

Conseil communal de Lausanne

Rapport de la commission No 33

chargée de l'examen du Préavis No 2017/60 : « Lancement d'une campagne d'éducation destinée aux Lausannois et Lausannoises sur le thème du respect »

Présidence :	Thérèse de Meuron
Membres présents :	Anne Berguerand Magali Crausaz Mottier Gianfranco Gazzola (remplace Yvan Salzmann) Nicola De Giulio Henri Klunge (remplace Bertrand Picard) Ilias Panchard Sandra Pernet Sandrine Schlienger
Membres excusés :	Dominique Gigon) Sébastien Kessler) non remplacés Paola Richard-De Paolis) Yvan Salzmann (remplacé par Gianfranco Gazzola) Bertrand Picard (remplacé par Henri Klunge)
Représentant de la Municipalité :	David Payot, Directeur EJQ
Membres de l'Administration :	Estelle Papaux, Secrétaire générale EJQ Delphine Corthésy, Cheffe de projet, SG EJQ
Notes de séances :	Amelia Gonzalez, au SG EJQ

Lieu :	Bâtiment administratif de Chauderon 9 – salle 2-3 au niveau R
Date :	29 janvier 2018
Début et fin de la séance :	16h00 – 17h10

La présidente ouvre la séance à 16h00, remercie les membres présents de participer à cette rencontre et donne la parole à M. David Payot qui présente ses collaboratrices et résume le préavis soumis à l'examen de la commission.

M. D. Payot rappelle qu'il s'agit de la troisième campagne d'éducation lancée par la Ville de Lausanne. Comme les campagnes précédentes, c'est une opération limitée dans le temps qui a pour but de faire changer des comportements inadéquats. Elle complète d'autres dispositifs pérennes qui visent également à favoriser le « vivre-ensemble » et à prévenir toute forme d'incivilité.

M. D. Payot souligne la spécificité de cette campagne en ce sens qu'il est et sera fait appel à des associations qui auront tout loisir de présenter des projets.

Brève discussion générale

D'une manière globale, ce préavis est accueilli avec enthousiasme par les commissaires. Toutefois, il faut relever quelques questions, remarques ou critiques constructives :

Il eut été souhaitable d'associer , outre les organisations déjà approchées, d'autres organismes. On pense en particulier au CVAJ (centre vaudois d'aide à la jeunesse), au SPJ (service de protection de la jeunesse), aux commissions d'établissements.

Une commissaire demande qui sont les experts du Comité de pilotage et les participants aux projets. Elle estime en outre qu'une campagne destinée principalement aux jeunes ne devrait pas parler que des droits des enfants mais aussi de leurs devoirs.

M. D. Payot précise qu'une campagne d'éducation faite par la Ville a précisément pour but de sensibiliser et de responsabiliser tous les acteurs concernés par l'éducation en leur donnant la possibilité de rappeler les droits et les devoirs de tous. Une campagne vise à renforcer les responsabilités des uns et des autres, à rappeler les valeurs sociales, telles que la solidarité et le respect des autres et de soi. Bien que limitée dans le temps, elle devrait déployer des effets à plus long terme et favoriser la prévention de la violence.

Des questions sur le calendrier sont aussi abordées par plusieurs commissaires.

Mme E. Papaux rappelle la nécessité d'anticiper et de faire appel en amont aux organisations partenaires puisque les projets acceptés devront être mis en œuvre dès cet été.

Examen du préavis

Ad chapitre 3.1 Mesures de prévention existantes

Mme Papaux précise que les mesures décrites dans ce chapitre sont pérennes. La campagne d'éducation prévue dans le préavis prévoit, elle, des actions « coup de poing » , limitées dans le temps, visant à modifier le comportement de la population, notamment des jeunes.

Ad chapitre 4.4 Médiatisation et actions transversales

Ce chapitre suscite de nombreuses questions des commissaires : quid d'un concours de communication ? Concours sur invitation ou ouvert ? Qui sera le/la responsable de campagne ? Que se passe-t-il si le préavis est refusé par le Conseil ? Un/e seule/e représentant/e de commission d'établissement prévu/e ? Qui sera responsable de la campagne ?

A toutes ces questions, Mme Papaux répond de la manière suivante :

Le SG EJQ (secrétariat de l'enfance, de la jeunesse et des quartiers) a adressé une invitation à 5 agences lausannoises de communication, leur demandant de présenter un projet sur un briefing qui leur a été adressé. Toutes ces agences ont été reçues par un Comité dit décisionnel comprenant le bureau de la communication, les cheffes et la collaboratrice de projet et le Conseiller municipal Monsieur David Payot. L'agence Hybride Communication a été retenue pour les raisons suivantes : ce sont des jeunes, ils ont déjà travaillé à satisfaction pour la Ville de Lausanne, notamment pour le service Routes et Mobilité, et ce dans le cadre de différents projets. En outre, d'autres clients les donnent en référence : la police de l'ouest lausannois ou encore QoQa. Enfin, ils sont parmi les moins chers. L'idée est de ne pas consacrer plus de 70 à 80'000 francs pour la communication, l'essentiel du budget devant être réservé aux projets.

Mme Papaux précise encore que Mme Corthésy est cheffe responsable du projet de campagne. Il faudra engager une force supplémentaire à 50% pour une période de 6 mois, d'avril à octobre 2018. Plusieurs commissaires ont le sentiment que le Conseil communal se trouve devant des faits accomplis : engagement de personne, choix déjà effectué de l'agence de communication, approche de certaines organisations. M. Payot et Mme Papaux exposent que, dans un projet de ce type, il faut bien procéder de la sorte pour présenter un préavis cohérent. Ils comprennent bien les remarques

des commissaires et les informent que, dans le contrat signé avec l'agence retenue, une clause stipule que ce contrat ne prendra effet que pour autant que le Conseil communal donne son aval. Cette réserve a donc été indiquée expressément. Enfin, il sera peut-être souhaitable d'avoir plus d'un/e représentant/e de commission d'établissement. Tout est encore ouvert.

Ad chapitre 4.5 Evaluation participative

A un commissaire qui s'interroge sur la méthode d'évaluation, Mme Papaux précise que cette méthode consiste à évaluer la campagne et les actions menées non pas a posteriori mais tout au long de la campagne, ce qui aura pour mérite de corriger, le cas échéant, certains détails des projets mis en œuvre, et ce aux fins d'en améliorer l'impact.

Cette évaluation sera dirigée par le Comité de pilotage, avec l'aide des parties prenantes au projet et avec l'expertise d'une personne formée à cette méthode. La Direction EJQ a précisément en son sein une personne déjà formée en évaluation des politiques publiques.

On procédera aussi à une évaluation globale de la campagne à la fin de l'année 2019 aux fins d'en mesurer l'impact sur les publics cibles.

Ad chapitre 5 Organisation

Une commissaire s'inquiète de savoir comment a été constitué et organisé le Comité de pilotage.

M. D. Payot explique qu'il y a eu de nombreux échanges avec plusieurs Directions de la Ville et avec les services concernés. Cette démarche transversale et participative n'est pas nouvelle. L'on procède en général de cette manière lors des campagnes de prévention afin de mobiliser toutes les forces internes concernées, notamment les corps de police, le service de santé et prévention ou encore la Direction des sports et cohésion sociale. Les représentants des services interpellés ont choisi eux-mêmes dans quel groupe ils souhaitaient travailler.

Ad chapitre 6 Calendrier

Mme Corthésy, cheffe de projet, précise que le calendrier est en cours d'élaboration mais que quelques dates sont d'ores et déjà arrêtées si la Ville veut être opérationnelle dès le début de l'automne. Ainsi, l'appel à projets pour les associations est fixé au 15 mars 2018. Le délai pour déposer les projets est fixé, lui, au 10 juin 2018. Puis le Comité de pilotage aura jusqu'à fin juin pour retenir les projets selon les critères définis. Dès septembre-octobre, les premiers projets (théâtre, animation par exemple) pourront démarrer. La fin des projets est prévue pour mai 2019 avec une exposition à l'Hôtel de Ville.

La campagne de communication sera lancée dès le 15 mars 2018 : affichage dans les bus et dans les rues. Deux autres manifestations sont prévues, l'une en septembre 2018 et l'autre en mai 2019.

Ce sont les grandes étapes d'ores et déjà esquissées. Un planning plus détaillé sera établi avec les participants dès le mois de septembre 2018.

Ad chapitre 7 Cohérence avec le développement durable

Un commissaire comprend bien les aspects sociaux visés par ce préavis mais s'interroge en revanche sur les deux autres piliers du développement durable, à savoir les aspects économiques et environnementaux.

M. D. Payot précise que l'aspect économique est conforme au cadre prévu par la Municipalité qui ne veut pas engager de dépenses pérennes pour des activités n'incombant pas directement et seulement à la Ville. En ce qui concerne l'aspect environnemental, il faut le comprendre au sens large, à savoir tout ce qui touche à l'environnement des personnes lié au respect de l'autre et de soi.

Ad chapitre 8 – Aspects financiers

Les commissaires sont informés du fait qu'il y a une volonté de trouver des financements externes auprès de la Confédération, du Canton ou encore auprès d'autres institutions. A ce stade, aucune

démarche n'a encore été effectuée mais l'engagement moral de le faire est pris formellement devant les commissaires.

Quelques éclaircissements sur le budget sont fournis, notamment sur le poste « charges de personnel » qui concerne l'engagement à 50% d'une collaboratrice d'avril à octobre 2018 et qui travaillera avec la cheffe de projet. (cf supra)

Les montants investis jusqu'à ce jour ont été pris sur un budget de la Direction EJQ . Si ce projet de campagne devait s'arrêter, cela n'aurait donc aucun impact sur le budget prévu.

Divers

M. D. Payot précise, pour répondre à certaines interrogations des commissaires, que nombre de services cantonaux sont d'ores et déjà représentés dans l'organisation de la conduite de la campagne. Il pense notamment à la DGEO (Direction générale de l'enseignement obligatoire) puisque celle-ci fait des campagnes de prévention, par exemple sur le harcèlement à l'école. Ou encore à l'unité de santé et de promotion de la santé. Rien ne s'opposerait à intégrer des représentants du SPJ (service de protection de la jeunesse).

Le visuel du titre (ou du slogan) de la campagne est projeté. Différentes variantes de couleurs et de textes ont été présentées auprès du public-cible de la campagne, à savoir des jeunes dans les APEMS, des adolescents du Conseil des Jeunes, des apprentis de la DEJQ. Quatre slogans ont été proposés. Le titre majoritairement retenu est « Le respect, c'est la base ! » Les documents présentés sont des documents de travail et susceptibles de modification.

A noter que les conseillers communaux n'ont pas de pouvoir décisionnel sur ces éléments qui ne leur seront donc pas soumis.

Conclusion de la commission :

Vu l'unité de matière, il est proposé de voter en un bloc les 4 conclusions du préavis.

Le préavis est adopté à l'unanimité.

Lausanne, le 6 février 2018

La rapportrice

Thérèse de Meuron