

APPRENDRE, C'EST RÉAPPRENDRE À RÊVER

Regards croisés sur la campagne des Journées Nationales d'Action contre l'Illettrisme 2021

La parole à ses concepteurs et créateurs, la photographe **Henrike Stahl**, le fondateur de l'agence Les Cyclistes **Jean-Jacques Sebille** et le créatif **Henri Blanc**.



Pouvez-vous nous raconter la genèse de cette campagne des Journées Nationales d'Action contre l'Illettrisme (JNAI) 2021 ?



Jean-Jacques Sebille, co-fondateur de l'agence Les Cyclistes, coconcepteur des campagnes des journées nationales d'action contre l'illettrisme depuis 2015.

L'année qui vient de s'écouler a été compliquée pour tout le monde mais elle l'a été d'autant plus pour celles et ceux qui sont fragiles. Les personnes en situation d'illettrisme n'ont pas été épargnées, notamment les jeunes, et c'est sur cette population que l'Agence Nationale de Lutte Contre l'Illettrisme souhaitait attirer l'attention.



Henri Blanc, directeur de création, en charge de la réalisation de la campagne « Apprendre c'est réapprendre à rêver » des JNAI 2021.

Ces derniers mois, on a beaucoup entendu les médias se faire l'écho, à juste titre d'ailleurs, des difficultés des lycéens, des étudiants. Il y avait beaucoup de situations de stress, d'angoisse voire de décrochages. On pouvait très vite se sentir seul, livré à soi-même. Vous pouvez facilement imaginer ce que cela a signifié pour des jeunes en situation d'illettrisme.

JJS : Et oui, pour des personnes qui sont sortis du système scolaire en échec complet avec toutes les difficultés afférentes pour s'insérer, ce contexte a pris les proportions d'un cauchemar.

Comment aborde-t-on ce sujet de l'illettrisme sous l'angle des jeunes ?

JJS : Tout d'abord, nous avons la volonté commune de mettre l'accent sur les jeunes sans exclure pour autant les autres. Et quand on aborde l'illettrisme chez les jeunes, on s'aperçoit qu'on se confronte aux mêmes ressorts psychologiques que pour des populations plus âgées à savoir un sentiment de honte, une estime de soi très écornée. Il y a souvent à l'origine de cette dévalorisation une expérience traumatisante à l'école qui va au-delà du simple échec scolaire. Or plus on est jeune, plus ce souvenir d'une scolarité douloureuse est encore bien présent, plus la plaie est encore béante. L'inhibition, le découragement sont très forts.

HB : Le thème que nous avons proposé à l'ANLCI tente de casser cette spirale infernale qui a vu des gamins se faire répéter ad libitum depuis leur plus jeune âge, qu'ils étaient mauvais, qu'ils ne réussiraient à rien, qu'ils allaient devoir se contenter de ce qu'on décidait pour eux. Bref leur machine à rêver si prompt à se déclencher quand ils étaient enfants, s'est brusquement arrêtée. Elle a rendu l'âme.

JJS : Quand on parle à un jeune confronté à ces difficultés, il parle généralement à voix basse. Il marmonne. Quand on lui pose des questions, il répond par « je sais pas » ou « si vous voulez ». Il abandonne tout contrôle sur sa vie, toute volonté, toute envie, en attendant sagement et passivement la petite place que les adultes voudront bien lui concéder.

Apprendre c'est réapprendre à rêver, dit tout l'inverse. Cela dit que l'apprentissage n'est pas une machine à broyer les plus faibles mais une source intarissable d'énergie, de volonté, d'épanouissement.

Apprendre c'est mettre un pied devant l'autre et entrevoir ainsi un chemin qui trace un avenir avec des projets comme compagnons de route.



Par ce thème nous voulions réaffirmer cette fonction fondamentale de l'apprentissage qui ne consiste pas à aligner des savoirs ou des compétences, mais à se projeter, à être maître de sa vie.

Pourquoi avoir choisi la forme du témoignage pour illustrer ce thème ?

HB : Apprendre, c'est réapprendre à rêver est un concept presque philosophique et nous voulions l'ancrer dans le réel, dans le quotidien. Nous voulions le replacer à hauteur d'existence. **Il fallait montrer ce que cela peut signifier pour ces garçons et ces filles de redémarrer la machine à rêver. Le témoignage permet l'angle subjectif, l'appropriation et apporte la crédibilité.**

JJS : Ces jeunes ne rêvent pas de devenir astronaute ou star d'Hollywood. Ils rêvent d'avoir un boulot qui les épanouisse, d'être pris à une formation, de passer leur permis de conduire, d'avoir quelque chose de positif à dire, d'ouvrir une boulangerie.



Dans la mécanique de la campagne de cette année, « Et puis... » est un élément important. Il symbolise en deux mots apparemment anodins, le déclic, le changement, le moteur qui se remet en marche et à partir duquel, tout s'enclenche. Avec « et puis », la parole se libère au fur et à mesure que le champ des possibles s'élargit.

Nous sommes parvenus en quelques mots à donner l'impression que chacun des jeunes avait des tonnes de choses à raconter. Ces deux mots offrent un hors-champ passionnant.

Les photos sont belles, travaillées. Il y a une intention esthétique. Pourquoi ?

JJS : Comme avec les dernières campagnes et notamment celle de 2019, nous souhaitons cette année encore, offrir un miroir valorisant à ces jeunes. Valoriser les apprenants est clé si on veut que la campagne non seulement informe mais qu'elle soit utile pour les encourager et les motiver. Pour les aider à passer de la tête baissée à la tête relevée. Il ne faut jamais perdre de vue que lorsqu'on met quelqu'un sur une affiche on l'expose à tous, à la société tout entière. On le donne à voir. On en fait « la star ». Pour des gens qui sont persuadés qu'ils sont nuls et qu'ils ne valent pas un clou, ce n'est pas rien. Cela peut être très intimidant. C'est pourquoi, il fallait rendre les quatre protagonistes belles et beaux. Ne pas dévoyer leurs propos et les respecter dans ce qu'ils sont. On les a sublimés sans pour autant les transformer ou les modifier.

Henrike Stahl (Photographe) : je tenais à garder leur présence naturelle sans la noyer dans des artifices. C'est pourquoi les photos sont sur des fonds neutres avec seule la lumière pour les mettre en valeur. Lorsqu'on photographie des personnes qui n'ont pas l'habitude de se montrer, c'est toujours délicat. Il y a une période d'adaptation pour arriver à les détendre. A les libérer. Il faut les mettre à l'aise.

Cela fait longtemps que vous collaborez avec l'ANLCI ?

JJS : Plus de 10 ans. Et je veux remercier Hervé Fernandez, le directeur, Virginie Lamontagne, responsable de communication, pour leur confiance. Mais il nous a fallu du temps pour comprendre ce qu'était l'illettrisme, pour comprendre les besoins de l'agence et la fonction que remplissent les campagnes. Au-delà d'alerter la société, ces campagnes servent les accompagnateurs, les aidants, tous ceux qui œuvrent auprès des apprenants, dans leur mission.

En valorisant le témoignage, nous espérons que la campagne servira d'outil pédagogique et qu'elle poussera des jeunes à avoir le déclic. En 2019, plus de 80 apprenants, avec l'aide de leurs formateurs, avaient réalisés leur propre affiche à partir des nôtres. J'espère que cette année nous battons les records. En tant que publicitaire ça vaut toutes les récompenses du métier.

La campagne « Apprendre c'est réapprendre à rêver » a déjà été personnalisée plus de 20 fois à la mi-juillet 2021.

Pour découvrir ces personnalisations :

<http://www.anlci.gouv.fr/Actualites/Agir-ensemble-contre-l-illettrisme/Les-personnalisations-de-la-campagne-JNAI-2021>

Voir les huit visuels de la campagne « Apprendre c'est réapprendre à rêver » : <https://www.illettrisme-journees.fr/campagne-jnai-2021/>

Le site des Journées Nationales d'Action contre l'illettrisme :

<https://www.illettrisme-journees.fr>

Plus d'informations : [j nai@anlci.gouv.fr](mailto:jnai@anlci.gouv.fr) / 04 37 37 16 80

"Apprendre c'est réapprendre à rêver" : les apprenants s'emparent de la campagne des Journées Nationales d'Action contre l'illettrisme 2021



<https://www.illettrisme-journees.fr> - [j nai@anlci.gouv.fr](mailto:jnai@anlci.gouv.fr)
Twitter Anlci_Lyon - Facebook Agir ensemble contre l'illettrisme - #JNAI2021