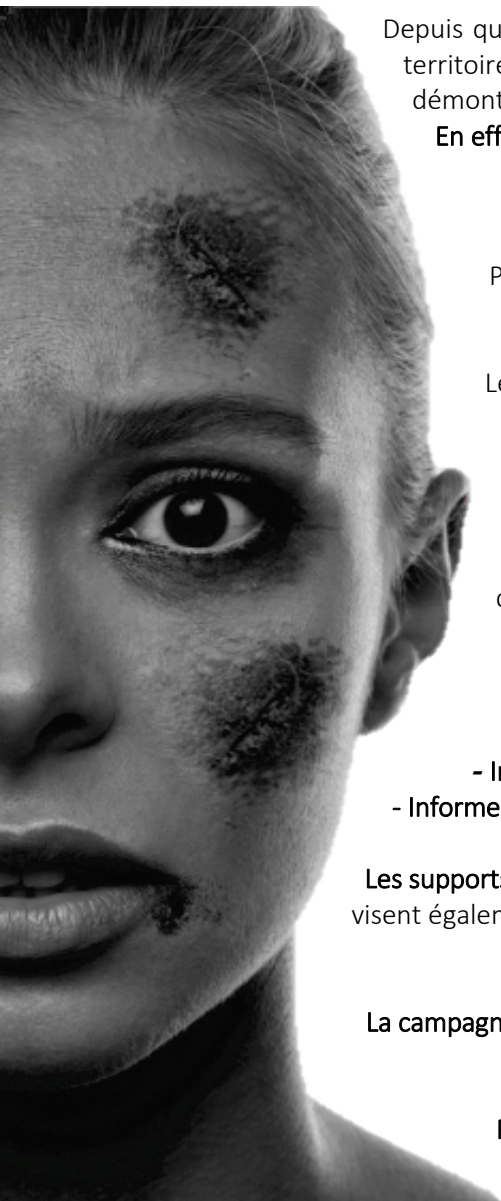




Dossier de presse

Campagne de sensibilisation
grand public contre les violences
faites aux femmes

conférence de presse
18 octobre 2017, préfecture de La Réunion



Depuis quelques années, grâce à la mobilisation des acteurs locaux associatifs, publics et privés, de plus en plus d'actions sont développées sur le territoire en faveur des droits des femmes et de la lutte contre toutes les formes de violences faites aux femmes. Néanmoins, les chiffres récents démontrent que ces violences envers les femmes perdurent au sein des couples avec un nombre de féminicides constant.

En effet, selon l'étude de la Délégation aux victimes (DAV) du ministère de l'intérieur sur les morts violentes au sein du couple en 2016, La Réunion est classée à la troisième place des régions les plus touchées par les violences conjugales.

Entre janvier 2016 et avril 2017, 9 femmes ont été assassinées.

Par ailleurs, même si le nombre de dépôt de plainte pour violences conjugales ne cesse de croître, de nombreuses victimes restent dans le silence. On estime que seules 9% des victimes osent dénoncer les auteurs de violences et entamer des poursuites judiciaires.

Les États Généraux des Violences Faites aux Femmes se sont tenus les 25 et 26 novembre 2016 et ont compté près de **1 000 participants**. Ils ont permis d'établir **un plan de 50 actions** et de **signer 7 accords partenariaux pour améliorer la prise en charge des femmes victimes de violences et de leurs enfants**. Les travaux conduits à cette occasion ont mis en exergue l'importance d'informer les familles sur la situation des violences conjugales à La Réunion.

Ainsi, dans la continuité de cet événement, **l'État lance en 2017 une campagne de sensibilisation à destination du grand public**. Menée d'octobre à novembre 2017, elle a été élaborée en étroite collaboration avec l'agence TBWA\GLOBE, acteur partenaire des États Généraux.

Les objectifs de cette campagne sont doubles :

- **Inciter les femmes victimes à sortir du silence et à dénoncer les violences** qu'elles subissent en leur apportant des informations précises.
- **Informers les ménages réunionnais pour que tous se mobilisent et deviennent réactifs** et acteurs dans la lutte contre les violences faites aux femmes.

Les supports de communication ont été imaginés de telle sorte que les femmes puissent se reconnaître et détecter si elles sont victimes de violences. Ils visent également à faire prendre conscience aux auteurs des formes de violences et favoriser la réflexion en suscitant une prise de conscience collective à cette problématique sociétale.

La campagne s'adresse principalement aux femmes victimes de faits de violences mais concerne aussi les auteurs de violences pour lutter efficacement contre la récidive.

Plus largement, elle vise l'ensemble des Réunionnais car la mobilisation de toute la société est primordiale pour faire reculer ces violences.

La campagne de sensibilisation

En 2016, lors des États généraux contre les Violences Faites aux Femmes, la stratégie de communication mise en place avait pour objectif principal de mobiliser les acteurs luttant contre ce fléau et la population réunionnaise en créant un réel électrochoc. Il s'agissait de montrer jusqu'où pouvaient mener ces violences.

C'est pourquoi la communication montrait non pas une femme meurtrie mais une femme morte recouverte d'un drap surmonté d'un bouquet de roses avec une phrase choc : **Et maintenant qu'est-ce qu'on fait ?**

Astèr, kosa nou fé ?

La campagne de sensibilisation reprend les codes développés dans les supports de communication des États Généraux afin de créer un lien rapide et puissant avec cet événement majeur.

Néanmoins, la campagne poursuivant d'autres objectifs que ceux des États Généraux où il fallait « marquer les esprits », des différences importantes apparaissent dans **le contenu** mais également dans **le ton**.

En effet, les objectifs principaux étant **de permettre aux femmes victimes et à leur entourage de détecter les faits de violences**, le contenu de la campagne est bien plus **informatif**. Mais le **ton** reste **direct et interpellant**.

Les outils de communication qui seront développés dans cette campagne :

- 1 spot télé
- 1 affiche 40x60cm
- 1 dépliant
- 1 page Facebook



1.1 Le spot audiovisuel

Le spot audiovisuel utilise les mêmes codes que celui diffusé pour les États Généraux en termes de traité de l'image : images à fort impact en noir et blanc, voix off. D'une durée de 30 secondes, il se présente sous la forme d'un témoignage en image et en son, afin d'en augmenter l'impact.

Le contenu du spot est en deux parties :

Première partie : la prise de conscience, la détection.

Comment reconnaître les violences ? En suis-je victime ? Ou quelqu'un de mon entourage ?

→ Le spot montre le déroulement progressif des types de violence au sein du couple afin de sensibiliser les victimes du cycle dans lequel elles se trouvent et en prendre conscience pour pouvoir y mettre fin.

→ La voix off, sous la forme d'un témoignage, exprime le cycle et les types de violences.

Kom zot, mwin lé in fanm la Rényon.

Komansman, l'amour té dou.

Ti lamp Ti lamp li té trakass à mwin, mwin lavé pèr.

Mwin té giny pu voir mon bann kamarad ni abiy à moin com mi té veu.

Li té jure à mwin, li té rabès à mwin, mwin lété menasé.

Tou l'tan li té èskuz a li. Seulman li la fini par tape a mwin et viol a mwin.

Seconde partie : l'information et l'action.

Après le temps de la prise de conscience des formes que ces violences peuvent prendre, le spot se termine par un appel à l'action, est en effet arrivé le moment de mettre fin à ces violences.

La forme du témoignage montre aux victimes que l'on peut sortir de ce cycle infernal, que ce n'est pas une fatalité, et que des solutions existent.

Arret ek sa

Personn i doi pi lev la min dsi mwin.

Lès pa la violans détrui a zot.

Kom mwin, sorte dans silans, appel le 3919

L'accent est mis sur le numéro d'appel général, le 3919.

Le 3919 – Violences Femmes Info est le numéro de référence pour toutes les femmes qui subissent des violences à caractère sexiste ou sexuel en France. Ce numéro d'appel permet aux femmes victimes d'être écoutées, informées et orientées; leur entourage ou les professionnels peuvent également le composer.

Ce numéro est accessible 7 jours sur 7 à La Réunion à partir des téléphones fixes et mobiles. Les appels sont anonymes et gratuits.

Diffusion du spot :

Le spot est proposé à la diffusion via le plus grand nombre de canaux possibles : Chaînes de télévisions, sites internet, pages facebook, comptes Twitter, institutions, associations accueillant du public et oeuvrant dans les domaines de la santé, de la prévention, de la justice...

→ <https://youtu.be/dud8Vbbu3ko>

1.2. L'affiche

Également en Noir et Blanc, pour en accentuer la perception dramatique, l'affiche reprend le texte de la voix off du spot télé ainsi que le numéro d'appel 3919, accessible 7 jours sur 7 à La Réunion à partir de tout téléphone, fixe ou mobile.

L'accroche « Arèt lev la min dsi mwin ! », sur fond rouge, est avec le 3919, l'une des seules touches de couleur de l'affiche.

Le rouge, symbole notamment du sang, et donc de la violence et des blessures, est également la couleur qui attire l'attention et met en garde. C'est aussi la couleur de la colère et de l'instinct combatif.

Le rouge a ici la triple mission de marquer le danger de ces violences, d'en exprimer le ras-le-bol et d'inciter les victimes à sortir du silence.

Format : 40 x 60cm

Quantité : 7 000 exemplaires



1.3. Le dépliant

Le dépliant est le complément d'informations de l'affiche.

Le contenu du dépliant a pour objectif de permettre aux femmes d'identifier les différents types de violences et de les alerter sur le cycle récurrent de ces violences.

Couverture :

Reprise de l'affiche.

Double page intérieur :

Les différents types de violences y sont énumérés et détaillés :

- Les violences psychologiques
- Les violences verbales
- Les violences économiques
- Les violences physiques
- Les violences sexuelles
- Les cyber-violences

Dernière page :

La dernière page du dépliant est mise à profit pour expliciter le cycle de la violence au sein du couple. Ce cycle permet à l'agresseur de maintenir sa domination. Il se répète souvent plusieurs fois et s'accélère avec le temps.

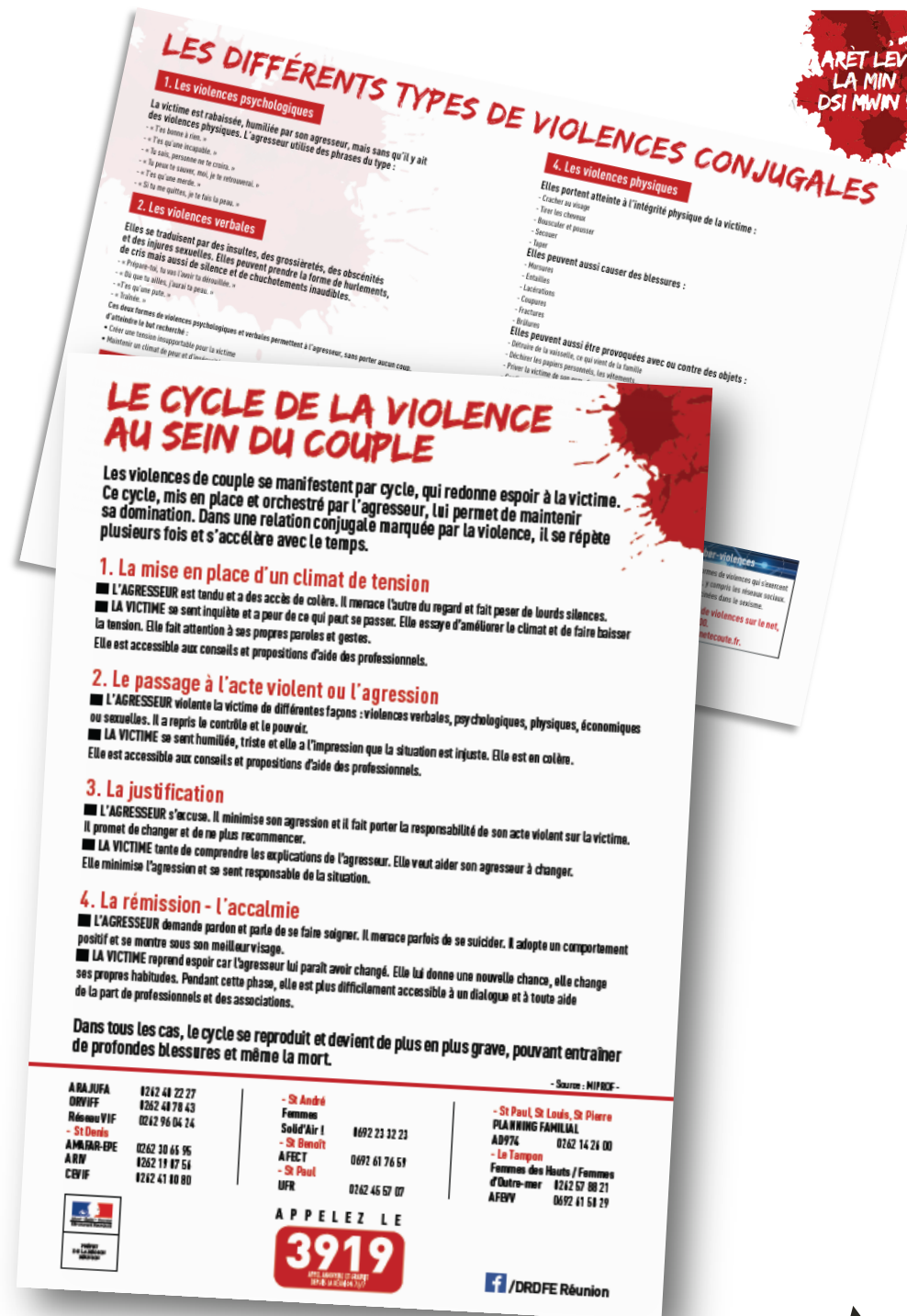
Les 4 phases de ce cycle infernal :

- La mise en place d'un climat de tension
- Le passage à l'acte violent ou l'agression
- La justification
- La rémission – l'accalmie

Format fermé : A5, 4 pages, quantité : 15 000 exemplaires

1.3. Page Facebook

Une page Facebook sera active durant les deux mois de la campagne pour relayer l'information sur le réseau social. Page Facebook : /DRDFE Réunion



2. Temps d'échange dans l'espace médiatique

En complément des diffusions du spot, de l'affiche et du dépliant, **une série d'interventions** est planifiée avec des acteurs locaux de prise en charge des victimes de violences **avec les médias réunionnais (Télévisions, radios, presse...)**.

Ces prises de parole viendront en appui pour apporter des informations supplémentaires sur les moyens de lutte des violences faites aux femmes.

L'équipe de la DRDFE ainsi que les associations de lutte contre les violences faites aux femmes restent à votre disposition pour toutes informations complémentaires que vous souhaiteriez obtenir. N'hésitez pas à nous solliciter pour des interviews, entrevues, émission de radio ou de télévision, débats...

Délégation régionale aux droits des femmes
et à l'égalité entre les femmes et les hommes (DRDFE)

1 rue Amiral Lacaze

97400 Saint-Denis

Tél. : 0262 40 78 42

Courriel : drdfe@reunion.pref.gouv.fr

Site Internet : www.reunion.gouv.fr

