

Séance des 17 et 18 novembre 2014

Vœu du Conseil Parisien de la Jeunesse relatif au lancement d'une campagne de sensibilisation des Parisiens sur le phénomène du harcèlement de rue

Présenté

par Pauline VERON, adjointe à la Maire de Paris chargée de la démocratie locale, de la participation citoyenne, de la vie associative, de la jeunesse et de l'emploi

Considérant la délibération JS-2003-14 autorisant le Maire de Paris à créer un Conseil Parisien de la Jeunesse et la délibération 2014-DJS-322 modifiant les missions et le fonctionnement de l'instance ;

Considérant que le Conseil Parisien de la Jeunesse a pour mission d'éclairer l'action de la municipalité et a pour objectif de permettre la participation effective des jeunes Parisiennes et Parisiens à l'élaboration des politiques publiques de la Ville et d'éclairer celle-ci dans les décisions qu'elle est amenée à prendre en tenant compte des besoins et des attentes de l'ensemble des jeunes Parisien(ne)s ;

Considérant l'article 14 du règlement intérieur du Conseil de Paris qui dispose qu'une fois par an, le Conseil Parisien de la Jeunesse a la possibilité d'émettre un vœu afin d'interpeller le Conseil de Paris ;

Considérant que le harcèlement dit « de rue » est l'une des formes de harcèlement la plus courante dans l'espace public consistant, pour un individu, à adresser aux passant-e-s des remarques sur leur apparence physique, leur tenue vestimentaire, des insultes ou à exprimer des propositions à caractère sexuel ;

Considérant que la loi du 6 août 2012 relative au harcèlement sexuel offre des outils pour lutter contre le phénomène du harcèlement de rue et que la loi du 4 août 2014 sur l'Égalité Femmes Hommes les complète encore mais que, à la différence de la Belgique, le harcèlement de rue ne fait pas l'objet à ce jour de sanctions pénales spécifiques en droit français et que les outils spécifiques pour le dénoncer sont peu nombreux ;

Considérant qu'actuellement, pour lutter contre cette forme de harcèlement dont sont victimes les femmes dans l'espace public, seule une action de sensibilisation en direction de tous les publics, hommes et femmes, de toutes les générations, est de nature à mieux faire prendre conscience de ce phénomène et à modifier les comportements ;

Considérant l'inscription par la Maire de Paris dans la feuille de route de son adjointe en charge de l'égalité femmes/hommes, la lutte contre les discriminations et les droits de l'homme, de la création d'un Observatoire local de lutte contre les violences faites aux femmes et intrafamiliales, pour coordonner les actions de protection et d'accompagnement des victimes, sensibiliser la population, créer des plans de formations pour les professionnels et établir des diagnostics territorialisés ;

Considérant enfin l'inscription par la Maire de Paris dans la feuille de route de son adjointe en charge de la sécurité, de la prévention, de la politique de la Ville et de l'intégration, de l'objectif d'engager une sensibilisation contre le harcèlement de rue à travers une campagne d'affichage, des interventions en milieux urbains, une sensibilisation des associations, des correspondants de nuit et des éducateurs de rue ;

Sur proposition des membres du Conseil Parisien de la Jeunesse, le Conseil de Paris émet le vœu :

- **Que la Ville de Paris s'engage dans une démarche de sensibilisation du grand public sur la question du harcèlement de rue, à travers la mise en œuvre d'une vaste campagne de communication ;**
- **Que les membres du Conseil Parisien de la Jeunesse et les associations spécialisées soient associés à la conception et à la mise en œuvre de cette campagne en lien avec les adjoints à la Maire de Paris et les services de la Ville concernés (DJS, DDCT, DICOM, Mission Égalité Femmes Hommes du Secrétariat Général) ;**
- **Que, conformément à la délibération 2014 DJS 322, les moyens de cette campagne de communication soient prévus au plan de communication de la DICOM et que celle-ci bénéficie des supports de communication à la disposition de la municipalité (affichage urbain grand format, site Internet de la Ville de Paris, relais en Mairie d'arrondissement et dans les équipements de proximité, magazine municipal « *A Paris* », etc.) afin de toucher le grand public et de bénéficier d'une visibilité maximale.**