

# KATIA DAYAN LA COMMUNICANTE DU HANDICAP

**REBOND ALORS QUE LA CAMPAGNE NATIONALE DE SENSIBILISATION AU HANDICAP S'ACHÈVE AUJOURD'HUI, ELLE A CRÉÉ, IL Y A DIX ANS, UNE AGENCE DE COMMUNICATION DONT L'OBJET EST DE METTRE EN LUMIÈRE CEUX QUI SONT « INVISIBLES », ET CE TOUTE L'ANNÉE.**



**Aliénor Vincotte**  
avincotte@lefigaro.fr

« **O**n dit cap » : c'est écrit en lettres roses sur le tee-shirt blanc qu'elle porte ce jour-là, sous sa veste en cuir. Car pour Katia Dayan, le handicap n'est pas synonyme d'incapacité. Cette jolie femme brune d'une cinquantaine d'années en a fait le cœur de son métier et a réussi à en faire un atout dans le monde du travail. Elle a créé en 2010 la première agence de communication adaptée en France : Les Papillons de jour. C'est au cœur d'un hôtel parisien qu'on la rencontre un matin. À notre arrivée, elle referme son agenda grand



FRANÇOIS BOURGONVILLE / LE FIGARO

format posé sur la nappe blanche, enlève ses lunettes et commande des tartines beurrées avec de la confiture. « Je n'ai pas eu le temps de petit-déjeuner ce matin », s'excuse cette mère de quatre enfants, divorcée. Cette business woman pudique et réservée au regard franc ne correspond pas à l'idée qu'on pouvait s'en faire. Elle se prête de bonne grâce à l'exercice du portrait, non sans difficulté : « Je suis quelqu'un de très timide, se justifie-t-elle. Avec le temps, j'ai appris à me livrer. »

Après des études de commerce, elle devient un temps directrice du développement dans un grand groupe - dont elle préfère taire le nom. C'est là qu'elle découvre la taxe Agefiph, cette amende imposée aux employeurs qui ne respectent pas l'obligation d'emploi de travailleurs en situation de handicap. Les

entreprises font malheureusement souvent le choix de payer plutôt que de se lancer dans l'aventure de l'embauche de salariés différents alors que cette contribution finance le Fonds pour l'insertion professionnelle de ces mêmes salariés... Katia Dayan s'interroge alors sur la place donnée aux personnes concernées par le handicap dans la société. Celle qui aime bien se présenter comme une autodidacte dit avoir eu une prise de conscience à ce moment-là.

### Challenges

Elle commence à sensibiliser les entreprises sur le sujet. Mais elle vent plus loin. Elle découvre que dans le domaine de la communication, il n'existe pas d'agence dédiée. Pour cette femme énergique passionnée par les challenges, c'est sur cette voie qu'il faut s'engager.

« On m'a dit que c'était impossible de créer une entreprise adaptée dans le monde de la communication, j'ai pris beaucoup de risques mais je n'ai pas peur de l'échec. Sans échec, on ne peut pas avancer », dit-elle, en regardant son interlocuteur droit dans les yeux. Sa détermination sans faille porte ses fruits : elle relève les défis politiques et économiques que représente la création d'une telle entreprise et obtient son agrément en 2012.

Son moteur, elle le puise dans sa propre histoire. Très tôt, elle est confrontée au handicap de personnes de son entourage proche. Ce n'est qu'au bout de quelques instants qu'elle nous révèle qu'il s'agit de sa mère, touchée par « un accident de la vie », une sclérose en plaques, précise-t-elle dans le nuage d'une bouffée de cigarette. Une épreuve que cette fille unique a transformée en force. Le nom de son agence est un hommage à celle qui l'a mise au monde. « Ma mère, qui s'appelait Louise, adorait les papillons. Pour elle, cela représentait la li-

berté et la beauté. » Et elle explique l'image du papillon, ancienne chenille, qui devient magnifique quand il se développe et déploie ses ailes. Avec son agence, elle participe à son échelle au déploiement des capacités des personnes en situation de handicap. « Une femme en fauteuil roulant a un jour frappé à ma porte en me disant - Il faut que vous m'engagiez, raconte-t-elle. Je lui ai répondu - Dites moi d'abord quelles sont vos compétences. » Elle explique : « On n'embauche pas sur un dossier médical mais sur des compétences, on n'est pas dans le misérabilisme. » Aujourd'hui, les Papillons de jour emploient plus de 80 % de personnes en situation de handicap.

### Évolution des mentalités

Avec ses salariés formés aux métiers de l'informatique et du design, Katia Dayan mène des campagnes de sensibilisation externes ou internes auprès de 2500 clients. Elle travaille également auprès de grands groupes. Pour elle, on a beau constater une évolution récente des mentalités, il y a encore beaucoup à faire. Dans le milieu de la mode ou du sport, on a en effet assisté à une multiplication des campagnes mettant en valeur le handicap. Mais pour Katia, « on n'en parle pas encore assez, ça manque de communication dans beaucoup de secteurs ». Elle rencontre de nombreux chefs d'entreprise qui lui font part de leur ignorance sur l'adaptation des postes au handicap. La plupart ont en tête les handicaps psychiques ou visibles. « On ne sait pas comment traiter le handicap en entreprise », lui confie-t-ils. « Quand on est chef d'entreprise, ce n'est pas évident de parler d'un sujet qu'on ne maîtrise pas, en l'occurrence le handicap », commente Katia. « C'est là où j'interviens en leur montrant comment adapter ces postes en fonction des besoins des salariés. »

Pour Katia, malgré la loi de 2005, il reste du chemin à parcourir pour une société inclusive. Seize ans après, le problème de l'accessibilité persiste, notamment à Paris où le métro est impossible à prendre pour les personnes à mobilité réduite. Une situation que déplore Katia : « L'accessibilité, ce n'est pas seulement pour le handicap mais aussi pour les personnes âgées, les personnes avec un enfant dans une poussette. Elle fait partie d'un tout. » Ce sont autant de lieux qui pourraient être mieux adaptés et qui faciliteraient la vie d'un grand nombre de personnes. « À force d'en parler, à force de sensibiliser, la société change. La société n'est qu'un reflet de nous », conclut-elle. Et elle participe à ce changement de regard. ■

**NOUVEAU**

**LE FIGARO**  
PRÉSENTE

**Testez vos connaissances en histoire**

**7€<sub>90</sub>**

Réponses : 1 - les guerres puniques, 2 - Vauban, 3 - un confédéré

**ACTUELLEMENT EN VENTE**

CHEZ TOUS LES MARCHANDS DE JOURNAUX ET SUR WWW.FIGAROSTORE.FR

**UN DERNIER MOT**  
edemontety@lefigaro.fr

Par Etienne de Montety

### Bruit (brui) n. m. Son qui peut déclencher la lumière

Un radar antibruit vient d'être inauguré en Île-de-France. Le mot vient du verbe latin *brugere*, qui exprime le brame du cerf. De nos jours, ce serait plutôt celui de la moto ou du quad qui rompt le silence. L'annonce de cette installation a d'abord été un simple bruit : désormais le son sera combattu autant que la vitesse. Ce bruit de guerre au vacarme n'était pas une rumeur : les engins vrombissants vont bel et bien être sanctionnés. On ne parle pas du ronronnement normal d'un moteur mais du fracas de certains pots d'échappement. D'un lieu paisible où bruissent les sources et les feuilles, des machines peuvent faire un véritable enfer. Plutôt que de lutter contre ce bruit avec celui des bottes de la maréchaussée, les pouvoirs publics ont préféré le système du radar silencieux : une méthode à bas bruit dont on verra dans quelques semaines si elle en provoque un grand. Et pas seulement dans Landerneau... ■

### FIGARO-CI ... FIGARO-LÀ

#### Bras de fer entre le barreau et la cour d'appel de Paris

L'École de formation du barreau (EFB) parisien organise, en grande pompe, le « petit serment » de la nouvelle promotion des élèves avocats. Ils sont 1600 à être convoqués au Palais des Congrès de la porte Maillot, de 8h45 à midi, sans dérogation possible, mais sur présentation du passe sanitaire. La cour d'appel tique, mais n'a pas le choix. En l'absence des ordonnances Covid, il ne peut y avoir de prestation de serment par écrit. L'EFB rappelle être en dessous de la jauge des 2000 et que le Palais contient 5000 places. Tout est prévu pour une présence et des discours express.



SHUTTERSTOCK

#### Piratage de sites d'information israéliens

Au moins deux sites d'information israéliens ont été piratés, tôt dans la matinée de lundi, avec des avertissements et des menaces à la sécurité d'Israël. Cette agression s'est produite sous forme de vidéos de propagande iranienne, en lien avec le second anniversaire de l'assassinat par les États-Unis du général Qassem Soleimani.