|  |
| --- |
| Guide |
| Death Café : Organisation et animation |
| Auteur : Jon Underwood & Sue Barsky Reid Traduction : Marie-Ève Racette |

INTRODUCTION

Nous pensons que parler de la mort est une excellente utilisation de notre temps. Si vous êtes d’accord avec nous, pourquoi ne pas organiser votre propre Death Café?

Nous avons rédiger ce guide pour vous aidez à organiser un Death Café sans tracas, soucis ou dépenses exorbitantes.

Ce guide s’adresse principalement aux personnes qui souhaitent accueillir un Death Café ou animer une conversation sur la mort. Par contre ce qui suit pourrait s’appliquer à l’animation de conversation sur d’autres sujets. Nous recommandons que vous lisiez la page intitulée « Qu’est-ce que le Death Café? » avant de lire ce guide (Voir ANNEXE 1).

Vous lisez la version 2.1 du guide. La version originale (en anglais) est archivée sur le site de Death café (<http://deathcafe.com/site_media/files/old_guide.pdf>). Ce guide a été rédigé par ***Jon Underwood*** avec l’apport de plusieurs autres personnes. Nous remercions tout particulièrement ***Sue Barsky Reid*** qui a conçu le modèle de base.

Ce document est toujours sujet à discussions, modifications et améliorations. Veuillez afficher vos suggestions constructives et questions (en anglais) sur la page des praticiens du Death Café (<http://deathcafe.com/gallery/practitioners/>).

Merci de votre intérêt pour le Death Café!

**IMPORTANT** Le Death Café se veut un modèle de discussion spontanée dont le sujet est décidé par les participants. Ceci exclut donc les thèmes de discussion pré-établis, les listes de sujets décidés à l’avance et les conférenciers invités. Veuillez consulter la section 6 ci-dessous.

Contenu

[1. Comment travailler avec le concept 3](#_Toc417394029)

[2. De quoi aurai-je besoin? 4](#_Toc417394030)

[3. Accueillir Organiser un Death Café 4](#_Toc417394031)

[4. Animer un Death Café 5](#_Toc417394032)

[5. Locaux, collations, délais 6](#_Toc417394033)

[6. Une séance typique 8](#_Toc417394034)

[7. Publicité 11](#_Toc417394035)

[8. Finances, promotion, commanditaires 12](#_Toc417394036)

[9. Guide de démarrage rapide 14](#_Toc417394037)

[Dernières remarques 14](#_Toc417394038)

[ANNEXE 1: Qu’est ce qu’un Death Café? (Tiré du site www.deathcafe.com) 15](#_Toc417394039)

[ANNEXE 2 : Entente avec Jon Underwood 16](#_Toc417394040)

[ANNEXE 3: Formulaires d’appréciation – version 1 18](#_Toc417394041)

[ANNEXE 3 : Formulaires d’appréciation – version 2 21](#_Toc417394042)

1. Comment travailler avec le concept
	1. Le Death Café se fonde sur un système d’affiliation gratuit. Ceci veut dire que ceux qui adhèrent à nos principes ont le droit de faire certaines choses, comme :
* Utiliser le nom Death Café pour leurs événements.
* Afficher des événements sur notre site Web.
* S’adresser aux médias et à d’autres intervenants à titre de filiales de Death Café.

1.2 Nos principes veulent que les Death Cafés sont toujours offerts :

* Sans aucune intention d’influencer les participants vers une conclusion, un produit ou une action quelconques.
* Dans un cadre d’ouverture, de respect et de confidentialité où tous peuvent s’exprimer librement.
* Sans but lucratif.
* Accompagnés de boissons, de collations, et de gâteau!

1.3 Mais le Death Café n’est pas :

* Un groupe de soutien des endeuillés ni une thérapie. Le Death Café ne fonctionne pas pour les personnes qui, pour une raison ou une autre, n’arrivent pas à parler de la mort ouvertement et aisément. Il existe d’autres initiatives mieux adaptées aux besoins de ces personnes.
* Une occasion de donner de l’information sur la mort et le mourir, peu importe l’utilité ou l’importance de cette information. Nous voulons plutôt offrir une occasion de parler de la mort sans attentes ou expectatives. C’est pourquoi nous décourageons vigoureusement le recours aux conférenciers invités ou au matériel d’information.
* Un moyen de mobilisation communautaire, de recherche ou de consultation. Le Death Café ne devrait pas être exploité à ces fins.

La structure du Death Café est pensée de façon à rendre l’expérience positive, et à empêcher son exploitation par ceux qui souhaiteraient influencer indûment les participants vers des conclusions, produits ou actions quelconques.

1.4 Lorsque vous afficherez votre Death Café sur notre site, nous vous demanderons de vous enregistrer et de télécharger le document en anglais « AGREEMENT : How to work with us », dans lequel vous trouverez toutes nos modalités et conditions. Pour voir ce document, allez à l’ANNEXE 2.

1. De quoi aurai-je besoin?

2.1 Voici ce dont vous aurez besoin :

* Un organisateur et un animateur.
* Un local réservé pour une date et une heure précises, ainsi que des collations.
* Des participants désireux de parler de la mort.

Le modèle Death Café se veut souple, léger et simple. Ce sont les discussions sur la mort qui comptent : nul besoin d’artifices.

« Simple et léger » rime avec « organiser »! Vous trouverez dans les sections ci-dessous davantage de détails sur ce dont vous aurez besoin pour organiser un Death Café.

1. Organiser un Death Café

L’organisateur du Death Café est la ou les personnes qui créent un Death Café. Organiser un Death Café est un moyen enrichissant et agréable de sensibiliser la communauté à la mort et d’investir dans notre croissance personnelle.

3.1 Les principales qualités d’un organisateur sont d’être enthousiaste quant aux discussions sur la mort et de posséder des principes éthiques très élevés. Accessoirement, il est bon d’être organisé(e), d’avoir de l’entregent, de savoir réseauter et d’être patient(e)! Idéalement, vous aurez déjà assisté à un Death Café avant d’organiser le vôtre, mais nous savons que ce n’est pas toujours possible.

3.2 Les tâches d’un organisateur d’un Death Café pourront inclure :

* Recruter et coordonner les autres participants au Death Café.
* Organiser le local et les collations pour la tenue du Death Café (voir la section « Locaux, collations, délais »).
* Annoncer la tenue de votre Death Café (voir la section « Publicité »).
* Assurer la qualité, la sécurité et la confidentialité de l’événement.
* Donner suite aux RSVP, si vous en demandez.

3.3 La première étape dans l’organisation d’un Death Café est la lecture attentive du présent guide. Par la suite, vous :

* Vous entendez sur qui fera quoi.
* Trouvez un local et fixez la date.
* Faites de la publicité.
* Tenez votre Death Café dans la joie.
* Faites le bilan et une évaluation de l’événement.

3.4 En tant qu’organisateur, vous êtes responsable de la sécurité de votre événement. Les Death Cafés sont des événements très sécuritaires et positifs et nous avons connu très peu d’incidents au sein de nos 200 Death Cafés. Ceci dit, pour assurer la sécurité de votre Death Café :

* Vérifiez que tous les animateurs répondent aux exigences citées dans la section 4.2.
* Prévoyez la présence d’au moins deux organisateurs ou animateurs, surtout s’il s’agit d’un événement dans une résidence privée.
* Sachez comment et vers qui orienter les personnes qui ont besoin d’aide.
* Refusez d’admettre les personnes qui se présentent en état d’ébriété.
* Assurez-vous que tous les participants savent que le Death Café n’est pas un groupe de soutien pour endeuillés ni une thérapie.

3.5 Nous avons la grande chance de pouvoir compter sur un groupe international d’animateurs expérimentés de Death Cafés. Si vous avez des questions, veuillez les poser (en anglais) sur la page des praticiens du Death Café (<http://deathcafe.com/gallery/practitioners/>). De plus, certains organisateurs sont disponibles pour mentorer les nouveaux (en anglais seulement pour l’instant). N’hésitez pas à communiquer avec eux sur leur page-profil.

1. Animer un Death Café

L’animation est essentielle au Death Café. En bref, il s’agit d’amener les participants à sentir qu’ils peuvent parler de la mort en toute sécurité. Les Death Cafés sont très agréables à animer, puisque tout le monde présent souhaite parler de la mort et la plupart a beaucoup à dire. L’organisateur peut jouer le rôle d’animateur, mais le rôle de l’animateur, contrairement à celui de l’organisateur, se limite à la séance même.

4.1 En gros, le rôle de l’animateur est le suivant :

* Accueillir les participants et ouvrir la séance.
* Pendant les discussions, assurer le respect des principes du Death Café, surtout pour ce qui est de la tolérance à l’égard du point de vue des autres.
* Donner la parole à ceux qui voudraient contribuer à la discussion.
* Faire progresser la discussion lorsque celle-ci s’enlise.
* Gérer les situations délicates. Heureusement, elles sont rares!
* Clore la séance et demander une évaluation des participants.

4.2 Nous ne tenons pas à ce que les animateurs aient des qualifications officielles ou une certaine expérience avec la mort et le mourir, puisque la mort concerne tout le monde. Tout ce que nous demandons, c’est que les animateurs :

* Sachent écouter et parler de chaque aspect de la mort calmement.
* Possèdent de bonnes compétences en animation de groupe.
* Sachent gérer tout problème ou toute situation délicate pouvant se produire.

En plus des qualités ci-dessus, les animateurs devraient être :

* enthousiastes quant aux discussions sur la mort et le mourir,
* savoir faire preuve d’empathie,
* savoir imposer des limites claires,
* faire preuve de souplesse et
* être abordables.

4.3 Le Death Café n’est pas hiérarchique. Tous les participants sont tout simplement des personnes qui vont mourir. Aussi, les animateurs qui travaillent dans le domaine de la mort et du mourir devraient mettre de côté leur identité professionnelle.

4.4 Le plus souvent, les animateurs émergent d’un Death Café inspirés et grandis. Mais ce n’est pas toujours le cas : il est possible d’en sortir préoccupé, voire déprimé. Si vous voulez parler de votre expérience, veuillez afficher un message (en anglais) sur la page des praticiens du Death Café ( <http://deathcafe.com/gallery/practitioners/> ) ou communiquer avec nous (en anglais) au <http://deathcafe.com/contact/> .

1. Locaux, collations, délais

**Locaux**

Le local est important : un cadre agréable aide les gens à se détendre et à parler de la mort. Le modèle de Death Café est très souple et fonctionne très bien dans toutes sortes de locaux : des résidences privées, des cafés, des restaurants, des salles communautaires, des salles de réceptions, des tentes et des parcs.

5.1 Pour trouver le local idéal, posez-vous les questions suivantes :

* Où me sentirai-je le plus à l’aise et détendu(e)?
* Où pourrai-je avoir un local gratuit ou peu coûteux? Souvent, il s’agit de résidences privées et de cafés.
* Où pourrai-je facilement obtenir des collations? Les cafés sont pratiques à cet égard puisque les participants peuvent acheter leur propre collation.
* Quel emplacement est facile d’accès pour tous?
* Quel genre de local ou d’emplacement est original, suscitant la curiosité des gens?

5.2 D’après notre expérience, dès que vous aurez décidé du lieu, de la date et de l’heure, le reste suivra. Nous recommandons de réserver la salle avec au moins un mois d’avance, afin de vous donner suffisamment de temps pour faire connaître votre événement.

**Collations**

5.3 Comme vous l’aurez remarqué, nous avons pour principe d’assortir nos Death Cafés de collations. L’idée d’associer le mourir au « manger et au boire » nous vient du concept des Cafés Mortels de Bernard Crettaz. En effet, M. Crettaz estime que « les vivants se distinguent des morts par le partage de nourriture et de boissons ».

5.4 Au Death Café, nous raffolons du gâteau, qui est d’ailleurs très populaire auprès des participants. Mais vous pouvez servir ce que vous voulez, et adapter votre offre à la communauté. Nous avons une préférence pour la nourriture végétarienne, voire végétalienne. À l’occasion, des quantités limitées d’alcool ont été consommées lors de Death Cafés, sans contre-indications.

5.5 Comme il y a toutes sortes d’options de nourriture et de boissons, il vaut la peine de préciser votre choix dans votre publicité. Certaines options sont plus faciles et moins coûteuses que d’autres. Par exemple :

* Optez pour la formule « partage » où tous contribuent un plat.
* Si vous organisez votre Death Café dans un établissement commercial, demandez aux participants d’acheter une collation. Ceci encouragera le marchand à vous accueillir.
* Confectionnez vous-même un petit en-cas.
* Demandez à quelqu’un d’autre de s’occuper des collations et boissons, soit bénévolement, soit contre rémunération.

5.6 Si vous optez pour la formule « partage », ou si vous décidez de préparer vous-même un en-cas, respectez les règles et bonnes pratiques en matière de préparation et conservation des aliments. Ces règles et pratiques varient d’une région à l’autre et d’une communauté à l’autre. Il incombe à l’organisateur d’assurer la sécurité des aliments et boissons servis au Death Café.

**Délais**

5.7 On nous demande souvent à quelle fréquence l’on devrait organiser un Death Café. La réponse est qu’il n’y a pas de fréquence optimale. Les organisateurs décident par eux-mêmes du moment pour organiser un Death Café. Quelques Death Cafés sont tenus mensuellement, mais la plupart sont organisés au gré des circonstances. Parfois, certains organisateurs prévoient plusieurs séances assez rapprochées, puis font une pause plus ou moins longue.

5.8 Un Death Café typique dure environ deux heures. Mais on peut prolonger la séance, ou à l’inverse, tenir une discussion intéressante en moins d’une heure. Quoi qu’il en soit, souvenez-vous que les participants arrivent souvent en retard et ont besoin de quelques minutes pour s’installer.

5.9 Nous n’avons pas remarqué de jour ou d’heure particulièrement propices à la tenue de Death Cafés. Ceci dit, les soirées en semaine et les après-midi en fin de semaine sont assez populaires. Choisissez un jour et une heure qui vous conviennent personnellement et qui seront accessibles à vos participants éventuels.

5.10 Une dernière chose : n’abrégez pas les délais d’organisation! Un événement bien planifié est un événement réussi.

1. Une séance typique

6.1 **RAPPEL IMPORTANT :** Le modèle Death Café n’inclut pas de thèmes de discussion pré-établis, de listes de sujets décidés à l’avance ou (surtout) de conférenciers invités. Nous vous demandons de ne pas prévoir de tels éléments dans votre événement. Nous estimons que la mort donne déjà suffisamment de matière à reflexion comme ça.

En fait, nous croyons que l’apport d’un surcroît d’information ou l’établissement d’un programme de discussion est présomptueux, restrictif et démotivant. C’est pourquoi nous prônons une séance où les participants décident des sujets qu’ils veulent aborder, en fonction de leur importance à leurs yeux. D’après notre expérience, c’est ce modèle qui donne les meilleurs résultats. Cette consigne concerne la séance de Death Café même, qui se veut une discussion ouverte et franche sur la mort.

6.2 Il est acceptable d’insérer un Death Café dans le cadre d’un programme plus large d’événements sur la mort, comme cela a déjà été le cas. Les Death Cafés peuvent se tenir dans toutes sortes de contextes, comme des expositions d’art, des projections de films, des débats politiques, des séances de formation et des journées de pratique spirituelle. Ceci dit, les Death Cafés doivent toujours être organisés en marge de ces événements et respecter nos principes de base. Par ailleurs, seule la partie Death Café de tels événements ne sera publicisée sur notre site Web.

6.3 En général, les Death Cafés sont ouverts à, et respectueux de, toutes les communautés et croyances. Mais il est possible, même parfois souhaitable, d’organiser des Death Cafés adaptés à une communauté ou croyance particulière. Par exemple, il existe plusieurs Death Cafés organisés par et pour la communauté LGBT. De même, il est possible d’organiser des Death Cafés pour d’autres groupes et communautés, comme les Musulmans, les jeunes, les personnes âgées, les itinérants, etc. Dans la mesure du possible, ces séances spéciales devraient être organisées par des personnes issues de ces mêmes communautés.

6.4 Il y a deux modèles de Death Café : il vaut mieux faire son choix d’avance.

* Modèle « café » : Lorsque l’animateur demeure avec le groupe tout au long de la séance. La taille de groupe idéale est de 6 à 12 personnes, avec 3 personnes minimum et 20 maximum.
* Modèle « salon » : Lorsque plusieurs groupes s’animent eux-mêmes. L’animateur présente la séance puis évolue d’un groupe à l’autre au besoin. Ce modèle fonctionne bien pour les groupes importants, divisés en petits groupes de quatre à huit personnes.

6.5 Normalement, les Death Cafés sont destinés aux adultes. À l’occasion, des participants ont demandé la permission d’amener des enfants ou adolescents, ou se sont tout simplement présentés avec eux. Dans ces cas, les séances se sont bien passées pour eux et leurs parents, mais d’autres participants ont parfois déclaré se sentir inhibés par leur présence. Si vous décidez d’admettre de jeunes personnes, assurez-vous de pouvoir offrir un cadre sûr pour les jeunes, et obtenez au préalable le consentement des autres participants.

Tout comme la vie, les Death Cafés ont un début, un milieu et une fin.

**Début**

6.6 Dès le début de votre Death Café, il est bon de clarifier les points suivants :

* Ce qu’est le mouvement Death Café, d’où il sort (voir ANNEXE 1) et quels sont ses principes (voir 1.2).
* Si vous demandez des dons et, le cas échéant, à quelle fin (voir Finances, promotion et commanditaires, ci-dessous).
* **Les règles de base sont primordiales : 1) écouter les gens qui parlent, 2) respecter le point de vue des autres, 3) respecter la confidentialité.**
* Votre rôle durant la séance c’est-à-dire assurer que les règles de base sont respectées.
* Demandez s’il y a des questions avant de poursuivre.

6.7 Côté confidentialité, informer les participants que si leurs commentaires sont affichés sur le site Web de Death Café, ils le seront sans aucune information permettant d’identifier les participants. Il vaut mieux demander aux participants s’ils veulent bien que vous preniez des photos, si c’est ce que vous aviez prévu de faire. Si des journalistes sont présents, ils doivent se présenter au groupe. Si votre Death Café sera filmé ou enregistré, il faut en aviser les participants au préalable.

**Milieu**

6.8 Comme nous l’avons déjà dit, notre modèle de base se veut une discussion menée par le groupe sans sujets pré-établis, questions préalables ou conférenciers invités. Bref, il n’y a pas de programme. C’est pourquoi une séance typique se déroule comme suit :

* L’animateur demande aux participants de se présenter et de dire pourquoi ils sont venus à un Death Café, ce qui donne la possibilité aux participants de parler. Chacun son tour, sauf si un participant ne souhaite pas prendre la parole. Vous serez étonnés des choses que disent certains! Si le facilitateur est dans le groupe, il ou elle prend son tour aussi. Cette partie du Death Café peut prendre un certain temps, voire une heure pour un groupe de dix.
* Ensuite, le facilitateur demande si des idées, réflexions ou questions sont venues à l’esprit des participants pendant les présentations. Cette étape peut sembler difficile ou risquée pour le facilitateur, mais n’ayez crainte, les participants ont tendance à s’emparer de la discussion à ce moment-là, et le temps filera.
* Si, ayant essayé l’approche d’orientation collective de discussion, vous pensez après tout que votre groupe bénéficierait d’un peu de structure, vous pouvez poser des questions de lancement. Il est bon de toujours en avoir en réserve pour alimenter la discussion au besoin. Posez des questions ouvertes, et n’en posez pas plus de trois – les Death Cafés sont toujours trop courts et il est inutile d’essayer de couvrir trop de terrain en trop peu de temps. Mieux vaut organiser un autre Death Café!

**Fin**

6.9 À l’heure prévue, ou si vous avez l’impression que la discussion est épuisée, concluez votre Death Café. Il est bon de donner un préavis de cinq à vingt minutes afin de donner à tout le monde une dernière chance de dire ce qu’ils ont à dire.

6.10 Remerciez tout le monde de leur participation et demandez-leur de remplir un formulaire d’évaluation. À l’avenir, les participants aux Death Cafés pourront remplir un formulaire d’évaluation en-ligne, sur notre site Web. En attendant, veuillez vous référer aux modèles disponibles à l’ANNEXE 3. Vous pouvez aussi créer votre propre formulaire d’appréciation.

6.11 Il est bon de s’attarder après la séance au cas où des participants voudraient s’entretenir avec vous. De plus, il faut prévoir de faire le bilan avec les autres animateurs ou organisateurs après l’événement.

1. Publicité

L’objectif de Death Café est d’ « aiguiser la conscience de la mort en vue d’aider les gens à vivre pleinement leur vie ». Or, faire connaître la tenue de votre Death Café est un moyen en soi de contribuer à cet objectif, puisque vous parlerez de la mort avec les gens, qu’ils viennent au Death Café ou non.

7.1 Dès que la date est fixée, affichez votre Death Café sur le site de Death Café en allant au <http://deathcafe.com/accounts/login/?next=/new/> .Vous pouvez également y afficher des mises à jour (par exemple, « C’est complet! ») qui paraîtront sur les principales pages de nouvelles.

7.2 Il **faut** aussi faire de la publicité localement. Le site de Death Café rejoint un certain nombre de personnes, mais c’est votre publicité locale qui attirera vraiment l’attention. Voici quelques suggestions :

* Utilisez vos réseaux personnels. Informez vos amis, votre famille et votre entourage de la tenue de votre Death Café (si vous le voulez).
* Communiquez avec la presse locale et les médias. En effet, les médias sont souvent très intéressés par le mouvement Death Café et, de toutes façons, ils cherchent toujours des sujets d’intérêt, et quoi de plus intéressant que la mort! Pour ce faire, envoyez-leur un communiqué de presse et donnez-leur un appel de suivi.
* Affichez votre Death Café sur les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter et Meetup. Afin d’éviter toute confusion, nous vous demandons de ne pas créer de blogues ou de comptes Twitter incluant le nom Death Café dans le titre. Vous pouvez créer une page Death Café sur Facebook, du moment que vous permettez aux autres organisateurs de Death Cafésdans votre région d’y afficher leur événement.
* Cernez des groupes qui s’intéresseraient à votre Death Café, comme des étudiants, des artistes, ou des groupes de philosophie, et communiquez avec eux.

7.3 Certains organisateurs demandent un RSVP afin de connaître le nombre de participants et de communiquer avec eux avant le Death Café. Le seul inconvénient est le fardeau administratif supplémentaire que celà représente. Mais les RSVP ne sont vraiment essentiels que lorsque le Death Café a lieu dans une résidence privée et la majorité des organisateurs préfèrent s’en passer. Lorsque vous afficherez votre Death Café sur notre site, vous aurez l’option d’ajouter un formulaire d’inscription à votre page. Si des participants remplissent ce formulaire, vous recevrez un courriel. Votre adresse courriel ne sera pas révélée.

7.4 Certains organisateurs aiment créer leur propre affiche de Death Café et l’afficher en-ligne ou localement. C’est une bonne idée mais la conception et l’impression de telles affiches peut être longue et coûteuse.

7.5 Lorsque vous parlez aux médias à titre d’affilié de Death Café, veuillez :

* Parler de nos principes : sans but lucratif, sans intention de conduire les participants vers une conclusion, etc.
* Rappeler que Jon Underwood est le créateur de Death Café, inspiré par les travaux de Bernard Crettaz.
* Si vous êtes aux États-Unis, ajouter que Lizzy Miles a été la première personne à organiser un Death Café aux États-Unis.
* Leur demander de donner le lien deathcafe.com.

7.6 Lorsque votre entourage apprendra que vous organisez un Death Café, attendez-vous à des conversations des plus intéressantes. En fait, elles peuvent être très utiles et contribuer en soi aux objectifs de Death Café. Sue Barsky-Reid a dit, « Organiser un Death Café est un peu excentrique. Mais si vous êtes comme moi, vous aimerez être considérée comme une excentrique! »

1. Finances, promotion, commanditaires

**Finances**

8.1 Nous demandons aux organisateurs d’assurer la viabilité de Death Café en réduisant les coûts. Nul besoin de gâteaux élaborés ou de salles coûteuses : ce qui rend le Death Café si intéressant, ce sont les conversations sur la mort. Ceci dit, nous savons que parfois, les dépenses sont inévitables.

8.2 Côté finances, il y a trois moyens d’organiser un Death Café :

* Gratuitement. C’est ce qu’il y a de plus simple. Il faut toutefois reconnaître, dans votre publicité, ceux et celles qui ont contribué à la gratuité de l’événement.
* En demandant des dons sans préciser de montant. Par exemple, incluez la mention « Les dons sont les bienvenus » dans votre publicité. Le montant des dons varie mais restera très modeste. Il faut rappeler aux participants de faire un don au début et à la fin de la séance.
* En demandant un don d’un montant précis, par exemple, 4 $ par personne. Dans ce cas, précisez bien à quoi servira le don, pour que les participants comprennent bien qu’il cadre avec notre philosophie non lucrative. Une demande de don d’un montant précis diffère d’un prix d’entrée en ce qu’elle n’exclut personne de la séance par faute de moyens.

8.3 Les Death Cafés n’ont jamais de prix d’entrée et n’excluent jamais qui que ce soit pour faute de moyens.

**Promotion**

8.4 Rappelez-vous que le Death Café n’est pas une occasion pour vous de faire la promotion de votre propre entreprise. N’organisez jamais de Death Café à cette fin. Faire la promotion de votre entreprise contrevient à notre principe de ne jamais conduire les participants vers une conclusion, un produit ou une action quelconques.

8.5 Vous pouvez mentionner votre entreprise dans votre notice biographique comme organisateur d’un Death Café. Mais vous ne pouvez pas parler de votre entreprise pendant un Death Café. Si nous apprenons que vous faites la promotion de votre entreprise dans le cadre d’un Death Café, nous prendrons les mesures qui s’imposeront.

**Commanditaires**

8.6 Nous acceptons les contributions au Death Café. Les organisations et personnes qui souhaitent contribuer sont appelés des commanditaires. Leur contribution peut prendre diverses formes :

* Dons en espèces pour rembourser les coûts.
* Don d’une salle.
* Dons de boissons et collations.
* Accès à vos réseaux.
* Permettre aux employés d’organiser un Death Café pendant les heures de travail.

8.7 Notre politique veut que les commanditaires soient reconnus dans les textes et publicités sur le Death Café. Nous n’incluons jamais le nom d’une organisation dans le titre d’un Death Café. Toutefois, cette politique est à l’étude car d’aucuns estiment que le principe même de la commandite contrevient à notre politique de ne pas conduire les participants vers une conclusion, un produit ou une action quelconques.

8.8 Certains types d’organisations sont exclus de toute possibilité de commandite ou d’association avec le Death Café :

* Les grandes entreprises privées oeuvrant dans le domaine de la mort et du mourir.
* Les organisations politiques.
* Les groupes de pression travaillant sur des questions et enjeux sensibles comme le droit à la mort, l’avortement ou la vivisection.

8.9 Nous nous réservons le droit de refuser des commandites à notre seule discrétion. Si le montant offert est supérieur à ce dont vous avez besoin pour votre Death Café, ou pour discuter de notre politique, veuillez communiquer avec nous (en anglais) au <http://deathcafe.com/contact/> .

1. Guide de démarrage rapide

9.1 Voici la liste de contrôle rapide pour organiser un Death Café :

* Lire le présent guide du début à la fin.
* Décider qui est responsable des boissons et collations, de la publicité, de l’animation, etc. et comment faire.
* Décider du lieu, de la date et de l’heure.
* Afficher votre Death Café sur le site Web de Death Café.
* Faire de la publicité auprès de vos amis, votre famille, les médias, les réseaux sociaux.
* Prendre plaisir à l’expérience!
* Demander des évaluations et faire le bilan.

9.2 Pour toute question sur tout ce qui précède, affichez la sur la page des praticiens de Death Café (en anglais) au <http://deathcafe.com/gallery/practitioners/>.

Dernières remarques

« Ce guide évoluera au fil du temps. Veuillez communiquer avec nous si vous aimeriez y contribuer ou l’améliorer. Éventuellement, j’aimerais créer un wiki pour ce document. Si vous avez des questions, veuillez les afficher en anglais sur la page des praticiens de Death Café au <http://deathcafe.com/gallery/practitioners/>.

Entretemps, merci d’organiser un Death Café, et bonne chance! »

Signé : Jon Underwood

ANNEXE 1: Qu’est ce qu’un Death Café?

(Tiré du site www.deathcafe.com)

Lors d'un Death Café, les participants, souvent des inconnus, se réunissent pour boire du thé, manger du gâteau et parler de la mort.

L’objectif est de « susciter une prise de consciencesur la réalité inéluctable de la mort afin de nous aider à profiter pleinement de notre vie. »

Un Death Café est une discussion de groupe sur le thème de la mort sans ordre du jour, sans but ni même de sous-thème prédéterminés. Il ne s’agit pas d’une séance thérapeutique ni d’un groupe de soutien pour endeuillés.

Les Death Cafés sont toujours offerts :

* Sur une base non-lucrative – les dons sont acceptés pour défrayer les dépenses
* Dans un endroit/espace accessible, respectueux et confidentiel
* Sans l'intention d'influencer les participants sur des idées, des produits ou des actions à prendre
* En partageant une collation

Les Death Cafés se sont répandus en Europe, Amérique du Nord et Australasie.

Jon Underwood et Sue Barsky Reid ont développé le modèle international du Death Café en s’inspirant des Cafés Mortels créés par le sociologue suisse Bernard Crettaz (voir son livre « Cafés Mortels »).

ANNEXE 2 : Entente avec Jon Underwood

### AGREEMENT Working with us

a. People who sign up to this agreement are entitled to:

• Use the name Death Cafe for your events.

• Post events to our website.

• Talk to the press as an affiliate of Death Cafe.

b. By posting your Death Cafe you agree to abide by our principles as set out in our [guide](http://deathcafe.com/how/). These are that Death Cafes are always offered:

• With no intention of leading participants to any conclusion, product or course of action.

• As an open, respectful and confidential space where people can express their views safely.

• On a not for profit basis.

• Alongside refreshing drinks and nourishing food – and cake!

c. As a ‘social franchise’ operating across a number of countries we cannot ensure the health and safety of your Death Cafes. Posting your Death Cafe involves accepting that all responsibility and liability regarding your Death Cafe rests with you. This is only precautionary however - Death Cafes tend to be very safe and positive events, if our guidance is adhered to.

d. When you talk to the media please always:

• Use the following sentence to contextualise this work: "Death Café was founded by Jon Underwood based on the work of Bernard Crettaz."

• If you’re in the United States please add “Lizzy Miles was the first person to offer Death Café in the US."

• Give a link to deathcafe.com.

• Wherever possible convey our principles.

**e. Do:**

• Use [@deathcafe](http://twitter.com/deathcafe) when you tweet about your Death Cafe (so we can retweet).

• Promote deathcafe.org and the work of Death Cafe whenever appropriate.

**f. Don’t:**

• Start websites, blogs or twitter account with Death Café in the title. It is fine to start Death Café facebook pages for your Death Café but if you do this please be willing to let others in your area post their Death Cafes there too.

• Use the name 'Death Cafe' for things that aren't Death Cafes as set out in our guidance.

• Produce Death Cafe merchandise without our permission.

**g. Please note:** We reserve the right to reject your Death Cafe if we believe that it doesn't accord with our principles and the ethos of Death Cafe.

That's it! Please [contact us](http://deathcafe.com/contact/) is you have any questions.

ANNEXE 3: Formulaires d’appréciation – version 1

*Death Café*

Evaluation Form

* Overall, how would you rate this event? 5 = excellent, 1 = poor:

Comment:

* Would you say that attending this event affected your feelings about death and / or life?

If Yes, please attempt to say how:

* How comfortable did you feel during the Death Café? 5 = very comfortable, 1 = very uncomfortable.

Is there anything you can think of that would have made you feel more comfortable?

* How well did the structure of the discussion at the death café work? 5 = very well 1 = not very well at all.

Suggestions for improvement:

* Overall, how would rate you the facilitation of the event? 5 = excellent, 1 = poor

Any suggestions for improvement:

* How would you rate the cake and drink? 5 = excellent, 1 = poor

Any suggestions for improvement:

* Please choose 3 words which best describe your experience of death café:
1.
2.
3.
* If someone told you they were thinking of attending a death café what would you say to them?
* Do you have any other comments or things you think we should hear?

*Thanks again for attending and giving us your feedback. If you don’t want what you’ve written here to be quoted let us know.*

*Please stay in touch with us via www.deathcafe.com or @deathcafe on Twitter.*

ANNEXE 3 : Formulaires d’appréciation – version 2

*Death Café : Formulaire d’appréciation*

1. Qu'en avez-vous pensé?
2. Vous êtes-vous sentie à l'aise de prendre la parole?
3. Est-ce que l'expérience répondait à vos attentes?
4. La conversation était-elle telle que vous sentiez que vous pouviez l'enrichir?
5. Vous êtes-vous senti écouté?
6. Avez-vous des suggestions d'amélioration?