de vélos en libre-service, un succès qui a suscité un engouement mondial pour le partage de vélo. San Francisco est connu pour l'usage d'applications Web et mobiles facilitant le partage. Mondragon, en Espagne, organisé en une corporation de 256 entreprises, est un exemple de modèle coopératif. Et dans les pays en développement, le partage fait partie des habitudes quotidiennes ! »

Solutions pour temps de crise

Car, si le partage n'a rien de nouveau, le numérique en modifie largement la donne : en privilégiant l'accès plutôt que la propriété et en créant des modèles économiques fondés sur l'optimisation des usages et l'échange entre particuliers, la consommation collaborative propose des solutions aux modes de vie en temps de crise. Les premières start-up du secteur se développent depuis la crise financière de 2008.

Les plus grands succès s'observent notamment dans le secteur de la location entre particuliers. En 2012, la plateforme Airbnb, qui permet de louer l'appartement ou la chambre d'un particulier pour un très bon rapport qualité-prix, a ainsi rempli plus de chambres que tous les hôtels Hilton réunis. Le site propose 300 000 annonces actives dans 192 pays ; plus de 4 millions de voyageurs ont déjà séjourné grâce à ce biais. Le covoiturage est également très populaire. Blablacar, présent dans dix pays d'Europe, comptait 2,8 millions de membres en janvier. Chaque mois, le site permet d'organiser 400 000 trajets en commun.

Maintenant, « le plus gros potentiel concerne la finance entre particuliers, le partage de compétences et la location d'objets », observe Lauren Anderson, qui précise que les modèles les plus efficaces se rémunèrent par les frais d'utilisation ou par le biais d'abonnements. « La plupart des start-up comptent sur les investissements de capital-risque pour lancer leur projet, mais il y a quelques exemples qui se financent de manière participative ou en suivant des logiques non commerciales », note la spécialiste.

En attendant, pour les nouveaux entrepreneurs, l'enjeu est double : arriver rapidement à une masse critique d'utilisateurs et générer suffisamment de confiance et de convivialité. Un défi difficile à relever. En témoigne la fermeture de Whipcar (acteur de l'auto-partage au Royaume-Uni depuis mars 2010) en mars. Ou encore Neigh*Borrow, un service d'échanges de biens entre voisins, ouvert en 2006, qui a dû fermer ses portes cette année, faute de modèle économique adapté. Pour son cofondateur Adam Berk, « la plupart des gens ne veulent pas partager. Ils veulent avant tout des services qui leur facilitent la vie ». La révolution du partage doit donc encore trouver ses marques. ■

ANNE-SOPHIE NOVEL (SPARKNEWS)

► Sur **LeMonde.fr**
<http://alternatives.blog.lemonde.fr/>

Microcrédit en ligne

Premier site européen de microcrédits solidaires, Babyloan.org met une nouvelle forme de philanthropie à la portée des internautes

Pour acheter deux moutons, Maha Amer, 45 ans, avait besoin de 300 euros. Carole Younès a décidé de soutenir cette microentreprise du Proche-Orient. Depuis des années, elle consacre 2,5 % de son budget à la philanthropie. « Avant, je le donnais, mais le concept de Babyloan.org m'a séduite. On choisit son projet, on a des retours d'information sur l'utilisation des fonds et sur son impact social. »

Premier site européen de microcrédits solidaires, qui a vocation à réduire la précarité, voire la pauvreté dans le monde, Babyloan.org est une plate-forme de crowdfunding (financement par les particuliers) de microentreprises en France et à l'international. L'internaute prête au minimum 20 euros à taux zéro. Les fonds sont versés à un institut de microfinance (IMF), qui accompagne le projet et en assume les risques financiers. Née en 2008, sur le modèle de l'américain Kiva, numéro un mondial de microcrédits entre particuliers, Babyloan est déjà numéro deux.

« Le prêt solidaire n'est pas de l'épargne, mais une nouvelle forme de philanthropie, explique

son fondateur, Arnaud Poissonnier. Son intérêt réside dans l'effet de levier qui permet, même avec une toute petite somme, d'investir dans deux, trois ou quatre projets successifs, voire davantage. »

Aujourd'hui, la « babyloanienne » Carole Younès, aussi directrice financière, en est à son 35^e financement de projet dans l'agriculture et le commerce pour « développer de nouvelles sources de revenus ». Après Maha, il y a eu Suhair, 39 ans, six enfants, qui cherchait 270 euros pour son exploitation d'agrumes, puis Toffaha, 61 ans, qui voulait 270 euros pour agrandir son épicerie. « Chaque mois, je choisis un projet. L'échéance du prêt est de quatre à dix-huit mois. Quand je suis remboursée, je réinvestis », témoigne Carole Younès. Comme elle, 70 % des internautes réengagent les sommes restituées. A Babyloan, un prêt est accordé toutes les dix minutes. Seuls 9,5 % des prêteurs sortent leurs fonds du système. « Pour le reste, l'argent dort », précise M. Poissonnier.

En cinq ans, Babyloan a collecté 5,7 millions d'euros et parrainé 13750 microentreprises dans 14 pays, à 85 % dans le Sud et à 15 % en Fran-

ce. L'apport du crowdfunding permet de réduire les taux d'intérêt des IMF, qui restent toutefois de 9 % à 28 % par an. Le montant moyen des financements est de 450 euros pour un projet du Sud, et de 3 000 euros pour une entreprise du Nord. A Saint-Ouen, près de Paris, Pierre Battelier, bénéficiaire, a ainsi pu acheter le matériel pour sa coopérative d'éducation à l'image. Les petits cinéastes, qui organisent des ateliers de découverte des métiers du cinéma et de l'audiovisuel.

Mais « le rêve de la finance participative peut vite se transformer en cauchemar pour l'internaute », met en garde Arnaud Poissonnier. Cet ancien banquier rappelle que, sur les 800 plateformes créées dans le monde, il s'est déjà trouvé des indéliques qui sont partis avec la caisse ou qui n'ont pas placé l'argent sur le projet retenu. De plus, « si l'institut de microfinance fait faillite, l'argent ne peut pas être récupéré ». Un vrai risque, dont les internautes sont informés sur le site. Depuis 2008, ils sont malgré tout 25 000 babyloaniens à avoir tenté l'aventure. ■

ANNE RODIER (« LE MONDE »)

Wikispeed, prototype d'organisation du travail

Au milieu d'un garage, un homme finit un clignotant à 0,75 dollar. Il sera intégré à la SGT-01, voiture en cours de conception chez Wikispeed, un constructeur automobile au mode de fonctionnement unique, installé en banlieue de Seattle. La SGT-01 coûtera 25 000 dollars, consommera 2,16 l aux 100 km, et sera personnalisable à souhait. Ce véhicule écologique est assemblé grâce à un logiciel informatique remplaçant la traditionnelle chaîne de montage.

Wikispeed est une entreprise à but non lucratif fondée sur le volontariat. Joe Justice, son fondateur, a présenté sa première voiture en 2008. Longue et basse, elle ressemble plus à un kart qu'à une voiture du futur. « Chaque véhicule sera unique », explique-t-il. Cinq engins Wikispeed ont déjà été vendus, mais aucun n'a été livré. Les acheteurs considèrent surtout leur achat comme un placement.

La SGT-01 est un exemple de ce que Joe Justice nomme « la gestion

agile », une organisation du travail qui intéresse autant le constructeur Lockheed Martin que les universités du Midwest.

A l'atelier, chacun choisit sa tâche parmi celles affichées sur un tableau blanc. Les différentes catégories du tableau (« en production », « en cours », « en révision ») sont parsemées de Post-it décrivant les opérations à effectuer. C'est le principe de la « gestion agile ». Selon Robert Beresford, enseignant à la retraite et bénévole, « le travail est mieux fait lorsqu'on a la possibilité de choisir soi-même ses tâches ».

L'un des membres du réseau Wikispeed (200 personnes dans 20 pays) a créé un tableau virtuel similaire, utilisé pour chaque projet. En Nouvelle-Zélande, par exemple, une équipe travaille sur un prototype de micro-maison à 100 dollars pour les sans-abri, selon les mêmes principes que pour le clignotant à 75 cents. ■

JANE HARRIS NELLAMS (SPARKNEWS)

Prête-moi un senior

Depuis 2011, le dispositif Pass'compétences permet à des PME de bénéficier, pendant une année, d'un professionnel d'expérience venu d'une grande entreprise. Un partenariat gagnant-gagnant

III ACADÉMIE

François Barre n'a pas vu le temps passer. Sept mois déjà qu'il a rejoint Celeste, cette PME spécialisée dans la fibre optique et le data center, basée à Champs-sur-Marne, en région parisienne. Plus que cinq, et il faudra repartir. François Barre, 55 ans, est ici de passage : un salarié en « prêt ». Car si sa carte de visite porte le logo de Celeste, sa feuille de paie, elle, est estampillée Alcatel-Lucent. Le grand groupe a détaché son salarié dans cette PME de 50 salariés à la faveur du Pass'compétences.

Imaginé en 2011 par Geris, filiale de Thales, et l'Agence régionale de développement de Paris Ile-de-France (ARD), ce programme repose sur une idée simple : un grand groupe « prête » un expert senior à une PME pour l'aider à grandir. Une expérimentation rendue possible par la loi de 2011 sur la sécurisation des parcours professionnels, et pilotée par le pôle Systematic Paris-Région. Comme François Barre, cinq autres

« Le réseau et les outils de gestion, de stratégie et de marketing d'un senior nous permettent d'aller plus vite »

LUDOVIC DEBLOIS
PDG de la PME Sunpartner

cadres seniors sont actuellement en goguette dans une PME de la région parisienne.

« Les PME rencontrent de gros problèmes d'accès aux compétences », explique Armelle Jamault, chef de projet chez Systematic. Elle a sondé les besoins de 430 PME cette année : « Environ 900 postes ne sont pas pourvus, des postes d'ingénieurs, de développeurs ou encore de business developers. »

La carence n'est pas simplement technique. « Ces start-up, souvent créées par des ingénieurs, manquent de compétences en marketing ou en gestion », précise Anne Fahy, directrice d'accompagnement des entreprises à l'ARD. Dans les deux cas, « elles souffrent de la concurrence des grands groupes au moment de recruter. »

« Avec François, j'ai un œil extérieur et expérimenté pendant un an, se réjouit Frédérique

Dofing, directrice générale de Celeste. Une « ressource ponctuelle », en appui de son activité data center. En étant une sorte de super-coach pour mes commerciaux, François fait monter l'équipe en compétences. » Pour autant, la PME n'aurait pas pu s'offrir ses services. Dans le cadre du Pass'compétences, elle paie 60% du salaire (part plafonnée à 56 000 euros annuels), et Systematic lui rembourse 20 000 euros. « J'ai quelqu'un d'expérimenté pour le prix d'un junior en licence pro », résume Frédérique Dofing. Les 40% restants sont financés par Alcatel-Lucent.

« Le salaire est un véritable obstacle », concède Ludovic Deblois, PDG de Sunpartner, PME innovante dans l'énergie d'origine lumineuse, qui accueille depuis octobre Robert Monteillier, 57 ans, cadre de Schneider Electric. Mais pour cet ingénieur de 35 ans, une chose est sûre, avec l'aide des seniors, « plus de start-up deviendraient des PME ».

« Le réseau de Robert et ses outils de gestion, de stratégie et de marketing nous permettent d'aller plus vite. Il est chargé de la stratégie Building Asia », souligne Ludovic Deblois. Cela tombe bien, Robert Monteillier a travaillé vingt ans avec la Chine en tant que directeur marketing d'un service « Building » chez Schneider Electric. Côté salariés, le détachement, basé sur le volontariat, est d'abord un moyen de s'aérer. « Cela permet de redonner du peps à mon parcours, dit Robert Monteillier, 57 ans, dont trente chez Schneider. J'occupais un poste très loin de l'opérationnel. » Son premier jour en PME ? « Comme un gamin qui entre au collège et découvre tout : je n'avais jamais été dans une start-up ni une petite entreprise auparavant. »

« Rapidité, prise de risque et autonomie » le dépaysent. « Ici, on monte une stratégie à quatre ou cinq, sur une info fragile : c'est à la fois insécurisant et très stimulant. » Chez Schneider, dit-il, « il faut un an de cuisine pour proposer une vision ». Il y a aussi les petits défis : « pas d'assistante », ou les mêmes rendez-vous « trois fois plus difficiles à décrocher », parce qu'on est une PME.

Et le blues du senior ? « Dans ces entreprises, on est vieux à 45 ans, plus expatriable à 55, on quitte la liste des hommes-clés », témoigne Robert Monteillier. Alors « la motivation s'étiole ». « Une PME raisonne différemment », confirme François Barre. « Ici, que je sois senior, ils s'en fichent ! » La directrice générale de Celeste a d'ailleurs découvert bien après son arrivée que le dispositif s'adressait aux seniors.

Air France, Thales ou Sanofi sont notamment engagés dans le programme. Ce n'est pas un moyen de placarder ses seniors, dément Armelle Jamault, chez Systematic. Le détachement peut néanmoins s'avérer utile dans « des périodes d'activité plus calmes », ou pour « temporiser

un retour d'expatriation, le temps de trouver un point d'atterrissage au cadre ». La « formation » aussi : pour diriger une filiale ou un service de taille modeste, il est intéressant d'aller piocher dans la « culture PME ».

La subvention n'est valable que douze mois. Ensuite, le cadre retourne donc au bercail. « S'il y a histoire d'amour avec la PME, on n'empêchera pas le mariage, mais ce n'est pas l'objectif », souligne Armelle Jamault. A l'issue du détachement, le salarié bénéficie d'un poste équivalent dans son entreprise ; le retour est « hyper-sécurisé ».

Prolonger l'immersion ? François Barre fera bientôt le point. Robert Monteillier, lui, demanderait bien une rallonge, car, dit-il, dans les prochains mois, « Sunpartner aura davantage besoin de moi. » ■

BENJAMIN LECLERCO
(LE MONDE ACADÉMIE)



Une bonne idée

Sakena Yacoobi, fondatrice de l'Afghan Institute of Learning
« Quand j'ai visité pour la première fois les camps de réfugiés afghans à Peshawar, au Pakistan, j'ai vu des hommes, des femmes et des enfants totalement désespérés, à l'air désespéré. Je me suis demandé ce que je pouvais bien faire pour les aider à changer leur vie. Ma réponse a été : « C'est l'éducation qui a changé ma vie. » A ce moment-là, j'ai décidé de consacrer ma vie à apporter un enseignement de qualité à des femmes et à des enfants : une éducation qui changerait leur mode de pensée et les aiderait à transformer leur vie. »
www.afghaninstituteoflearning.org

Compétences autistiques

Etes-vous un humain ou une machine ? La question apparaît sur l'écran de Tobias Ussing alors qu'il améliore le référencement des moteurs de recherche d'une entreprise de fabrication de conteneurs. « Oui, je suis un humain », dit-il en entrant machinalement le code de sécurité qui apparaît à l'écran. Tobias se fiche qu'on le considère comme un nerd. Ce qui le dérange, c'est qu'on le réduise à la catégorie « autiste », bien qu'il ait été diagnostiqué comme tel à 14 ans. « Il y a trop d'ignorance et de préjugés à propos de l'autisme », explique-t-il. 1% de la population mondiale serait touchée par ce trouble du développement, biologique ou congénital, qui se manifeste dans le comportement social et dans la communication.

Des études internationales montrent que près de huit personnes sur dix souffrant d'autisme sont laissées hors du marché du travail. Depuis deux ans, Tobias aussi était au chômage. Mais il a été contacté par Specialist People Foundation, une organisation danoise à but non lucratif dont l'objectif est de changer le regard porté sur l'autisme grâce à l'emploi. Les autistes ont besoin de structures particulières et de sécurité, mais ils disposent aussi de compétences uniques. Pour l'association, il s'agit de transformer les inconvénients de ce handicap en avantages pour l'individu, l'entreprise et la société.

Sens du détail

Tobias Ussing est l'une des 35 personnes atteintes d'autisme et employées comme consultants informatiques par cette structure. Vingt heures par semaine, il débloque les pages d'accueil et améliore le référencement d'entreprises danoises du secteur public. D'autres consultants ont optimisé le service client et les procédures internes du fonds de pension danois ATP, grâce à leur persévérance et à leur sens unique du détail. « Ils ont commencé par des cas simples de manutention, mais ont rapidement su voir ce qui pouvait être optimisé. Il y a très peu d'erreurs dans leur travail, ils sont capables de gérer de longues listes que les autres ne peuvent pas comprendre. Nous avons un réel avantage à les faire travailler », explique Vibeke Brask, directeur de section du fonds de pension.

« Dans n'importe quel secteur d'activité, au moins 5% des tâches sont parfaitement adaptées aux autistes », termine Thoril Sonne, le fondateur de Specialist People Foundation. Aujourd'hui, l'organisation est présente dans neuf pays. L'objectif initial de trouver 1 000 emplois pour les personnes touchées par l'autisme a presque été rempli. ■

JACOB SØRGENFRI KJÆR (« POLITIKEN »)

Hôpital Jean-Jaurès : une gestion à visage humain

Depuis 2008, cet hôpital du nord de Paris mutualise ses services pour offrir aux patients des soins de qualité, au meilleur prix

La santé n'est pas une marchandise ! » A l'entrée de l'hôpital Jean-Jaurès, dans une petite rue du 19^e arrondissement mardi 11 juin, des délégués CGT distribuaient des tracts pour la manifestation nationale du 15 juin contre les réductions budgétaires. Ce tract ne peut mieux exprimer l'esprit du lieu. Racheté fin 2008 par le Groupe SOS, l'hôpital Jean-Jaurès est un établissement privé, certes, mais à but non lucratif.

Sa particularité réside dans son mode de gestion. Son organisation en réseau vise à sécuriser le parcours de soins des malades et à offrir un niveau élevé d'accompagnement : grandes chambres seules quasiment pour tout le monde, mêmes standards de confort pour tous, à 40 euros la nuitée (il faut compter à peu près 100 euros dans le privé et 60 euros dans le public).

Spécialisé en soins de suite et soins palliatifs, cet hôpital de 150 lits accueille des malades atteints de multiples pathologies, parfois très lourdes, en fin de vie et pour beaucoup en situation de grande précarité. C'est un des critères

d'admission. « 30% des patients sont en situation précaire, dépendants de la CMU ou de l'aide médicale d'Etat », indique le directeur, Benjamin Bleton. « Jean-Jaurès » se veut aussi « ouvert sur la ville : 43% de nos patients sont du

« C'est à l'organisation du travail de s'adapter au patient, et non l'inverse »

ANNE DE RAPHELIS
cadre infirmière en soins palliatifs

nord de Paris, 17% de Seine-Saint-Denis », ajoute-t-il fièrement.

L'ambiance feutrée, digne de tout hôpital, est à la hauteur de la sobriété du lieu. Le temps s'écoule au ralenti, de l'accueil jusqu'aux vastes chambres aux couleurs pastel. Le stress habituel du personnel de santé semble appartenir à un autre monde. Deux cents salariés constituent l'équipe, qui assure une trentaine de

métiers. Les aides soignants et les infirmières représentent 50% de l'effectif. Les services administratifs ne comptent qu'une dizaine de personnes. Car le Groupe SOS a structuré un groupement d'intérêt économique (GIE) qui mutualise les expertises, que ce soit dans les secteurs de la restauration, du transport de personnes ou de l'événementiel.

L'organisation en réseau renforce la prise en charge sociale : « Dans le Groupe SOS, il y a des salariés qui savent organiser des appels à projets qui permettent de faire venir dans l'hôpital des services d'accompagnement qui n'existeraient pas autrement », explique Thomas L'Yavanc. Tous les vendredis, une socio-esthétique vient ainsi proposer ses services aux malades. A l'étage VIH, une équipe d'animation constituée de jeunes en service civique organise des événements culturels.

La motivation des équipes est la clé du bon fonctionnement de l'hôpital. Pourtant les débuts ont été difficiles. Le changement de spécialisation (de la chirurgie aux soins palliatifs) a été vécu par beaucoup comme un déclasse-

ment. « La quasi-totalité des infirmiers sont partis », se souvient Anne de Raphelis, cadre infirmière de l'unité de soins palliatifs. Mais ceux qui sont restés ne l'ont pas regretté. « De la chirurgie aux soins palliatifs, les temporalités ne sont pas les mêmes. On ne réveille pas un malade qui a enfin trouvé le sommeil. C'est à l'organisation du travail de s'adapter au rythme du patient et non l'inverse. Aide-soignant, infirmiers et médecins doivent travailler à la carte et en partenaires. Résultat : ils se sentent davantage reconnus », explique-t-elle.

Les médecins chefs de service sont eux aussi plutôt contents. « Ici, je suis mieux payée qu'à l'AP-HP. Mais je n'y étais pas chef de service », témoigne Julia Revnik. Les perspectives d'évolution de carrière y sont aussi meilleures qu'à l'AP-HP, même si, comme dans tout le Groupe SOS, l'échelle des salaires est fixe : de 1 à 10. Mise en réseau des initiatives personnelles, des compétences professionnelles et du bénévolat : une gestion de la santé d'un nouveau genre. ■

ANNE RODIER (« LE MONDE »)

L'Impact Journalism Day, conçu et organisé par **spark news** avec la participation de 22 journaux de 20 pays et le soutien de :

impact@sparknews.com



Huit idées qui changent la vie

Un peu partout dans le monde, des projets fleurissent. En voici quelques exemples

Afghanistan Mine Kafon, un démineur au design utile

En flânant au Musée d'art moderne (MoMA) de New York, les visiteurs peuvent tomber sur ce qui ressemble à une fleur venue tout droit de l'espace. Le Mine Kafon est un détonateur de mines innovant, alimenté à l'énergie éolienne et créé par Massoud Hassani, designer afghan tout juste âgé de 30 ans. Il est aujourd'hui présenté lors de l'exposition de design appliqué du MoMA. Pour Massoud Hassani, le problème des mines actives est largement ignoré, même si on estime à 110 millions leur nombre dans le monde. L'Afghanistan figure parmi les pays les plus touchés. Le Mine Kafon (dont le nom signifie « faire exploser les mines ») pèse 70 kilos, présente un diamètre de 190 centimètres et est assemblé manuellement à l'aide de bambou et de plastique biodégradable. Alors que l'engin culbute à travers les champs de mines, la pression de ses pieds en plastique situés à l'extrémité des bâtons de bambou déclenche les explosifs. Il peut résister à entre deux et quatre explosions avant d'être détruit. Après avoir fui l'Afghanistan à l'âge de 14 ans, Massoud Hassani a pris la direction du Pakistan puis de la Russie avant de s'installer aux Pays-

Bas. C'est là qu'il s'inscrit dans l'académie de design néerlandaise où le Mine Kafon a vu le jour. Le jeune designer a travaillé en collaboration avec l'armée de son pays d'adoption pour tester ses premiers prototypes. « La première fois, ce fut difficile de voir exploser le prototype, car sa construction m'avait demandé beaucoup de temps et puis... boom ! », déclare-t-il. L'armée néerlandaise s'est finalement retirée du projet après une courte période d'essais dans le désert du Maroc en 2012, affirmant que la précision du Mine Kafon ne répondait pas encore à ses normes d'exigence. Les techniques courantes de déminage peuvent coûter jusqu'à

1 000 dollars par mine. Une fois le prototype finalisé et la production industrielle lancée, le Mine Kafon pourrait coûter 40 dollars par unité seulement. Massoud Hassani estime que le Mine Kafon, qui peut être directement assemblé sur site par l'utilisateur, serait idéal pour une utilisation par des organisations humanitaires. ■

JAKE CIGAINERO (SPARKNEWS)



DR

Etats-Unis Soccket, le ballon de football qui éclaire

Cette balle a l'apparence d'un ballon. On joue avec comme on joue au football. Mais le Soccket est différent. Connectez cette balle à une lampe après trente minutes de jeu et vous obtenez trois heures de lumière. Le Soccket est l'invention de deux jeunes diplômées d'Harvard, Jessica Matthews et Julia Silverman, convaincues que le design peut à la fois être amusant et apporter des réponses à des questions graves. Le Soccket ressemble en tout point aux ballons de football que l'on connaît et ne pèse que 50 grammes de plus. Mais un mécanisme bien caché fait de celui-ci un objet unique. Une minute de jeu permet qu'une pendule interne commence à pivoter et préserve l'énergie produite par le mouvement du ballon. Le mécanisme

convertit ensuite l'énergie en électricité. En cinq ans, ce ballon a été présenté dans plusieurs pays et a attiré l'attention de personnalités telles que Bill Gates et Bill Clinton. Après plusieurs programmes pilotes à l'étranger, le Soccket est désormais sur le point d'être commercialisé. La start-up Uncharted Play, fondée il y a deux ans par les créatrices du ballon, espère ainsi fournir de l'électricité à 1,2 milliard de personnes encore privées de courant dans le monde (près de 20 % de la population mondiale).

« C'est un concept simple qui peut avoir un véritable impact dans la vie des gens », explique Jessica Matthews. Le ballon

pesait près de 800 grammes à ses débuts, soit 300 à 400 grammes de plus qu'une balle de football habituelle. Après quatre refontes, son poids varie désormais entre 480 et 500 grammes. Chacun devrait coûter autour de 90 dollars. L'entreprise en a jusqu'ici vendu 750 et a reçu entre 700 et 800 précommandes.

L'équipe d'Uncharted Play travaille également sur deux nouveaux prototypes proches du Soccket, une corde à sauter et un ballon de football américain. ■

VALENTINE PASSEQUONE (SPARKNEWS)



PHOTO : DR

Zambie Avec ColaLife, la caisse de soda devient une pharmacie

Comment se fait-il que du Coca-Cola puisse être acheminé jusque dans les villages les plus reculés de la Zambie, et pas des médicaments de base, comme les solutés de réhydratation orale (SRO), pourtant indispensables pour sauver des nourrissons souffrant de diarrhée aiguë ? Il y a plus de vingt ans, Simon Berry, travailleur humanitaire britannique, se posait cette question. Jane, sa femme, trouva la solution : remplir l'espace libre dans les caisses de soda. C'est ainsi que naissait l'idée de ColaLife, la « capsule d'assistance ».

Rentrés vivre au Royaume-Uni, le couple continue d'être hanté par le fait que la diarrhée est la deuxième cause de mortalité chez les enfants de moins de 5 ans. Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), 760 000 enfants meurent chaque année de cette maladie. En mai 2008, Simon publie son idée sur Facebook. Trois mois plus tard, le groupe ColaLife compte 5 000 membres. En octobre, Simon Berry est invité dans la plus grande ville de Tanzanie, Dar es-Salaam, pour étudier le réseau de distribution local de Coca-Cola.

Lorsque l'expérimentation est lancée dans quatre districts ruraux de Zambie en décembre 2011, les femmes indiquent que les sachets qui permettent de préparer un litre de SRO ne sont pas adaptés. Avec l'aide de l'entreprise pharmaceutique Pharmanova, l'équipe de ColaLife crée de nouveaux sachets unidoses, permettant d'obtenir exactement 250 ml de solution. Aujourd'hui, la demande est si grande que les commerçants locaux ne se contentent pas de glisser dix capsules d'assistance



dans leurs caisses de Coca-Cola, mais en achètent 70 capsules à la fois. Comme le dit Simon Berry, « l'important n'a finalement pas été de réussir à le glisser dans les caisses de Coca-Cola ». En effet, le projet ColaLife fonctionne aujourd'hui sans Coca-Cola. Car, si tout le monde, du producteur au petit commerçant, peut faire un petit bénéfice, et que les kits restent abordables et bien adaptés, alors, dit M. Berry, « le produit arrivera jusqu'au client ! » ■

CATHERINE GALLOWAY (SPARKNEWS)



THE COLA ROAD/DR

Burkina Faso Un savon contre le paludisme

Et si un savon suffisait pour lutter contre le paludisme, qui infecte 100 à 300 millions de nouvelles personnes chaque année ? C'est le défi relevé par deux étudiants du Burkina Faso, Gérard Niyondiko et Moctar Dembélé. Ils ont mis au point le Faso Soap ou Fasoap, à base de plantes locales repoussant naturellement les moustiques : la citronnelle, le kari-té et d'autres herbes gardées secrètes. Le Faso Soap a été testé sur une partie des habitants de Ouagadougou. Son action est double : l'odeur

qu'il laisse sur la peau éloigne les moustiques et l'un de ses composants tue les larves. Cela empêche donc l'insecte de se multiplier. « En Afrique, tout le monde utilise du savon, même les plus pauvres », affirme Gérard Niyondiko. Facile à fabriquer, le Faso Soap ne coûte pas cher (300 francs CFA, soit 0,46 centimes d'euros le pain de savon). Il sera vendu au même prix qu'un savon normal, pour être accessible à tous. Pour cette invention, les deux étudiants africains ont été récompensés lors de la Global Social Venture Competition (GSVC), concours organisé par l'université de Berkeley en Californie. Ils espèrent désormais vendre leur savon aux ONG, dont l'objectif est de réduire de moitié les cas de paludisme sur la planète en 2015. ■

LAURENCE LAROUR (« MON QUOTIDIEN »)

Pays-Bas Focus on Vision, les lunettes (quasi) universelles

Voilà plus de dix ans maintenant, le jeune Frederik Van Asbeck remarquait qu'aucun de ses amis tanzaniens ne portait de lunettes, contrairement à bon nombre de ses homologues étudiants de l'université de technologie de Delft, aux Pays-Bas. Il découvrit alors que le problème ne concernait pas la mauvaise vision de ses collègues de Delft, mais plutôt la difficulté à obtenir une correction visuelle dans la banlieue de Dar es-Salaam.

Il y avait à cela une solution assez simple : inventer des lunettes de correction bon marché capables de corriger jusqu'à 60 % des problèmes de vue dans le monde. Après cinq années consacrées à la recherche et à la conception, Focus on Vision démarra sa production en 2009. Aujourd'hui, l'association a but non lucratif, composée entièrement de bénévoles, déclare avoir distribué 250 000 paires de lunettes dans 37 pays, devenant ainsi un acteur majeur dans la lutte mondiale contre les problèmes de vue.

Reposant sur le travail réalisé dans les années 1960 par le Prix Nobel de physi-

que Luis Alvarez, ces lunettes ajustables se composent de deux lentilles qui coulissent l'une sur l'autre. Les lentilles peuvent être réglées pour créer une correction de la vision allant de -1.0 à -5.0 ou de +0.5 à +4.5. Dotées d'un design agréable (primé dans plusieurs concours), ces lunettes sont proposées en sept coloris.

Le secret ne vient pas simplement de leur production en masse. Il est directement lié à leur mode de livraison, à faible coût, auprès des personnes qui en ont besoin. Jan In't Veld, beau-père et collaborateur de Frederik Van Asbeck, y voit un « exemple classique d'innovation relativement simple, capable de résoudre un problème systémique et complexe ». Il insiste sur les conséquences d'une mauvaise vision sur la qualité de vie des individus. Une vue médiocre n'est peut-être pas aussi dramatique que la faim, la malnutrition ou la maladie. Pourtant, le problème a donc des conséquences sociales et économiques de taille. Les personnes dotées d'une



BAREFOOT DOCUMENTARY/DR

bonne vision – ou qui ont accès à une correction – jouissent d'une qualité de vie supérieure et gagnent plus d'argent à long terme. Une étude de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) estime que plus de 400 milliards de dollars de productivité sont perdus à travers le monde en raison de la mauvaise vue des individus. Entre 250 millions et 1 milliard de personnes souffriraient d'une vision médiocre et non corrigée. ■

CHRISTOPHER SCHUETZE (SPARKNEWS)

Italie Machine à café écolo et bon marché

« Pourquoi n'est-il pas possible de faire un bon café chez soi ? » Si l'expresso du matin est un élément essentiel de la vie en Italie, pour le Sicilien Nino Santoro, cette tasse de café brûlant a toujours représenté bien plus que ça : c'est une véritable obsession. Nino Santoro a décidé de fabriquer une solution maison, à partir de vieilles cafetières en acier. Son premier prototype de machine à expresso remonte à 1998, et il met quelques mois à peine pour obtenir le brevet. « Quand j'y repense, c'était complètement fou. Ce secteur technique était entre les mains de géants industriels qui avaient leurs experts, techniciens, chimistes, laboratoires et d'énormes quantités de capital à leur disposition. » Pourtant il comprend qu'il y a un créneau à prendre et investit tout ce qu'il a dans Kamira, sa « cafetière » idéale. Le premier défi – relevé avec succès – fut contre la bureaucratie. Il fallut attendre 2003 pour que son invention trouve sa place dans les vitrines des magasins. L'artisan sicilien consolida son succès essentiellement sur le Web. Le site Internet de Kamira, Espressokamira.com, accueillit un grand nombre de visiteurs et le conte de fées du café à 4 centimes (il coûte 1 euro dans les bars en Italie, tandis que les filtres à usage domestique coûtent au moins 20 centimes) fit le tour des blogs et des réseaux sociaux. Son expérience de vendeur fit le reste. D'après Santoro, le mélange de la tradition et des nouvelles technologies fait toute la force de Kamira. « En plus de respecter l'environnement, le point fort de Kamira est le goût. Sa température n'atteint jamais les 100 °C, mais s'arrête aux alentours de 93 °C : la gravité fait descendre le café et les huiles du mélange ne brûlent pas, ce qui préserve l'arôme. »

Santoro a embrassé la philosophie du Slow Food, et depuis sa terrasse surplombant la mer, il conclut en souriant : « Ça vaut le coup d'attendre quelques secondes supplémentaires pour apprécier l'arôme du vrai café, vous ne pensez pas ? » ■

GIUSEPPE BOTTERO (« LA STAMPA »)

Afrique du Sud L'Hippo Water Roller, citerne à roulettes



DR

popotame ». Facile à pousser ou à tirer, la citerne en plastique a une contenance de 90 litres, soit environ cinq fois ce qu'une femme peut porter sur la tête. Conçu dans des matériaux de haute qualité, l'Hippo Water Roller a une durée de vie de cinq à sept ans. Pettie Petzer raconte : « Le projet avait un potentiel énorme pour faciliter l'accès à l'eau en Afrique. » Mais le produit n'a pas percé sur le marché.

En 1994, Grant Gibbs, un autre Sud-Africain qui le commercialisait à petite échelle, décide de reprendre le flambeau. Malgré des débuts difficiles, il défend l'invention, encouragé par la manière dont différentes communautés se l'étaient appropriée. Pari réussi : aujourd'hui, l'Hippo Roller est utilisé dans 21 pays d'Afrique. Selon le site Internet du projet, 44 000 citernes ont été distribuées, contribuant à approvisionner 300 000 personnes en eau. Pourtant, à 129 dollars pièce, l'Hippo Water Roller n'est pas bon marché. Fabriqué en Afrique du Sud, son transport vers les autres régions du continent est particulièrement coûteux. Pour cette raison, il est financé à 95 % par des entreprises privées.

Malgré ces problèmes, l'Hippo Water Roller est utilisé par de nombreuses personnes pour le ménage, la cuisine ou encore l'irrigation des jardins personnels. ■

MARCELLE BALT (SPARKNEWS)

Afrique Un médecin dans le mobile

Utiliser la technologie mobile pour améliorer la santé, notamment dans les pays les plus pauvres, c'est l'ambition de la télémédecine. Cette idée commence à devenir tangible. L'année 2013 a ainsi vu le lancement du premier téléphone mobile dévolu à la santé, le LifeWatch V, équipé de capteurs qui peuvent mesurer les taux de glucose dans le sang, relever la température corporelle, la pression artérielle et même faire des électrocardiogrammes ! Grâce à de telles innovations, la télémédecine universelle a de beaux jours devant elle. Cas pratiques.

mPedigree décèle les médicaments factices Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), jusqu'à un quart des médicaments vendus sur ordonnance en Afrique sont des faux. Avec mPedigree, les consommateurs grattent une étiquette spéciale, jointe au médicament, faisant apparaître un code unique. Ils envoient ensuite ce code par SMS. Un système sécurisé leur indique instantanément si le médicament est authentique. Développé et mis en circulation au Ghana en 2007, en partenariat avec le géant de la technologie Hewlett Packard, mPedigree est opérationnel aujourd'hui au Nigeria, au Kenya, en Ouganda et en Tanzanie, et vient d'être lancé en Inde.



DR

iDART délivre les médicaments à la bonne personne et au bon moment iDART est un acronyme signifiant Intelligent Dispensing for Anti-Retroviral Treatment (« délivrance intelligente du traitement d'antirétroviraux »). Il utilise des étiquettes à codes-barres associées à des téléphones mobiles et à d'importantes bases de données pour accélérer la fourniture d'antirétroviraux destinés aux patients séropositifs d'Afrique du Sud. Les étiquettes à codes-barres multilingues sont jointes aux colis de médicaments de chaque patient, ce qui permet de raccourcir les files d'attente à la pharmacie et de garantir que la bonne personne reçoit les bons médicaments au bon moment.

Motech envoie des informations sur le portable durant la grossesse

Motech, ou Mobile Technology for Community Health (« technologie mobile pour médecine locale »), propose un certain nombre d'applications. Par exemple, au Ghana, une aide de la Fondation Bill et Melinda Gates a été employée pour créer un service Mobile Midwife (« sage-femme par un portable ») : les femmes enceintes reçoivent dans la langue de leur choix des messages concernant leur grossesse (examens à faire, ou, après la naissance, dates pour les vaccins du bébé). Motech permet aussi aux infirmières d'être en contact avec les femmes confiées à leurs soins.

Mwana accélère la délivrance de résultats pour les bébés séropositifs

Le projet Mwana permet aux Zambiens et aux Malawiens des régions pauvres ou rurales de bénéficier de tests capables de détecter très tôt, en toute confidentialité et sans risque d'erreur, la séropositivité des bébés. Les résultats sont rapidement envoyés par SMS aux mères et aux travailleurs sociaux. Des textos de rappel sont programmables en cas de nouvelle médication ou pour un bilan. ■

HARRY DUGMORE (SPARKNEWS)

La presse apaise l'Inde et le Pakistan

A l'initiative conjointe du « Times of India » et du groupe de presse pakistanais Jang, la campagne « Aman ki Asha » a renforcé la communauté de ceux qui aspirent à la paix



Le matin du 1^{er} janvier 2010, les lecteurs ont découvert en « une » du *Times of India* une colombe et un appel à la paix entre l'Inde et le Pakistan. A leur réveil, les lecteurs des journaux pakistanais *Jang* et *The News* pouvaient lire un message identique. Cet événement marquait la naissance d'Aman ki Asha (« espoir de paix », en hindi), une campagne lancée conjointement par le *Times of India* (*Tol*) et le groupe de presse *Jang*. Elle a été accueillie avec un mélange d'enthousiasme et de scepticisme. Certains ont trouvé très naïf d'appeler à la paix si peu de temps après l'attentat terroriste commis à Bombay le 26 novembre 2008 par un groupe djihadiste basé au Pakistan, dans lequel 172 personnes ont trouvé la mort. D'autres ont qualifié cette initiative de romantique.

Pourtant, la campagne Aman ki Asha sort indemne de ces critiques. Certes, la paix n'est pas établie, et aucun pacte n'a été signé pour résoudre les conflits au Cachemire ou au glacier de Siachen. Les pourparlers de paix ont vacillé et le ton

est monté à de nombreuses reprises. Toutefois, la communauté de ceux qui aspirent à la paix s'est renforcée, donnant naissance à un groupe de pression très soudé avec des membres à Lahore, Karachi, New Delhi, Bombay, Londres et Dubaï.

Depuis 2010, des musiciens ont fait vibrer leurs instruments et des chanteurs ont donné de la voix pour faire tomber les barrières entre les deux pays, submergeant le *Tol* et *Jang* de réactions. Des lettres et des messages sont parvenus en masse aux deux groupes de presse, qui ont également été contactés par des ONG, des diplomates et des militants pour la paix désireux de participer à la campagne Aman ki Asha.

Abida Parveen et Rahat Fateh Ali Khan, chanteurs soufis d'origine pakistanaise, ont enflammé leur public à New Delhi et à Bombay. Des intellectuels et des journalistes ont franchi la frontière, cherchant comment contourner le mur d'hostilité, pousser les gouvernements à relancer les négociations de paix, ainsi qu'à faciliter les déplacements et les échanges commerciaux entre les deux pays.

Depuis 2010, des musiciens participent à la campagne Aman ki Asha, qui vise à pacifier les relations entre l'Inde et le Pakistan.

DINESH MEENA / « Tol »

La campagne Aman ki Asha n'est pas parvenue à briser le carcan dans lequel sont prises les relations indo-pakistanaïses. Elle n'a pas non plus mis fin aux stéréotypes indiens sur le Pakistan et la société pakistanaïse. Un autre élément défavorable a été l'échec de la série de rencontres entre les ministres des affaires étrangères des deux pays, grippant de nouveau les rouages des pourparlers de paix. Aman ki Asha a toutefois réussi à préserver l'existence du groupe de pression pour la paix, en montrant que le Pakistan pouvait être envisagé sous un autre angle que celui du terrorisme et que le peuple pakistanaïse, qui a de nombreux liens culturels et familiaux avec les habitants du nord de l'Inde, paie un lourd tribut du fait des errements de son gouvernement.

Vent de changement

« Trade for Peace » (« Le commerce porteur de paix ») est le nouveau slogan qui qualifie à présent la relation émergente entre l'Inde et le Pakistan. Cette relation a connu de telles tensions par le passé que, lorsque les deux pays n'étaient pas véritablement en guerre, ils continuaient d'entretenir une guerre froide virtuelle. Heureusement, le vent de changement qui souffle désormais ouvre une période plus positive dans cette relation bilatérale.

D'après les sondages effectués avant et après le lancement de la campagne, Aman ki Asha a permis d'améliorer la façon dont Indiens et Pakistanais se perçoivent mutuellement. La campagne renforce l'action des organisations non gouvernementales qui préparent le terrain depuis des années, tout en s'appuyant elle-même sur le travail des ONG. Le fait d'œuvrer pour la paix est également très stimulant pour les militants de part et d'autre de la frontière. D'autres médias relaient ces efforts, mais Aman ki Asha a bien davantage interpellé le public que les campagnes précédentes. Grâce à cela, les gouvernements des deux pays ont pris suffisamment confiance en eux pour tenter d'améliorer leur relation. En outre, le milieu des affaires y a gagné la place d'échange qui lui manquait.

De plus en plus de personnes prennent conscience du fait qu'une guerre entre ces pays voisins, tous deux dotés de l'arme nucléaire, n'est pas envisageable. Deux Etats qui négocient ensemble et investissent l'un dans l'autre ne se déclarent pas la guerre. Le *Times of India* et le groupe *Jang* entendent persister dans leur initiative, en espérant des ralliements toujours plus nombreux à leur projet de paix. ■

RÉSEAU D'INFORMATION DU « TIMES »

Sur Facebook, Israël aime l'Iran

Lancée par un graphiste de Tel-Aviv, la campagne « Israel Loves Iran » a d'abord été reprise par un Iranien vivant en Malaisie. Puis a fait des émules un peu partout dans le monde

Iranien, nous ne bombarderons jamais votre pays. Nous vous aimons. Le 14 mars 2012, alors que la tension monte de nouveau entre l'Iran et Israël, Ronny Edry, un graphiste de Tel-Aviv, écrit ces mots sur une photo qui le représente avec sa fille, et publie l'image sur Facebook. L'idée est simple : donner un visage à l'« ennemi », montrer aux Iraniens que, comme eux, les Israéliens sont des pères, des mères, des maris et des épouses. Et qu'ils aiment leurs enfants.

L'effet est immédiat. Des Iraniens et des Israéliens se mettent à publier leurs propres photos, avec des messages exprimant tous la même idée : le refus de la guerre. Ronny Edry décide alors de créer une page Facebook, « Israel Loves Iran ». Elle est vite adoptée par des Iraniens qui expriment leurs condoléances à la famille d'un soldat israélien tué, par des Israéliens souhaitant une bonne année aux Iraniens. Très vite, la page dépasse les 100 000 « likes » sur Facebook.

Du jour au lendemain, le désir de paix était devenu viral. « J'avais publié la photo comme on lance une bouteille à la mer, sans trop d'espoir. Je ne m'attendais pas à ce qu'elle produise autant d'effet », raconte Ronny Edry. En Israël, nous n'avons aucune information sur ce qui se passe en Iran, hormis ce que disent nos dirigeants. J'ai été très surpris de découvrir que les Iraniens utilisaient Facebook et qu'il y avait des graphistes en Iran. »

Peu de temps après, Majid Nowrouzi, un Iranien vivant en Malaisie, lance la page « Iran Loves Israel ». Hanté par la guerre Iran-Irak (1980-1988), qui a emporté son oncle et un ami proche, Majid Nowrouzi voit là un moyen de donner de la voix contre un nouveau conflit. « Parmi toutes les nouvelles inquiétantes qui circulaient à propos de l'Iran et d'Israël, j'ai vu surgir sur Facebook une lueur d'espoir : un type en Israël disait qu'ils ne voulaient pas bombarder l'Iran, qu'ils nous aimaient », raconte-t-il.

Des projets de collaboration entre les deux mouvements naissent, dont « Peace : it's two friends having coffee » (« La paix, c'est deux amis prenant le café ensemble ») : une série de photos sur lesquelles des gens ordinaires de pays considérés comme ennemis posent ensemble. Parmi les projets les plus ambitieux figure la campagne d'affichage « Iraniens à Tel-Aviv », en octobre 2012 : pendant trois semaines, les 70 bus de la capitale israélienne ont porté des posters représentant, côte à côte, des Iraniens et des Israéliens.

Ronny Edry a fait des émules dans le monde : en témoignent les pages Facebook « Afghanistan Loves Israel », « Palestine Loves Israel », « America Loves Iran », ou encore « Australia Loves Iraq and Afghanistan ». Il veut maintenant monter un start-up, The Creative Lab. Le projet, qui vient d'être lancé, a pour objectif d'attirer des artistes talentueux pour réfléchir à des projets innovants pour promouvoir la paix par la publicité

Des ponts entre les gens

Malgré le formidable accueil qu'a reçu l'initiative de Ronny Edry, certains observateurs rappellent qu'une page Facebook ne résoudra pas les divergences profondes entre l'Iran et Israël. Face à la dure réalité géopolitique, des images joyeuses et de courts messages sur les réseaux sociaux ne peuvent rien. Majid Nowrouzi a une réponse à ces critiques : « J'ai tellement entendu dire que ce projet est naïf que j'ai fini par le penser moi-même. Mais j'ai pris conscience que c'est à ces choses "naïves", l'amour et l'amitié, que j'aspire. » Ronny Edry revendique lui aussi une part de naïveté, mais il reste convaincu que bâtir des ponts entre les gens constitue une première étape sur le chemin de la paix : « Il est facile de faire la guerre contre quelqu'un que l'on ne connaît pas. »

Quoi que l'avenir réserve, Ronny Edry est convaincu que la simple existence de cette com-

munauté virtuelle compliquera la tâche de ceux qui voudraient engager les deux pays sur la voie du conflit ouvert. Certes, les relations officielles entre l'Iran et Israël ne se sont pas améliorées depuis que Ronny Edry a lancé sa bouteille à la mer. Mais la campagne « Israel Loves Iran » a fait naître de l'espoir chez ses partisans, qui éprouvent la satisfaction de « faire quelque chose ». ■

JACK PAIGE (SPARKNEWS)



Une bonne idée

Rebecca Rothney, fondatrice de Pack for a Purpose (« Charge utile ») :

« Après notre premier voyage en Afrique, mon mari Scott et moi-même nous sommes rendu compte que la quantité de bagages que nous étions autorisés à emporter sur notre safari était infime comparée au poids de bagages autorisé par la compagnie aérienne. Nous avons commencé à apporter régulièrement des fournitures pour des écoles et orphelinats de communautés lors de nos séjours sur le continent, et nous avons demandé à notre agence de voyages pourquoi il n'y avait pas plus de gens qui faisaient de même. L'employé de l'agence nous a répondu : "Parce que les gens n'y pensent pas." J'ai décidé de procurer à d'autres gens le moyen d'y penser. Trois ans et demi plus tard, Pack for a Purpose a aidé des voyageurs à livrer plus de 9 400 kilos de fournitures demandées et nécessaires à des communautés dans plus de 45 pays. »

www.packforapurpose.org



De g. à d., Rafiella Scheer, Victor Grezes, Samuel Grzybowski, Josselin Rieth et Soufiane Torkmani.

CORINNE SIMON/CIRIC

Un tour du monde avec ou sans foi

Cela ressemble à une blague. C'est l'histoire d'un chrétien, d'un musulman, d'un juif, d'un athée et d'un agnostique qui s'apprentent à effectuer tous ensemble un tour du monde d'un nouveau genre.

Alors qu'ils se préparent à s'envoler, le 1^{er} juillet, pour Israël et les territoires palestiniens, Samuel Grzybowski, Soufiane Torkmani, Rafiella Scheer, Victor Grezes et Josselin Rieth sont réunis autour d'un mot d'ordre commun : « Il ne s'agit pas de parvenir à un accord sur ce en quoi nous croyons, explique Samuel, mais plutôt de partager une même foi en la paix. »

Ces cinq aventuriers sont membres de l'association française Coexister, créée par Samuel en janvier 2009, qui regroupe quelque 300 membres dans toute la France. Son slogan : « Diversité dans la foi, unité dans l'action ». Ce tour du monde interreligieux est son projet le plus ambitieux à ce jour.

Pèlerins globe-trotters

Les cinq jeunes gens visiteront 48 pays au total, faisant étape pendant plusieurs mois dans cinq lieux hautement symboliques. Jérusalem d'abord, puis cap sur la Turquie, l'Inde, Singapour et la Malaisie. Le voyage s'achèvera aux Etats-Unis, nation pionnière en matière de dialogue interreligieux. Puis retour en France, où ces pèlerins globe-trotters organiseront leur « Tour de France » en mai et juin 2014. Ils prévoient de monter une exposition sur leur voyage à bord de l'« Interfaith bus » et d'organiser de nombreux débats.

Une fille, quatre garçons, trois religions, cinq personnalités. Ce pourrait être le casting d'une mission impossible, mais Rafiella, 18 ans, est convaincue que les voyageurs seront tous « comme des frères et sœurs » à leur retour, en juin 2014.

Rafiella, le bébé de cette « famille », sait de quoi elle parle. Les quatre garçons ont déjà uni leurs forces pour l'aider à convaincre ses parents de la laisser partir. Pour elle, juive pratiquante, « un tour du monde était un véritable rêve d'enfant, auquel nous avons ajouté cette dimension interreligieuse tout à fait unique ».

Soufiane, 27 ans, est le « grand frère ». Calme et discret, très engagé au sein de l'Organisation des musulmans de France, il reconnaît également écouter la station de radio catholique Radio Notre-Dame dans les embouteillages. Il dit vouloir observer comment chacun « réagira en étant en minorité » en termes de croyances, et comment cette expérience fera évoluer la « vision du monde » des uns et des autres.

Chrétien engagé et attaché à l'idée que « le seul moyen d'apprendre à vivre ensemble est de respecter nos différences », Samuel, 21 ans seulement, a convaincu tous les autres de se lancer dans cette aventure unique. Il dirige l'organisation depuis septembre 2012.

Victor, 21 ans lui aussi, partage avec Samuel la conviction profonde que le dialogue interreligieux peut créer un monde meilleur. D'après lui, comprendre la foi permet d'appréhender (et donc de résoudre) les conflits. Mais, après des mois de débats, il est plus convaincu que jamais d'être athée. Quant à Josselin, agnostique autoproclamé, il pense, comme Voltaire, qu'il existe un Dieu, mais un Dieu de raison plutôt qu'un Dieu de foi. Du haut de ses 21 ans, c'est le diplomate du groupe, un homme de consensus. Ce qui ne l'empêche pas de pratiquer le karaté.

Les cinq aventuriers sont bien conscients de partir vers l'inconnu. Mais après tout, pour citer Martin Luther King, « nous devons tous apprendre à vivre ensemble comme des frères, sinon nous allons mourir tous ensemble comme des idiots ». ■

CLAIRE DE ROUX (SPARKNEWS)

Le jeu en ligne s'attaque à des sujets sérieux

Comment sensibiliser aux enjeux sociaux mondiaux et récolter des fonds en jouant sur les réseaux

Radhika, une jeune femme indienne, a bien des obstacles à surmonter : trouver des médicaments pour ses enfants, couvrir leurs frais de scolarité, compléter les revenus de sa famille en vendant des mangues sur le marché. Son histoire est celle de milliers de femmes. C'est aussi l'intrigue de *Half the Sky*, un jeu en ligne sur Facebook qui commence dans un village indien pour finir aux Etats-Unis.

Au cours de ce parcours, les joueurs peuvent faire des dons ou débloquer, en progressant dans le jeu, des promesses de dons de diverses organisations pour venir en aide à ceux touchés par la pauvreté. Plus les contributions des joueurs sont élevées, plus ils terminent le jeu rapidement et aident Radhika à atteindre son but. *Half the Sky*, lancé mondialement le 4 mars, est la dernière initiative d'un mouvement en faveur des droits des femmes mené par Nick Kristof et Sheryl WuDunn, deux journalistes du *New York Times*.

Ce projet a vu le jour en 2009, quand ces journalistes ont publié *Half the Sky. Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide* (« La moitié du ciel : transformer l'oppression en opportunité pour les femmes du monde entier », Ed. Vintage, non traduit). Le livre a été relayé par un documentaire de quatre heures, diffusé sur la chaîne américaine PBS, ainsi que par une exposition au Skirball Cultural Center de Los Angeles.

Afin de mettre en pratique leurs idées, Nick Kristof et Sheryl WuDunn ont contacté Games for Change, une entreprise à but non lucratif basée à New York qui aide à la création et à la distribution de jeux vidéo à visée sociale et humanitaire. « Il est impossible de ne pas remarquer le nombre d'individus qui se ruent sur les jeux, explique Nick Kristof. Je me suis dit que je pouvais me servir de ces jeux pour attirer l'attention sur les problèmes qui nous tiennent à cœur. »

Dès le début de cette initiative, le jeu *Half the Sky* a rallié dans le monde entier de nombreux adeptes, curieux et engagés. « Ce jeu illustre à merveille l'idée de l'apprentissage du monde réel, déclare Nandita Vij Tandan, responsable nouveaux médias au sein du World Innovation Summit for Education. Vous découvrez des défis auxquels sont confrontés des habitants de pays pauvres, comme l'accès à l'éducation ou au micro-financement. »

Pour Nick Kristof, l'objectif consistait à « convertir » les personnes qui « se fichent pas mal » de l'éducation des filles et du trafic sexuel. Asi Burak, cofondateur de Games for Change, considère Nick Kristof et Sheryl WuDunn comme de véritables pionniers. « Ils ont pris conscience que s'ils ne prenaient pas de risques, et continuaient à prêcher à des convertis, leur action n'aurait que très peu d'impact », explique-t-il.

Asi Burak, lui aussi, a été un pionnier lorsqu'aux côtés de Michelle Byrd, en 2004, a inventé son entreprise sous tous fondés sur des enjeux mondiaux réels : le conflit israélo-palestinien, la guerre en Syrie, la prévention du sida, mais aussi l'énergie renouvelable. Autres exemples : en novembre 2012, Water.org, une association technologique également à but non lucratif,



dirigée par Gary White et Matt Damon, a créé *FarmVille 2*. Le second volet de ce jeu, déjà très populaire sur Facebook, aborde le thème du pillage des ressources en eau potable dans le monde.

Disponible en 3D, *FarmVille 2* plonge 8 millions d'utilisateurs quotidiens dans la vie agricole et rurale. Les joueurs peuvent « acheter » des jerricans, des pompes et des systèmes d'arrosage

« Bien sûr, dans le jeu, tout est plus facile que dans le monde réel. Mais l'objectif est de mettre en avant des solutions »

ASI BURAK
cofondateur de Games for Change

pour étendre leurs cultures virtuelles. Les gains sont ensuite offerts à Water.org par Zynga, un éditeur de jeux Web 2.0, et par Facebook. Selon Ken Weber, directeur exécutif de la branche philanthropique de Zynga, grâce aux efforts des joueurs, plus de 16 000 personnes bénéficieront d'un accès à l'eau potable pendant toute leur vie.

L'équipe de Games for Change est consciente qu'elle devra essayer des critiques. Car pour transposer dans l'univers numérique les défis liés au développement du monde réel, il a fallu les simplifier. « Bien entendu, dans le jeu, tout est plus facile que dans le monde réel. Mais l'objectif est de mettre en avant des solutions et des oppor-

tunités, explique Asi Burak. C'est tout l'intérêt de la campagne *Half the Sky*. »

Lorsqu'ils jouent à *Half the Sky*, les joueurs versent des dons financiers ou offrent des marchandises à des groupes participant au projet. Les joueurs peuvent, par exemple, soutenir la Fistula Foundation en finançant les interventions chirurgicales de personnes souffrant de fistules, un problème auquel sont souvent confrontées les femmes dans les pays en développement, ou encore verser des dons à Heifer International, qui travaille avec des communautés à faibles revenus dans les domaines de l'agriculture et de l'élevage de bétail. Ils peuvent également offrir des livres à Room-to-Read, une association basée à San Francisco.

A mesure que l'aventure *Half the Sky* progresse, le joueur passe de l'Inde au Kenya, puis du Vietnam à l'Afghanistan pour finir aux Etats-Unis. Selon le niveau qu'il atteint au cours de la partie, il peut débloquer les fonds de sponsors, dont certains s'élèvent à 500 000 dollars.

« Les gens donnent souvent de l'argent pour une bonne cause, mais savent rarement comment cet argent est dépensé, explique Nandita Vij Tandan. Dans ce jeu, vous savez quelle cause vous servez, qu'il s'agisse d'un achat de livres pour Room-to-Read ou d'une participation au financement de vaccins pour des enfants. »

Asi Burak espère que le projet *Half the Sky* finira par boucler la boucle. Après des débuts en anglais et en français, il souhaite promouvoir le jeu dans les pays en développement, où les habitants pourraient jouer dans leur propre langue. Il se réjouit en particulier à l'idée d'une version destinée à l'Inde, où les questions liées aux femmes et aux petites filles sont si épineuses.

Puisque le jeu ne connaît pas de frontières et qu'il est gratuit, ce rêve pourrait tout simplement devenir réalité. ■

ESHA CHHABRA (SPARKNEWS)

Avec le jeu Half the Sky, les joueurs peuvent verser des dons financiers pour soutenir des projets de développement.

FLICKR

Philanthropes en sac à dos

Ils prennent le train, leurs pieds, l'avion, ou même leur trottinette – mais quels que soient le moyen de déplacement et l'itinéraire choisi, ces aventuriers du XXI^e siècle partagent un même désir : faire de cette planète un monde plus heureux. Certains souhaitent mettre leur portefeuille à contribution. D'autres, leurs mains. D'autres encore, leurs idées. Chaque projet est différent et se décline à l'infini.

Christian de Boisredon, l'un des pionniers du mouvement des globe-trotteurs socialement engagés, fondateur de l'agence Sparknews, s'est lancé avec trois de ses amis en 1998. Partant de France, ils cherchaient des personnes qui, comme eux, voulaient rendre le monde meilleur. Même avant la crise économique, le coût de leur voyage sur les quatre continents, d'une durée d'un an, était estimé à environ 11 000 euros chacun. « A Paris, difficile de s'en tirer pour moins de 1 000 euros par mois », explique M. de Boisredon. Mais pour finir, les quatre amis n'ont rien payé du tout : ils sont parvenus à trouver des sponsors pour leur périple, intitulé « Le Tour du monde de l'espérance ».

Gros travail de préparation

Quinze ans plus tard, Internet est devenu la pierre angulaire de telles aventures. La famille Colas, par exemple, a décidé en 2010 d'entreprendre un tour du monde et d'associer cette aventure à un objectif bien précis. « Nous voulions construire une école au Burkina Faso », confie Frédéric Colas, homme d'affaires parisien de 45 ans.

Pour réaliser ce projet, les Colas ont créé leur site, We Like the World, et commencé à solliciter leurs contacts en ligne. « Le résultat, ce fut un réseau de 1 000 personnes, pour la plupart des amis d'amis sur Facebook, qui nous ont aidés », explique M. Colas. La famille a été hébergée par 52 familles dans 17 pays. Pour chaque nuit passée chez l'habitant, les Colas ont promis de reverser 100 dollars pour l'école, et leurs fans Facebook, 1 dollar chacun.

A l'issue des douze mois passés à voyager, la cagnotte avait atteint 23 000 dollars et l'équivalent en cadeaux de sponsors. Au total, la famille a récolté 65 000 dollars ; l'école a pu être construite, et 200 élèves la fréquentent désormais. Dans la plupart de ces aventures, l'avant et l'après sont presque aussi importants que le périple.

En France, où la tradition de l'année sabbatique existe peu, des étudiants ont compris que la préparation d'un voyage et sa mise en œuvre sont une expérience en soi. D'après leurs témoignages, le travail en amont peut prendre jusqu'à deux ans, et demande des capacités d'organisation, de la détermination et de la conviction – autant de compétences valorisées sur le marché du travail.

A leur retour, certains voyageurs prennent des congés pour communiquer sur leurs réalisations. Ils interviennent dans des conférences, rédigent des ouvrages et mettent leurs vidéos en ligne. D'autres choisissent de partager leur expérience avec la génération suivante, dispensant conseils et tuyaux sur la Toile. ■

MARIE-SALOMÉ PEYRONNET (SPARKNEWS)

D'un tremblement de terre est né un réseau de femmes

Après le séisme qui a ravagé le nord de l'Italie en 2012, des commerçantes ont créé une association d'entraide

Lorsque, en mai 2012, un tremblement de terre détruit les centres historiques des villes d'Emilie-Romagne, de Mirandola à Finale-Emilia, de Cavezzo à Novi-di-Modena et de San-Felice-sul-Panaro à Concordia-sulla-Secchia, c'est un désastre pour les petites entreprises de la région. Parmi les magasins, bars et ateliers qui ont été détruits ou qui ont dû fermer en raison de locaux devenus dangereux, 90 % étaient tenus par des femmes.

Sous l'égide de Claudia Miglia, une consultante et experte en formation professionnelle âgée de 39 ans, les propriétaires italiennes ont décidé de ne rien lâcher. « Le lendemain du deuxième choc, le 29 mai, raconte Claudia Miglia, on s'est appelées les unes et les autres et on a formé un petit groupe, magasins de vêtements, salons de beauté, salons de coiffure, tabac, toutes les femmes qui géraient les magasins des centres-villes avant le tremblement de terre. »

C'est ainsi qu'elles ont créé un réseau qui a redonné un rôle et un espoir à 500 femmes d'affaires. Baptisé « EmiliAmo » (L'Emilie, j'aime), il témoigne de l'envie de ces femmes de repre-

dre le contrôle de leur destin. La première initiative a été de travailler sur les marchés dans toutes les municipalités touchées par le séisme : Modène, Reggio-d'Emilie et Bologne.

Organiser des événements

« Nous avons passé tout l'été 2012 à voyager, à vendre nos produits, explique Claudia Miglia. A la fin de la saison, nous avons amassé 200 000 euros, de quoi relancer nos entreprises. Après quelque chose d'aussi grave qu'un tremblement de terre, il faut beaucoup d'imagination et une grande endurance. » Elle ajoute : « On réussit parce qu'on est un groupe. Une personne seule ne peut rien faire du tout. » Claudia Miglia est la coordinatrice de ce réseau de professionnelles. Dans chacune des villes touchées par la catastrophe, elle a un point de contact.

Au-delà de la stratégie commerciale, il y a un aspect psychologique et émotif fondamental. « EmiliAmo nous a permis de penser à autre chose, d'arrêter de pleurer sur le sort de nos magasins détruits », confie-t-elle.

Pour entretenir leur motivation, les femmes



mettent en place des événements. Elles ont ainsi monté la loterie de Cavezzo : pour 10 euros dépensés, les clients se voyaient remettre un ticket leur donnant droit à des réductions dans d'autres magasins de la ville.

Le réseau s'appuie aussi sur la publicité, les comptes Facebook et Twitter, les tee-shirts, les badges, les tasses de café, les autocollants, tous avec le logo EmiliAmo. « Cet été, nous allons organiser des fêtes. La première sera à Cavezzo, le 15 juin, et s'appellera "Dal terremoto al tortelli-

no" ["Du tremblement de terre aux tortellinis"]. On y distribuera des pâtes faites maison, il y aura des stands de décoration de gâteaux et des cours de cuisine pour les propriétaires et les gérants d'entreprise stressés », explique Claudia Miglia.

Elle conclut : « J'invite quiconque à trouver mieux. Quand les maisons s'effondrent tel un jeu de cartes, notre expérience à nous peut être reproduite. » ■

FRANCO GUIBILEI (« LA STAMPA »)

Les femmes du réseau EmiliAmo, actives et solidaires.

SPARKNEWS/DR

Dans les prisons libanaises, les détenus renouent avec la vie

Organisés par l'ONG Catharsis, les ateliers de dramathérapie proposent une réhabilitation par le théâtre

Il y a cinq ans, le quotidien sinistre des détenus de la prison centrale et surpeuplée de Roumieh, à l'est de Beyrouth, s'est embelli grâce au théâtre.

L'idée, proposée par l'association à but non lucratif Catharsis, était d'utiliser la dramathérapie, autrement dit la thérapie par le théâtre, pour les réhabiliter. Pari tenu : grâce à Zeina Daccache, actrice, dramathérapeute et directrice exécutive de Catharsis, il a permis à ses bénéficiaires de se réconcilier avec eux-mêmes.

« Zeina nous a restitué notre humanité », affirme ainsi Atef, qui déplore « la négligence, la marginalisation et la routine dont nous souffrons ici ». « Pour les gens, nous sommes des criminels et avons reçu le châtiment que nous méritons, poursuit-il. La dramathérapie nous a permis de prendre conscience de notre situation en tant qu'êtres humains. Même les invités de Zeina finissent par porter sur nous un regard différent, bienveillant. » « La société, note Ali, met tous les prisonniers dans un même sac et se presse de porter des jugements, sans prendre la peine de se demander si, parmi ces "criminels", ne se trouvent pas des personnes arrêtées injustement ou même des criminels qui n'attendent qu'une chance pour changer. »

Pour Khalil, condamné à cinq ans de prison, le changement est venu par le biais de ces ateliers. « La dramathérapie m'a permis de renouer avec moi-même, puis avec ma famille, que je refusais de voir depuis des années, confie-t-il. Au début, c'était juste un

passage, mais j'ai rapidement réalisé le sérieux de ces ateliers et, au fil des sessions, j'ai commencé à me sentir mieux. J'ai appris à dire "nous" et à penser en tant que communauté, non en tant qu'individu. » La première année de dramathérapie à Roumieh a été couronnée par la représentation, dans l'enceinte même de la prison, de la pièce *Douze Libanais en colère*, qui a mis l'accent sur les problèmes et les revendications des prisonniers.

Cette expérience « positive » a poussé la dramathérapeute à la transposer à la prison des femmes à Baabda, à l'est de Beyrouth, à la demande des prisonnières, impressionnées par le travail des détenus hommes. Ainsi, 40 femmes ont pu profiter dès 2011 de ces ateliers, qui ont été clôturés par la présentation, l'an dernier, de *Schéhérazaïde*, un spectacle inspiré des mille et une nuits passées dans le « Royaume »

des détenues à Baabda, et qui reflète « l'ambiance des 1 001 détentions ».

À l'instar de leurs « confrères » de Roumieh, ces femmes évoquent une « renaissance », une « volonté de changer » et une « liberté ». « Pour la première fois de ma vie, je sens l'humanité dans les yeux des autres, constate Fatma. Ils ont peut-être réalisé que je ne suis pas qu'une "méchante criminelle", mais une femme victime d'injustice. »

Même son de cloche chez Mariam, accusée d'avoir passé sous silence le parricide commis par son fils. « La dramathérapie m'a appris l'importance de faire entendre ma voix, d'autant que j'avais l'habitude de me taire, n'osant même pas dénoncer mon mari qui me violentait et qui abusait sexuellement de mon fils et de ma fille, admet-elle. C'est entre ces murs que j'ai appris le sens de la liberté. »

Engagée depuis son adolescence

dans l'œuvre sociale, Zeina Daccache ne cache pas sa fierté de constater l'ampleur de son action au sein des prisons. « La dramathérapie figure désormais au nombre des activités mentionnées dans la loi 463 pour la réduction des peines, annonce-t-elle. C'est l'un des nombreux critères que les juges prennent en considération pour étudier le dossier des prisonniers qui sollicitent une réduction de leur peine. »

« Je suis convaincue qu'il ne faut pas mettre de barrières à l'art et à la culture, poursuit-elle, après un moment de silence. Toutes les couches de la société doivent y avoir accès, même les plus marginalisées. Qui a dit que le théâtre ne peut être joué que sur les scènes conventionnelles, et que les prisonniers doivent être privés de théâtre et de thérapie, alors qu'ils en ont le plus besoin ? Quoi de mieux que d'allier ces deux disciplines pour leur venir en aide ? »

L'implication de Zeina Daccache dans les prisons ne se limite pas à la dramathérapie. La jeune femme a organisé une session de maquillage artistique pour les prisonnières, au terme de laquelle ces dernières ont reçu un diplôme certifié d'Etat. Son ONG tient également un club de lecture à la prison de Baabda.

À Roumieh, 70 détenus bénéficient de l'atelier de bougies. « Catharsis assure la vente des bougies et les revenus sont entièrement versés aux prisonniers », affirme Zeina Daccache. Et de conclure : « Mon plus grand souhait, c'est d'assurer la durabilité du projet. J'aimerais que la dramathérapie fasse partie intégrante d'un projet national pour la réhabilitation des prisonniers et que ces ateliers soient organisés dans l'ensemble des institutions carcérales du pays. » ■

NADA MERHI
(« L'ORIENT-LE JOUR »)

« Au fil des sessions, j'ai appris à dire "nous" et à penser en tant que communauté, non en tant qu'individu »

KHALIL
condamné à cinq ans de prison

Des victimes et des bourreaux se parlent

La centrale de Poissy a mené avec succès une expérience de justice restaurative

Quelques fauteuils d'écart, dans le décor majestueux de la première chambre de la cour d'appel de Paris, un homme et une femme se parlent. Sa voix à elle est douce, sereine. Ses mots à lui sont hésitants, pudiques, émus. Elle ne le quitte pas des yeux, il puise dans son regard la force de poursuivre.

Marie-José est la mère d'une fillette de 10 ans qui, en 1988, a été kidnappée, violée et tuée. Gaetan est un détenu aujourd'hui en semi-liberté qui, lorsqu'il était âgé de 22 ans, a tué un homme et a été condamné à vingt-cinq ans d'emprisonnement. L'un et l'autre sont venus témoigner, ce 28 novembre 2012, au Palais de justice de Paris, de leur participation à une expérience de justice restaurative menée à la prison centrale de Poissy.

Pendant plusieurs semaines, en présence de deux médiateurs, Marie-José et deux autres femmes dont les enfants ont été victimes d'actes criminels ont dialogué avec trois détenus, dont Gaetan, tous condamnés à de longues peines pour meurtre. De ces six séances de trois heures, elle a d'abord retenu la violence du milieu carcéral « où on joue un rôle de dur, où l'on ne peut avouer ses faiblesses, alors que dans nos rencontres, il y avait beaucoup d'émotion, chacun se mettait à nu. Les détenus avaient besoin d'évacuer ce qu'ils n'avaient pu confier à personne ». « J'avais envie de parler, de répondre aux questions qu'elles posaient. Je le leur devais », a dit Gaetan.

Née au Canada, la justice restaurative – ou réparatrice – s'est développée dans les communautés protestantes dès les années 1970.

« Pour les protestants, la souffrance n'est pas rédemptrice, elle ne suffit donc pas à envisager l'après-procès », explique le pasteur Brice Deymié, président des aumôniers de prison européens, qui a lui aussi participé à l'expérience de Poissy.

C'est dans ce « temps d'après », celui de la reconstruction pour les victimes comme pour les condamnés, que s'inscrit la justice restaurative. « Nous ne sommes pas dans une démarche de pardon, puisque nous ne rencontrons pas les auteurs des crimes dont nous avons souffert. Chacun brise sa carapace indépendamment de l'autre », souligne en écho Marie-José. Si elle a accepté de participer à cette expérience, c'est d'abord, dit-elle, dans le but de « lutter contre la récidive ». « Si nous, victimes, nous sommes capables de débattre avec des condamnés et de croire qu'ils peuvent s'en sortir, nous les aidons à ne pas douter d'eux-mêmes et à envisager autrement l'avenir », ajoute-t-elle.

Soutenue par la Fédération nationale d'aide aux victimes et de médiation et par plusieurs magistrats, dont le premier avocat général à la Cour de cassation, Yves Charpenel, l'idée de justice restaurative a également suscité l'intérêt de la garde des sceaux, Christiane Taubira, qui a promis de poursuivre l'expérience tentée en 2010 à Poissy. Le directeur de cette prison, François Goetz, compte d'ores et déjà parmi les plus fervents partisans de la justice restaurative. « Ces six réunions ont produit beaucoup plus d'effets que six ans de thérapie en prison », assure-t-il. ■

PASCALE ROBERT-DIARD
(LE MONDE)

Brésil France Inde

L'économie change, changeons l'économie.

LH FORUM

MOUVEMENT POUR UNE ÉCONOMIE POSITIVE
LE HAVRE, DU 25 AU 27 SEPTEMBRE 2013

INSCRIPTIONS OUVERTES SUR LH-FORUM.COM