



Heeft u vragen? Nood aan bijkomende info?
Mail naar onze frontdesk via vraag@mi-is.be
Of bel naar **02 508 85 85**

Dienst	uw brief van	uw kenmerk	Ons kenmerk	Datum	Bijlage(n)
Stedelijke Samenhang en armoedebestrijdingsbeleid				28/11/2019	2

Betreft: Belgisch nationaal Roma platform – discussiemoment positieve beeldvorming

Op 28 november 2019 organiseerde het Belgisch nationaal Roma platform een eerste dialoogvoormiddag over het thema positieve beeldvorming. Bedoeling was geschikte middelen te identificeren om de uitdaging van de soms misleidende perceptie van Roma aan te gaan en om ideeën te sprokkelen om een compacte maar degelijke campagne (met inbegrip van een tentoonstelling) te ontwikkelen die Roma op een positieve manier in beeld brengen. Deze positieve bewustwordingscampagne wil focussen op het ruime publiek. Ook over de boodschap van de te ontwikkelen campagne werd door een diverse groep van stakeholders nagedacht.

Van waar de aandacht van het Belgisch nationaal Roma platform voor positieve beeldvorming ?

- Bij het evalueren van de voorbije werkingsjaren van het Belgisch nationaal Roma platform merkten verschillende deelnemers op dat meer aandacht voor positieve beeldvorming nodig is. Bijkomend werd meegegeven dat positieve rolmodellen en authentieke verhalen van Roma kunnen helpen.
- Ook verschillende Europese instellingen (Europese Commissie, Fundamental Rights Agency) onderstrepen het belang van positieve beeldvorming rond Roma.

De stuurgroep van het Belgisch nationaal Roma platform besliste daarom om het thema 'positieve beeldvorming' tot hoofdthema van het vierde werkingsjaar van het platform uit te roepen. Het voorstel werd weerhouden door de Europese Commissie die voor een vierde jaar op rij in financiering voorziet. De idee is om de campagne te ontwikkelen door :

- (1) in directe dialoog te gaan met de stakeholders vertegenwoordigd in het Belgisch nationaal Roma platform. Voor deze eerste oefening werd gekozen om een kleine groep van experts geïdentificeerd door de verschillende leden van de stuurgroep van het platform uit te nodigen.
- (2) de studie 'Roma through a positive lense' van de AP Hogeschool Antwerpen als input voor de gedachtewisseling / campagne te gebruiken (presentatie Nathalie Van Ceulebroeck en Lies Ferny als bijlage). Het was de Europese commissie die het Belgisch nationaal Roma platform

aanspoorde om bij de ontwikkeling van haar campagne zoveel mogelijk complementariteit met andere lopende projecten te zoeken.

- (3) in dialoog te gaan met de studenten van de AP Hogeschool Antwerpen (onder meer met de afdelingen fotografie en grafische kunsten) rond het thema 'integratie van Roma' en zo meteen een eerste pijler van 'sensibilisering' uit te bouwen.

Concreet zag de agenda van het discussiemoment er als volgt uit:

- o 10u : Verwelkoming en framing
- o 10u15 : kennismaking 'tour de table'
- o 10u45 : Voorstelling studie 'Roma through a positive lens' AP Hogeschool Antwerpen
- o 11u15 : open discussie rond positieve beeldvorming (met onder andere aandacht voor volgende vragen : Is er wel degelijk nood aan meer positieve beeldvorming? Welke outcome dient de campagne na te streven ? Hoe zet de campagne het doelpubliek tot nadenken aan en tot welk doelpubliek zal de campagne zich precies richten ? Welke kanalen kunnen de boodschap uitdragen? ...)
- o 12u30 : conclusies en next steps
- o 12u35 : broodjeslunch

Zoals hoger werd aangehaald werd dit initiatief genomen door het Belgisch nationaal Roma platform. Dit platform werd in 2016 – met de steun van de Europese Commissie – opgericht door het Belgisch nationaal Roma contactpunt (zie presentatie Isabelle Martijn (PODMI) als bijlage). Ook UNIA zetelt in de stuurgroep van het platform. Het Belgisch nationaal Roma contactpunt is dan weer een administratieve werkgroep waarin de administraties van de federale overheid en de gemeenschappen en gewesten bevoegd voor Roma integratie zetelen. Dit contactpunt vormt de brug tussen Europa en België op vlak van Roma integratie. Belangrijk is op te merken dat het om een nationaal initiatief gaat en niet om een louter federaal (het federale niveau coördineert) project. Het platform wil de dialoog met de doelgroep uitbouwen, versterken en consolideren.

De voornaamste conclusies / suggesties die uit het discussiemoment resulteren kunnen als volgt worden samengevat :

- JA, er is een grote nood aan meer positieve beeldvorming. Nog te vaak krijgen enkel negatieve verhalen aandacht.
- Het 'gezamenlijke' karakter van de te ontwikkelen campagne (Roma gemeenschappen, Belgisch Nationaal Roma platform, AP Hogeschool Antwerpen...) is een meerwaarde, zal de campagne versterken en het eigenaarschap verruimen.
- De te ontwikkelen campagne heeft aandacht voor diversiteit binnen de Roma gemeenschap. De campagne vertrekt vanuit de verhalen van positieve rolmodellen. Dit kan via de rolmodellen die meewerken aan de studie van de AP Hogeschool Antwerpen. Vaak willen Roma zich niet uiten als 'rolmodel'. De groep is dus beperkt.
- De rolmodellen die akkoord gaan om aan de campagne mee te werken zullen duidelijke grenzen kunnen stellen over tot waar hun bijdrage aan de campagne reikt. Dit kan voor elk van hen verschillend zijn.
- Als doelpubliek zal de campagne zich niet enkel zoals initieel vooropgesteld op het 'ruime' publiek focussen. Terzelfdertijd is het belangrijk aandacht te hebben voor de Roma gemeenschap zelf. Zeker jongeren binnen de Roma gemeenschap kunnen leren uit positieve

verhalen van rolmodellen. Dit kan versterkend werken. Hierbij moet wel opgepast worden voor de valkuil van het individuele schuldmodel.

- Een tweede mogelijk risico voor de campagne is dat het onmogelijk zal zijn – onder meer gezien de diversiteit van de Roma gemeenschap – om bij alle Roma gemeenschappen steun voor de campagne te krijgen.
- De campagne zal gezien de diversiteit van het doelpubliek verschillende specifieke kanalen bespelen. Niet enkel een tentoonstelling, flyers etc. maar ongetwijfeld de sociale media zijn belangrijk. Ook videoboodschappen kunnen interessant zijn.
- Als lanceringsmoment voor de campagne wordt de internationale Roma dag naar voor geschoven (8 april). Een locatie met enig ‘prestige’ is meegenomen (vb. Dossin kazerne, Europese instellingen, federale musea...). Voor de verdere verspreiding wordt aan meer laagdrempelige locaties gedacht (vb. bibliotheken, scholen, jeugdverenigingen...).
- De campagne mag geen ‘one shot’ zijn. Er dient nagedacht te worden om het ontwikkelde materiaal duurzaam op langere termijn in te zetten.
- Over de scope van de campagne manifesteerden zich twee meningen. Een eerste visie pleit voor een eerder enge scope; namelijk enkel aandacht voor Roma. Een verruimen van de scope naar ook woonwagenbewoners is geen goed idee gezien de diversiteit van de gemeenschappen en zou de boodschap te complex maken. Een tweede mening opteert - naar analogie met de Europese definitie van Roma – voor de ruimere scope met zowel aandacht voor Roma als woonwagenbewoners. Een mogelijk compromis is om enkele rolmodellen te belichten (vb. Roma die meewerken aan de studie van de AP Hogeschool Antwerpen) en rond deze focus een ruimere contextualisering te brengen waar ook aandacht voor woonwagenbewoners is.
- Er wordt nagedacht over het inzetten van ‘ambassadeurs’ die de campagne zichtbaarheid kunnen geven. Mogelijks zullen deze ‘ambassadeurs’ in Franstalig België en Nederlandstalig België niet dezelfde zijn.
- De media is soms een bron van ‘negatieve’ beeldvorming. Het Belgisch nationaal Roma platform moet ook aandacht hebben voor ‘positieve beeldvorming’ in de media (wat inderdaad ook in het projectvoorstel opgenomen is).

Tot slot van het discussiemoment werden nog enkele ‘next steps’ voor de verdere ontwikkeling van de campagne afgesproken. Deze zijn :

- De PODMI neemt contact op met de communicatiedienst van de Kancelarij van de Eerste Minister die over een ruimer expertise beschikt die zeker nuttig kan zijn voor de verdere ontwikkeling van de campagne.
- De PODMI richt een redactiecomité op met geïnteresseerde stakeholders en de AP Hogeschool Antwerpen (beschrijving rolmodellen, ruimere contextualisering...).
- Voor de creatieve uitwerking van de campagne zal de stuurgroep van het Belgisch nationaal Roma platform de samenwerking met de studenten van de AP Hogeschool Antwerpen uitbouwen.
- Begin 2020 (februari lijkt geschikt) komt het ruime Belgisch nationaal Roma platform opnieuw samen voor een tweede discussiemoment over de sensibiliseringscampagne.

Bijlage :

- (1) Presentatie PODMI
- (2) Presentatie AP Hogeschool Antwerpen



Co-funded by the Rights, Equality & Citizenship Programme of the European Union