

2021

CAMPAGNE POUR L'ÉLIMINATION DES VIOLENCES À L'ÉGARD DES FEMMES

Lanmou pa kon sa !

LANMOU

HUMILIATION

EFFRAIER & MENACER

JALOUSIE

SURVEILLANCE

CULPABILISATION

ISOLEMENT

CONTRÔLE & INTERDICTION

vous êtes victime ou témoin de violences, appelez le

3919
ou
0800 100 811

Pa kité sa rivé'w!



DOSSIER DE PRESSE

CAMPAGNE
POUR L'ÉLIMINATION DES VIOLENCES
À L'ÉGARD DES FEMMES 2021

DU 22 AU 30 NOVEMBRE 2021

I. PRÉSENTATION

1. CADRE GÉNÉRAL

Historique

Initiée pour la première fois en l'an 2000 par l'Union des Femmes de Martinique (UFM), puis organisée désormais sous l'égide de la Préfecture de Martinique et de la Délégation Régionale et Droits des Femmes et à l'Égalité (DRDFE), la Campagne pour l'élimination des violences à l'égard des femmes est mise en œuvre par un réseau partenarial coordonné par l'Observatoire Territorial des Violences Envers les Femmes de Martinique (OVIFEM).

Partenaires

Diverses structures, associations ou institutions, participent à ce réseau partenarial, à travers des actions de terrain ou leur support financier :

ADAVIM-FRANCE VICTIMES, ALEFPA, ARS, CDAD, CTM (Chargée des politiques égalitaires entre femmes & hommes), Chargée de mission Égalité fille-garçon Académie Martinique, CROIX-ROUGE, CULTURE ÉGALITÉ, Déléguee Régionale aux Droits des Femmes et à l'Égalité (Préfecture), KONBIT, LAMEVIT, MOUVEMENT DU NID, SOROPTIMIST Les Flamboyants, SOS KRIZ, UNION DES FEMMES DE MARTINIQUE, Intervenantes sociales de gendarmerie et de police de la CTM, Intervenante sociale de Gendarmerie de l'ALEFPA, psychologue de police.

Une campagne sur trois ans

Chaque année, la campagne pour l'élimination des violences à l'égard des femmes a pour objectif d'attirer l'attention du public, sur l'un des aspects de ces violences, afin de mieux sensibiliser et mieux prévenir.

En 2019, la DRDFE et le Comité de Pilotage de la Campagne ont souhaité mettre en place une dynamique de campagne sur un cycle de 3 années. Comme les deux précédentes années (2019 et 2020), la campagne de 2021 visera donc particulièrement la sensibilisation du public jeune, afin d'assurer une meilleure protection des jeunes filles et jeunes femmes.

VISUEL
CAMPAGNE 2019
"TE PLAIRE
À TOUT PRIX :
NON"



VISUEL
CAMPAGNE 2020
"SI C'EST PAS SÛR
QUE C'EST OUI,
C'EST QUE C'EST NON"

2. UNE PHASE DE PRÉ-CAMPAGNE : LE CONCOURS-AMATEUR 14-25 ANS « AN NOU BARÉ VYOLANS ANLÈ FANM ! »

L'année 2021 est cependant marquée par un élément nouveau : l'implication des jeunes en tant qu'acteurs et actrices de la création des outils de prévention et de communication. Ainsi, un concours de création amateur a été proposé aux jeunes de 14 à 25 ans, du 10 juillet au 15 octobre, afin de leur permettre d'exprimer les orientations de la prévention à travers :

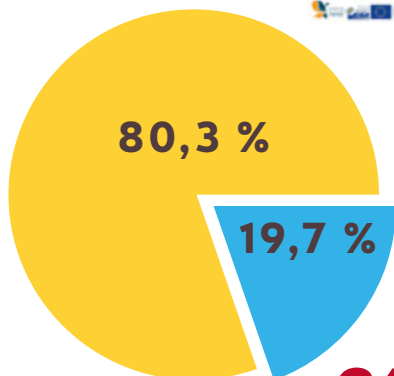
- Un slogan
- Une création graphique ou plastique destinée à la réalisation des affiches
- Un film vidéo d'une durée 30 secondes à 1 minute 30
- Une création vocale (chant ou slam)

CE CONCOURS A DONNÉ LIEU À ►

55 inscriptions validées dont :

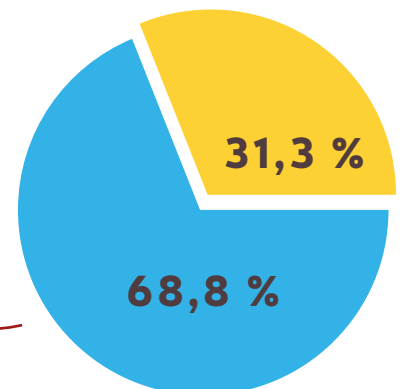
- **10** en équipe;
- **45** en individuel [**30** jeunes femmes / **15** jeunes hommes]

VISUEL



- Catégorie "public associatif, scolaire, en formation ou en insertion"
- Catégorie "candidat.e libre"

- Fille
- Garçon



24 participations effectives dont :

- **4** en équipe;
- **20** en individuel [**14** jeunes femmes / **6** jeunes hommes]

II. THÉMATIQUE & SLOGAN

1. THÉMATIQUE : « SIGNAUX D'ALERTE DE VIOLENCE DANS LES RELATIONS INTIMES ET AMOUREUSES »

Afin d'orienter la Campagne 2021 sur une dimension fortement préventive, la thématique du concours porte sur les « *signaux d'alerte de violence dans les relations intimes et amoureuses* ».

Il s'agit de faire prendre conscience des premiers signes qui doivent alerter. Ceux-ci peuvent être plus ou moins graves.

SIGNAUX D'ALERTE DEVANT ATTIRER L'ATTENTION ▶

RESSENTI INTÉRIEUR	Un ressenti intérieur négatif (gêne, malaise) doit toujours attirer l'attention
POSSESSION ET CHOSIFICATION DE LA PARTENAIRE	Être considéré.e comme si l'on appartient à l'autre : « bagay mwen » ; « manzel sé ta mwen »
DÉNIGREMENT	Critiques constantes, moqueries pour rabaisser l'autre
CONTRÔLE EN GÉNÉRAL	Il n'est pas possible d'avoir ses espaces de liberté sans culpabiliser et/ou se justifier
CONTRÔLE DU TÉLÉPHONE	Fouille du téléphone, usurpation du code du téléphone, « vérification » du téléphone, fouille des messages privés
CONTRÔLE DES FRÉQUENTATIONS	Il n'est pas possible de sortir sans son compagnon ou sa compagne
CONTRÔLE DE LA TENUE VESTIMENTAIRE	Chercher à imposer ou interdire une tenue vestimentaire
CONTRAIINTES DIVERSES	Par exemple : être contrainte à effectuer les tâches domestiques et familiales (pour l'autre ou la famille de l'autre)

SENTIMENT DE CONTRAINTE SEXUELLE ET/OU AFFECTIVE	Se sentir obligé.e de faire des câlins ou de faire l'amour pour l'autre et selon l'autre (sans en avoir envie)
CHANTAGE AFFECTIF	<ul style="list-style-type: none"> • Situation où un partenaire menace d'une punition ou d'une privation si l'autre ne fait pas ce qui lui est demandé. Il cherche à instaurer un rapport de force en faisant culpabiliser l'autre. Par exemple : « si tu me quittes je me suicide » ; « si tu continues de fréquenter ta meilleure amie, moi je te quitte » ; « si tu préfères rester avec ta famille ce soir, c'est que tu ne m'aimes pas »
REFUS DU « NON »	Chantage, insistance jusqu'à obtenir un « Oui », par exemple pour obtenir des photos intimes (nudes)
PRESSIONS PHYSIQUES	Retenir en tenant le poignet, retenir en exerçant une pression physique, tenir le cou, faire semblant d'étrangler, etc.
« JEU » OU CONTRÔLE ?	<p>Est-ce vraiment un jeu ou est-ce du contrôle (des « tests ») ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • « jeux » de coups (donner des « petits » coups) • Cacher le téléphone, des clés, des effets personnels, un sac à main, etc. • Faire semblant d'étrangler
JALOUSIE	<ul style="list-style-type: none"> • Le partenaire suspecte les moindres faits et gestes, les interprète comme des indices de tromperie (par exemple fait des scènes quand on parle à d'autres personnes, principalement du même sexe que le partenaire jaloux ; interprète chaque attitude – un regard, un silence, même un retard – comme un signe).
CHANTAGE ÉCONOMIQUE	<ul style="list-style-type: none"> • Profiter de la vulnérabilité de sa partenaire qui a peu ou pas d'argent • Abuser de l'argent de sa partenaire <p>Cela peut être au moyen de pressions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pression physique : amener la partenaire au guichet en insistant pour qu'elle retire de l'argent • Pression psychologique <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Si tu m'aimes, tu dois m'acheter...” • Menace sur l'honneur/la réputation • Menace de rupture pour extorquer de l'argent)
CYBERSURVEILLANCE	<ul style="list-style-type: none"> • Espionnage de l'activité sur les réseaux sociaux ou le téléphone; • Logiciel-espion (le partenaire a des informations qu'on ne lui a pas transmises), • Géolocalisation à son insu; • Faux comptes destinés à surveiller les activités sur les réseaux sociaux

2. SLOGAN

Le slogan, choisi dans le cadre des œuvres lauréates du concours jeune « annou baré violans anlè fanm » est le suivant :

“Lanmou pa kon sa”.

Ce slogan, a pour vocation de s’adresser à toute personne, en particulier les jeunes filles et jeunes femmes, en permettant de s’interroger sur les relations intimes et/ou amoureuses, afin de prendre conscience de situations qui soit constituent déjà une forme de violence, soit sont susceptibles de déboucher sur de la violence.

III. LES ENJEUX

DE LA CAMPAGNE 2021

Désamorcer très tôt les logiques de violence à l’égard des femmes et des filles dans les relations intimes et amoureuses.

1. OBJECTIF DE LA PRÉVENTION : ÉVITER LES VIOLENCES DANS LES RELATIONS INTIMES ET AMOUREUSES

Pourquoi solliciter les jeunes de 14 à 25 ans ?

L’objectif est de les sensibiliser très tôt sur des situations apparaissant dans certaines relations intimes ou amoureuses, lorsqu’elles peuvent être considérées comme à risque, afin de prévenir les violences faites aux jeunes filles et aux femmes.

Rappelons, en effet, que les victimes de ce type de violences sont très massivement des femmes (chaque année, 86 à 95 % des violences dites « conjugales » déclarées en Martinique, selon le constat de l'OVIFEM) et les auteurs des hommes. Par ailleurs, les jeunes femmes sont plus particulièrement exposées (29% des 20-29 ans, contre 14% des 40-49 ans, selon l'enquête VIRAGE-Martinique).

Les mécanismes de violences peuvent se manifester dès les premières relations intimes et amoureuses. On parle de « violences conjugales » dès lors que des violences sont exercées par l'un des partenaires. Et ce, quels que soient la nature de la relation (couple, « gérance », « crush »,...), la durée de la relation et l'âge des partenaires. Cette notion s'applique également aux partenaires qui ne vivent pas ensemble et aux ex-partenaires.

« Les signaux d'alerte » est la thématique retenue pour cette campagne de prévention. Celle-ci souligne l'importance d'être informé·e très tôt afin d'éviter les violences dans les relations intimes et amoureuses. Elle donne des clés aux jeunes (filles comme garçons) pour pouvoir déceler et décoder les premiers signes, et ainsi éviter l'installation ou l'aggravation de la situation. Cette nouvelle édition contribuera à construire et entretenir des relations saines, respectueuses et plus sécuritaires pour les filles et les femmes.

2. AMENER JEUNES FILLES ET FEMMES À S'INTERROGER POUR MIEUX ÊTRE PROTÉGÉES : « SUIS-JE DANS UNE RELATION SAINES OU DANS UNE RELATION DÉSÉQUILIBRÉE ? »

Qu'est-ce qu'une relation déséquilibrée ?

Une relation n'est pas équilibrée ni saine s'il y a du contrôle, de la possession, de la chosification, de l'entrave à la liberté, de l'atteinte à la dignité.

Qu'est-ce qu'une relation saine ?

Dans une relation saine, il y a de la liberté, des partages et des échanges, du respect mutuel, de la sécurité affective et physique.

Être à l'écoute des ressentis pour favoriser une relation saine.

Il est important d'être à l'écoute de ses propres ressentis. Un sentiment de gêne ou de malaise doit attirer l'attention. Pouvoir exprimer ce ressenti sans être jugé.e permet de favoriser une relation saine.

Faire la différence entre “conflit” et “violence” dans le couple

Il faut cependant distinguer « conflit de couple » et « violence conjugale » :

- **Les conflits** existent dans tout type de relations, lorsqu'il y a un désaccord entre les individus. Mais ils sont ponctuels et ne remettent pas en cause l'égalité entre les deux personnes. Chacun.e peut exprimer son point de vue. La colère n'est pas non plus une violence, si elle ne débouche pas sur un comportement de domination.
- En revanche, **la violence conjugale** s'inscrit dans un déséquilibre, une forme de domination. L'auteur de la violence impose son point de vue, fait pression, cherche à dominer.

IV. LES OUTILS

DE LA CAMPAGNE

Ces outils sont issus des créations des lauréates et lauréats du Concours « annou baré violans anlè fanm » qui seront mis à l'honneur lors de la Cérémonie de remise des prix en Préfecture le jeudi 25 novembre.



1. LE VISUEL

Lauréate > *Sophie Honoré*

Le visuel est celui créé par la lauréate du Concours « Annou baré violans anlè fanm » pour la catégorie « œuvre visuelle plastique ou graphique ».

Il se décline sur les affiches de proximité ainsi que sur les affiches 8m2 du réseau routier.

VISUEL
CAMPAGNE 2021
"LANMOU PA KON SA!"



IV. LES OUTILS

DE LA CAMPAGNE (SUITE)

2. LE DÉPLIANT

Le dépliant a une fonction pédagogique et développe de manière explicite quels sont les signes précurseurs qui doivent alerter dans le cadre d'une relation intime ou amoureuse.

DÉPLIANT
CAMPAGNE 2021
"LANMOU PA KON SA!"

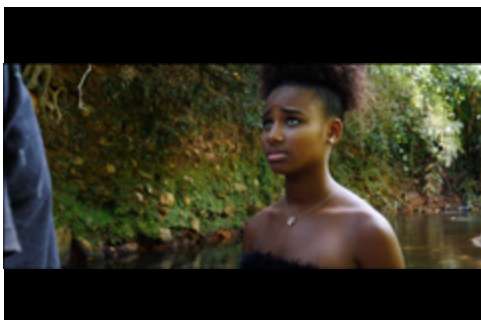


3. LES VIDÉOS

Lauréat.e.s > « Sa pa banal » de l'équipe « SGVP - Scouts & Guides du Vert-Pré » / « Sa vie est merveilleuse », de Linda Thérésine

2 spots vidéos ont été réalisés. Ils reprennent les créations des 2 lauréates ex æquo de la catégorie « œuvre audiovisuelle » (une lauréate individuelle, et une équipe lauréate).

COURT MÉTRAGE
CAMPAGNE 2021
"UNE VIE MERVEILLEUSE"
de Linda Thérésine



COURT MÉTRAGE CAMPAGNE 2021
"SA PA BANAL" de l'équipe
« SGVP - Scouts Guides du Vert-Pré »

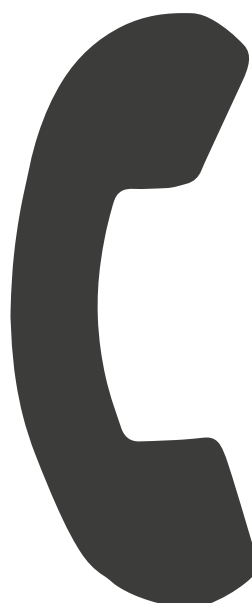
V. LES NUMÉROS D'APPEL

Les numéros d'écoute

Différents dispositifs gratuits ont été mis en place pour être à l'écoute, informer et en fonction des demandes, faire une orientation adaptée vers les dispositifs locaux d'accompagnement :

- le **0800 100 811**
Plateforme d'appel téléphonique locale fonctionnant **24h/24** et **7 jours/7**,
- le **3919**
Violences Femmes info, numéro national de référence d'écoute téléphonique et d'orientation à destination des femmes victimes de violences, fonctionnant **24h/24** et **7 jours/7**.

VISUEL DES NUMÉROS D'APPEL
POUR LES CAMPAGNES



vous êtes victime ou témoin
de violences, appelez le

3919

— ou —

**0800
100 811**

LES NUMÉROS D'URGENCE**17** Police / Gendarmerie**114** par SMS Police / Gendarmerie**115** Hébergement d'urgence**AUTRES CONTACTS UTILES****0596 71 26 26**

UFM

(accueil, écoute, suivi)

0596 74 40 99

ALEFPA

Observatoire des violences envers les femmes

(accueil, écoute, suivi)

0596 72 19 17

Croix-Rouge Française de Martinique

Lieu d'accueil de jour

(Aide aux victimes de violences sexuelles)

0696 53 71 16

Culture Égalité

(accueil, écoute, suivi)

0800 05 95 95

SOS VIOLS

(Numéro vert)

0596 51 31 28

France Victime ADAVIM

(Aide aux victimes)

0596 48 43 20

CDAD

(Conseil juridique)

www.service-public.fr/cmi**0696 71 66 22**

MOUVEMENT DU NID

(sortie de la prostitution)

ANNUAIRE COMPLET
À RETROUVER SUR :
www.ovifem.alefpa.asso.fr

VI. PÉRIODE

La campagne 2021 se déroule sur la période du **22** au **30 novembre 2021**, avec 2 dates-pivots :

- le **lundi 22 novembre**, ouverture officielle par le Préfet (conférence de presse à l'Observatoire Territorial des Violences envers les Femmes) : y sont dévoilés le slogan et les outils de la Campagne;
- Un événement à retenir le **jeudi 25 novembre**, **Journée internationale pour l'élimination des violences à l'égard des femmes** : remise des Trophées aux lauréat.e.s du concours « Annou baré vyolans anlè fanm » en Préfecture (Salle Félix Éboué).



VISUEL DES RÉSEAUX SOCIAUX
POUR LES CAMPAGNES



AUTRE RÉSEAU
SOCIAL :
OVIFEM Martinique

VII. CALENDRIER

Le calendrier complet disponible sur les pages Facebook et Instagram Campagne-VFF972 ainsi que sur la page internet du site OVIFEM dédiée à la campagne :



CLIQUEZ POUR
ACCÉDER À LA PAGE!

CALENDRIER COMPLET
À RETROUVER SUR :
<http://ovifem.alefpa.asso.fr/campagne-delimitation-des-violences-faites-aux-femmes-2021-an-nou-bare-violans-anle-fanm/>

VIII. LES OUTILS DE COMMUNICATION

**LES OUTILS DE COMMUNICATION UTILISÉS SERONT
DONC LES SUIVANTS :**

- Médias de presse écrits, audiovisuels et numériques
- Réseaux sociaux dédiés à la Campagne
- Affichage routier
- Supports de communication téléchargeables (affiches, spots).

TYPE D'ACTION	OUTILS
AFFICHAGE ROUTIER	<ul style="list-style-type: none"> • 120 Panneaux 8m²
RÉSEAUX SOCIAUX	<ul style="list-style-type: none"> • Pages dédiées à la campagne : Facebook / Instagram /Youtube Campagne-VFF972 • Webinaire
MÉDIAS RADIOS/TV/JOURNAUX	<ul style="list-style-type: none"> • Articles/interviews • Spots audiovisuels
SITE INTERNET OVIFEM (OBSERVATOIRE DES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES)	<ul style="list-style-type: none"> • Page dédiée et outils téléchargeables

IX. CONTACTS

OBSERVATOIRE DES VIOLENCES ENVERS LES FEMMES

ROGER CANTACUZENE ▶
CHARGÉ DE MISSION DE L'OBSERVATOIRE
TERRITORIAL DES VIOLENCES ENVERS
LES FEMMES-MARTINIQUE (*OVIFEM*)

31 RUE PERRINON
97200 FORT-DE-FRANCE
TÉL. : 0596 **74 40 99** / 0696 **04 59 90**
ROGER.CANTACUZENE@ALEFPA.ASSO.FR
WWW.OVIFEM.ALEFPA.ASSO.FR



Direction
de l'économie, de l'emploi,
du travail et des solidarités (DEETS)

