



BETC, Facebook et l'association Agir et Vivre l'Autisme lancent une campagne de sensibilisation pour lutter contre les idées reçues sur l'autisme en France

Paris – 25 octobre 2018 – Dans le cadre de l'édition 2018 de son initiative « **Hack for Good** », compétition créative au bénéfice d'une cause - dédiée cette année à l'association Agir et Vivre l'Autisme - **BETC, Facebook et l'association Agir et Vivre l'Autisme** lancent une campagne de sensibilisation pour lutter contre les idées reçues, vulgariser et sensibiliser aux méthodes d'aide aux personnes autistes.

1 - L'autisme en France : le contexte

En France, 3/4 des personnes autistes n'ont pas accès à une éducation adaptée à leur handicap et à l'inclusion. Des outils existent pour les aider, mais restent encore méconnus du grand public et de nombreux professionnels.

Près de 700 000 personnes sont concernées par l'autisme en France. Quand plus d'un nouveau-né sur 100 présente des troubles du spectre autistique, seulement 20% des 110 000 enfants atteints par ce handicap sont scolarisés. Pourtant, l'apprentissage en milieu scolaire est le lieu où ils apprennent tôt à vivre et à communiquer avec leurs pairs.

2 - La première campagne qui n'ouvre pas la bouche

Pour apprendre la communication, c'est à dire le langage, les émotions, **les apprentissages visuels sont les plus efficaces.** Les outils avec association d'images et de mots sont donc au cœur des méthodes pour leur apprendre à communiquer le plus tôt possible et à se doter de repères de comportement. Mais ces méthodes sont encore trop peu connues de l'ensemble de la population. Pourtant, elles ne sont pas si éloignées de notre quotidien...et pourraient être utilisées dans de nombreuses situations de la vie courante (à l'école, chez le docteur, dans les lieux de loisir, dans les magasins,...).

C'est ce que l'association Agir et Vivre l'Autisme souhaitait mettre en avant dans sa campagne de sensibilisation **qui vient détourner ainsi l'interface de Facebook et ses célèbres pictogrammes pour lutter contre les idées reçues, vulgariser et sensibiliser aux méthodes d'aide aux personnes autistes.**

Dans une série de vidéos, 3 influenceurs ([Natacha Birds](#), [Hugo Décrypte](#) et [Papa en Cuisine](#)) se sont mobilisés pour délivrer un message unique : **sans ouvrir la bouche**, ces personnalités nous parlent avec pour seul moyen de communication les fameux pictogrammes que nous utilisons presque tous les jours. Leur objectif ? **Démontrer que ces méthodes d'aide sont plus proches de nous qu'on peut le croire... À condition qu'on prenne le temps de les comprendre.**

Découvrez la vidéo de la campagne au lien suivant

<https://www.facebook.com/Agir.Vivre.Autisme/videos/275100370012990/>

et des photos d'illustration de la campagne :

<https://betc.app.box.com/s/3s4d8unxtw5dabd93m6n4e10no0hqrvj>

3 – Les témoignages de l'association, BETC et Facebook

L'autisme est encore mal compris. Beaucoup de préjugés persistent comme celui qui veut que les personnes autistes ne veulent pas communiquer et préfèrent rester dans leur « bulle ». S'intéresser à l'autisme, pour briser ces préjugés, et aux outils les plus utiles, c'est déjà un premier pas pour éclairer ces méthodes peu connues.

Notre civilisation de la communication a les moyens de ne pas laisser sur le bord de la route des personnes dyscommunicantes. Les approches, méthodes et outils qui permettent d'apprendre à communiquer doivent être mieux connues et disponibles pour tous et à tout âge.

Bien sûr, il n'existe pas un seul et unique outil idéal pour aider les personnes autistes. Certains apprennent plus facilement par les signes, d'autres comprennent le langage mais ne parviennent pas à parler et utilisent des outils de verbalisation (sur appareils numériques), mais la communication par l'image et mots est une des plus courantes, témoigne Vincent Dennery, Président de Agir et Vivre l'Autisme.

Pour la 4ème année consécutive, Facebook lance l'édition 2018 de son initiative « Hack for Good », compétition créative qui invite les agences de communication à mettre en avant leur créativité au profit d'une association. Dédiée cette année à l'association Agir et Vivre l'Autisme nous sommes honorés de les aider à sensibiliser nos communautés - de manière innovante - grâce aux outils créatifs de notre plateforme, ajoute Anton Maria Battesti, Directeur Public Policy Facebook France.

Retrouvez ci-dessous également d'autres outils pour favoriser l'apprentissage de la communication pour les personnes autistes afin de poursuivre la sensibilisation.

Les outils d'aide à la communication des personnes autistes

Le PECS est un système d'apprentissage qui enseigne la communication par échange d'images (des photos d'objets concrets puis des pictogrammes symboles). En différentes étapes, l'enfant apprend que l'image représente l'objet, puis que le pictogramme représente l'objet. On lui apprend à échanger cette image pour obtenir ce qu'il veut. Il apprend ainsi le comportement de « demande » pour des choses importantes (manger un aliment, avoir un objet qu'il aime) et y associe progressivement les mots à ces images, auditivement puis visuellement. La personne utilise un classeur portable d'images et mots pour pouvoir s'exprimer en différents lieux.

Le MAKATON est une méthode équivalente mais qui combine des signes et des pictogrammes. Comme l'expression par les signes est plus spontanée, certaines personnes se l'approprient plus facilement mais elle nécessite aux accompagnants de connaître aussi ces signes, inspirés de la langue des signes générale.

Les appareils numériques d'expression verbale : grâce aux tablettes et smartphones, des applis dédiées à la communication ont été développées. Elles combinent images, mots et surtout les sons des mots. La personne autiste peut ainsi choisir une image et obtenir le son correspondant. L'appareil peut donc prononcer des mots comme si la personne s'exprimait. Ex : Communicotool.

Ces applis gèrent aussi les programmes de repérage visuel (programmes d'activité pour prévoir ce qui va se passer : ce qu'on va faire, où et avec qui. La prévisibilité est en effet une attente importante des personnes autistes.

À propos d'Agir et Vivre l'Autisme

Créée en 2005, l'association Agir et Vivre l'Autisme (AVA) a pour mission la transformation en France de l'accompagnement des personnes autistes pour améliorer leur inclusion et leur autonomie, en se fondant sur

BETC



les approches éducatives et inclusives reconnues par la Haute Autorité de Santé. L'association a développé depuis 10 ans des établissements expérimentaux pour enfants et adolescents autistes afin de démontrer la faisabilité et l'efficacité des approches éducatives et comportementales précoces et intensives, déjà reconnues dans l'ensemble des pays occidentaux.

Elle compte aujourd'hui 12 lieux d'accueil en France, et accompagne 155 enfants suivis par près de 190 collaborateurs et collaboratrices : Paris et Ile de France, Angoulême, Nantes et Saint Nazaire, Tours, Marseille et Avignon.

Chaque enfant et adolescent a un projet inclusif, en milieu scolaire ou extra-scolaire, ou en milieu préprofessionnel pour les adolescents. AVA s'est dotée d'un institut de formation et est membre du Conseil National de l'Autisme. AVA est partenaire de la fondation Autisme, Agir et Vivre, fondation sous égide de la fondation de France.

<http://agir-vivre-autisme.org/>

À propos de la compétition Hack For Good

« Hack for Good » est une compétition créative au bénéfice d'une cause. A l'issue de ce concours entre créatifs publicitaires, l'agence gagnante doit développer une campagne de communication 100% digitale sur Facebook pour l'association en question.

Facebook a initié « Hack for Good » afin de motiver et d'inspirer la créativité au service d'une cause. Les plateformes digitales permettent aujourd'hui de nouvelles formes de communication pour toucher des publics différents et sensibiliser le plus grand nombre.

À propos de BETC

L'agence BETC Paris, créée en 1994, est la première agence française de publicité, et membre du réseau BETC (BETC Paris, BETC London, BETC Sao Paolo et Rosapark). Dirigée par Stéphane Xiberras (depuis 2007) et par Bertille Toledano (depuis 2014), elle a été fondée et est présidée par Rémi Babinet et Mercedes Erra au sein du groupe Havas. Créatrice de campagnes mondiales pour des marques incontournables telles que Air France, evian, Lacoste, Petit Bateau, Peugeot, Disneyland Paris ou encore Aigle, BETC a produit 3 des 5 publicités télévisées françaises les plus populaires des 40 dernières années, pour CANAL+, evian et Mikado (Source : Libération, 2008). BETC est la 2^{ème} agence la plus primée au monde (Source : Gunn Report, 2010). Elle a été nommée 16 fois agence de l'année en 18 ans par CB News. En mai 2016, Rémi Babinet a été désigné comme l'un des dix meilleurs directeurs de création de l'Histoire, et le seul français, par le magazine américain Forbes.

<http://www.betc.com>