

Modèle de pratique de la Collection RAN

<p>Nom de la pratique</p> <p>Par « pratique » nous entendons une activité/méthode/outil utilisé actuellement ou par le passé par des professionnels et/ou membres de la communauté.</p>	<p>Trojan T-shirt</p>
<p>Description (maximum 300 mots)</p> <p>Courte description de l'objectif de la pratique et de la méthode de travail utilisée. Notez que dans cette description, il doit être clair que la pratique <u>est liée de manière explicite à la prévention et/ou lutte contre la radicalisation et/ou l'extrémisme violent</u>. Cela signifie que les objectifs et/ou les activités/méthodes de la pratique doivent être liés à la prévention et la lutte contre la radicalisation et/ou l'extrémisme violent. Les pratiques dans lesquelles ce lien n'est pas évident ne peuvent figurer dans la Collection RAN</p>	<p>L'«opération T-shirt Trojan» a évolué en coopération avec une agence publicitaire pour cibler directement le mouvement néonazi. Le 6 août 2011, des t-shirts présentant un crâne avec le texte «Hardcore Rebels» et un drapeau des Free Forces (groupes néonazis militants copiant les stratégies et méthodes d'extrême gauche) ont été distribués gratuitement à l'aile droite d'un festival de rock («Rock for Germany») à Gera, qui était organisé par le parti nationaliste NPD à Thuringia. L'effet de surprise est apparu après le lavage du t-shirt pour la première fois. Notre message apparaissait: «Ce que votre t-shirt peut faire, vous pouvez le faire aussi, nous vous aiderons à quitter l'extrémisme de droite. EXIT Germany.» L'objectif était d'augmenter la prise de conscience et la popularité d'EXIT-Germany dans le mouvement et de cibler en particulier les jeunes qui ne se sont pas encore formellement installés dans le mouvement d'extrême droite. Nous sommes bien conscients du fait que ce projet n'a pas un effet immédiat, cependant après l'opération le nombre de personnes contactant EXIT et demandant de l'aide pour quitter le mouvement a triplé. En outre, quand on pense à quitter le mouvement, l'extrémiste de droite pourra se souvenir de nous plus tard. Notre «opération Trojan T-shirt» a été le projet le plus abouti de la gamme de dépliants, cartes postales et podcasts Trojan distribués par EXIT.</p> <p>L'idée était de produire un t-shirt avec un message qui plairait superficiellement aux extrémistes de droite, mais qui révélerait par la suite un message caché après le premier lavage. L'extrémiste, caché dans son propre message et à l'écart de la présence oppressante de ses pairs ou d'autres extrémistes de droite, pourra voir un message l'encourageant</p>

	<p>à chercher de l'aide pour quitter le mouvement d'extrême droite.</p> <p>Des centaines de t-shirts gratuits ont été distribués durant un festival de rock de l'aile droite dans l'État de l'Est de l'Allemagne, Thuringia, et ils contenaient un message surprise. Après lavage, le dessin d'origine a pâli et a révélé un message clandestin.</p> <p>— Le nombre d'extrémistes de droite qui a pris contact avec le groupe pour un conseil pour quitter le mouvement. À cause du financement par le gouvernement fédéral, l'organisation doit être transparente à propos du taux de réussite et du coût de la déradicalisation des néonazis.</p> <p>— Une grande prise de conscience publique pour ECIT et ses activités en utilisant des tactiques asymétriques, dérangeantes. La prise de conscience en dehors du mouvement néonazi est particulièrement importante du point de vue de la collecte de fonds, les dons sont ce qui permet à l'organisation d'effectuer plus d'activités.</p>
Examiné par les pairs	Non
<p>Principaux thèmes</p> <p>Veillez <u>sélectionner</u> les deux thèmes clés qui correspondent le mieux à la pratique.</p>	<p>L'extrémisme de droite violent</p> <p>Déradicalisation/désengagement</p>
<p>Public cible</p> <p>Veillez <u>choisir</u> au moins un public cible correspondant le mieux à la pratique.</p>	<p>Extrémistes violents</p> <p>Anciens</p> <p>Public général</p>
<p>Couverture géographique</p> <p>Veillez indiquer où la pratique a été/est mise en œuvre (pays, régions, villes).</p>	Allemagne/Gera
<p>Début de la pratique</p> <p>Veillez indiquer quand (année) la pratique a été développée et mise en œuvre afin d'indiquer sa maturité. Si la pratique n'est plus active, veuillez indiquer quand elle a pris fin.</p>	2011

<p>Produits livrables</p> <p>Veillez indiquer si la pratique a débouché sur des réalisations concrètes, telles que (des liens vers) des manuels, modules de formation, vidéos.</p>	<p>Vidéo: http://y2u.be/CSIbsHKEP-8</p>
<p>Faits et évaluation</p> <p>Courte description des <u>mesures de performance</u> de la pratique, comprenant</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>des avis qualitatifs et des données quantitatives (statistiques)</u>, par exemple la mesure de la réussite de votre projet ou intervention. 2. <u>une évaluation et des avis</u>, y compris des enquêtes et/ou preuves empiriques. Par exemple, avez-vous procédé à une évaluation interne ou externe ? Avez-vous encouragé votre groupe cible à vous donner son avis ? 3. <u>un examen par des pairs</u> : quelles ont été les impressions du groupe de travail du RAN (éventuellement suite à une visite d'étude) concernant la pratique. <p>Veillez préciser les résultats de vos activités de surveillance et d'évaluation.</p>	<p>La première chose qui s'est produite, comme escompté, était que les organisateurs et les néonazis actifs ont pris conscience du message répandu en leur sein et ils ont réagi juste comme nous le voulions: un message texte groupé par SMS a été envoyé et transmis parmi les jeunes néonazis pour les avertir et alerter les autres de la menace que représentait le t-shirt Trojan. Donc, les extrémistes à qui l'existence et le message du t-shirt ont été inconsciemment rappelés avaient soudainement EXIT dans leur radar. À partir de ce point, le même message d'avertissement a été posté sur les pages de l'extrême droite sur Facebook, ce qui a mené de nombreux partisans de l'extrême droite à concéder que la méthode (si pas le message) était digne d'appréciation.</p> <p>Une fois sur Facebook, le message ne pouvait plus être arrêté et il s'est répandu rapidement sur Internet et plus de 300 sources d'information dans le monde entier ont mentionné EXIT et les «t-shirt Trojan», il est possible de se faire une idée dans cette vidéo: http://y2u.be/CSIbsHKEP-8</p> <p>Juste après le décès de l'humoriste allemand populaire Lorient, les «t-shirts Trojan» ont été le deuxième sujet le plus discuté sur les sites web allemands pendant le mois d'août 2011.</p> <p>En outre, les deux articles allemands les plus fréquemment recommandés sur Facebook pendant le même mois concernaient les «t-shirts Trojan».</p> <p>La valeur média équivalente de l'activité (TV, radio, presse écrite) en Allemagne était de 201 000 euros (source: MMO Media Market Observer GmbH – Mediaclipping); 50 fois plus élevé que le montant dépensé pour l'initiative. Et si nous considérons, la couverture médiatique dans sa globalité, le chiffre aurait encore été bien supérieur.</p> <p>Mais la ligne de base est le point le plus important et pour EXIT, c'est le nombre de consultations demandées par des néonazis cherchant à quitter le mouvement. Avec la coupe Trojan, nous avons triplé le taux de conseil de sortie (qui signifie le nombre de néonazis actifs qui ont fait une première demande anonyme en vue de prendre leur distance avec le mouvement). En outre, toute défection du mouvement crée une incertitude plus large pour ceux qui restent. Six ne semblent pas être un chiffre élevé, mais dans le mouvement, quelqu'un qui rassemble tout son courage pour découvrir comment quitter cet environnement oppressant et violent vaut son pesant d'or.</p>

<p>Durabilité et transférabilité (200 mots maximum)</p> <p>Courte description de la pérennité et de la transférabilité de la pratique, notamment des informations sur ses coûts. <u>Veillez préciser quels éléments sont transférables et comment.</u></p>	<p>En la modifiant potentiellement transférable.</p>
<p>Présentation et discussion lors d'une réunion du RAN</p> <p>Notez que pour figurer dans la Collection, la pratique doit de préférence être désignée lors d'une réunion du RAN. Indiquez le nom du groupe de travail/événement du RAN, la date, le lieu et l'objet de la réunion.</p>	<p>10.12.2015, Berlin, RSR Counter & Narrative</p>
<p>Liens avec d'autres initiatives ou financements de l'UE (100 mots maximum)</p> <p>Indiquez comment votre projet a été financé, si votre pratique est liée à d'autres initiatives ou projets de l'UE ET indiquez clairement s'il est (co)financé par l'UE et, si c'est le cas, par quels fonds. Exemples : Erasmus +, Fonds pour la sécurité intérieure (FSI), Fonds social européen (FSE), Horizon 2020, etc.</p>	<p>-</p>
<p>Organisation (Insérez une description de 100 mots maximum et sélectionnez le type d'organisation)</p> <p>Décrivez brièvement l'organisation à l'origine de cette pratique, notamment son statut légal, p.ex. ONG, organisme de l'État, société limitée, organisation caritative, etc.</p>	<p>EXIT-Germany est une initiative destinée à aider quiconque souhaite rompre avec l'extrémisme de droite et commencer une nouvelle vie.</p> <p>EXIT-Germany est une initiative pour aider les individus qui souhaitent quitter le mouvement d'extrême droite et commencer une nouvelle vie. EXIT-Germany a été fondée par un ancien détective de la police et criminologue, Bernd Wagner et l'ancien leader néonazi Ingo Hasselbach. EXIT-Germany travaille depuis l'été 2000 pour fournir une assistance aux personnes quittant les environnements d'extrême droite et violents.</p>

	Type d'organisation : Autre
Pays d'origine Pays dans lequel la pratique est utilisée.	Allemagne
Contacts Veuillez préciser les coordonnées de la personne à contacter dans l'organisation, notamment son nom et son adresse e-mail.	EXIT-Deutschland Bundesinitiative - Ausstiege aus dem Extremismus Postfach 760112, D – 10382, Berlin Fabian Wichmann fabian.wichmann@exit-deutschland.de 0177 – 2404806 http://www.exit-deutschland.de/english/
Dernière mise à jour (année)	2016