

Lancement de la campagne « MdHR : ouverture au plus vite »

Une campagne de sensibilisation contre le harcèlement de rue
de la Ville de Lausanne et de ses partenaires

Lancement de la campagne « MdHR : ouverture au plus vite. »

1. Introduction : M. Hildbrand, Municipal
2. La campagne : Y. Gerber, observatoire de la sécurité
3. Quelques mots sur le concept par ses auteurs :
Yann Marguet et Messieurs.ch
4. Projection de la vidéo de la campagne
5. Questions ?

Introduction

Présentation par Monsieur Pierre-Antoine Hildbrand
Conseiller Municipal

Introduction :

Les engagements de la Municipalité

- La lutte contre le harcèlement de rue figure dans le Programme de législature 2016-2021.
- La Municipalité a proposé une stratégie de lutte contre le phénomène dans le Rapport-préavis N°59/2017, qui sera prochainement examiné par le Conseil communal.
- La campagne de sensibilisation lancée aujourd'hui s'inscrit dans le volet prévention de cette stratégie. Elle est complémentaire aux autres mesures proposées.

Introduction :

Une campagne pionnière

- Première campagne à Lausanne mais aussi en Suisse ciblée sur le harcèlement de rue
- Un thème sensible car encore flou pour beaucoup
- Cette première campagne se veut donc généraliste. Elle traite le phénomène dans sa globalité.
- Une campagne de ce type permet de faire parler de ce sujet complexe et de susciter une réflexion dans le public.
- Il est indispensable de l'associer à d'autres mesures, tant préventives que répressives (v. Rapport-préavis).

Introduction :

Le choix d'utiliser le ton de l'humour

- Une gageure (écueils : la banalisation de la problématique, sa relégation au second plan, grivoiserie), mais aussi une manière habile de traiter ce sujet complexe.
- Volonté de provoquer le dialogue et de susciter la réflexion sur ses propres pratiques pour dépasser ces comportements.

Introduction :

Une démarche partenariale

- La campagne « MdHR : ouverture au plus vite. » a été élaborée en partenariat avec des organisations actives dans les milieux de la prévention, de la mobilité et festifs:
 - La Fondation PROFA
 - La Fondation vaudoise contre l'alcoolisme (FVA)
 - Les Transports publics de la région lausannoise (tl)
 - GastroLausanne
 - VoGay
 - Le Conseil des Jeunes.

Introduction : partenaires et concepteurs

- La Municipalité remercie vivement ces organisations et leurs responsables ici présents pour leur engagement, ainsi que les services de la Ville qui ont participé à ces travaux : SGSE, PML, SGEJQ, RM – Division Espace public.
- Elle remercie également les auteurs du concept de la campagne M. Yann Marguet et le studio lausannois Messieurs.ch qui ont su trouver un angle positif mais néanmoins didactique pour faire parler de cette problématique.

La campagne : un travail collectif

- Menée avec le soutien et l'expertise de responsables d'organisations et de services de la Ville (« Comité de pilotage harcèlement de rue »)
- Coordination par l'observatoire de la sécurité
- Consultation du COPIH Harcèlement de rue sur les préparatifs et livrables de la campagne
- Ce réseau sera maintenu. Il procèdera à un bilan de la campagne et sera consulté sur les mesures à venir.

La genèse de la campagne

- Consensus au sein du COPIL pour mener une campagne sur cette problématique et la soutenir.
- L'idée de départ : mettre à disposition une vidéo à partager sur les réseaux sociaux et faire appel à M. Yann Marguet, humoriste et animateur sur Couleur 3, auteur d'une chronique sur le harcèlement
- Yann Marguet et le studio lausannois messieurs.ch ont élaboré ensemble le concept de la campagne, le studio a élaboré ses visuels.

Les objectifs de la campagne

- Une campagne généraliste, destinée à un large public (auteurs, victimes, témoins, citoyens).
- Toucher le plus grand nombre (le harcèlement touche toutes les classes sociales).
- Faire réfléchir et susciter la discussion sur le respect des femmes en particulier, mais aussi des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, transsexuelles, transgenres et intersexes (LGBTI).

La campagne « MdHR : ouverture au plus vite. »

- Le harcèlement de rue présenté comme une triste réalité que nous pourrions dépasser, en mettant en scène un musée fictif, le Musée du harcèlement de rue, le MdHR.
- Le setting du musée permet une prise de distance et n'est en rien élitiste vu l'angle humoristique adopté (pas de profil type de harceleur).

Les visuels de la campagne : immersion dans le MdHR

- Une affiche
- Un dépliant d'informations (victimes, témoins)
 - Définition du phénomène, Possibilités de poursuite pénale
- Un site Internet : www.MdHR.ch
- Un spot de 15 s sur les bornes embarquées des véhicules tl à partir du 1^{er} mai : un grand merci aux tl !
- Une vidéo de 2 min à partager, avec Yann Marguet dans le rôle du guide.

Une semaine consacrée au harcèlement de rue

- La campagne est relayée par tous les partenaires, qui vont délivrer leur propre message sur leurs canaux en lien avec la problématique :
 - Mardi 1^{er} mai : message de la FVA
 - Mercredi 2 mai : message de la Fondation PROFA
 - Jeudi 3 mai : message de GastroLausanne
 - Vendredi 4 mai : action du Conseil des Jeunes de 20 à 22h
 - Samedi 5 mai : message de la Police municipale
 - Dimanche 6 mai : message de VoGay
 - Tout au long de la semaine : message des tl

Les auteurs du concept de la campagne « MdHR : ouverture au plus vite. »

Yann Marguet, humoriste et
le studio lausannois Messieurs.ch

Projection de la vidéo

- À découvrir sur www.MdHR.ch



Merci de votre attention !

<http://www.lausanne.ch/> - yolande.gerber@lausanne.ch

Plus d'informations sur <http://www.lausanne.ch/harcelement>