



„Dacă oamenii rămân fără speranță și trăiesc în frică, ei vor continua să își parieze viețile pe aceste călătorii disperate.”

Refugiatul

- Conform Convenției de la Geneva, ratificată de România și de alte 144 de țări din lume, **refugiatul** este *“acea persoană care din cauza temerii justificate de a fi persecutată pe motiv de rasă, religie, naționalitate, apartenență la un grup social sau opinie politica și-a părăsit țara sa de origine, nu poate sau nu mai dorește să se întoarcă în țară.”* Statutul de “refugiati” le permite să aibă acces la asistența din partea statelor, înaltului Comisariat ONU pentru Refugiati (UNHCR) și altor organizații și să primească protecție în conformitate cu legislația internațională – Convenția și Protocolul privind Statutul Refugiaților adoptate în 1951 și, respectiv, în 1967.

Diferențe între REFUGIAT și MIGRANT

- Migranții sunt persoane care **aleg să trăiască într-un alt loc, având ca principală motivație îmbunătățirea nivelului de viață, precum și dorința de a studia, de a se reuni cu familia etc.**
- Spre deosebire de refugiați, care nu pot reveni în siguranță în țările de origine, migrații pot beneficia de protecția propriului guvern.

Motivele plecării refugiaților

- Refugiații aflați în această perioadă în drum spre Europa occidentală provin în special din Siria, Afganistan, Irak și Somalia.

Plecarea masivă a cetățenilor celor patru state are motivații diferite:

- **Irak:** intervențiile violente ale Grupării teroriste Statul Islamic (SI) împotriva cetățenilor care protestează împotriva fundamentalismului religios susținut de SI. Gruparea controlează, începând din vara anului 2014, cea mai mare parte din nordul și din vestul țării.
- **Siria:** Reprimarea armată a manifestațiilor de contestare a regimului președintelui Bashar Al-Assad, începute în martie 2011, prin care populația cerea reforme democratice și plecarea de la putere a președintelui.
- **Afganistan:** Razboiul civil izbucnit în 1979 și care continuă până în prezent, supunând populația civilă unor atentate, conflicte și intervenții violente zilnice. În anul 2001, după atentatele comise de gruparea Al-Qaida în SUA, statele occidentale s-au angajat la un război generalizat împotriva terorismului.
- **Somalia:** acțiunile rețelei Al-Shabaab, afiliate grupării Al-Qaida, în scopul de a înlătura de la putere guvernul susținut de Occident și de a impune varianta radicală a islamului.

- La nivel internațional, numărul de refugiați hotărâți să aleagă rute nesigure și periculoase pentru a fugi din fața conflictelor armate și a persecuțiilor a ajuns la nivelul cel mai mare din toate timpurile. **Aproximativ jumătate din refugiați înregistrați la nivel global sunt copii și tineri.**
- Numărul lor crește dramatic ca urmare a extinderii crizei în locuri unde violența, persecuția și conflictele dezrădăcinează populații întregi.
- **Copiii și familiile lor fug din țara lor fiindu-le teamă pentru viețile lor și se îmbarcă în călătorii periculoase. Mulți speră că vor obține azil și vor avea șansa la o viață mai bună. Dar în timp ce fac această călătorie, ei sunt extrem de vulnerabili.**

Câți oameni au părăsit țara lor?

- La finele anului 2014, 59,5 milioane de persoane își parasiseră casele, fiind stramutate forțat, comparativ cu cele 51,2 milioane din 2013 și cele 37,5 milioane din 2005.
- Siria este țara care generează cel mai mare număr de persoane stramutate intern (7,6 milioane) și de refugiați (3,88 milioane la finele anului 2014). Afghanistanul (2,59 milioane) și Somalia (1,1 milioane) ocupă următoarele două locuri în clasamentul țărilor care generează cei mai mulți refugiați.
- În 2015, peste 300.000 de refugiați și migranți au ajuns în Europa, folosind rutele din Marea Mediterană, dintre care aproximativ 200.000 sunt în Grecia și peste 110.000 în Italia.

Cum s-a implicat România?

- **România a devenit activă în domeniul azilului din 1991**, iar până în prezent aproximativ 36.400 de persoane au solicitat azil pe teritoriul țării noastre. Autoritatea responsabilă pentru procesarea cererilor de azil este reprezentată de **Inspectoratul General pentru Imigrări**
- În anul 2008, a fost înființat în Timișoara Centrul de Tranzit în Regim de Urgență, fiind la acel moment singurul centru de acest tip din Europa. Centrul oferă adăpost temporar refugiaților aflați în nevoie urgentă de evacuare din prima țară de azil.
- România și-a asumat primirea și susținerea a 6351 de solicitanți de azil în baza Deciziilor UE 2015/1523 și 2015/1601 ale Consiliului de instituire a unor măsuri provizorii în domeniul protecției internaționale în beneficiul Italiei și Greciei. În 2016, au fost relocate din Grecia și Italia 554 de persoane, dintre care 153 copii.

Care **sunt nevoile de urgenta** ale refugiatilor?

- Refugiatii au nevoie de hrana, imbracaminte, asistenta medicală, adaposturi, produse de igiena personala, provizii de apa si de facilitati sanitare.
- Copiii au nevoie de spatii sigure, in care sa fie protejati, sa se poata juca si sa poata merge la scoala.
- Adultii au nevoie sa se integreze pe piata muncii, in situatia in care vor ramane departe de tara de origine pe termen lung.

Care sunt **riscurile** cu care confruntă copiii?

- Să devină subnutriti și să se îmbolnăvească în situația în care trăiesc în condiții insalubre. Mulți dintre ei suferă de diaree și deshidratare.
- Copiii sunt mai expuși violenței, abuzurilor sexuale și exploatării atunci când se află în condiții de provizorat și supraaglomerare.
- În cazul prelungirii unei situații tranzitorii, educația copiilor poate fi afectată cu consecințe pe termen mediu și lung.
- De a fi discriminați și marginalizați în țările în care primesc azil

Cum au fost ajutați în România copiii refugiați?

Proiectele Salvați Copiii-Romania implementate în 2017 sunt:

1. **Asistența copiilor solicitanți de azil și refugiați**, finanțat de Save the Children UK.
 2. **Îmbunătățirea situației solicitanților de azil în România**, implementat ca partener al organizației JRS Romania, cu finanțare de la United Nation High Commission for Refugees (UNHCR)-**Inaltul Comisariat al ONU pentru Refugiați**
- [UNHCR](#) a lansat cu susținerea Salvați Copiii România, [ARCA](#) și [JRS](#) campania "Dilemele Refugiaților" cu ocazia Zilei Mondiale a Refugiatului - 20 iunie 2012, prin care a invitat publicul să reflecteze asupra a ceea ce ar face dacă s-ar confrunta cu situații similare celor prin care trec refugiații
 - UNHCR a lansat un proiect [Îmbunătățirea accesului la educație pentru adolescenții și copiii solicitanți de azil și refugiați în Europa Centrală](#) cu scopul de a le îmbunătăți accesul la un standard educațional adecvat. Proiectul va identifica lacunele și bunele practici în acordarea de sprijin educațional din întreaga regiune, va organiza o conferință regională și pe baza concluziilor, va elabora un ghid destinat autorităților naționale și altor părți interesate privind formularea politicilor.
 - Tot în regiune, UNHCR pledează pentru îmbunătățirea politicilor naționale și implementării acestora în ceea ce privește accesul copiilor solicitanți de azil și refugiați la o educație formală și non-formală de o calitate adecvată, dar și pentru dezvoltarea unor politici sociale care să permită dispariția practicilor discriminatorii și xenofobe.
 - AMURTEL România-**Program pentru copiii refugiați din Siria și programul "Înapoi la Școală"** care a oferit sprijin financiar unui număr total de 650 de elevi sirieni și libanezi pentru a le acoperi cheltuielile cu școala, transportul și materialele educaționale.

Organizația Salvați Copiii România-acțiuni ptr. Refugiați

În prezent, Salvați Copiii România desfășoară **activități sociale, educaționale și recreative în Centrele de Cazare și Proceduri ale Inspectoratului General pentru Imigrări din București, Galați, Giurgiu, Rădăuți, Șomcuta Mare și Timișoara.**

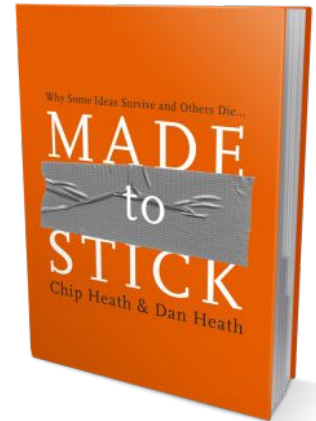
În aceste centre, Salvați Copiii a înființat și amenajat anterior spații prietenoase dedicate activităților cu copiii și numite generic „Camere ale copiilor”, iar în perioada următoare își propun înființarea unor spații de tipul Mama și Copilul, destinate îngrijirii în condiții optime a nou-născuților și sugarilor mici.

Serviciile Org. Salvați Copiii

- Facilitarea accesului la educație și acomodare culturală – dezvoltarea unui program educativ zilnic, cursuri de limba română, sesiuni de orientare culturală, înscrierea copiilor în sistemul de învățământ preșcolar și școlar, monitorizarea parcursului educațional, suport material constând în rechizite școlare etc;
sprijinirea familiilor în vederea obținerii beneficiilor sociale, înscrierea copiilor la medicul de familie etc;
- Asistență materială în vederea acoperirii nevoilor de bază – alimente, igienico-sanitare, produse specifice îngrijirii nou-născuților, îmbrăcăminte și încălțăminte, asistență materială în vederea accesării serviciilor medicale (medicamente, vitamine, intervenții chirurgicale etc.);
- consiliere pentru părinții copiilor în vederea accesării drepturilor de care beneficiază pe teritoriul României;
- consiliere privind drepturile și obligațiile pentru solicitanții de azil în vederea înțelegerii procedurii Dublin și a cunoașterii condițiilor de recepție din Centrele de Cazare și Proceduri pentru Solicitanții de Azil.

Vendre son idée

Créé en partenariat avec Chip et Dan Heath, auteurs du livre à succès intitulé "Ces idées qui collent", ce modèle propose des conseils pour créer et présenter un diaporama relatif à un nouveau produit, service ou concept, de manière à marquer l'auditoire.





1. Introduction

Choisissez une approche permettant de capter l'attention du public dès le début : élément inattendu, émotionnel ou simple.

→ **Inattendu**

Mettez en avant ce qui est nouveau, inhabituel ou surprenant.

→ **Émotionnel**

Donnez aux gens des raisons de s'intéresser à votre propos.

→ **Simple**

Émettez un message simple et fédérateur sur ce qui va se passer ensuite.

—

Combien de langues devez-vous connaître pour communiquer avec le reste du monde ?



Astuce

Dans cet exemple, vous entamez la présentation avec un élément **inattendu**.

Pendant que le public cherche un chiffre, vous le surprenez avec la diapositive suivante.

— Une seule ! La vôtre.

(Et la participation de votre smartphone)



Astuce

Gardez à l'esprit que les idées qui renvoient au bon sens n'interpellent pas les gens.

Mettez l'accent sur ce que votre sujet a d'inhabituel.

L'application Google
Traduction peut répéter
tout ce que vous dites en
**QUATRE-VINGT
-DIX LANGUES**
de l'allemand au japonais
et du tchèque au zoulou



Astuce

N'attendez pas la fin de la présentation pour en révéler l'objet.

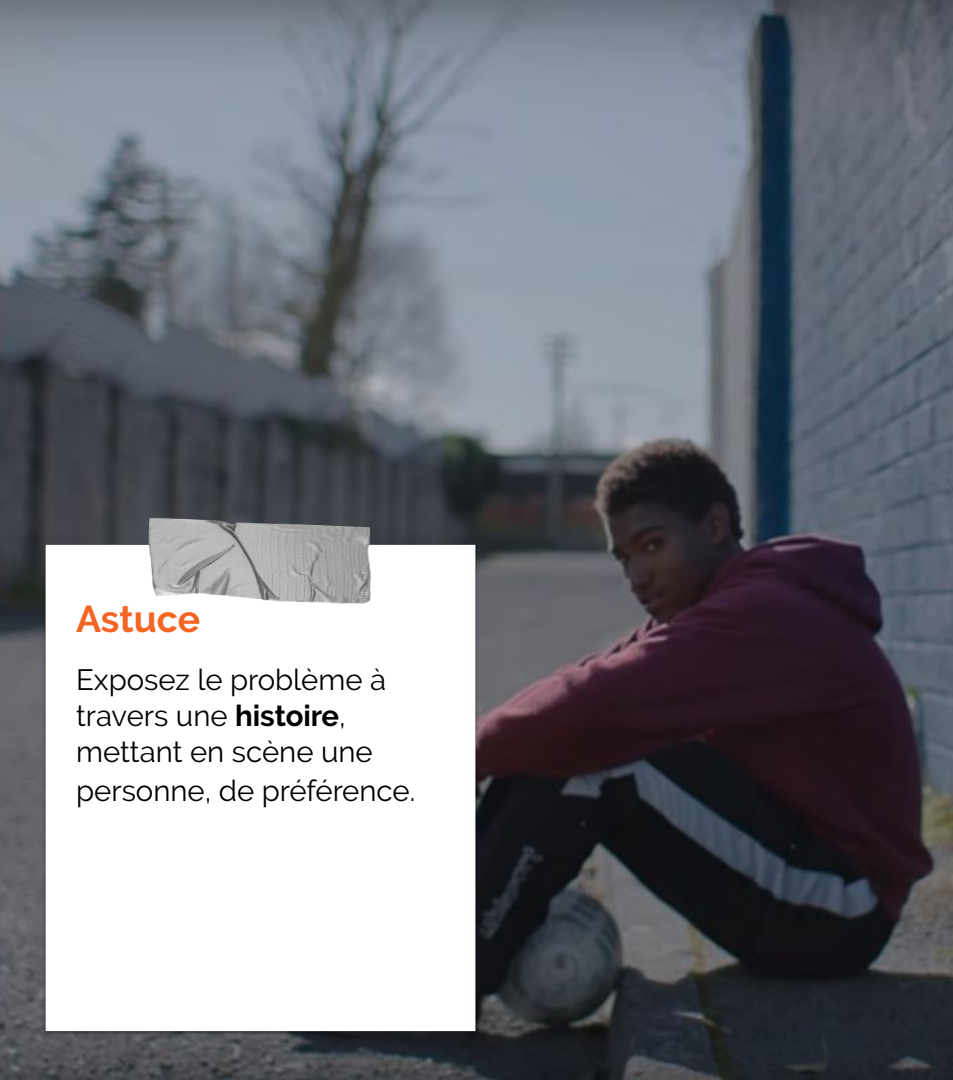
Parlez de votre produit ou concept (ici, une application de traduction) dès le départ.



2. Exemples

À la fin de cette section, votre public doit être en mesure de visualiser les éléments suivants :

- **Quoi**
Quel problème allez-vous résoudre avec votre solution ?
- **Qui**
Expliquez le cas particulier d'une personne qui aurait besoin de votre solution.



Astuce

Exposez le problème à travers une **histoire**, mettant en scène une personne, de préférence.

Voici Alberto.

Il a récemment déménagé de l'Espagne pour s'installer dans une petite ville d'Irlande du Nord.

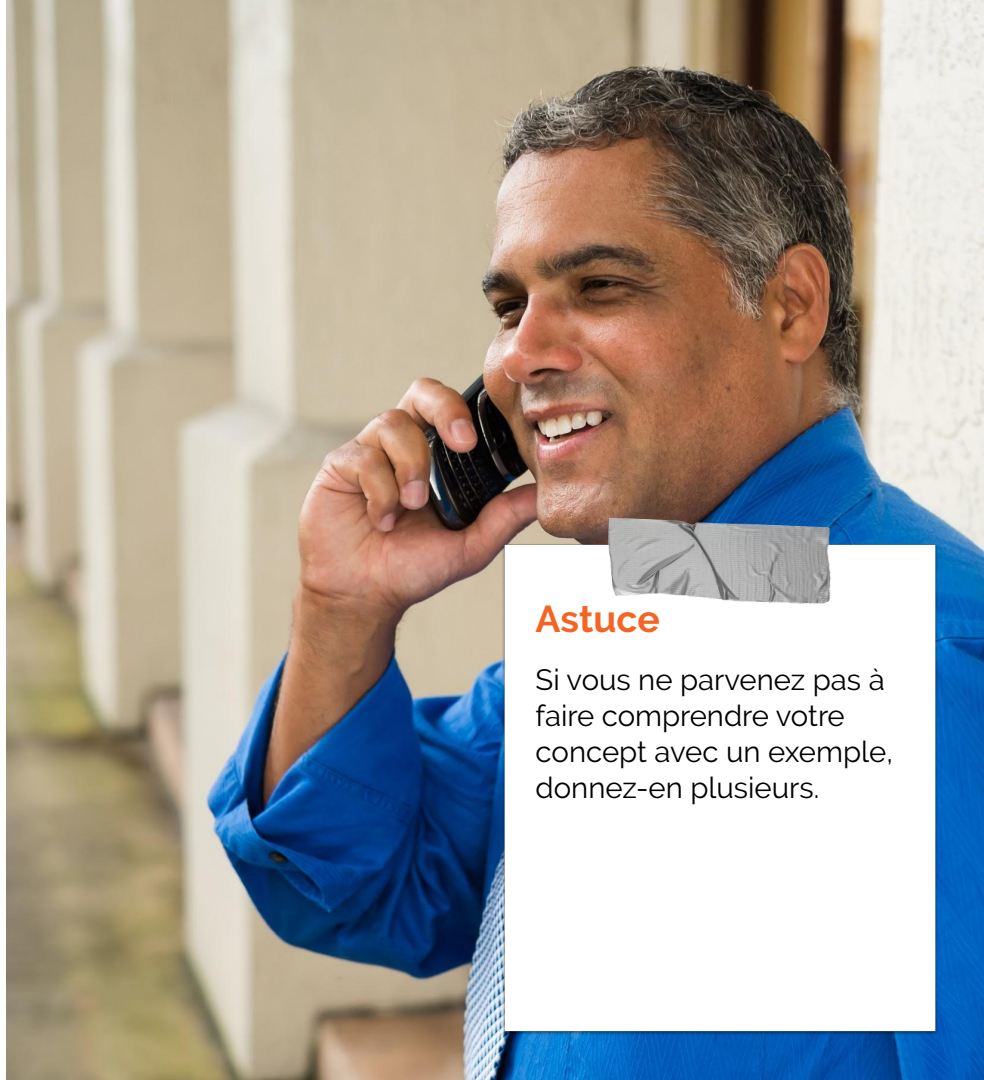
Il aimait le football, mais il craint de ne pas pouvoir communiquer avec l'entraîneur ou ses coéquipiers.

Voici Marcos.

Il a récemment ouvert un magasin de photo près du Louvre à Paris.

Ses clients, pour la plupart des touristes, parlent de nombreuses langues différentes, ce qui rend toute communication difficile au-delà de la simple transaction.

Histoire imaginée à titre d'illustration uniquement



Astuce

Si vous ne parvenez pas à faire comprendre votre concept avec un exemple, donnez-en plusieurs.

La barrière de langue
a laissé à Alberto une
mauvaise impression
et cela pénalise
l'affaire de Marco.



Astuce

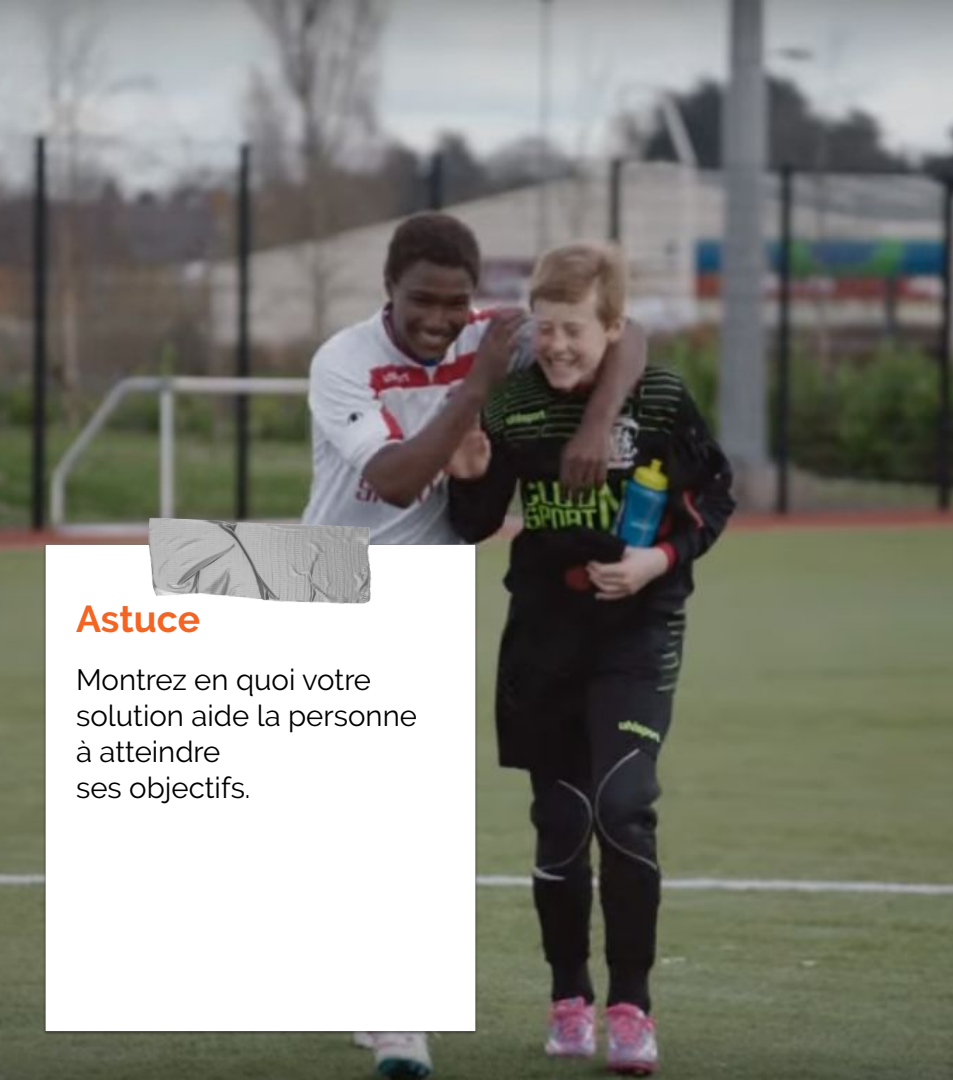
Si possible, prenez des exemples de situations très différentes dans lesquelles votre solution est utile.

Puis, Marco a découvert Google Traduction

Il demande à ses clients d'expliquer leurs problèmes d'appareil photo dans l'application.

Ainsi, il peut leur fournir un service personnalisé répondant exactement à leur besoin.





Astuce

Montrez en quoi votre solution aide la personne à atteindre ses objectifs.

Un geste simple

Les entraîneurs Gary et Glen ne parlaient pas l'espagnol.

Avec Google Traduction, ils ont invité Alberto à les rejoindre... "Tu veux jouer ?"... "Peux-tu défendre le côté gauche ?"

D'une position d'outsider à celle de star

Alberto a marqué 30 buts en 21 matchs. Il a été repéré par plusieurs clubs professionnels de la Premier League. Et il est plébiscité par les autres joueurs de l'équipe.

[Regardez une courte vidéo sur l'histoire d'Alberto](#)

Astuce

Les histoires sont plus crédibles lorsque vous y insérez des détails concrets, par exemple les expressions complexes qu'Alberto a apprises avec Google Traduction et ses performances (30 buts en 21 matchs).



3. Exemples

Votre public doit comprendre à quel point les exemples que vous donnez sont rares ou fréquents.

Prenez une ou deux statistiques et présentez-les de la manière la plus concrète possible. Les statistiques ne sont pas marquantes en général, à moins d'utiliser quelques tactiques :

- **Établir un lien**
Associez vos données à l'histoire que vous venez de raconter
- **Comparer**
Placez les grands chiffres dans des contextes familiers pour faciliter leur assimilation

—
Il n'est pas étonnant que Marco utilise Google Traduction régulièrement dans son magasin.

**Il y a 23 langues
officiellement
reconnues dans l'UE.**

Source: [theguardian.com](https://www.theguardian.com)



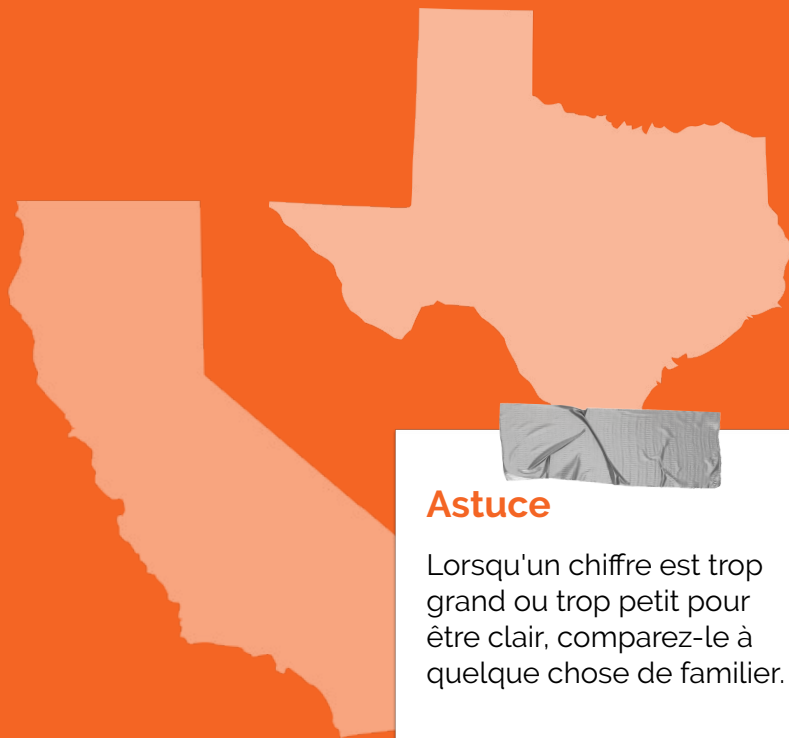
Astuce

Les données seules n'évoquent rien. Vous devez toujours les associer à l'histoire précédemment exposée (le magasin de Marco dans cet exemple).

Plus de 50 millions d'Américains ont voyagé à l'étranger en 2015

PLUS QUE LES POPULATIONS DE LA CALIFORNIE ET DU TEXAS RÉUNIES

Source: travel.trade.gov



Astuce

Lorsqu'un chiffre est trop grand ou trop petit pour être clair, comparez-le à quelque chose de familier.



4. Conclusion

Créez un sentiment de confiance à propos de votre produit ou concept, en incluant au moins l'une de ces diapositives :

- **Grandes étapes**
Qu'avez-vous accompli et quels défis restent à relever ?
- **Témoignages**
Qui soutient votre idée (ou s'y oppose) ?
- **Et ensuite ?**
Que peut faire le public pour s'impliquer ou en savoir plus ?

Grandes étapes

Octobre 2014

Traduction de pages Web
avec l'extension Chrome

Octobre 2015

Traduction de textes dans
une application

2014

2015

Août 2015

Traduction de conversations
via votre montre Android

Novembre 2015

Traduction de textes de
l'anglais ou de l'allemand en
arabe, d'un clic avec un
appareil photo

Ce que les gens en disent

Avec cette application, je peux partir visiter la campagne vietnamienne sans problème

Nom d'une personne, Ville

La traduction visuelle, c'est magique

Nom d'une personne, Ville

C'est grâce à Google Traduction que j'ai appris le français

Nom d'une personne, Ville

**Vous êtes bilingue ?
Vous pouvez contribuer
à l'amélioration de
Google Traduction
en rejoignant la
communauté.**



Astuce

Invitez votre public à agir, pour faire suite à ce qu'il vient d'apprendre.

Selon le cas, il peut s'agir de télécharger une application ou de rejoindre une organisation.



Bonne chance !

Nous espérons que ces conseils vous aideront à proposer une présentation mémorable de votre produit ou service !

Vous trouverez davantage de conseils de présentation (gratuits) pour d'autres types de messages sur le site

heathbrothers.com/presentations

Pour découvrir d'autres méthodes permettant de promouvoir vos idées auprès des autres, achetez notre livre !

