

11 février 2026

 **GATINEAU****POUR****LA****VIE**

Campagne de sensibilisation contre les préjugés et la discrimination

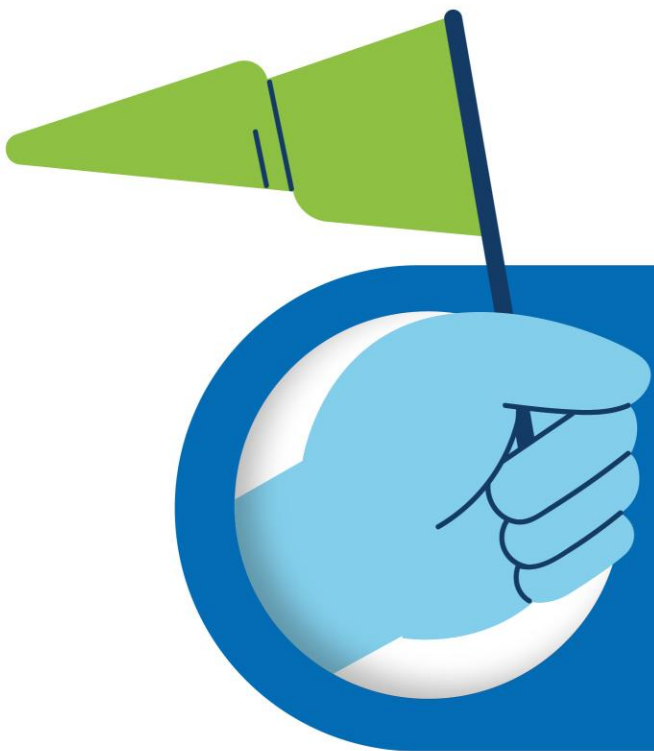


Objectif de présentation : information

Service des loisirs, des sports et du
développement des communautés

Commission du vivre-ensemble

Objectifs de la présentation



INFORMATION

Présenter la démarche d'élaboration de la campagne de sensibilisation contre les préjugés et la discrimination et les progrès accomplis

Plan de la présentation

01

État de la situation

03

Impacts
et enjeux

02

Démarche
d'élaboration

04

Actions et
échéanciers



État de la situation



Mise en contexte

Pourquoi ce projet ?

- ❑ Augmentation du nombre d'incidents haineux depuis la pandémie;
- ❑ Problématique largement invisible : près de 80 % des incidents ne sont pas déclarés au Service de police;
- ❑ Succès d'un premier projet de sensibilisation auprès des adolescents (démystification des microagressions) - campagne Mets-toi à ma place;
- ❑ Déploiement d'une phase 2 en 2026 visant un changement de comportements et un public diversifié;
- ❑ Projets inscrits au Plan d'action en diversité culturelle 2025-2028 (moyens d'action 3.2 et 3.3) et au plan d'action de la Commission jeunesse.



Commission jeunesse Mets-toi à ma place



La Commission jeunesse



École municipale de participation citoyenne qui regroupe deux jeunes par école secondaire dont le mandat est d'influencer le conseil municipal et les partenaires jeunesse à prendre des décisions en faveur des besoins et des attentes des jeunes.

Depuis 25 ans, la Commission jeunesse permet à la jeunesse de s'impliquer activement auprès de la Ville et contribue à former des citoyennes et citoyens engagés, prêts à participer à la vie démocratique de demain.

Commission jeunesse

Mandat



Agir

Mettre sur pieds des projets exaltants. Réaliser l'ensemble des étapes de A à Z



Dynamiser

Encourager la participation active des jeunes



Engager

assurer le développement de citoyens alertes, accomplis et réfléchis



Positionner

faire rayonner les ados de Gatineau;

Mets-toi à ma place



Mets-toi à ma place!

- **40 capsules vidéo** mettant en lumière des **micro-agressions** vécues par des adolescents.
- Chaque capsule propose **une solution concrète** et se termine sur une **note positive**.
- **Public cible** : adolescents (12-17 ans), parents, personnel scolaire et intervenants jeunesse.



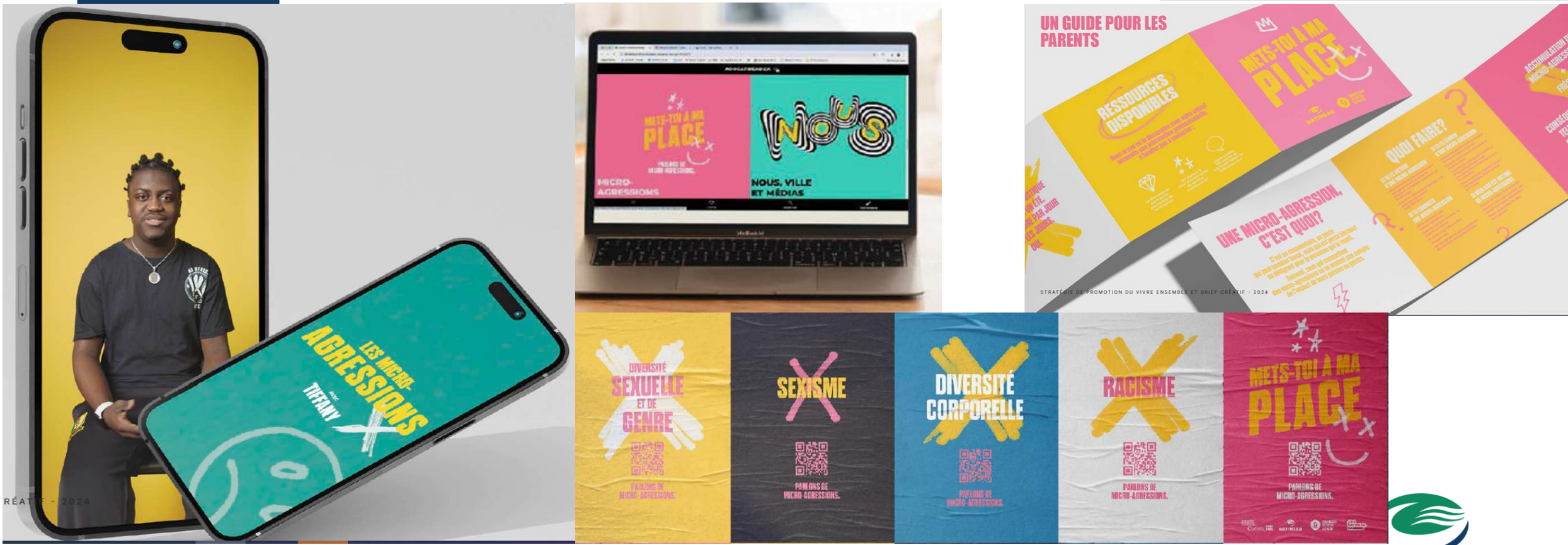
Mets-toi à ma place (suite)



Mets-toi à ma place!

- **Cadre stratégique :**
 - Stratégie municipale d'action jeunesse – Objectif 3.6.3 : contrer le racisme et favoriser l'inclusion.
 - Plan d'action 2021-2024 sur la diversité culturelle et le vivre-ensemble – Lutte contre le racisme et la discrimination.
- **Soutien financier :** ministère de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration (MIFI).

Mets-toi à ma place (suite)



Campagne de sensibilisation contre les préjugés et la discrimination



Projets porteurs entre les deux commissions



2022- Collaboration à la réalisation d'une vidéo faisant la promotion du vivre-ensemble à Gatineau avec la Commission du vivre-ensemble;

2025- Collaboration à une phase 2 de la campagne contre les préjugés et la discrimination.

[Vivre-ensemble - 30 secondes sur Vimeo](#)

Démarche d'élaboration et progrès réalisés



GATINEAU

Phases d'élaboration



Réalisé à ce jour



- ❖ Formation d'un comité de projet conjoint entre les deux commissions et 3 rencontres de démarrage avec le SPVG
Mandat ➡ rôle aviseur et opérationnel
- ❖ Mise en commun des expertises et des budgets.
Budget total de 85 000 \$
- ❖ Consultations auprès des membres afin d'identifier les messages clés de la campagne

Impacts et enjeux



GATINEAU

Impacts

1. La population est conscientisée par rapport aux préjugés et biais inconscients de discrimination
2. Les actes haineux et les comportements discriminatoires sont réduits
3. La campagne contribue à la création d'un environnement social sain et inclusif tout en ciblant les jeunes

Défis

1. Trouver les bons messages qui "réveillent " (percutants et dérangeants)
2. Acceptation du style et du format de la campagne
3. Changements des comportements durables
4. Mise en œuvre multi-sites

Prochaines étapes



Actions et échéances

Rédaction et validation du devis	Janvier 2026
Embauche d'une firme spécialisée	Février 2026
Idéation du concept et des scénarios Présentation du concept à la Commission jeunesse	Mars-Avril 2026
Présentation du concept à la Commission du vivre-ensemble	Mai 2026
Tournage	Juin-Octobre 2026
Montage, corrections et produit final	Novembre-Décembre 2026
Mise en œuvre de la campagne	Janvier –Juin 2027

La Commission
du vivre-
ensemble sera
informée et
consultée tout
au long de la
démarche

Questions et commentaires

