

JE VOIS, J'AGIS



Daix Natasha, Durin Maureen, Marchand Juliette

Sommaire:

1. Introduction	P. 5
2. Recherches: problèmes et solutions	P. 7-16
3. Premier design challenge	P. 17
4. Analyses	P. 19-22
5. Processus	P. 23-30
6. Idéations	P. 31-37
7. Workshop	P.38-39
8. Design challenge définit	P. 41-45
9. Comment?	P. 47-59
10. Conclusion	P. 61
11. Remerciement	P. 63

Introduction:

Nous avons réalisé ce travail en partenariat avec Bravo dans le cadre de notre cours d'atelier du deuxième quadri de Master 1.

Nous devons travailler sur **l'insécurité dans l'hypercentre de Bruxelles**, ce qui comporte les quartiers de St Jacques, St Géry et Ste Catherine, ainsi que le piétonnier. Afin de répondre au brief, nous devons travailler avec la méthode du **design stratégique ou Design Thinking**, que nous apprenons dans notre master.

Le design stratégique est « une approche de l'innovation **centrée sur l'humain**, visant à résoudre des enjeux de la conception ou du design, par la compréhension des besoins des utilisat.eur.rices, et en développant des idées innovantes pour résoudre ces besoins. » De plus, nous puisons dans nos **formations multidisciplinaires** et artistiques pour trouver des **solutions créatives**.



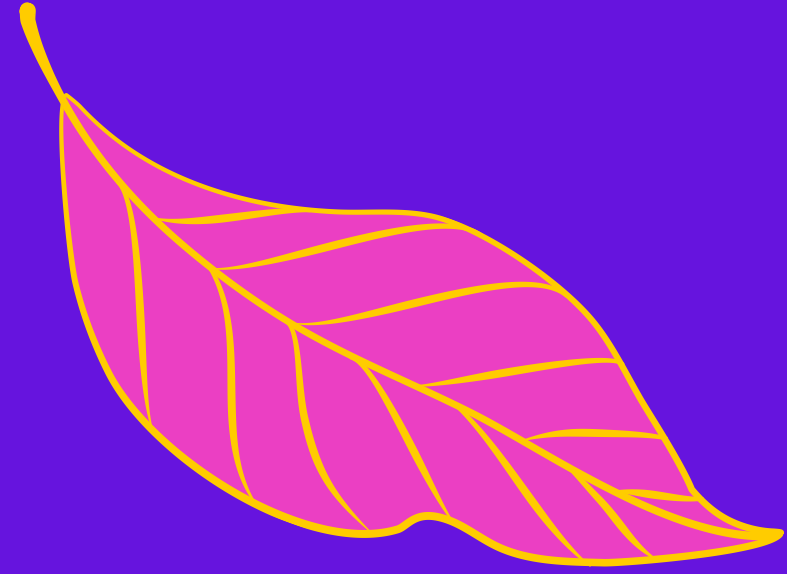
Juliette Marchand
Création d'intérieur
ESA St-Luc Bruxelles



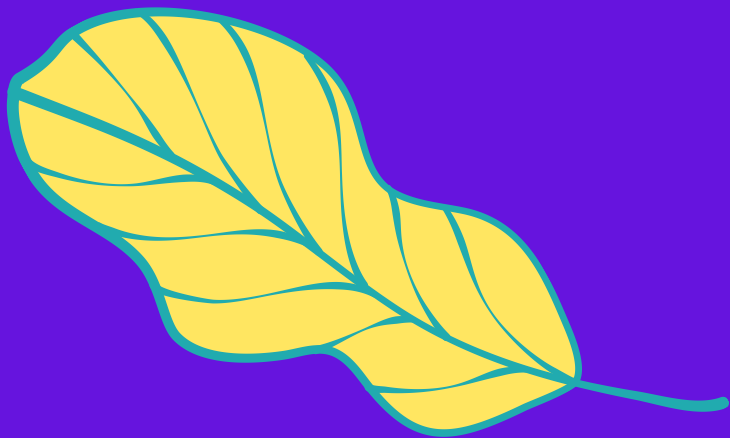
Maureen Durin
Création d'intérieur
ESA St-Luc Bruxelles



Natasha Daix
Bande dessinée
ESA St-Luc Bruxelles
Littérature Anglaise
King's College London



Recherches : Problématique



Harcèlement de rue

Pourquoi cette thématique ?

Le brief de Bravo était le problème de **l'insécurité** des usager.ères dans l'hypercentre de Bruxelles. Nous nous sommes senties concernées par cette thématique car nous ne nous sentons pas en sécurité quand nous sortons dans le centre de Bruxelles. De plus:

98% des filles à Bruxelles ont été victime d'harcèlement sexiste.

Le harcèlement de rue influence le sentiment d'insécurité.

→ Conséquence : moins envie de sortir dans l'hypercentre.

Sentiment d'insécurité

Définition

- Le sentiment d'insécurité prend la forme d'une **angoisse** basée sur **la peur d'être victime** d'un crime et des auteur.es du crime.
- Pour certain.es, ce sentiment d'insécurité proviendrait surtout de la conjugaison d'un **environnement que l'on craint** et de la persuasion que l'on a de **ne pas pouvoir contrôler la situation**.



Harcèlement de rue

Définition

- Directive européenne de 2002 : toute situation «dans laquelle un **comportement non désiré** lié au **sexe** d'une personne survient avec pour objet ou pour effet de **porter atteinte à la dignité** d'une personne et de créer un **environnement intimidant, hostile, dégradant [...]** »
- Plus largement, il s'agit d'être **intimidé.e par un comportement**, dans **l'espace public**, qui est en rupture avec la **norme de politesse** entre inconnu.e.s.

Types d'actes

Actes non-verbaux

Se faire suivre, exhibitionnisme, gestes déplacés, bruits d'animaux, obstruction du passage.

Actes verbaux

Pression de donner infos personnelles ou un rendez-vous, interpellations, insultes.

Actes physiques

Toute agressions sexuelle ou physique : être bousculé.e, touché.e, frappé.e, frottage sexuel, étreintes et baisés non-désirés.

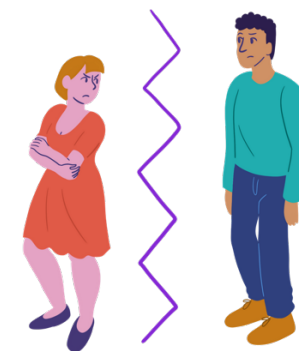
Concerne : femmes, personnes LGBTQ+, et personnes qui s'éloignent des normes du genre.

L'accumulation de remarques crée le sentiment d'être harcelé.e.s.



Conséquences

- **Honte, culpabilité**, se sentir dépossédé.e de son corps, syndrome de stress post-traumatique.
- **Isolement** : certaines personnes sortent moins.
- **Impact financier** : payer un taxi, déménager, refuser un job.
- **Qualité de vie dégradée** : stress et stratégies d'évitement.
- **Hypervigilance** : relation homme-femmes affectée, perte de confiance.



**Recherches :
Solutions qui
existent**



Affiches de sensibilisation

Points forts :

- Visibles dans l'espace public.
- Cherchent à changer les mentalités.
- Font passer un message sur les comportements à suivre.

Point faible :

- Banalisées.



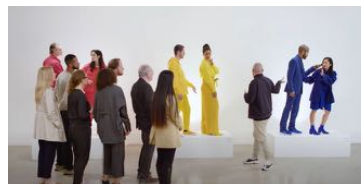
Vidéos de sensibilisation

Points forts :

- **Ludiques.**
- Cherchent à changer les **mentalités.**
- Font passer un message sur les **comportements** à suivre.

Point faible :

- Seulement visibles sur internet, circulent dans des **bulles fermées.**



Podcast

Points forts :

- Apprend les gestes à suivre pour bien réagir.
- Gratuit et facile d'accès.
- Didactique.

Point faible :

- Seulement accessible sur internet.



Applications

Différentes fonctionnalités :

- se faire **raccompagné.e.**
- **signaler** un harcèlement.

Points forts :

- **Rassurant.**
- Donne l'impression **d'agir.**

Points faibles :

- Applis qui peuvent être utilisées par des personnes **malveillantes.**
- Pas beaucoup de **transparence** sur les résultats obtenus.



Marquages au sol

Points forts :

- **Visibilise** le harcèlement dans l'espace public.
- Donne aux victimes l'impression **d'agir**.

Point faible :

- **Temporaire**.



Eclairage public

Points forts :

- **Efficace** pour réduire criminalité, si c'est bien fait.
- **Rassurant, ludique**.

Points faibles :

- **Coûteux**.
- Impact **environnemental** à évaluer.
- Peut déranger le **voisinage**.



Solutions dans les transports

- Bus réservés pour les femmes.
- Descendre entre les arrêts.



Points forts :

- **Rassurant**.
- Evite la **confrontation** avec des agresseu.r.se.s.

Point faible :

- N'évite pas les agressions qui ont lieu ailleurs.

Caméras de sécurité

Points forts :

- Permet d'avoir des **preuves** pour porter plaintes.

Point faible :

- **Vie privée** des citoyens compromise.



Numéros de prise en charge

Points forts :

- **Rassurant.**
- Problème pris au sérieux par les **autorités.**
- Permet de **neutraliser** les harceleur.se.s à répétition.

Point faible :

- Quelle efficacité ?



Formation de self-défense

Pour les victimes

Points forts :

- **Empowerment.**
- Apprend à **réagir** verbalement et physiquement.



Points faibles :

- Met accent sur la **victime**, qui doit apprendre à se défendre.
- Malgré leur formation, les femmes ne se sentent pas toujours **prêtes à agir.**

Service d'Assistance Policières aux victimes (SAPV)

Points forts :

- **Bonne prise en charge** des victimes par les autorités.
- Problème pris au sérieux par les **autorités.**
- **Rassurant .**

Point faible :

- Service pas bien connu, ne recontacte pas les personnes qui n'ont pas porté plainte.

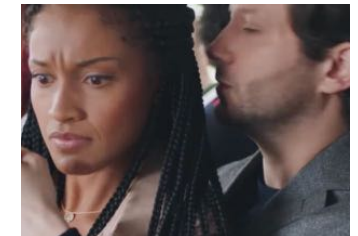


Formation pour réagir

Pour les témoins et les victimes

Points forts :

- Apprend les **gestes à suivre** pour bien réagir.
- **Gratuit et facile d'accès.**
- **Rassurant.**
- **Pousse les témoins à agir.**
- **Diminue l'harcèlement.**



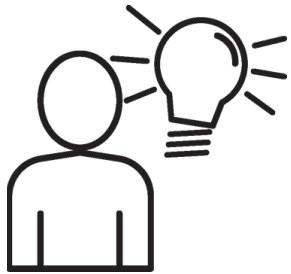
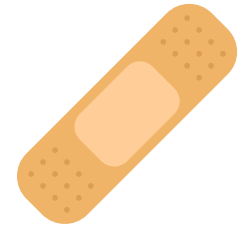
Point faible :

- Que accessible sur internet.



Remarques sur les solutions existantes:

- On remarque que dans la plupart des cas, ce sont des **solutions "pansement"** qui ne règlent qu'une partie ou un angle du problème, mais ne le traite pas dans son entièreté. La plupart de ces solutions veulent répondre de **façon immédiate** au problème, en ne réglant que **certaines conséquences** de la problématique sans remonter à sa **source**.



- Avec l'approche du design thinking, nous voulons trouver la solution **la plus juste** pour pouvoir régler le problème dans son entièreté. On veut effectuer un **changement systémique** par notre approche et nos solutions.
- Cette approche permet de **reposer la question de base**, de ré-évaluer quelle est la réelle problématique, de mettre **l'utilisateur au centre** de nos questionnements et de nos recherches.

La solution qui nous a le plus interpellé, c'est la formation de Stand Up France qui forme les témoins à lutter contre le harcèlement de rue. Nous y avons appris les :



Ce sont 5 gestes pour pouvoir agir face au harcèlement de rue sans se mettre en danger !



Distraire : parler à la victime ou à l'agresseur.r.se pour interrompre l'agression, en posant une question anodine ou en faisant semblant de connaître la victime.



Déléguer : demander de l'aide à quelqu'un.e d'autre ou une autorité.



Documenter : filmer la scène pour remettre la vidéo à la victime après, pour qu'elle ait des preuves.



Diriger : dire à l'agresseur.r.se qu'il.elle fait quelque chose de mal.



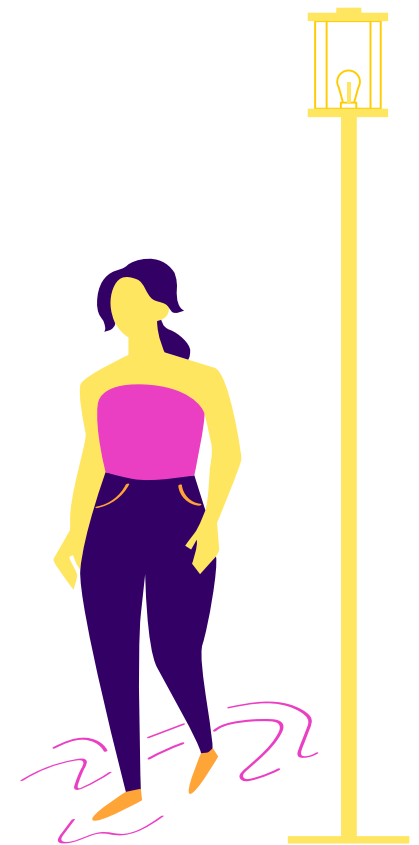
Dialoguer : parler à la victime après coup, s'assurer qu'elle va bien.

Notre premier design challenge :

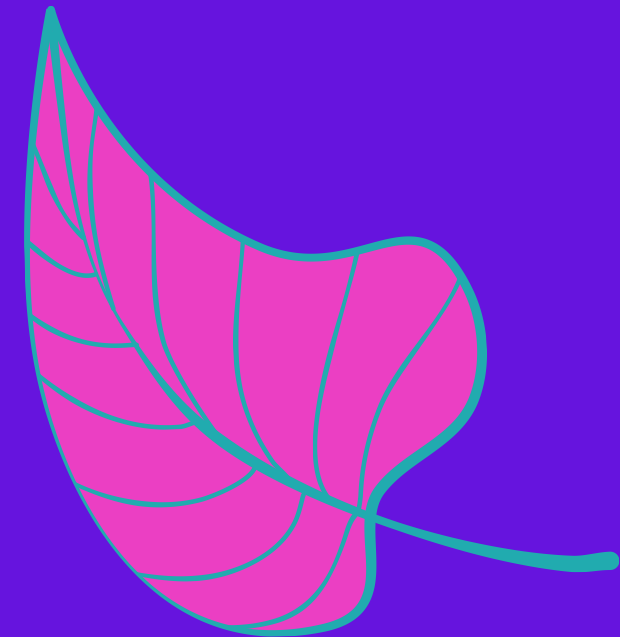
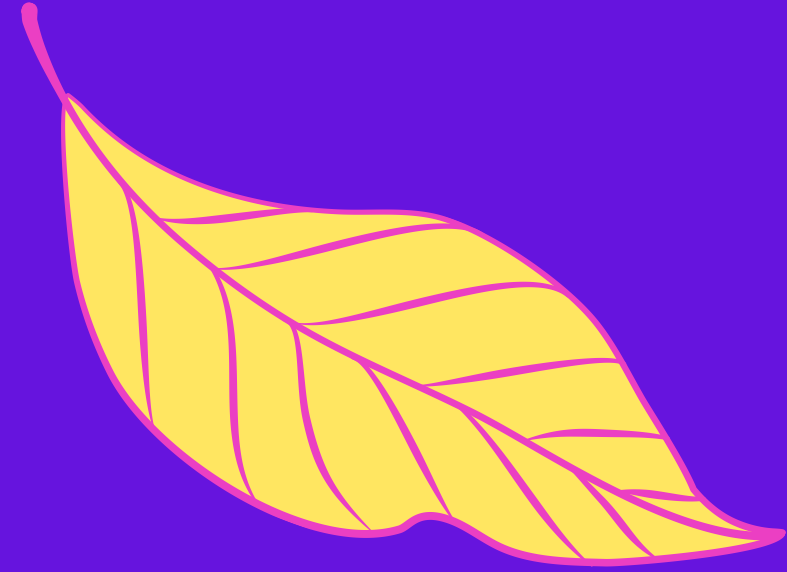
Comment pourrait-on lutter contre le harcèlement de rue et le sentiment d'insécurité la nuit dans l'hypercentre de Bruxelles ?

Dans un premier temps, nous avons voulu travailler sur des solutions qui prendraient place dans la rue. La rue, c'est une « voie de circulation routière aménagée à l'intérieur d'une agglomération », et surtout, c'est un **espace public**; c'est à dire un **lieu commun** auquel tout le monde accède librement, autant les fêtard.e.s que les riverain.e.s que des personnes sorties aux restaurants et autres lieux culturels.

Nous espérons ainsi toucher un plus **grand public**, et ne pas cibler seulement les problèmes de harcèlement qui sont liés au monde de la nuit. Par la suite, nous nous sommes tout de même rendues compte que beaucoup de problèmes de harcèlement de rue sont liés au monde de la nuit, et qu'il serait important de faire des établissements de fête des alliés à notre projet.



Analyses



Des outils du Design Thinking



Certains outils du **Design Thinking** nous ont permis de mieux comprendre les différents acteurs et enjeux de notre projet:

Les Parties Prenantes

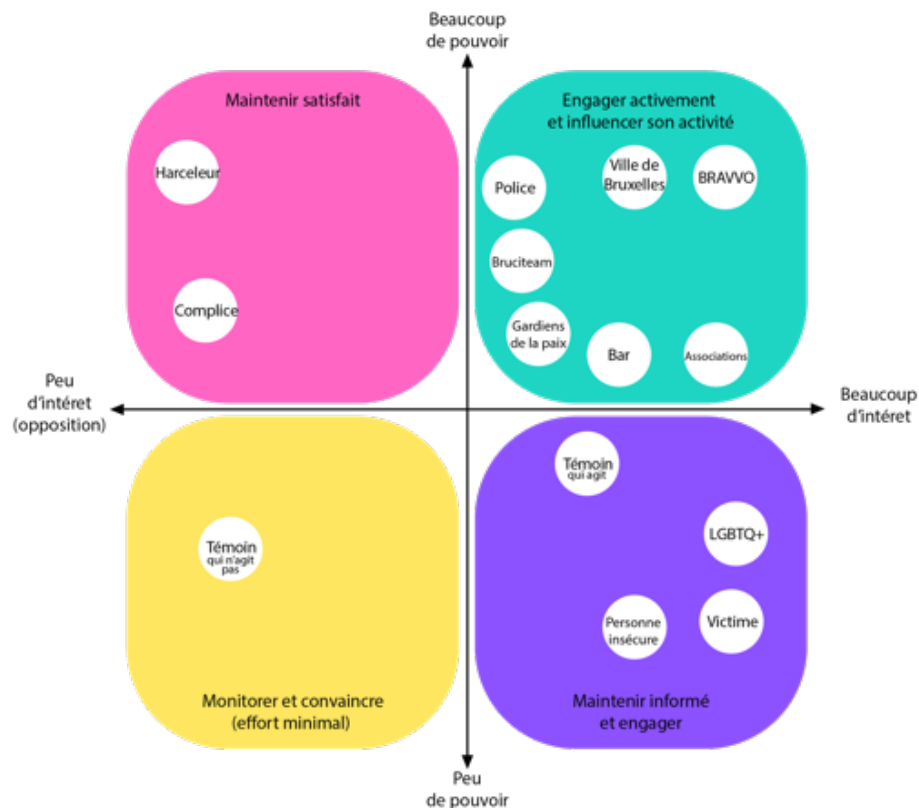


Évaluer les parties prenantes en fonction de leur pouvoir et leur intérêt pour le projet nous permet de:

- Considérer tout le monde.
- Comprendre l'impact de chacun.e.
- Evaluer la nécessité du projet.
- Savoir à qui s'adresser.

Nous apprend que :

- Les associations sont des alliées.
- Le harceleu.r.se a le plus d'impact.
- **Les témoins peuvent faire la différence.**
- Inclure TOUTE personne insécure.



Les 4 P



Planète

- Solutions qui respectent l'environnement.
↳ On aimerait que nos solutions ait le minimum d'impact sur l'environnement (faire appel à des circuit courts, matériaux réutilisé, ...)

Personnes

- Réappropriation de la rue.
- Victime légitimisé.e.
- Intégration des minorités.
- Conscientisation des témoins.

Diminuer le harcèlement de rue

- Vers une égalité genres / sexes.
- Rue moins dangereuse.
- Ressources d'aide aux victimes plus accessibles.
- Justice conséquentes et juste envers le harcèlement.

Prospérité

- Solidarité citoyenne .
- Normaliser l'action des témoins.
- Génération future plus sensibles et participe plus activement.

Participation

Les 4 P est une approche qui va nous permettre de se **projeter** et de voir l'**impact** qu'aurait notre objectif sur différents axes :

Planète

Utiliser les ressources disponibles, ne pas épuiser la planète.

Personnes

Qualité de vie et équité pour toutes et tous.

Participation

Chacun.e peut maîtriser ses choix

Prospérité

Société qui persiste et dans laquelle les besoins de tous.te.s sont et seront respectés.

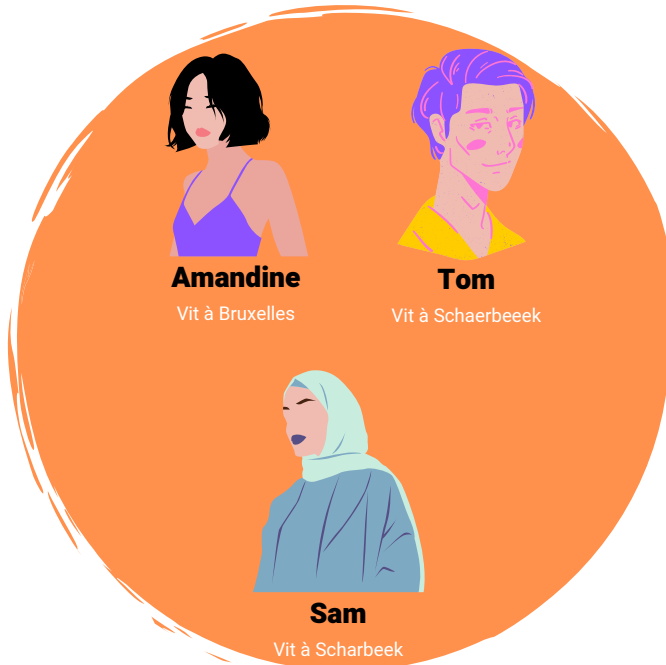


Les Personas



L'utilisation du persona permet de se mettre à la place de **l'utilisateur** afin de mieux appréhender ses **besoins**. Une telle réflexion permet de mieux définir comment résoudre les différents problèmes.

Ici nous avons ciblé trois publics: les victimes de harcèlement de rue, les témoins ainsi que les personnes insensibles face à la problématique.

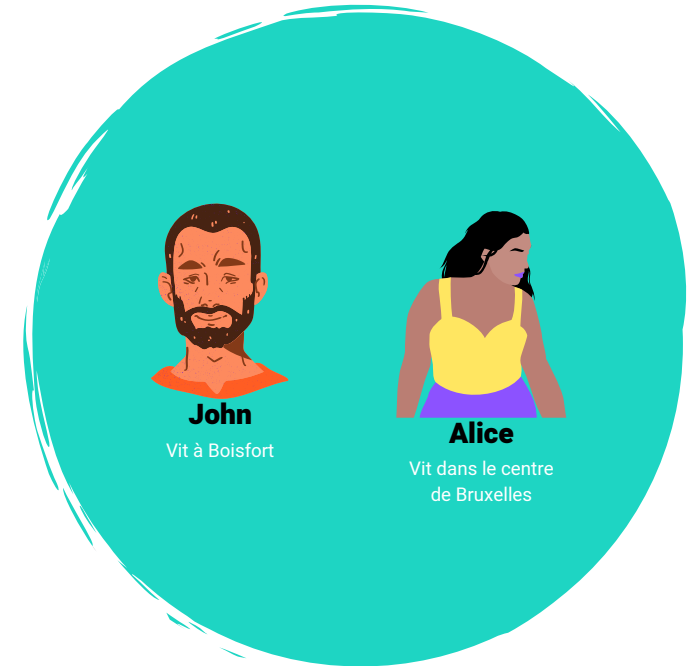
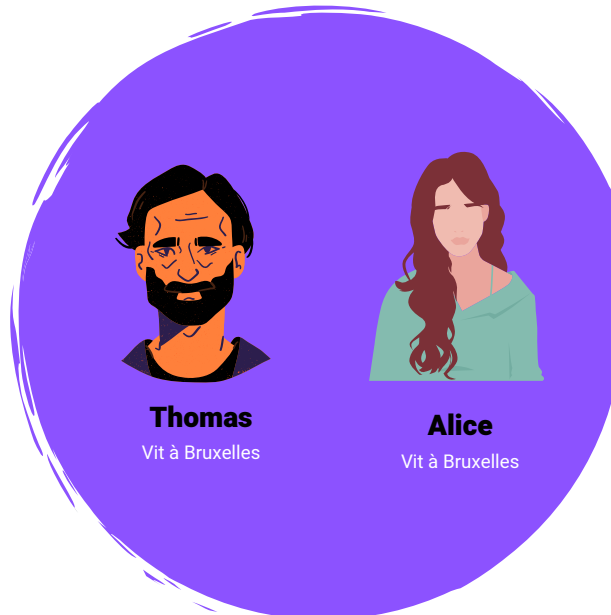


Victimes

Les personnes sujettes au harcèlement de rue sont souvent des **femmes** mais aussi des **individus LGBTQI+**, et toutes personnes qui **s'éloignent des normes** sociétales du genre. Le harcèlement peut s'appliquer de façon différente aux **personnes racisées**. Le harcèlement de rue affecte aussi toutes les personnes qui ne le subissent pas directement, à cause du **sentiment d'insécurité** qu'il génère.

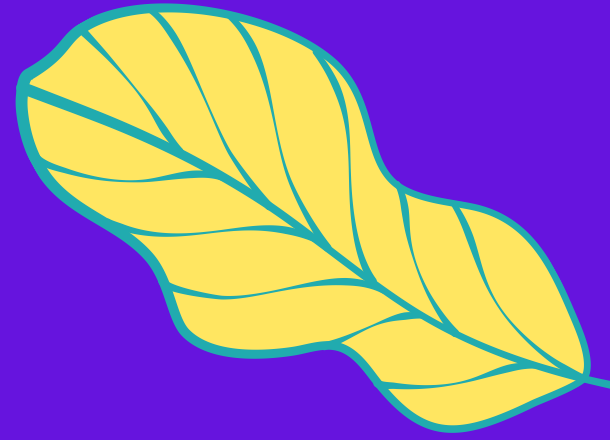
Insensibles

Ces personnes ne sont pas **sensibilisées** au sujet du harcèlement de rue. Iels vont avoir tendance à voir ça comme un **jeu de séduction** et ne comprennent pas pourquoi un compliment n'est pas bien accepté dans la rue. Ces personnes auront tendance à croire des **mythes du viol**, tels que le fait que les victimes ont forcément provoqué l'agresseur avec leur comportement ou leur tenue, ou que les hommes ne peuvent pas contrôler leur désir sexuel.

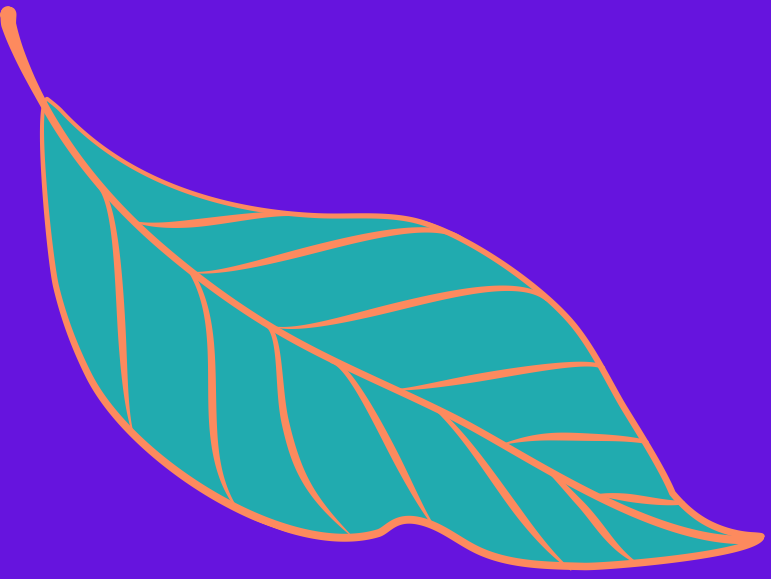


Témoins

Tout le monde peut être témoin au harcèlement de rue, mais certains témoins vont préférer réagir avec **violence**, ou vont au contraire avoir **peur de réagir** et ne pas intervenir. Ils peuvent aussi être bloqués par **l'effet témoin**.



Processus



Observation du centre

Une approche en ville, auprès des usager.es permet de prendre en compte **leur avis** et se rendre compte de la **réalité de la situation sur le terrain**, au delà des recherches théoriques que l'on a commencées. La rencontre avec les usagers est une étape très importante dans la méthode du Design Thinking.

Cette méthode prend en compte:

- L'**observation** sur le terrain (observation des gens, de leurs comportements, des interactions)
- Contact avec les gens par le biais **d'interviews et de discussions**.

Le 24 février dernier, nous avons été interroger les riverain.es sur le piétonnier !

Nous leur avons demandé leur ressenti de la ville et questionné sur le sentiment d'insécurité.



CONCLUSIONS :

- Toutes les femmes interrogées ne se sentaient pas en sécurité dans la rue la nuit.
- Beaucoup d'entre elles avaient des **mauvaises expériences** à raconter.
- Les hommes se sentaient en sécurité, mais cela dépendait de la situation et de l'endroit.
- La plupart des jeunes hommes sont **sensibles** au harcèlement de rue et sont **prêts à réagir, mais plutôt avec violence**.



Observation la nuit

Samedi 20 Mars

- Les rues dans lesquelles on se sent en sécurité le jour deviennent **menaçantes la nuit**. L'**obscurité** joue beaucoup sur le sentiment d'insécurité, malgré l'éclairage publique.
- Dans l'ensemble, bon éclairage à part pour quelques rues.
- Les **lumières colorées** et les **décorations** mettent une **ambiance agréable, festive et ludique** qui est rassurante.



Rue sombre entre St Géry et Ste Catherine



Fanions à St Jacques



Rue avec lumières ludiques entre St Géry et Ste Catherine



Image projetée à St Jacques

Tour avec la Bruciteam

Vendredi 19 mars, nous avons eu l'occasion de faire un tour avec deux membres de la **Bruciteam**, qui est une équipe gérée par Bravo qui s'occupe de la tranquillité public sur le piétonnier et qui font le relai social d'information pour les passants. Celai nous a permis de mieux cibler les rues et quartiers propices au harcèlement, et de mieux comprendre les enjeux présents à Bruxelles.



- Le confinement à mis en évidence que le **monde de la nuit** influençait l'insécurité et le sentiment d'insécurité
 - ➔ **Plus de problèmes la nuit**
- La Bruciteam peut **appuyer un témoignage** d'une victime de harcèlement mais peu de personnes portent plainte.

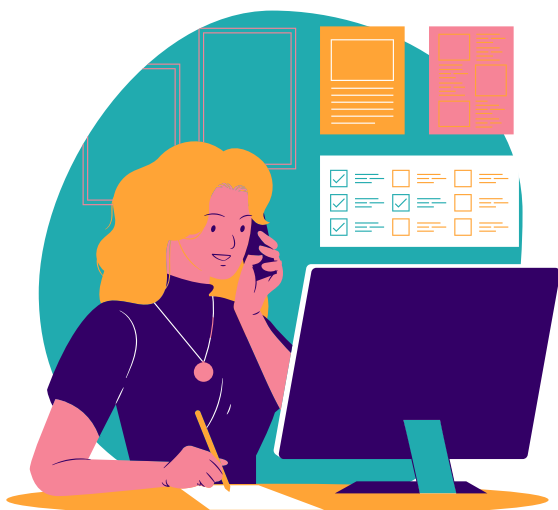
Sondage en ligne

Dans un deuxième temps, nous avons construit un **sondage en ligne** afin de récolter un maximum d'informations quant à la question de l'insécurité en ville et son lien avec le harcèlement de rue. Nous espérons aussi comprendre un peu mieux **le public** touché par le harcèlement de rue dans l'hypercentre de Bruxelles.

Il faut tenir en compte que nous avons fait circuler ce sondage sur **nos réseaux sociaux**. Donc il y a de fortes chances que les répondant.es nous ressemblent: **des personnes blanches, jeunes, de classe moyenne confortable, et plutôt hétérosexuelles**.

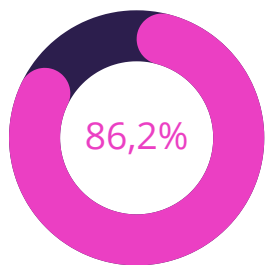
Les questions portaient sur:

- L'identité et les habitudes des répondant.es.
- Sentiment d'insécurité et ses causes.
- Ce que nos répondants avaient déjà pu vivre.
- Réactions face au harcèlement de rue en tant que victime et/ou témoin.
- Témoignages.



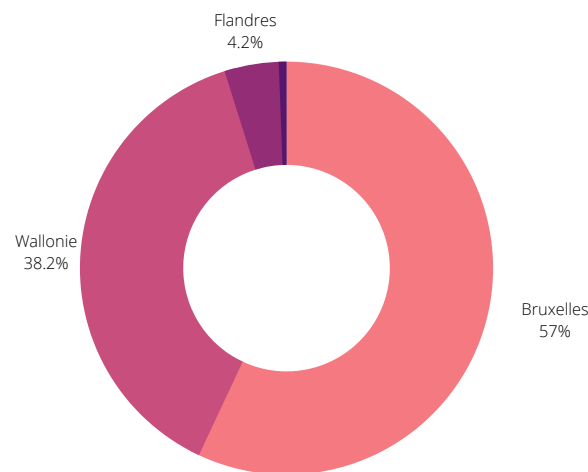
Sondage en ligne

Résultats

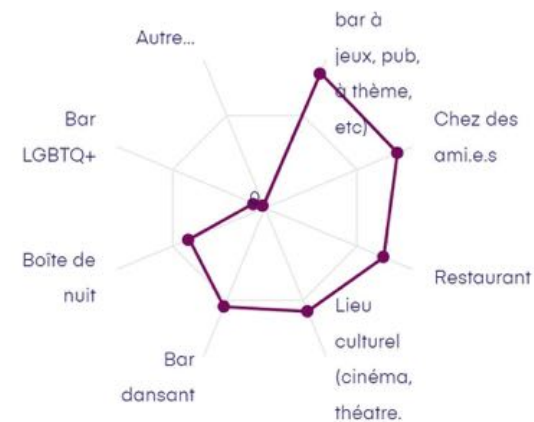


Femmes

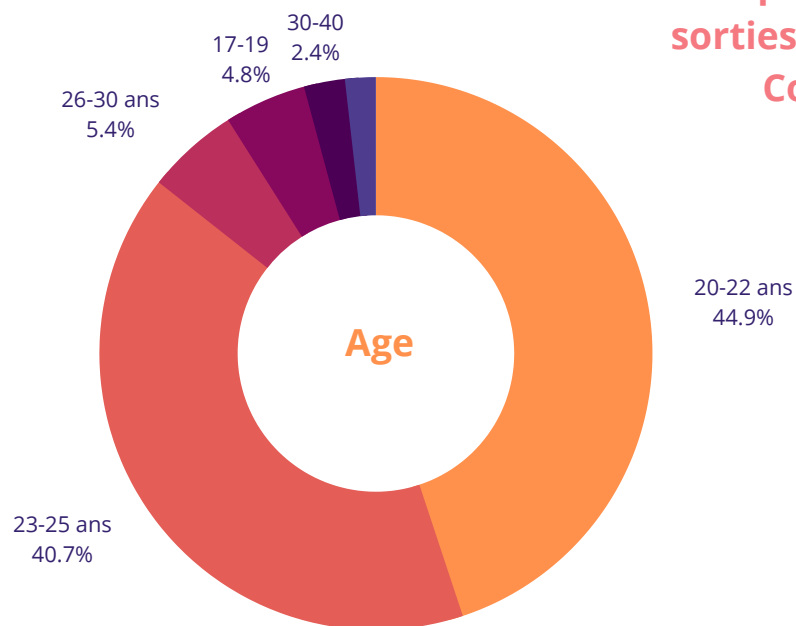
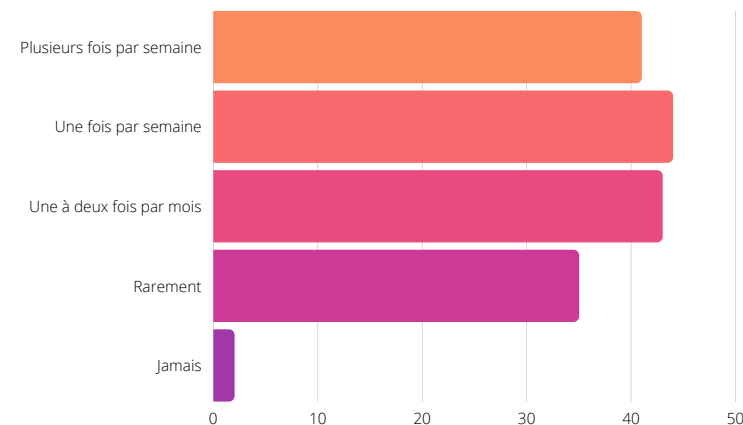
Lieu de résidence



Établissements cotoyés



Fréquence des sorties (avant le Covid)



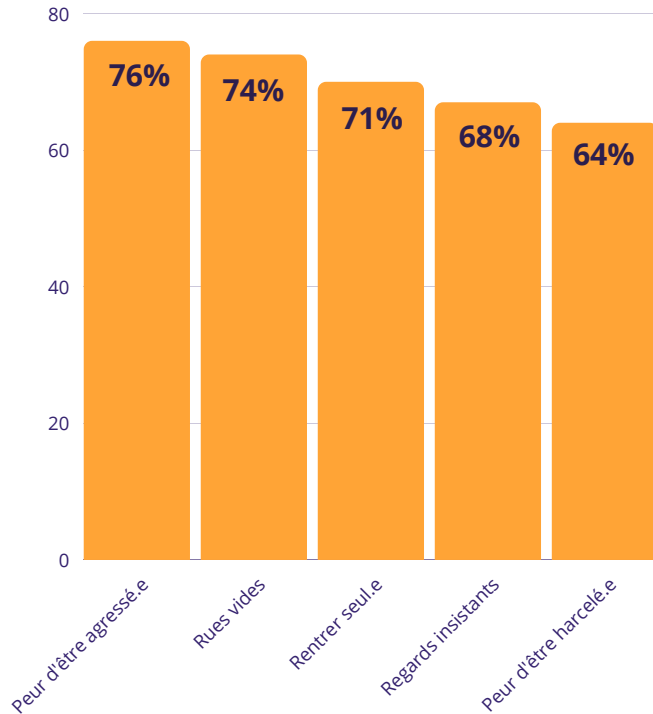
79,6%

Se sentent en insécurité

9,5%

Se sentent en sécurité

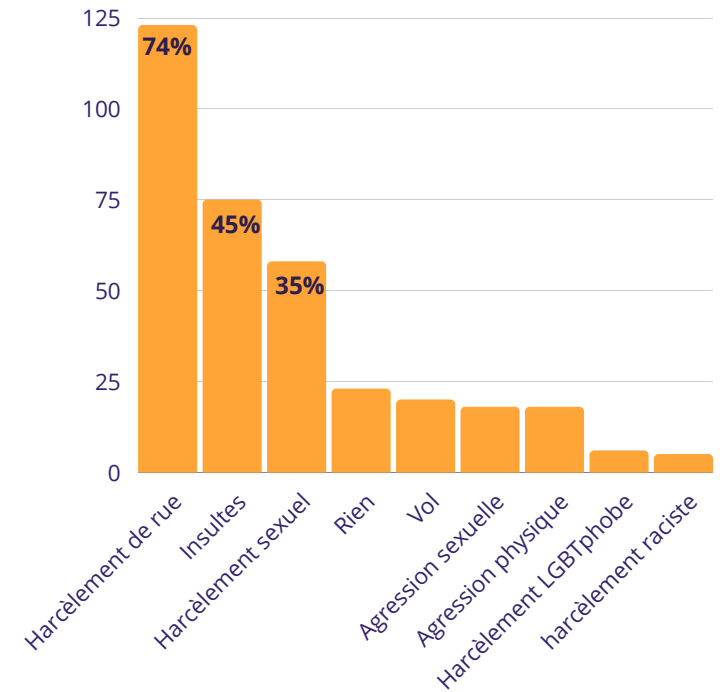
Causes du sentiment d'insécurité



Causes du sentiment de sécurité



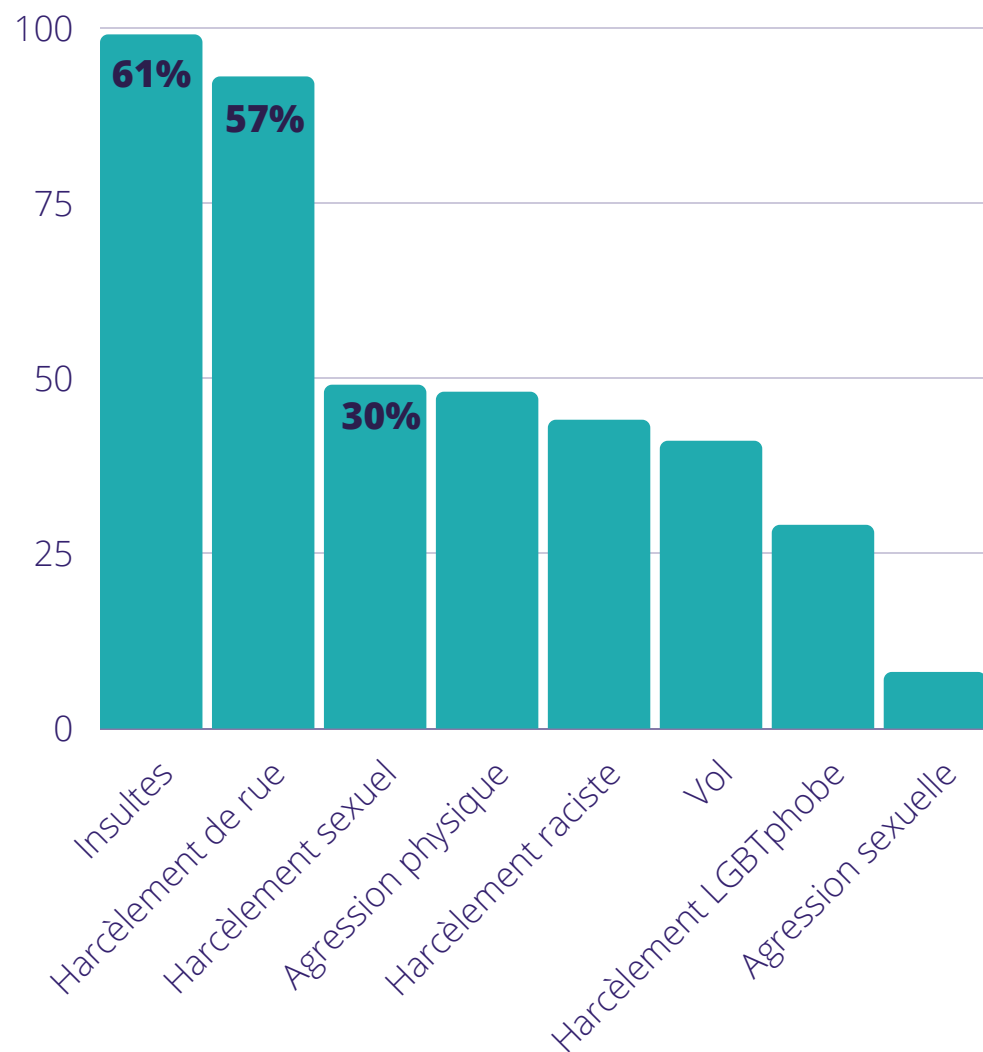
Répondant.es ont été victimes de :



“En attendant un uber avec 3 copines, un homme saoul est arrivé chez nous pour se frotter, des bisous (que nous ne voulions pas bien sur). Il a fini par nous montrer son sexe, heureusement les sorteurs du bar sont arrivés pour nous aider.”

“Dès que je porte une jupe ou une robe à Bruxelles, je réfléchis a ce qu'elle ne soit pas trop courte, trop décoltée,.. et même en faisant attention, je me fais encore sifler ou klaxonner par des hommes dans la rue. Ça ne me donne plus envie de mettre de jupe, de robe ou de short”

Répondant.es ont été témoins de :



Réaction des témoins

"J'ai souvent peur donc je ne réagis pas. Parfois je prends mon courage à deux mains mais c'est souvent quand je suis en bande"

"Aider la victime"

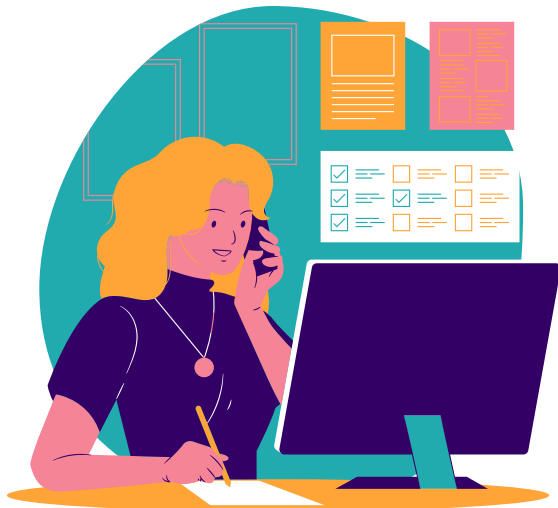
"Je ne sais pas me taire alors j'interviens en gueulant.."

" Généralement j'interviens, soit en faisant semblant de connaître la personne, soit en essayant de raisonner l'harceleur"

"Je n'ai rien fait"

Sondage en ligne: analyse des résultats

- Tout d'abord, nous avons reçu **un très grand nombre de réponses** en quelques jour, d'une grande majorité de répondant.es **jeunes et femmes**. Nous pouvons déjà conclure que c'est un public qui est fort touché par notre problématique.
- Une grande majorité des répondant.es disaient se **sentir en insécurité** dans l'hypercentre de Bruxelles, et les plus grandes causes de ce sentiment d'insécurité sont toutes **liées au harcèlement de rue**.
- Une majorité des répondant.es ont déjà été victimes de harcèlement de rue, ou témoins de ce genre de scènes. Dans les témoignages, **38 personnes sont intervenus** en tant que témoin, alors que **127 n'ont pas réagis**. Les personnes qui n'avaient pas réagis ont souvent cité **la peur que ça se retourne contre elles.eux**. Dans les témoignages des victimes, on constate souvent que les personnes qui ont été aidées ont vraiment apprécié l'intervention.



IDEATION

- L'idéation est l'étape qui **libère l'imagination** pour récolter un maximum d'idées sans limites.

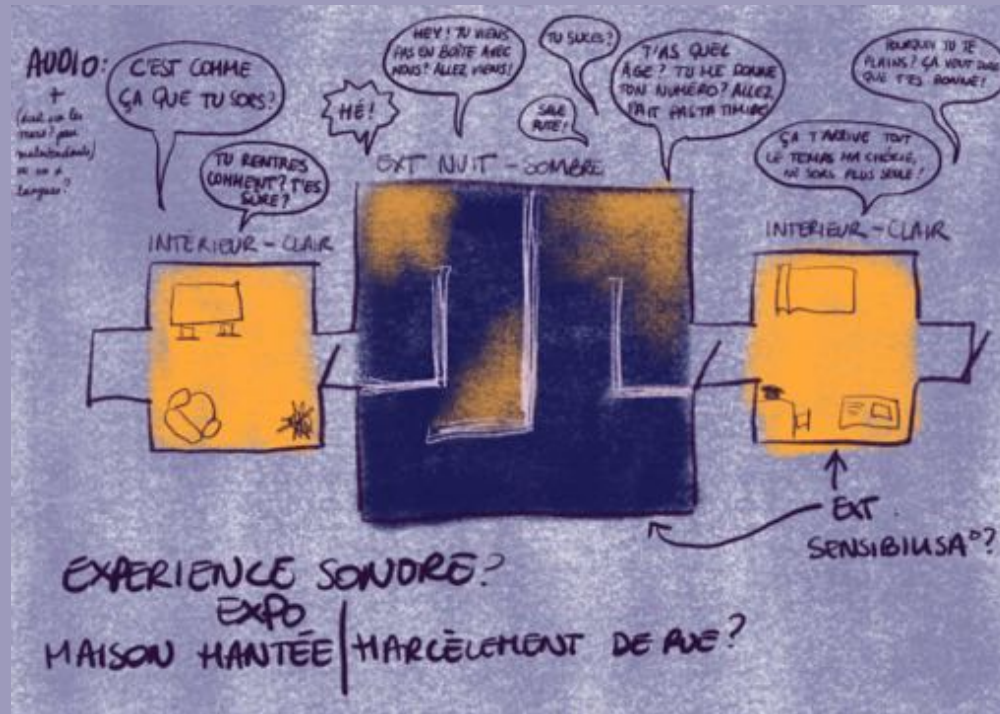


- Cette phase nous permet **d'explorer tous les possibles.**



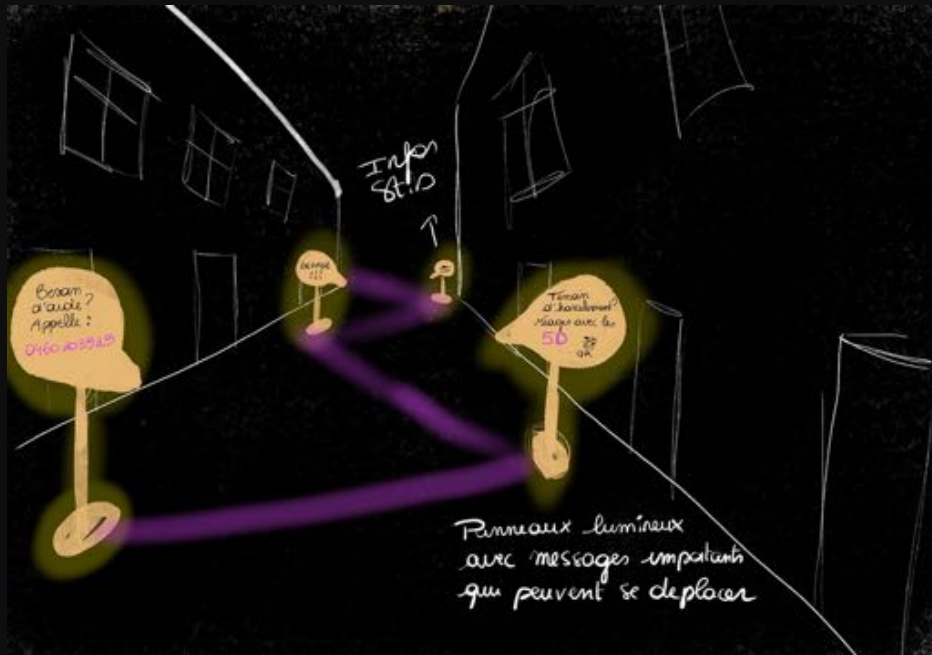
- Cela permet de pouvoir rebondir et puis de **sélectionner** les idées à prototyper.

1. Musée de rue



Un musée de la rue qui permettrait de **sensibiliser** tout.e passant.e à la problématique du harcèlement de rue, sans la barrière des musées classiques inaccessibles. Ce musée pourrait faire valoir une **expérience sonore**, en mettant des phrases types de harceleu.r.se, et les choses que les proches de la victime peuvent leur dire en réaction. Le but serait ainsi de plonger des personnes insensibles au sujet dans **l'expérience** des victimes.

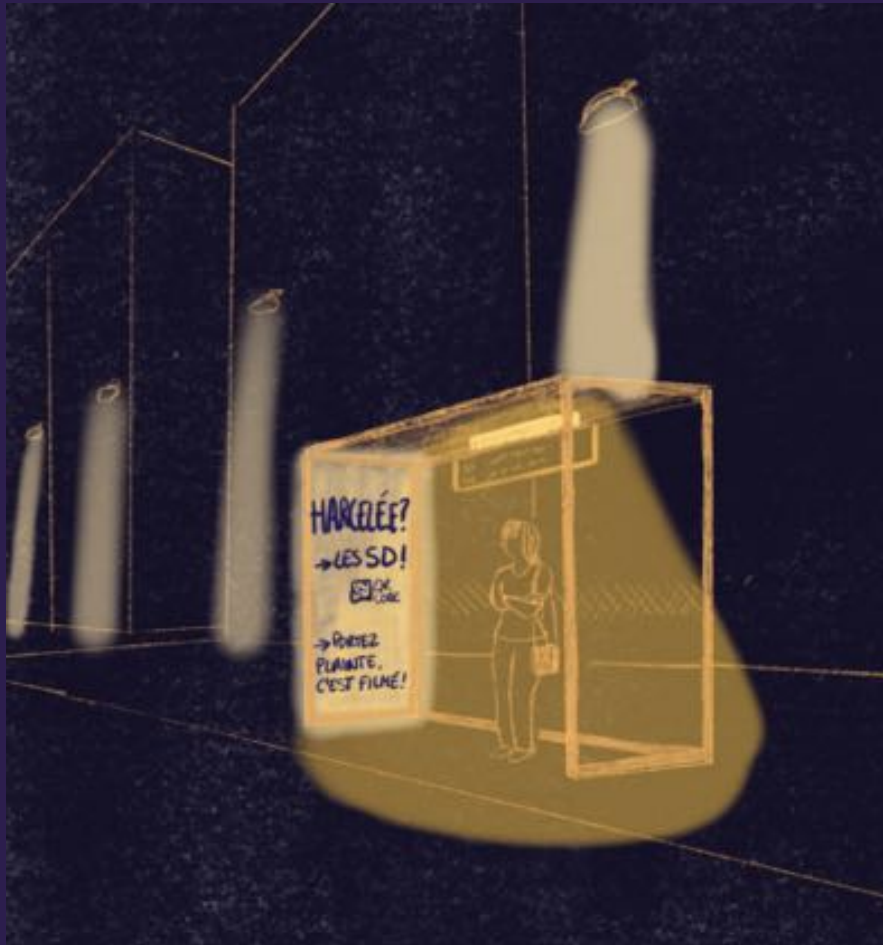
2. Sensibilisation en Lumière



Sur ces deux idéations le but est de mettre en évidence un message la nuit, pour rassurer les victimes et sensibiliser les autres. La première image représente des panneaux qui seraient disposés dans l'espace public avec des messages d'aide aux victimes ou autres qui pourrait être déplacés et qui seraient réfléchissants.

Sur la seconde image, l'idée est de mettre en évidence le vêtement, car il est parfois utilisé pour culpabiliser les victimes, avec le message qu'un vêtement n'est pas un consentement. Le mettre en lumière permettrait d'habiller la rue.

3. Arrêts de bus



Comme les transports sont des lieux **propices au harcèlement**, et des **lieux d'attentes** desquels on ne peut pas facilement s'échapper s'il y a un problème, nous voulions en faire un **espace safe**. Ici, on imagine **retravailler l'éclairage** et rajouter des **caméras de surveillance**, mais aussi ajouter de la **sensibilisation** au harcèlement dans l'arrêt. Nous pourrions ainsi rassurer les victimes et les passant.es et dissuader les harceleurs.

4. Kit de sensibilisation sous forme de jeu



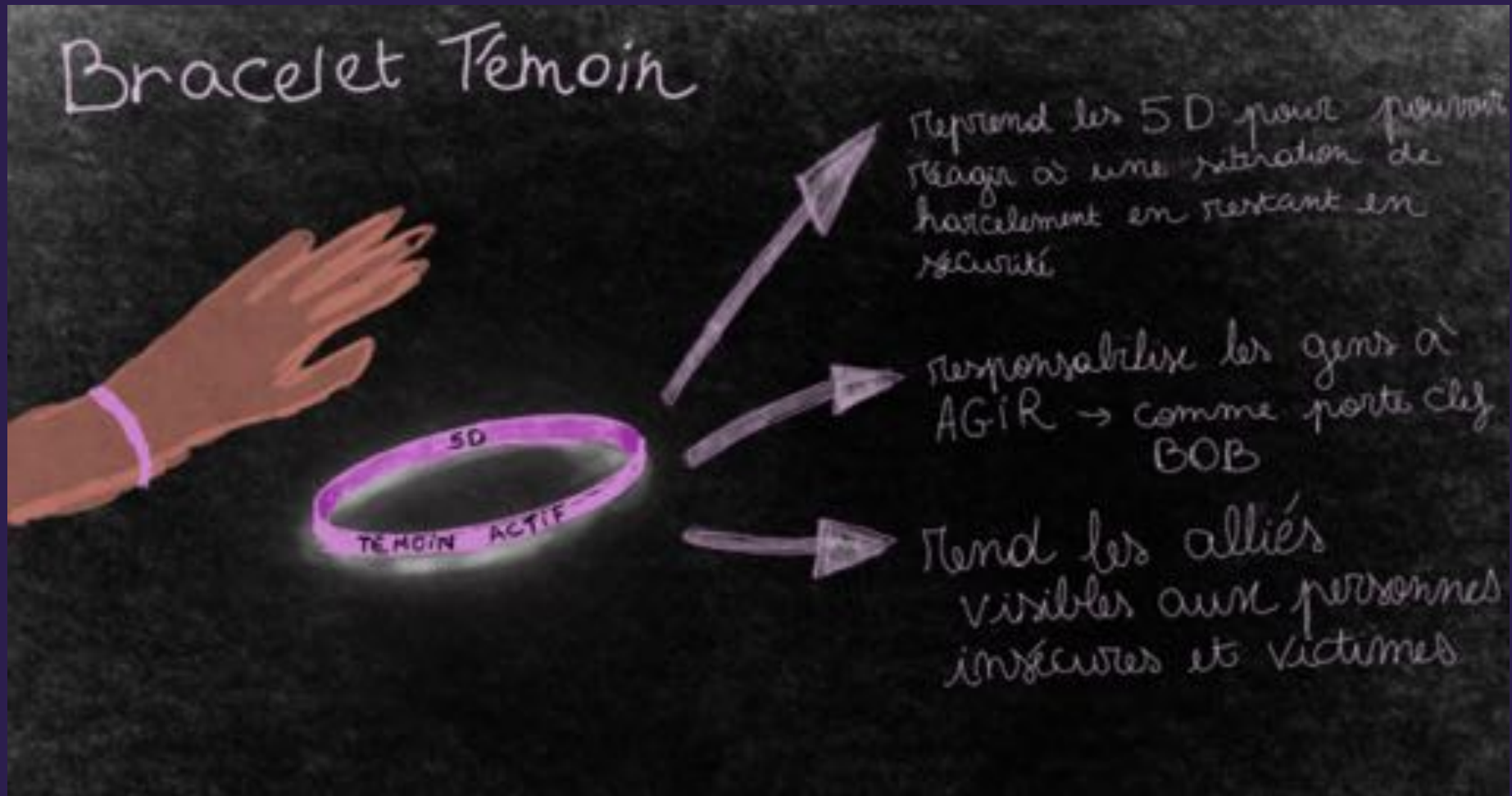
Cette année, des étudiantes du MDIS ont pu développer deux **jeux** concernant la problématique du **harcèlement de rue** d'une part, et du **consentement** de l'autre. L'idée ici serait de promouvoir ces jeux dans **les écoles**, afin de commencer la sensibilisation plus tôt, et de façon plus **ludique et interactive**.

5. Remise en question des mobiliers urbains



Suite à nos recherches et observations, les mobiliers urbains c'est à dire les bancs (notamment sur le boulevard Anspach) sont disposés en longueur, ce qui provoque des regards insistants et déplacés envers les femmes qui marchent sur la rue. Le but ici se serait de retravailler les bancs pour éviter de les placer en vis à vis à la rue, et donc, éviter que la rue devienne un défilé pour les personnes malveillantes.

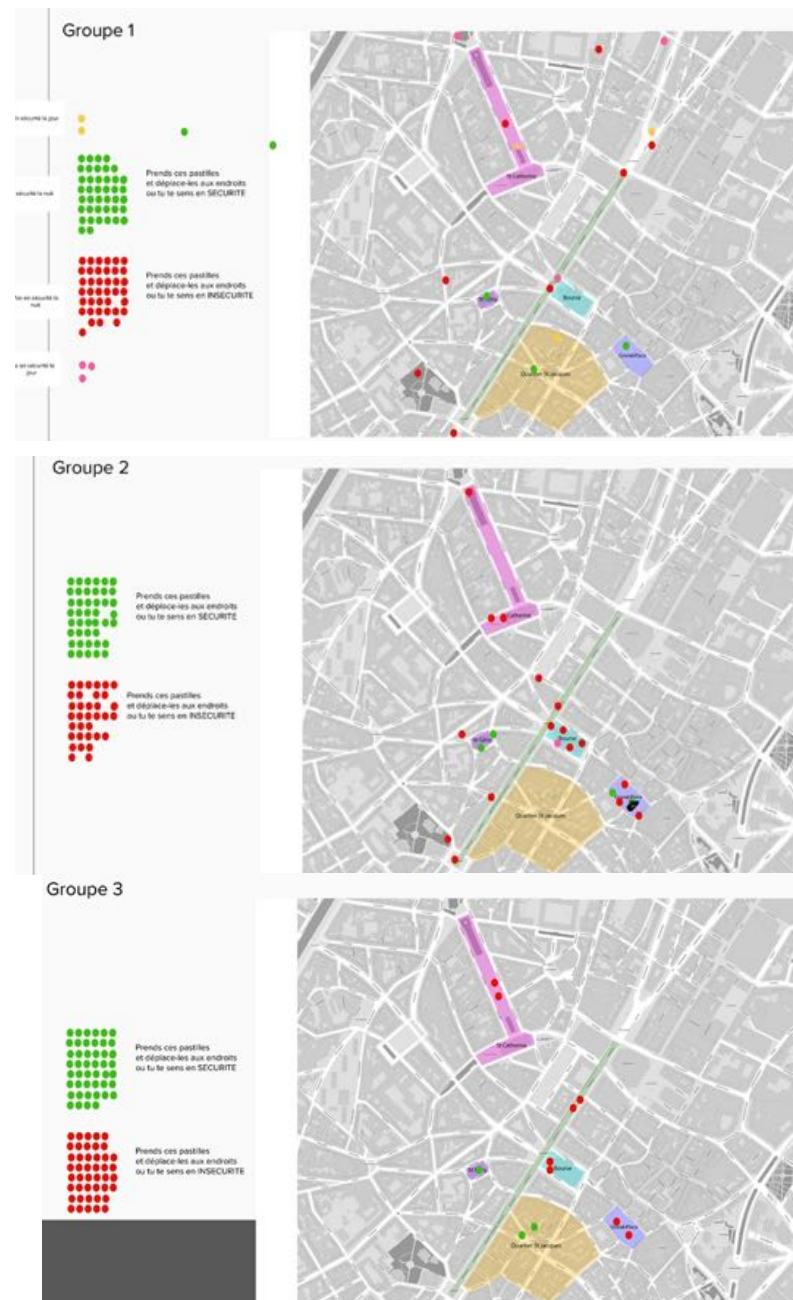
6. Objet témoin.



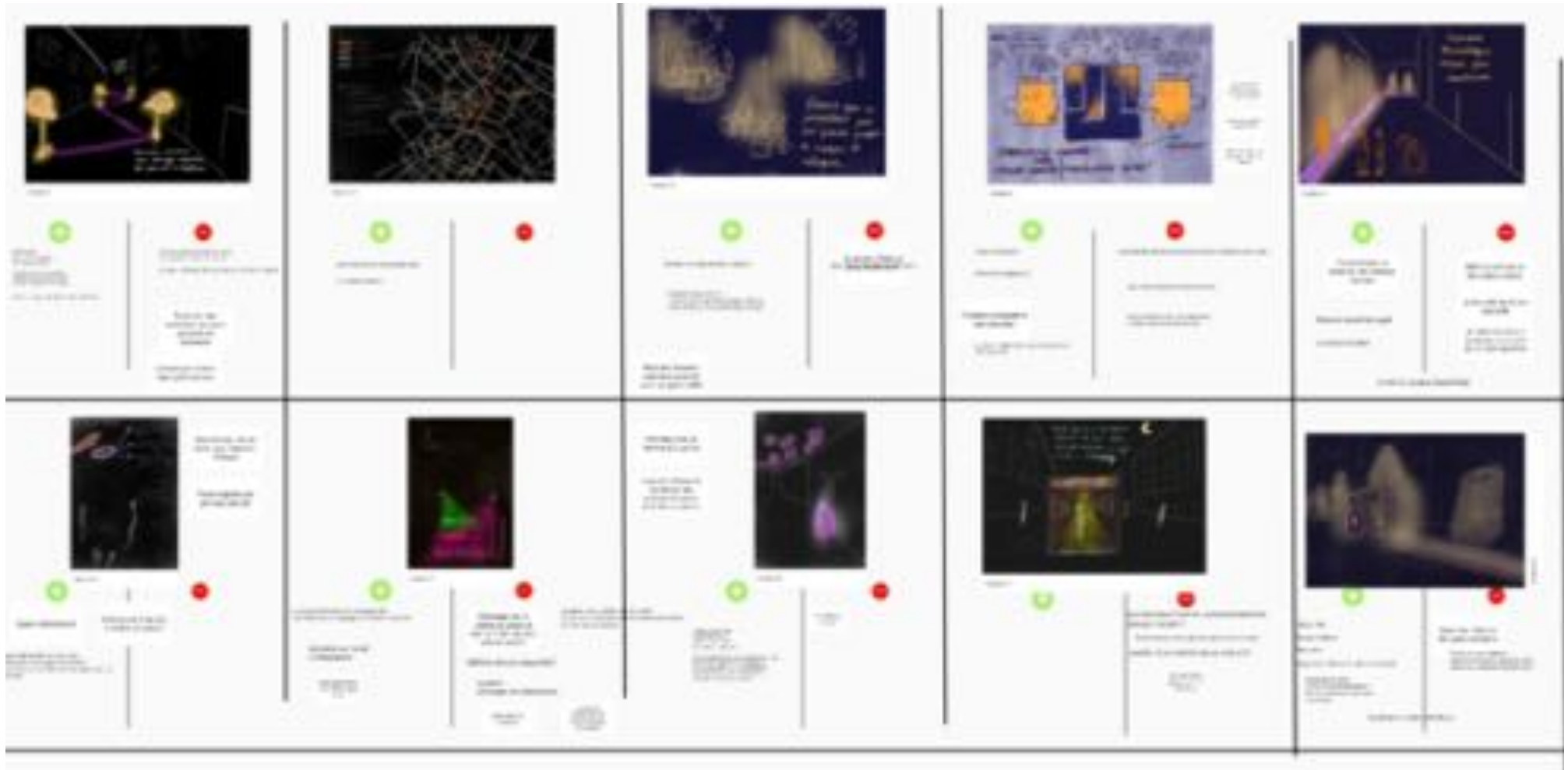
L'idée est de **responsabiliser les témoins** à agir par un objet (par exemple bracelet) qu'ils porteraient sur elles.eux. Pour que la rue redevienne sécurisée pour tous le monde, il faut se sentir en sécurité et avoir confiance que si quelque chose se passe quelqu'un va pouvoir réagir.

Workshop 24/04

- Pour un meilleur **retour des usager.ères**, et pour prendre leurs avis en compte de la façon la plus **inclusive** possible, samedi 24/04, nous avons organisé un workshop en ligne avec 10 participant.e.s.
- Cet **atelier participatif** nous a permis de travailler en co-création avec des usager.ères du centre ville, et nous a également apporté des **retours constructifs** et des **avis divergents** quant à la réalisation d'idéations présentées sur les pages précédentes, mais aussi sur notre approche à la problématique du harcèlement de rue. C'était aussi très motivant de voir des usager.ères intéragir avec notre travail!
- Tout d'abord, nous avons présenté une carte de l'hypercentre en demandant aux participant.es de noter les endroits où iels se sentent en sécurité ou non. En principe:
Les pastilles vertes représentent les endroits où iels se sentent **en sécurité**.
Les pastilles rouges représentent les endroits où iels se sentent **en insécurité, voir les endroits où iels ont déjà eu des problèmes**.
- En soit, cet exercice nous a surtout permis **d'amorcer la discussion** avec les participant.e.s, vu que les résultats sont très similaires aux chiffres de Safer Cities.

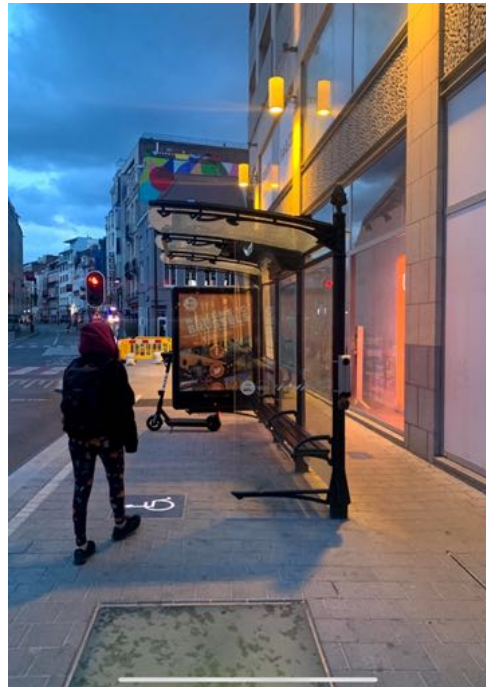


- Dans un deuxième temps, nous avons présenté les idées aux participant.e.s et nous avons établi une **liste de choses positives et négatives** pour chacune d'entre elles.
- Ensuite, nous avons demandé celles qu'ils préféreraient pour ainsi pousser l'idéation plus loin. Les participant.e.s ont pu nous donner des nouvelles idées et références, et nous avons pu faire ressortir quelques idées qui semblaient être préférées par tout le monde, et qui présentaient les **moins d'inconvénients** à mettre en place.



Deuxième observation du centre

Retour au centre 04/05 pour observer le soir



Après ce tour dans le centre, nous avons pu constater différentes choses :

- Les rues sont éclairées, mais d'une **lumière pas très rassurante** qui pouvait vite créer une ambiance insécurisante.
- Les **arrêts de bus** peuvent très rapidement paraître glauques s'il n'y a **pas d'abris**, et ils ne sont souvent **pas éclairés** spécifiquement, donc sont très sombres.
- Il a beaucoup de **panneaux d'indications** pour les lieux touristiques et pour les voix cyclistes, mais aucun pour les transports publics.



Notre design challenge :
**Comment pourrait-on faire réagir
les témoins pour lutter contre le
harcèlement de rue?**



Choix d'une idée déterminante

Le 18/05, nous avons pu rencontrer **la cellule de l'égalité des chances** du centre de Bruxelles, avec la participation de Bravo. Cette échange nous a permis de montrer toutes nos idées réalisées et d'en confirmer une en particulier que nous avons approfondie et finalisée par la suite.

Nous sommes donc parties **sur un bracelet témoin, relié à une formation de témoin actif dont le message est véhiculé par une campagne de communication.**

Quel public?

LE TEMOIN



Pourquoi?

Parce que dans **86%** des cas où les témoins ont agi, cela a permis de stopper la situation d'harcèlement.

MAIS

Seulement **20%** des femmes déclarent avoir été aidées par un témoin.

Les différents freins qui empêchent les témoins d'agir :

Parce que personne n'agit :

Ce type de raisonnement s'appelle "**l'effet témoin**" ou "**bystander effect**". C'est à dire que plus il y a de témoins, moins l'on se sent responsable d'agir.

C'est un **biais cognitif** qui opère dans les situations d'urgence dans lesquelles le comportement d'aide d'un sujet est **inhibé** par la simple présence d'autres personnes sur les lieux. **Trois processus** se mettent en place qui bloquent les témoins:

L'influence sociale: pour évaluer s'il s'agit bien d'une situation d'urgence, on a tendance à regarder autour de soi pour voir si d'autres réagissent. Donc si personne ne réagit, on peut être dissuadé d'intervenir soi-même.

Appréhension sociale: c'est la peur de paraître ridicule si on se trompe.

La diffusion de la responsabilité: c'est se poser la question: pourquoi moi plutôt qu'un autre? Plus on est de personnes à assister à la scène, le plus on est à partager la responsabilité d'agir, et le moins on se sent concerné.e.s.

La peur des répercussions:

Beaucoup de témoins ont peur que les agresseurs se retournent contre eux si iels réagissent.

Ne pas savoir comment bien réagir:

Des études sur l'effet témoin montrent que les personnes qui ont **une formation** qui leur permet de savoir réagir dans des situations d'urgence (infirmiers, médecins...) ont beaucoup plus tendances à réagir que ceux qui ne le sont pas.

Comment pourrait-on former des experts en réaction au harcèlement de rue?

Personas de témoins actifs:

Afin d'imaginer l'identité visuelle de la campagne de communication et de la formation, nous avons créé des personas de potentiels témoins actifs pour mieux se projeter et libérer notre créativité.

GRANDE
GUEULE



Alice

Vit dans le centre
de Bruxelles

Age:

23 ans

Situation:

Etudiante à
l'ULB

Statut:

En couple

Caractère:

- Ne se laisse pas faire
- Aime porter ce qu'elle veut
- Confiance en elle-même
- Très sociale
- Membre d'assos féministes

Tenue:

Porte des vêtements très festif et coloré, trouvés en friperies, adore les accessoires

Attitude face au harcèlement:

Elle va réagir parfois au quart de tour et n'a pas peur de s'exprimer pour dire ce qu'elle pense en public.

Le D qui lui correspond le mieux:

DIRIGER

INDECIS.E



Claire

Vit à Braine
l'Alleud

Age:

19 ans

Situation:

Etudiante à
la Cambre

Statut:

Célibataire

Caractère :

- Déteste se foutre la honte
- Aime appartenir à un groupe
- Très sociale

Tenue:

- Porte des vêtements à la mode

Attitude face au harcèlement:

Elle a du mal à identifier une situation de harcèlement de rue. Pourtant elle ne veut pas laisser les choses dérapier, mais aime tout de même se sentir en sécurité .

Le D qui lui correspond le mieux :

DISTRAIRE ou DOCUMENTER

TIMIDE



Jean

Vit à Evere

Age:

35 ans

Situation:

Infirmer

Statut:

Marié

Caractère:

- A peur du regard des autres
- N'aime pas s'imposer
- Toujours à l'écoute
- Bienveillant

Tenue:

-Porte des vêtements assez classique, qui n'attire pas trop l'attention

Attitude face au harcèlement:

Il a peur d'agir, car il pense que s'il intervient, la situation peut se transformer en désastre.

Le D qui lui correspond le mieux:

DIALOGUER ou DELEGUER

Public cible

Aux vues de ces chiffres, il est grand temps et **nécessaire** de faire bouger les choses. Seulement 20% des femmes ont été aidées et nous voulons voir ce chiffre **augmenter**, et que **la question de l'aide ne se pose plus**. Nous espérons participer à un **changement des mentalités** autour du harcèlement de rue.

C'est pourquoi nous allons former les témoins pour les **pousser à agir en toute sécurité, grâce aux 5D** expliqués à la page 11.

TEMOIN INACTIF



TEMOIN ACTIF



Comment ?

1

Une campagne informative sur le sujet du harcèlement et des 5D **qui renvoie à**

2

Une formation en ligne qui donne les outils des 5D pour devenir un bon témoin actif **qui renvoie à**

3

Un objet témoin qui permet de responsabiliser les personnes formées à agir et de diffuser le message de manière visible

Retour usager.es des prototypes



Création de prototypes

Le mardi 8/06, nous sommes retournées une dernière fois dans le centre de Bruxelles afin de réaliser la partie **prototypage** de la méthode du design thinking. Nous avons pu tester différents **messages de communication, logos, et types d'objets témoins** auprès des usager.ères. Nous avons pu déterminer quelles affiches paraissaient les plus **compréhensives**, et quels objets seraient sûrement plus **utilisés** par notre public cible. Toutes nos finalisations du projet ont été conçues en prenant au mieux en compte les différents avis des usager.ère.s.

Test des prototypes

1

Campagne de communication

Identité visuelle



NOTRE LOGO

- Message clair
- Couleurs chaleureuses et dynamiques

« JE VOIS, J'AGIS »

Message clair qui permet tout de suite de comprendre le comportement à adopter face à une situation de harcèlement. Je vois en tant qu'observateur.rice, j'agis en tant que témoin actif.

Cette phrase est **courte et facile à retenir**, ce qui facilite la bonne compréhension et divulgation de la campagne.

Titre : Neufreit Extra Bold

Sous-titre : Bubble Gum Bold

Texte : Bubble Gum Regular

HEX #21ADAF

HEX #FFA436

HEX #EB3FC3

HEX #34216E

Les affiches

Juste un sifflement?



En réalité,
C'est du harcèlement.

Mettez fin au harcèlement de rue en apprenant les 5 gestes pour bien réagir en tant que **témoin.**

Suivez la formation *Je vois, J'agis* sur notre site.



 @jevoisjagis
 Je vois j'agis
Site web: jevoisjagis.be



Juste un compliment?



On va boire un café!
Vous êtes vraiment jolie!
Allez

En réalité,
C'est du harcèlement.

Mettez fin au harcèlement de rue en apprenant les 5 gestes pour bien réagir en tant que **témoin.**

Suivez la formation *Je vois, J'agis* sur notre site.



 @jevoisjagis
 Je vois j'agis
Site web: jevoisjagis.be



Juste une insulte en rigolant?



En réalité,
C'est du harcèlement.

**Mettez fin au harcèlement de rue
en apprenant les 5 gestes pour
bien réagir en tant que **témoin.****

Suivez la formation *Je vois, J'agis*
sur notre site.



 @jevoisjagis
 Je vois j'agis
Site web: jevoisjagis.be



Juste une caresse en passant?



En réalité,
C'est du harcèlement.

**Mettez fin au harcèlement de rue
en apprenant les 5 gestes pour
bien réagir en tant que **témoin.****

Suivez la formation *Je vois, J'agis*
sur notre site.



 @jevoisjagis
 Je vois j'agis
Site web: jevoisjagis.be



- Pour les affiches, nous avons voulu créer une communication en deux temps: d'abord une première **sensibilisation** au harcèlement de rue, puis un message qui renvoie vers le site de la **formation et les réseaux sociaux**.
- Selon les retours usagers, c'était ce type de format qui marchait le plus: iels pouvaient **se projeter** dans la situation de harcèlement mise en scène, et donc mieux comprendre de quoi parlait la campagne. De plus, le format de **question-réponse** était parlant. Il n'était pas **confrontationnel** envers les agresseurs et les publics non-sensibilisés, mais permet une **remise en question** par rapport à ces comportements. Ce message permet aussi de **valider le vécu des victimes**, dont l'expérience est souvent mise en doute.
- Nous orientons ensuite l'utilisateur vers une **prise d'action** possible pour stopper ces comportements: la formation.
- Les retours usagers ont aussi souligné **l'importance de la diversité dans la représentation**: les usager.ères ont souvent été touché.es par l'affiche représentant une femme voilée.



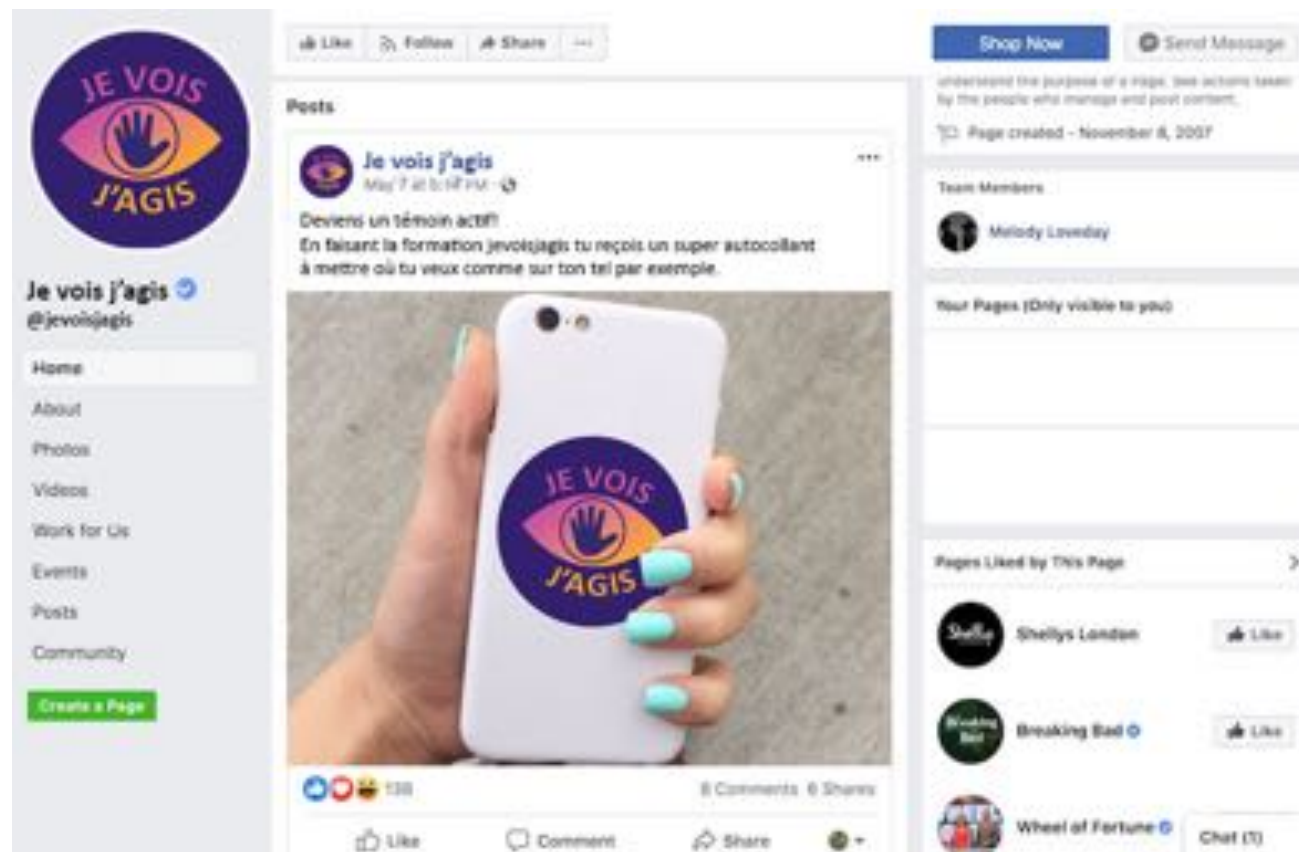
Les réseaux

Les réseaux sociaux joueront un rôle à part entière dans la campagne de communication. Nous pourrons ainsi former une **communauté de témoins actifs solidaires**, alimentée par des **témoignages d'interventions**. Ceux-ci pourront inspirer d'autres à intervenir, en leur procurant des exemples. Le hashtag #jevoisjagis permettra de suivre les posts et les storys d'autres personnes qui partagent leur expériences, et ils pourront préciser leur vécu grâce aux hashtags #jaivu #jaivecu #jaiagis. Nous imaginons aussi des publications sur les 5Ds et les objets témoins portés. Instagram nous sera particulièrement utile, puisque ce réseau est déjà beaucoup utilisé pour **l'activisme féministe**.

Instagram



Facebook



Evènement de lancement

Un évènement de lancement permettra une **bonne diffusion** de la campagne auprès du **grand public** par le biais des **médias**. Il permettra de se faire entendre et de susciter le questionnement auprès des personnes.

Il se déroule par cette approche:



- 1 Créer une **"voie sécurisée"** pour ne pas être dérangé.e sur le piétonnier de la Bourse (via peinture éphémère).
- 2 Un interviewer **interpelle les passants**, et leur demande si selon elle.eux, **c'est normal** d'en arriver à créer une "voie sécurisée" pour que les femmes se sentent en sécurité dans la rue.
- 3 La conclusion à tirer en fin de reportage sera que **non, les espaces publics devraient appartenir à tout le monde**.
- 4 Les renvoyer à la **formation pour leur donner les outils 5D** afin de permettre à **toute** la rue d'être sécurisée.

2

Formation de témoin actif

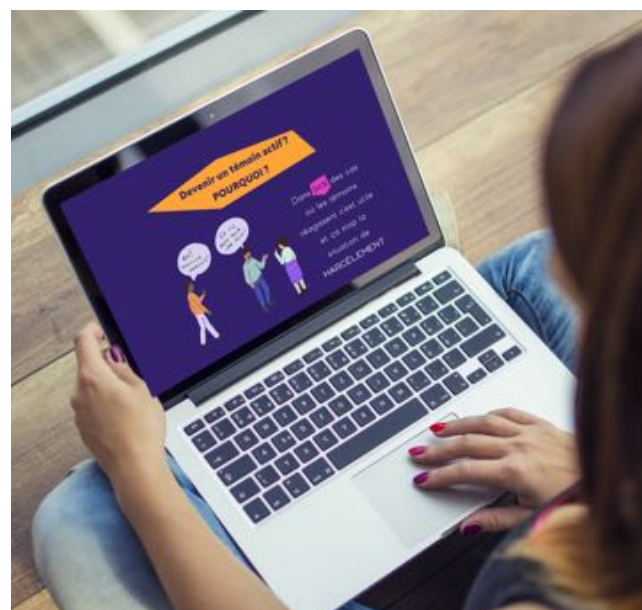
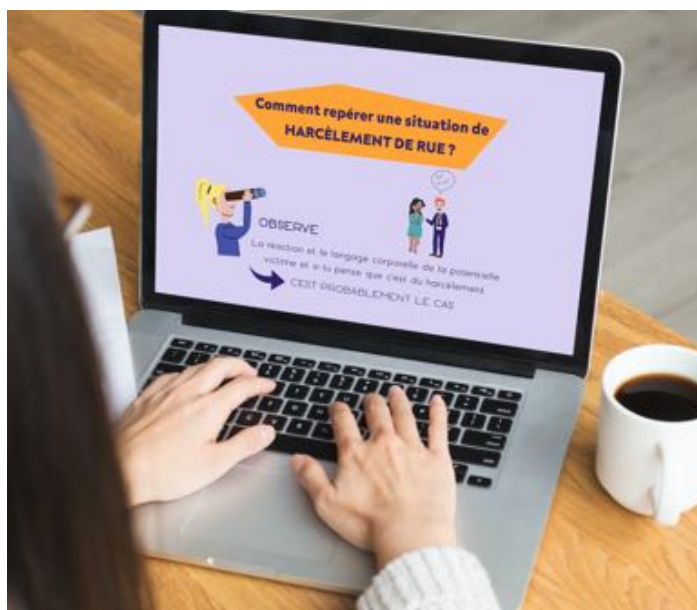


- En suivant le QR code retrouvé sur la campagne de communication, l'utilisateur arrivera sur la page de la formation *Je vois, j'agis*, accessible depuis un **ordinateur ou un smartphone**.
- Nous avons pensé la formation pour qu'elle soit suivie par les usagers de façon **indépendante**, sous la forme d'un **texte illustré** avec des passages en **bande dessinée**, pour qu'elle soit plus **ludique, compréhensible et agréable à suivre**. Nous nous mettons ainsi en contraste avec la formation de Stand Up qui doit se faire avec un.e formateur.ice, ou une vidéo qui n'est pas toujours aisée à consulter.
- Le but de cette formation est de **mieux comprendre** le sujet du harcèlement de rue, tout en **apprenant les 5D**, afin d'encourager les témoins de harcèlement à réagir d'avantage, mais peut-être aussi éduquer la population à ne pas commettre de harcèlement de rue. En effet, il se pourrait que certains usagers de la formation aient déjà commis du harcèlement, et apprennent avec la formation de ne plus en faire.
- L'idéal, serait que la formation soit dans **toutes les langues les plus parlées à Bruxelles**, pour s'assurer qu'un maximum de personnes puissent la suivre aisément.

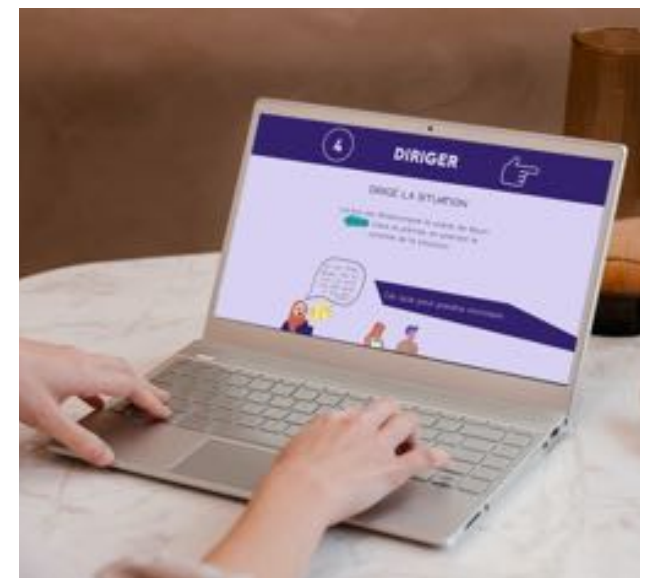


Dans la première partie de la formation, on retrouve une **partie théorique** sur le sujet du harcèlement. Il y a diverses **définitions et chiffres** afin de donner des notions claires et précises à l'utilisateur sur le sujet, ainsi que les **conséquences légales** en Belgique du harcèlement.

Certains points permettent aussi à la personne formée d'apprendre à **repérer** le harcèlement de rue, et de **comprendre pourquoi** il est important d'agir en tant que témoin.

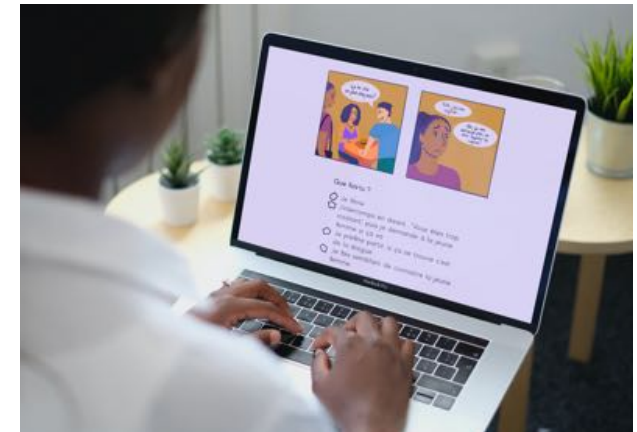
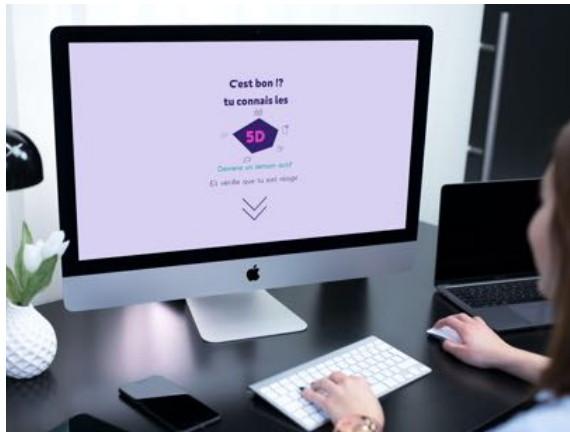


Dans un deuxième temps, on explique les différents gestes des 5D, grâce à des **exemples illustrés**. Plus précisément, c'est à ce moment là que les utilisat.eur.rices auront accès aux outils pour bien réagir en tant que témoin d'harcèlement de rue.



Pour terminer, avant de recevoir l'objet témoin, nous confrontons l'utilisat.eur.rice à un **quizz**. D'une part, c'est pour s'assurer que la formation a été **suivie correctement**, mais d'autre part, c'est pour permettre aux nouveaux témoins actifs de se **projeter dans des situations de harcèlement** et s'imaginer leurs réactions, tout en leur donnant **plus d'exemples** et d'explications.

Nous y avons inséré des mauvaises réponses, donc si iels donnent les bonnes réponses, iels accéderont à la commande de l'**objet témoin**. L'approche des bonnes et mauvaises réponses pourraient être réenvisagée pour se concentrer d'avantage sur la projection des usager.ères dans la situation de harcèlement.



3

Objet témoin



À la fin de la formation, les utilisat.eur.rices pourront rentrer leur adresse postale pour recevoir **deux objets témoins**, et qu'ils utilisent celui qui leur convient le mieux:

- Le sticker pour le téléphone
- Le bracelet

L'objet témoin a une double fonction: **responsabiliser** les témoins à agir: s'ils portent l'objet témoin, ils doivent intervenir dans une situation de harcèlement de rue. Ensuite, les témoins actifs formés deviendront **reconnaisables** dans l'espace public.

En plus de des objets témoins, les participant.es recevront un **ticket** pour une boisson **gratuite dans des bars de l'hypercentre**. Nous espérons ainsi **convaincre** les personnes qui ne seraient pas initialement intéressés par la formation à la faire, mais aussi **redonner envie** au public de retourner cotoyer les établissements de l'hypercentre.



Conclusion

Les trois volets de la campagne *Je vois, j'agis* ont pour but de produire un changement systémique en faisant **évoluer les mentalités** sur le sujet du harcèlement de rue. Ce but sera atteint en **éduquant les personnes insensibles** au sujet, en donnant une **façon d'agir** aux personnes qui sont déjà sensibilisées, et en offrant une **validation des expériences** des victimes ainsi qu'en créant un **réel soutien** pour elles dans la rue. Cela fait trop longtemps que les violences faites aux femmes sont banalisées, nous voulons aussi que la peur change de camp en montrant aux harceleurs qu'ils ne pourront **plus agir dans l'impunité**. Cette stratégie sera d'autant plus forte si c'est une **autorité publique** qui l'appuie, plutôt qu'une ASBL seule.

Il faudra bien sûr tester l'effet de cette campagne à l'aide d'un autre sondage, effectué après son lancement.

Résultats attendus

+ de témoins qui réagissent à une situation de harcèlement de rue

— de personnes à Bruxelles qui se font harcelées

→ Que tout le monde se sente en sécurité dans Bruxelles



Remerciements

Nous tenons à remercier *Laurent Duffaut*, professeur encadrant de notre projet, pour nous avoir écouté, encouragé et poussé vers le meilleur.

Nous remercions également *Olivier Gilson*, coordinateur du master pour nous avoir suivi de façon régulière sur ce projet.

Nos remerciement vont aussi à *Pierre Echard* et *Charlotte Lancelot*, professeur.es du master, pour nous avoir apporté de précieux conseils.

Nous voulons remercier *Daphné Lê Phan*, *Maude Glorieux* et *Séverine Hébrant*, pour avoir été des partenaires motivantes et encourageantes lors de ce projet.

Et enfin, nous voulons remercier tous les usagers et usagères ainsi que notre entourage qui nous ont aidé dans la cocréation et dans le bon développement du projet.

