

Comment travailler avec les Diaspora dans le cadre de l'AEICT

Elena Eychenne
Frederic Lagrange
Charlotte Rieuf

CONTEXTE

« Les diasporas » constituent un objet politique qui bénéficie d'une attention à la fois intéressée et maladroite des élus. Souvent ciblées, rarement touchées, les diasporas constituent la première porte vers l'international, c'est celui et celle qui est étranger mais qui est là. Lui parler, c'est parler à son territoire et traiter d'une certaine manière la question de la redevabilité.

Lorsqu'elle est l'objet d'une attention exclusive, la diaspora devient le prétexte d'une action communautariste et électoraliste, éloigné des valeurs d'interculturalité et d'ouverture que prône la coopération décentralisée. Elle peut aussi cristalliser les rancœurs : pourquoi eux et pas nous ? L'action internationale se doit de faire des diasporas des richesses pour le territoire, pour peu que les collectivités arrivent à définir cet objet en constante évolution, géographique et sociologique.

Les diasporas de première génération envoient de l'argent. Elles montent des projets de développement en deuxième génération et apportent leur expertise et leur réseau dès la troisième génération. Qu'en sera-t-il en quatrième génération ? Comment conserver le lien ?

DEFINITION

Le terme « diaspora » vient du grec spiro, qui veut dire « je sème ». Il désigne habituellement les populations chassées de leur pays, qui entretiennent entre elles des liens affectifs, culturels, économiques et politiques par-delà les frontières. (site du musée de l'immigration). Les populations chassées de leur pays peuvent l'être pour des raisons politiques, religieuses, économiques, pour fuir des guerres ou la détérioration des conditions climatiques.

Dans le monde de l'AEICT, nous étendons le terme de diaspora à l'ensemble des populations étrangères sur un territoire, y compris les étudiant ayant choisi de venir suivre des études ou des retraités venus profiter de la douceur de vivre comme les anglais en Dordogne.

Ce qui fait diaspora et qui constitue le socle de l'action publique, c'est le fait d'avoir une communauté, qui entretient un lien avec son pays d'origine et qui a un sentiment d'appartenance, une mémoire collective. La question du nombre de générations pendant lequel on peut encore parler de diaspora ne se pose plus

Attention au regard que nous pouvons porter sur les diasporas : par exemple quand on parle de diasporas d'Afrique de l'ouest, on globalise des réalités différentes

Sur l'identification : il faut repérer les associations ou collectifs et bien comprendre les causes de l'arrivée sur le territoire. Trois typologie d'associations de la diaspora ont été identifiées : pour l'accueil et l'entraide ici, pour la promotion et la découverte de la culture ici, pour développer le pays d'origine soit dans un objectif de solidarité, soit dans un objectif plus économique

Autre notion abordée à développer : l'appropriation, la transmission : comment transmettre une culture ? comment d'approprie-t-on une culture ?

POURQUOI TRAVAILLER AVEC LA DIASPORA ?

La première raison de travailler avec les diasporas, c'est de faciliter son intégration et de renforcer la cohésion sociale de l'ensemble des habitants. Mais **attention à ne pas rester sur une approche communautariste** soit en écoutant les demandes des associations sans les re-traduire, soit en enfermant les personnes dans leurs clichés. **Il est nécessaire d'avancer dans la relation du territoire avec ses diasporas, d'actualiser les récits**

Travailler avec les diasporas peut aussi vouloir dire **tirer profit de leur présence pour garder les esprits ouverts** et leur permettre d'avoir un apport pour l'ensemble de la collectivité

QUELS SONT LES APPORTS QU'ON PEUT VALORISER ?

L'objectif de la mobilisation d'une diaspora est de faire connaître les particularités du pays et valoriser sa culture, ses traditions, dans la mesure de ce que le territoire est en mesure d'accueillir. Par exemple, ça peut être la cuisine, les arts, la musique, le sport, autant de sujets très consensuels qui visent d'abord la connaissance de l'autre dans ce qu'il partage avec tout le monde. **L'objectif est de faciliter le vivre ensemble en familiarisant la population locale avec les diasporas présentes sur le territoire.** Néanmoins le risque existe de rester dans les clichés et **la valorisation de la culture ne doit peut-être pas rester toujours traditionnelle.**

On peut aussi valoriser les compétences que des membres de la diaspora ont développées sur le territoire, les success story et l'ouverture sur le monde que certains membres de la diaspora peuvent apporter

VERS QUELLE CIBLE ?

Le risque de l'événement classique est celui de ne toucher qu'un public déjà captif, c'est-à-dire les communautés elles-mêmes et les personnes déjà sensibilisées à l'ouverture au monde. Toute une partie de la population reste hermétique alors que c'est elle qu'on veut toucher : le grand public, la jeunesse, les séniors, les sphères institutionnelles. Y compris au sein des communautés, la réception des initiatives de coopération peut être différente selon la génération impliquée

COMMENT ?

Comment travailler avec les Diaspora dans le cadre de l'AEICT

Elena Eychenne
Frederic Lagrange
Charlotte Rieuf

Le plus souvent, la mobilisation des diasporas se fait :

- Par des **festivals dédiés à l'international**, type festival des solidarités, ou des forums des associations, dont la visibilité n'est pas toujours au rdv
- Par des appels à projets dédiés
- Des livres de recette (oiseaux migrateurs à Chambéry, les voyageurs du goût en Sein Maritime)
- Par la possibilité d'inscrire un encart dans un événement généraliste, faire venir une voix inspirante issue de la diaspora qui va apporter une vision différente
- Par des projets de mobilité des jeunes qui vont être favorisés par l'appui des diasporas

Il y a aussi sur certains territoires des initiatives qui se sont monté sans être identifié comme soutien à la diaspora mais qui peuvent être mise en avant car remarquable. Souvent ce sont des projets de mobilité portés par des cadres du territoire ou des personnes particulièrement engagées. Possibilité de réaliser des portraits pour les mettre en avant

COMMENT LES MOBILISER ?

La mobilisation d'une diaspora peut se faire via l'organisation d'espace de dialogue / des temps interculturels

Pour une collectivité, faire un portrait de territoire permet d'identifier les associations, les écoles, les lieux de culte, les restaurants, les clubs de sport, les associations d'apprentissage du français

Les membres peuvent aussi être mobilisés pour l'accueil des délégations – mais attention toutefois au risque politique potentiel. Les diasporas ne partagent pas toujours les opinions des pouvoirs en place et/ou les personnalités mobilisées ne sont pas représentatives

Enfin il est aussi possible de travailler avec les jeunes issus de la diaspora sur des sujets ici et pas forcément là-bas, essayer de faire émerger des sujets innovants

POINTS DE VIGILANCE

Existence d'organisations faîtière pour certaines diasporas

Intérêt marqué de certaines ambassades ou consulats

Les collectivités n'ont pas de rôle sur le contrôle de la situation administrative des personnes. Les diasporas sont les personnes sur le territoire. Il faut toutefois faire attention au bad buzz potentiel

Attention à la perception très différente entre les générations, ceux qui sont arrivés et ceux qui sont nés ici

REGLES A RESPECTER :

- Pour aller plus loin :

Pour vous impliquer davantage aux travaux de l'ARRICOD – renseignez-vous sur arricod@gmail.com

Suivez-nous sur www.arricod.fr

Accueillir tous les éléphants de la savane dans la parade

ou comment valoriser les diversités d'origines pour renforcer la cohésion sociale !

Atelier

3



Mettre en valeur les diasporas du territoire, c'est un enjeu de cohésion territoriale.

C'est une reconnaissance citoyenne.

Parfois on peut s'appuyer sur des associations déjà bien organisées, d'autres fois il faut se renouveler pour toucher les jeunes.



C'est indispensable, tu ne peux pas attirer les jeunes sans les réseaux sociaux.

Avec les réseaux sociaux par exemple, mais encore faut-il maîtriser les codes.

Elargir sa cible, c'est compliqué. Si mon évènement sur l'Arménie de touche que les arméniens, je n'ai pas complètement réussi.

