



ASSOCIATION « LE RESPECT, CA CHANGE LA VIE »

Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 29 mars 2006 – Salle communale d'Avusy, Athénaz – 18h30

Présents : 18 membres dont 6 membres du comité

1. Accueil et appel des membres

Le Président introduit la séance en précisant que notre association compte aujourd'hui 88 membres dans trois cantons et deux pays. De nombreuses personnes se sont excusées et le président remercie d'ores et déjà l'ensemble des personnes présentes pour leur engagement.

2. Approbation du procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 16 décembre 2004

Le PV de la première assemblée a été perdu... et donc n'a pas pu figurer sur le site internet ! Comme il est donc impossible de le présenter, il est impossible de l'approuver.

3. Rapport du président

Mesdames et Messieurs, Chers amis,

J'ai le plaisir de vous faire part de mon rapport 2006, que j'articulerai sur les 5 points suivants:

1. Une brève introduction
2. Le fonctionnement de l'association, aspects négatifs et positifs
3. La perception de la campagne du respect par le public et son impact
4. Le bilan des activités 2005
5. Conclusion

Introduction

La campagne du respect est née le 1^{er} août 2002 ici même. Sans que cela ait été prévu et orchestré, dès le 2 août, elle sortait des étroites frontières de la commune d'Avusy.

En janvier 2003, grâce à une personne généreuse et suffisamment imaginative pour penser que cette démarche pouvait aller loin, un logo, celui que vous connaissez, naissait.

En octobre 2003, après plusieurs actions entreprises sans moyens aucuns, l'association dont nous sommes les membres, à son tour naissait.

En janvier 2004, avec l'aide "formidable" de Monsieur Adolf Ogi, ancien Président de la Confédération, la campagne du respect prenait un envol définitif. Depuis, le mouvement s'est amplifié, des partenaires les plus divers, membres ou non de l'association, entreprennent des actions liées à notre philosophie.

Fonctionnement de l'association aspects négatifs et positifs

- Points négatifs: l'outil "terrain", composé essentiellement de Milou et de moi-même, sommes parfois un peu trop expansifs..., expansifs par nécessité parce que très souvent sollicités de toutes parts, nous ne prenons pas assez le temps de nous rencontrer en comité, ou le faisons de façon trop furtive, ou encore dans une composition incomplète.
- Nous devons certainement mieux planifier nos actions, mieux impliquer celles et ceux qui peuvent y prendre part, et cela est également valable pour les membres extérieurs au comité.
- Ce manque de coordination entraîne naturellement d'autres inconvénients, par exemple et surtout en matière d'information, tant du comité que des membres de l'association qui peuvent, à juste titre se sentir tenus à l'écart, ce qui est en aucun cas ni dans nos intentions ni dans l'intérêt de l'association.
- En outre, nous savons pertinemment que plusieurs membres ou partenaires qui ont entrepris des actions sont laissés trop longtemps dans le silence... et cela m'ennuie beaucoup.
- Nous savons que nous avons là, Milou et moi, une amélioration à apporter, un rythme à changer, des efforts à faire, sachant que ça n'est pas toujours facile pour nos amis du comité à nous suivre ou à nous comprendre.
- Mais tout ça, c'est de la faute à Jean-François Duchosal, avec qui j'ai travaillé, qui un jour m'a appris et convaincu qu'il était "plus facile de freiner un cheval fou que de pousser un mulet"... Mais j'y réfléchirai tout de même!
- Concernant les points positifs, Dieu merci ils sont nombreux!
- Nous formons, malgré ce qui vient d'être dit, une association extraordinaire, d'un grand dynamisme, et dont l'ampleur de l'action n'a cessé de croître. Depuis sa création, il ne se passe pas un jour, pas une semaine sans que nous ne soyons sur le pont, pas un domaine d'activité sans notre présence. Partout, à l'école, dans le sport, en famille, dans la rue, etc. nous agissons ou aidons à agir en faveur du respect.

- Je pense que notre action peut durer longtemps encore, tant nous ressentons que le besoin de respect est grand, tant l'irrespect s'est immiscé dans les moindres interstices de la société. Loin de nous toutefois de l'idée que l'irrespect l'a emporté...
- Cette hyperactivité pose toutefois un problème d'emploi du temps..., c'est pourquoi j'en ai fait part au Conseil d'Etat...

Perception de la campagne du respect par le public et impact

Soyons franc et modeste: la campagne du respect est extrêmement bien perçue... Bien sur, d'aucuns diront ou "pensent que", mais ça... Ce qui ne signifie pas que nous ne devons pas améliorer... Notre volonté est de la maintenir sans connotation aucune... en insistant toujours et encore sur le fait que la campagne du respect n'est pas un retour d'autorité mais le respect volontairement choisi...

L'impact, quant à lui, est difficilement estimable, mais nous pensons toutefois pouvoir prétendre que le sujet du respect, un peu grâce à nous, se glisse un peu partout: regardez le S du nouveau logo de la TSR... Regardez le change Migros qui change la vie... Ouvrez yeux et oreilles autour de vous: le débat sur le respect, ou l'irrespect, s'installe... C'est d'ailleurs le but de la campagne.

Bilan des activités 2005

- Des dizaines de conférences
- Respect dans le Noctabus
- Le Tournoi de foot du respect
- Débat respect et multiculturalité aux CO de Coudriers
- Campagne respect à Swissport
- Campagne respect à
- Campagne respect au CO du Vuillonex
- Stands:
 - à la Fête du développement durable
 - à la Semaine de la mobilité, avec dessins du respect
 - à la Place des affaires
- Présence accrue dans la presse, grâce aux actions certes, mais également aux journalistes... (TdG, l'Extensuion)
- Et beaucoup d'autres encore...

Conclusion

Malgré des défauts qui restent à corriger, des points à améliorer, je crois que la campagne "Le respect, ça change la vie" a du chemin devant elle. Il nous reste à lui donner les moyens de le parcourir, des moyens tant financiers que des moyens en forces de travail.

Je profite ici pour remercier les toutes celles et ceux qui la font vivre: le comité (Milou, PAG, AYO, IVI, BGI, APT, membres, partenaires, entreprises, communes, médias, volontaires, etc. Notre plus grande préoccupation, c'est que la campagne garde sa simplicité car c'est là sa plus grande force, qu'elle garde en elle cette capacité de convaincre que nous vivrons mieux ensemble dans nos familles, nos villages, nos communes, nos rues, nos entreprises, nos clubs de sport, nos écoles, si nous choisissons le respect de soi, le respect de l'autre, etc. Tout cela, nous continuerons à le faire bénévolement, en toute sincérité, avec simplicité.

PERSPECTIVES 2006

3 ordres d'actions : mise sur pied par l'association, mise sur pied par les partenaires, mise sur pied en partenariat, présence visuelle seulement.

Actions :

- Respect aux HUG
- Respect dans les transports publics et tram du respect
- Respect dans les parkings
- Respect dans les écoles
- Tournoi du respect
- Distinction du respect dans le sport
- Migros Genève et Ecole club Migros
- Dictée du respect
- Campagne respect à l'Université
- Respect au Stade de Genève durant la coupe du monde
- Le respect, ça change la musique

Le président termine par les remerciements aux membres du Comité pour leur engagement au sein de l'association et pour leur disponibilité. Leur bénévolat est souvent mis à rude épreuve. Il remercie aussi les membres, quelque soit leur catégorie, pour leur apport à l'association et à la campagne, et rappelle que c'est à la fois grâce et par elles que notre projet avance.

Le Président demande si les membres présents souhaitent poser des questions, comme ce n'est pas le cas, il passe la parole au trésorier.

4. Présentation des comptes

BILAN AU 31 DECEMBRE 2005			
ACTIF		PASSIF	
CCP	30'944.52	CAPITAL (AU 31 DECEMBRE 05)	34'795.52
CAISSE	50.00		
TRANSITOIRES COTISATIONS	3'800.00		
MARCHANDISES	1.00		
TOTAL	34'795.52	TOTAL	34'795.52

COMPTE D'EXPLOITATION			
CHARGES		PRODUITS	
Matériel	74'173.58	Cotisations	21'200.00
Divers	600.00	Dons	76'432.90
Frais CCP	54.55	Intérêts	11.60
Bénéfice	22'816.37		
TOTAUX	97'644.50		97'644.50

5. Rapport des vérificateurs des comptes

Ce rapport manque de chaleur humaine... le vérificateur précise que la vérification s'est bien déroulée et que les comptes sont bien présentés et suivis, et il se réjouit de refaire l'exercice l'année prochaine.

Le président précise que les sommes restant en caisse ne sont pas destinées à cumuler, mais plusieurs opérations sont en cours, des commandes vont être faites ou sont faites et l'argent est prévu et engagé pour les nouvelles activités.

Il précise également que plusieurs opérations n'émargent pas aux comptes puisque financés directement par des membres (entreprises, communes). L'association dans ce cas se contente de coordonner les opérations de fabrication ou de préparation.

M. Petitpierre précise qu'il trouve juste que les entreprises ou membres qui souhaitent lancer des opérations les financent eux-mêmes. On est en effet toujours plus généreux avec l'argent des autres. Le président rappelle également que cette solution permet d'éviter des inégalités de traitement.

Un petit débat s'ouvre sur le logo, puisque le président rappelle qu'il est presque plagié par le nouveau logo de la Télévision Suisse Romande... ce a quoi M. Petitpierre rappelle que le logo de l'association lui-même reprend la structure de celui de l'IFAGE – ce dont il se réjouit !

6. Approbation des rapports et décharge au comité

Les rapports sont approuvés à l'unanimité et par acclamation.

7. Election du comité et des vérificateurs des comptes

Le Comité sortant se représente globalement, et est réélu par acclamations.

Un nouveau candidat est présenté par le président, M. Sebastiano Traina. Il est élu par acclamations.

8. Projets et perspectives d'avenir

Le président présente les projets d'avenir. Il faudra toutefois prendre des décisions sur l'opportunité et la planification des opérations, car le nombre de projets est presque déjà trop important pour pouvoir toutes les réaliser avec les moyens actuels.

Les principaux projets prévus sont les suivants :

- Lancement d'une campagne importante pour introduire le Respect dans les HCUG. Il s'agit d'une opération visant à intégrer une approche entre collaborateurs autant qu'entre les collaborateurs et les patients. Cette campagne va être très importante et représente un grand défi pour les HCUG autant que pour l'association.
- Nouvelle campagne dans les tramways, sous la houlette des TPG. Grâce à l'aide d'un grand sponsor, nous aurons un tram entier décoré à l'effigie du Respect ! Le coût complet de l'opération est de près de CHF 200'000.-, dont CHF 140'000.- pour la seule location du véhicule. Grâce aux négociations en cours, cette opération sera néanmoins possible, ce qui est sensationnel.
- Campagne dans les parkings, grâce à la Fondation des parkings, notamment sur les tickets de stationnement.
- Opération de promotion dans les écoles primaires, de la compétence des communes, afin de lancer des opérations de promotion dans chaque école.
- Tournoi du Respect : il aura lieu sans doute en septembre à Meyrin, et devrait être organisé sous l'égide du FC Meyrin.
- Création d'une distinction du Respect dans le sport : l'idée est de valoriser le sport par une action ponctuelle de récompense, qui pourrait prendre place dans le cadre d'un « diplôme » qui serait décerné aux équipes ou sportifs méritants. Les prix seraient remis par des grandes vedettes (Philippe Senderos, Roger Federer...) qui sont partenaires de notre campagne. Cette idée est soutenue par Raymond Walther, président de l'AGS et Mark Müller, Conseiller d'Etat chargé des sports.
- La dictée du respect est très sollicitée, mais son organisation est lourde et le Comité ne sait pas encore si elle pourra être tenue en 2006.
- L'Université souhaite diffuser envers tous les nouveaux étudiants dès cette année une sensibilisation par le biais de la campagne, afin d'éviter les dégradations des lieux communs qui sont malheureusement trop fréquents.
- Durant la Coupe du Monde, une journée du Respect devrait être organisée pendant son déroulement au Stade de la Praille, dans le cadre des animations qui s'y dérouleront
- Une animation sportive intergénérationnelle devrait être mise sur pied dans le cadre des actions de liaison intergénérationnelles.

L'ensemble de ces activités ne sont que la face émergée de l'iceberg des activités... des conférences, des présentations, des campagnes dans les communes, dans des entreprises, seront bien entendu encore mises sur pied.

9. Propositions individuelles

M. Petitpierre se demande si M. Beer ne devrait pas être sollicité, parce que plusieurs campagnes passent par l'école, qui est par ailleurs l'endroit idéal pour développer le concept et la campagne.

S. Cassara souhaite préciser qu'il organise un tournoi de football ainsi que dans d'autres projets non « aux couleurs » du Respect, mais au « contenu » du Respect. Il se rend compte que le message passe, mais pas toujours bien... on lui demande pourquoi on fait de la pub – alors qu'ils ne comprennent pas qu'il s'agit d'un concept global et que l'idée c'est seulement de mettre en image un concept. Il se demande donc si trop de promotion ne nuit finalement pas au travail en abusant de l'image au détriment du contenu. Le président lui répond que le contenu est pourtant notre préoccupation de base. Couvrir la ville d'autocollants ne nécessiterait pas une association et une activité aussi débordante... on pourrait le faire à moindre prix et sans fatigue. Bien entendu, dès qu'on prend une certaine

visibilité, il existe des personnes qui ne souhaitent plus y adhérer. S. Cassara précise qu'il donne un exemple : lors de la Vogue de Carouge, une fanfare a refusé de mettre des t-shirts aux couleurs du Respect parce qu'ils étaient sûrs que c'était une campagne politique pleine de moyens financiers. E. Abt précise que normalement, notre association refuse, après un cas particulier, de mettre des banderoles ou d'assurer une présence sans que ce soit précédé ou accompagné d'une explication, d'une discussion. A. Perez de Tuleda donne l'exemple d'un prochain concert pour les jeunes, organisé à Veyrier, où l'organisation a mis sur pied une campagne active dans le cadre de l'insertion du respect en créant une chanson qui en traite.

E. Fatton trouve que le Conseil d'Etat devrait globalement davantage s'investir, ou l'association des Communes genevoises, afin de relayer le travail fait par l'association. Les communes et l'Etat doivent devenir des relais, car il lui semble qu'il n'est pas possible de porter un tel message seuls sans un relai clair des autorités. Le président est conscient de ce problème, c'est parce qu'il a toujours fallu que ce soit une émanation de la société civile, et que les personnes qui s'engagent dans la campagne soient des personnes qui s'engagent d'abord à titre personnel. Ils arrivent ensuite à créer des synergies, lancer des projets, etc. Cela lance une dynamique. E. Fatton se demande si les gens n'ont pas « passé par-dessus » le concept maintenant – comme une overdose. Le président présente cela comme un avantage cette présence, qui permet de nouer de nouveaux contacts et de développer encore des nouvelles pistes.

M. Carriage se demande si dispose d'un endroit où sont recensées toutes les opérations que nous avons en cours. Il existe toutefois de nombreuses informations sur le site internet et dans le bulletin d'information. A. Perez de Tuleda précise qu'il souhaite que tout le monde s'empare du concept et que nous aurons gagné une partie de notre combat quand les tiers viendront nous dire « j'ai fait quelque chose pour le respect » plutôt que « que puis-je faire pour le Respect ».

S. Cassara s'offusque qu'il soit nécessaire de devoir recourir à une promotion du Respect à grande échelle sur un tramway et il craint que le fait de promouvoir à ce point le

E. Fatton se demande si l'association pourrait mettre sur le site les articles existants – d'une part pour donner des idées, d'autre part, le cas échéant, pour en vendre. Le président prend note de la proposition, mais ne souhaite pas qu'on devienne une « boutique » et que cela génère des problèmes de gestion assez lourds. P.-A. Gandolfo craint que les questions de logistique et de suivi ne soient trop importantes, mais suggère peut-être que d'autres pistes soient explorées.

10. Questions et divers

La parole n'étant plus demandée, le président rappelle que les membres peuvent se servir de matériel et visionner les derniers documents proposés qui sont à disposition. Il réitère ses remerciements aux présents et invite les membres au verre de l'amitié.

L'assemblée est levée à 19h55 et est suivi par le verre de l'amitié.
Pour le procès-verbal : André Young, secrétaire.

Genève, le 29 mars 2006/ay