

CAMPAGNE PASSEPORT

Objectif

- Informer les migrants sur ce qu'est la TEH afin qu'ils puissent dénoncer puis protéger s'ils sont exploités



Cible

Migrants installés
en Espagne

Outils utilisés

- Dépliant "Pasaporte". Traduit dans 9 langues avec définitions et indicateurs de la traite. Accompagné d'un numéro d'urgence (disponible 24/7) et de la marche à suivre si l'on est victime de TEH. Distribué directement par la police dans les aéroports, aux frontières et aux associations de charités et ONG solidaires (croix rouge etc..).
- Contrôles de la Police dans des exploitations agricole susceptibles d'exploiter des travailleurs migrants.

Résultats attendus :

Les migrants arrivant en Espagne sont mieux protégés et sont moins exploités

Résultats observés :

Augmentation des appels de dénonciation.

A21 international a décidé de le développer l'outil dans d'autres pays.

Indicateurs utilisés :

- nombre de manuels distribués
- nombre d'appels
- enquêtes auprès des acteurs de terrains

Messages utilisés



« Attention vous êtes peut-être victime de traite
Explication très simple de la traite »



Partenaires de mise en œuvre

- Ministère de l'intérieur et police (Guardia Civil)
- Associations de solidarité

CAMPAGNE PASSEPORT

Exemples d'outils utilisés



Autre campagne menée par A21 **Can you see me ?** : <https://www.a21.org/content/can-you-see-me/grbis0>

Vidéos de sensibilisation adaptées à chaque pays. Selon la cible, la TEH est abordée différemment :

<https://www.a21.org/content/can-you-see-me/gnsqqg?permcode=gnsqqg&site=true>

<https://www.a21.org/content/can-you-see-me-usa/gouyi8?showgroup=1&showpanel=1>

CE QU'ON RETIENT

- Le format passeport est adapté à la situation et attire l'attention des cibles
- Document disponible en 9 langues les plus parlées parmi les migrants victimes de la traite.
- Rigidité administrative du ministère de l'intérieur pour pouvoir mener des actions et créer des partenariats rapidement.

«ON TE RACONTE DES HISTOIRES»

Objectif



Cible

Victimes et
potentielles
victimes de la TEH.
Principalement
jeunes femmes.

Objectif général :

- Réduire le nombre de victimes de la TEH en Colombie

Objectifs spécifiques :

- OS1 Informer les victimes sur les moyens d'action utilisés par les trafiquants
- OS2 Protéger les victimes de la traite à travers une assistance téléphonique et un accompagnement après dénonciation

Outils utilisés

Résultats attendus :

*Le nombre de
dénonciations
des délits de TEH
augmente*

*Le nombre de
victimes de la TEH
diminue*

- Site de campagne avec toute l'information sur ce qu'est la traite / les situation dans lesquelles il faut faire attention / Témoignage de victime-survivantes / module de formation pour apprendre à identifier les situations de TEH / messages utilisés par les trafiquant pour manipuler les victimes
- Ligne d'urgence disponible 24/7
- Pages de campagne sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn...) partage de contenu régulier et animation de la communauté.
- Poster avec les messages utilisés par les trafiquants pour manipuler les victimes.
- Vidéo compil messages des trafiquants
- Affiches avec les 4 points à vérifier avant de voyager
- Implication de stars nationales pour relayer les messages (parrains de campagne) : présentateur et une ,modèle

Résultats observés :

*Augmentation
du nombre de
dénonciations*

*Impact de la
campagne plus limité
que prévu*

Messages utilisés



« On te raconte des histoires, ce n'est pas la réalité »
« Attention, tu es peut-être en danger »



Partenaires de mise en œuvre

- Tous les ministères colombiens membres du comité
 - UNICEF
 - OIM
 - UNODC
- Compagnies aériennes

«ON TE RACONTE DES HISTOIRES»

Exemples d'outils utilisés



1. Identifie le lieu de travail



2. Le salaire te semble extravagant ?
Ne fais pas confiance.



3. Vérifie que les conditions de
travail soient légales.



4. Demande des références à l'entreprise ou
à la personne qui te propose cet emploi.

«ON TE RACONTE DES HISTOIRES»

Exemples d'outils utilisés

Campagne d'affichage



« Tu voyages pour **une offre d'emploi** ?
Les démarches sont **simples et gratuites** ?
ATTENTION tu es peut-être en danger ! »

«ON TE RACONTE DES HISTOIRES»

Exemples d'outils utilisés



« Tu voyages pour rencontrer ton **amour virtuel** ?
Attention, tu es peut-être en danger ! »

#EsoEsCuento

¿Te ofrecieron **viajar** por un trabajo y sueldo ideal?
¿Te **pagan el viaje**, el hospedaje y la alimentación?
¡Cuidado, puedes estar en riesgo!

Infórmate: llama al 01 8000 522 020 - Línea: 122
La trata de personas se comete ADN con el consentimiento de la víctima

Eso es Cuento | coordinacioncaot@mininterior.gov.co | [@fiscaliacl](https://twitter.com/fiscaliacl) | [fiscaliacl](https://www.facebook.com/fiscaliacl)

Logos: vives libre, Renocer, UNODC, unicef, GOBIERNO DE COLOMBIA, FISCALÍA, Avianca, MIGRACIÓN, FUMTO COLOMBIA.

« On te propose de **voyager** pour un travail avec un salaire alléchant ?
On te **paye le voyage**, le logement et les repas ?
Attention, tu es peut-être en danger ! »

«ON TE RACONTE DES HISTOIRES»

Exemples d'outils utilisés



Utilisation de parrains de campagne : Présentateurs TV, Modèles, Joueurs de football...

Lien vers le site de campagne : <https://www.esoescuento.com/>

CE QU'ON RETIENT

- Angle choisi permet de déconstruire les histoires qu'on raconte aux victimes
- Impact de la campagne limité car seulement les victimes/potentiels victimes qui s'identifient vont recevoir le message et être touchés. Cela réduit l'influence de la campagne car le public est limité
- Les potentiels victimes pensent qu'elles sont au-dessus de ça. Elles ne se considèrent pas victimes.

0 COMPLICITÉ AVEC LA TRAITE

« 0 COMPLICITÉ AVEC LA TRAITE »

Objectif

Objectif général :

Favoriser la dénonciation des délits et déconstruire les services de la traite

Objectifs spécifiques :

- OS1 Développer 6 stratégies de communication pour sensibiliser chaque public cible victime de la traite.
- OS2 Éduquer et informer la population sur ce qu'est la traite et quels sont les services de la traite



Cible

6 publics cibles :

- Enfants, Adolescent.e.s
- Jeunes étudiant.e.s
- Migrants
- Communautés vivant en zones dangereuses
- Communautés indigènes
- Compagnies aériennes, hôtels et autres acteurs touristiques

Résultats attendus :

Réduire le nombre de victimes de la traite.

Réduire la demande des services de la traite.

Résultats observés :

La campagne n'a que quelques mois. Pour le moment, tous les acteurs à impliqués sont partants et motivés.

Outils utilisés

- Étape pédagogique pour informer sur le délit de traite, qu'est-ce que c'est ?
- Pour chaque public, des outils différents. Par exemple pour les communautés indigènes : langues natives utilisées ; pour les communautés retirées sans internet : radio, haut parleur sur voiture ; pour les jeunes : réseaux sociaux.
- Ligne de tel d'urgence 24/7.
- Vidéos de sensibilisation.
- Parrains de campagne : implication de nombreuses stars nationales.
- Adaptent les futurs outils à l'évolution de la campagne et des partenaires qu'ils trouvent pour chaque stratégie.
- Pacte national de lutte envoyés aux maires et gouverneurs pour qu'ils signent et s'engagent à lutter contre la TEH sur leur territoire.

Messages utilisés



« Ne soyez pas complices de la traite »

« Si vous consommez les services de la traite, vous êtes complice »

« Ne pas dénoncer un cas de traite de rend complice »



Partenaires de mise en œuvre

- Tous les ministères colombiens membres du comité.
- Acteurs publics et privés pertinent selon chaque stratégie. Par exemple :
 - pour les jeunes : association de bars et discothèques ;
 - pour les enfants : administration d'éducation, écoles, association sportives ;
 - pour les migrants : ONG de solidarité, postes frontaliers.

Exemples d'outils utilisés

Affiche sur les formes de traite

Conseils pour se protéger des différentes méthodes utilisées par les malfaiteurs pour attirer leurs victimes.

¡Cuidado!

#CeroComplicidad Con LaTrata

Tu puedes ser víctima de la Trata de Personas

Los tratantes utilizan diferentes artimañas para captar a sus víctimas. La amenaza de la trata de personas puede aparecer en tu entorno sin que te des cuenta de ello. Por eso debes estar alerta para evitar convertirte en una víctima :

- 1** No interactúes en las redes sociales con personas que no conoces. No sabes quienes son ni que intenciones tienen al contactarte.
- 2** No aceptes citas de personas desconocidas que te contactan a través del teléfono o de las redes sociales.
- 3** Desconfía de cualquier ofrecimiento o anuncio clasificado que te promete convertirte en modelo o artista.
- 4** No permitas que alguien que no conoces bien te tome o te pida fotografías. Tampoco compartas en las redes sociales imágenes de tu vida personal.
- 5** No recibas regalos de personas que conoces hace poco tiempo y menos si viene de alguien que te está ofreciendo una vida de película en otro país.
- 6** Habla con tu papá, tu mamá y tus maestros para que ellos también conozcan la problemática y estén atentos.

N'interagit pas sur les réseaux sociaux avec des inconnus. Tu ne sais pas qui ils sont et quelles sont leurs intentions.

N'accepte pas de rendez-vous avec des inconnus qui te contactent à travers le téléphone ou les réseaux sociaux.

Méfie-toi de toutes offres et annonces qui te promettent de faire de toi un modèle ou un.e artiste.

Ne te laisse pas prendre en photo par des personnes que tu ne connais pas ou peu. Ne partage pas non plus des images de ta vie privée sur les réseaux sociaux.

N'accepte pas de cadeaux de personnes que tu connais très peu, surtout si l'on te vend une vie de rêve dans un autre pays.

Parle avec ton papa, ta maman et tes professeurs pour qu'eux aussi connaissent la problématique de la traite et soient attentifs.

0 COMPLICITAD CON LA TRATA

« 0 COMPLICITÉ AVEC LA TRAITE »

Exemples d'outils utilisés



Appropriation de la campagne nationale et de ses messages par les municipalités

Affiche à destination des enfants : <https://www.mininterior.gov.co/trata-de-personas>

Vidéo de campagne : https://www.youtube.com/watch?v=3Cd3wS_zqVA&feature=emb_title&ab_channel=MininteriorColombia

Utilisation de parrains de campagnes : <https://www.facebook.com/AlcaldiaTunja/videos/670693373536735>

CE QU'ON RETIENT

- Parler de complicité permet d'impliquer plus de citoyens : si je ne fais rien, je suis complice.
- Chaque stratégie est adaptée à un groupe de victimes de la traite et des partenariats pertinents sont créés.



Cible

Organisations de
la société civile.

Résultats attendus :

*Les OSC font de
la prévention
directe auprès des
population.*

Résultats observés :

*Population mieux
informée.*

*Comité inefficace
car changements
ministériels*

*Comité ne donne pas
assez de place aux
OSC.*

*Manque de
coordination entre
les OSC et les
pouvoirs public et
des OSC entre elles.*

Objectif

Objectif général :

- Renforcer les capacités des organisations de la société civile en matière d'information, de sensibilisation et de prévention pour la lutte contre la traite des êtres humains.

Outils utilisés

- Formation des formateurs pour intervenir auprès des OSC dans les localités principalement touchées par le phénomène de traite.
- Formation de journalistes et soutien aux reportages journalistiques sur la TEH.
- Création d'un groupe WhatsApp de journalistes intéressés par le sujet pour partager
- Organisation de rencontres débats multi-acteurs (ministères, ONG, OIM, ONUDC...).
- Réalisation de brochures
- Réalisation de bandes dessinées
- Réalisation de films
- Participation à des émissions radiophoniques
- Organisation d'un cycle de formations sur la TEH à destination de la société civile
- Publication et diffusion d'une brochure d'information sur la traite des êtres humains
- Organisation de rencontres-débats et d'une rencontre d'échange de bonnes pratiques
- Organisation d'un cycle d'ateliers débats à l'intention des journalistes

Messages utilisés



« Qu'est-ce que la traite ? » Présentation des formes d'exploitation, les modes opératoires, les indicateurs...



Partenaires de mise en œuvre

- Tunisie Terre d'Asile.
- SOS Exclusion (Côte d'Ivoire)
- Comité de lutte contre la TEH Ivoirien

Exemples d'outils utilisés

NE VOUS LAISSEZ PAS SEDUIRE PAR LES PROMESSES TROP ATTRACTIVES CAR LA TRAITE DES PERSONNES EST REELLE

Le FAUX Frère

2 *Ne vous laissez pas séduire par les promesses trop attractives, car la traite des personnes est réelle*

COMMENT S'INFORMER OU SE FAIRE AIDER ?

Si la personne se trouve en Côte d'Ivoire

ACTEURS	DOMAINE D'INTERVENTION	CONTACTS/ LIEUX
Comité National de Lutte contre la Traite des Personnes CNLTP	Identifier les victimes de traite et les orienter. Assurer la coordination de tous les efforts nationaux en matière de lutte contre la traite des personnes en C.I.	Abidjan, cité administrative, Tour E, 13 ^e étage. Tél : 20 21 24 55 / 20 21 16 81
Tribunaux de première instance et leurs sections	Juger les affaires de traite des êtres humains	Abidjan, en face de la cathédrale St Paul Et au Palais de Justice de Yopougan koué. Se rendre au tribunal de votre localité hors d'Abidjan.
Sous-direction de la police criminelle, chargée de la traite des enfants et de la délinquance juvénile	Enquêter sur les affaires concernant les mineurs	Abidjan, plateaux non loin du siège de la Banque Africaine de Développement Tél : +225 07 04 74 43 / 01 99 70 32
ONG SOS Exclusion	Ecouter, orienter les victimes de traite. Sensibiliser sur les risques liés à la traite. Aider à renforcer les capacités des ONG ivoiriennes dans la lutte contre la traite des personnes.	SOS EXCLUSION Tél : (+225) 22 42 02 84 Cél : 41 31 87 33 / 07 18 90 14 E-mail : sosexclusion@yahoo.fr
Association des femmes justes de Côte d'Ivoire	Assistance juridique aux victimes de traite des personnes.	AJAJI : Tél: 20 32 28 24 Cél: 05.00.04.77/09.32.45.98 Fax: 20 21 42 86 Email : associationdesfemmesjustes@yahoo.fr

15 *Ne vous laissez pas séduire par les promesses trop attractives, car la traite des personnes est réelle*

LE DROIT DE TRAVAIL DES ETRANGERS DANS LE PAYS D'ACCUEIL

Dans la plupart des pays hors CEDEAO, il est obligatoire d'obtenir une autorisation de travail et un titre de séjour pour travailler et pour rester légalement dans le pays. Les législations sont souvent très strictes et ces papiers sont difficiles à obtenir.

Par exemple, en Tunisie, les personnes qui séjournent sans titre de séjour ni autorisation de travail peuvent être arrêtées, enfermées et renvoyées. Elles peuvent tomber sur des employeurs mal intentionnés. Plus de 200 victimes de traite ivoiriennes sont détectées chaque année en Tunisie.

Dans certains pays, notamment au Koweït, la loi autorise les employeurs à confisquer les passeports des étrangers qui travaillent pour eux. Ils ne peuvent pas quitter le territoire.

QUELQUES BONS REFLEXES

- Si vous connaissez quelqu'un qui a reçu une proposition, avertissez-le sur les risques. N'hésitez pas à vous faire aider par une association ou les autorités
- Si malgré tout, la personne part : prenez les numéros de téléphones et adresses des personnes contact dans le pays d'accueil (intermédiaire, employeurs, compatriotes), renseignez-vous sur les associations dans le pays, et gardez une copie de ses papiers d'identité, en cas de perte, de vol, de confiscation.
- Si la personne se trouve dans cette situation à l'étranger : contactez expressément une association ou les autorités, la personne est peut-être en danger.

14 *Ne vous laissez pas séduire par les promesses trop attractives, car la traite des personnes est réelle*

Midja, jeune fille battante au marché d'adjamé est accostée par Komazi son grand frère de quartier. Ce dernier lui parle d'une opportunité d'emploi bien rémunéré à Tunis en tant que femme de ménage chez une famille très riche.



15 *Ne vous laissez pas séduire par les promesses trop attractives, car la traite des personnes est réelle*

Brochures de sensibilisation sous forme de bande dessinée distribuées aux OSC.

Exemples d'outils utilisés



Formations des OSC et enregistrement d'émissions radio



CE QU'ON RETIENT

- Volume d'activités proposées.
- Formation aux OSC et des journalistes pour qu'ils sensibilisent.
- Utilisation des OSC et des journalistes comme relais permet de couvrir un territoire plus vaste et d'avoir plus d'impact auprès de la population.
- Création d'un groupe d'échange sur WhatsApp pour les journalistes
- Comité nationale ne prend pas en compte les OSC. Manque de coordination à l'échelle nationale

Objectif

Objectif général :

Former le grand public, les policiers et autres agents publics et privés pour reconnaître les indicateurs de la TEH et savoir comment réagir lorsque l'on est témoin de TEH.



Cible

Grand public,
policiers, agents
publics et privés.

Outils utilisés

- Enquêtes et arrestations des trafiquants et réseaux.
- Modules de formation à destination des forces de l'ordre pour être en mesure d'identifier une victime de la TEH et agir de manière appropriée.
- Tablette interactive de formation sur les indicateurs de la TEH : «Human Trafficking Awareness training». Envoyé aux policiers et fonctionnaires d'autres fonctionnaires (justice, poste frontaliers...).
- #WearBlueDay : campagne sur les réseaux sociaux pour que tous s'habillent en bleu et partagent leurs photos à l'occasion de la journée nationale de lutte contre la TEH. (Choix du bleu car couleur de la lutte contre TEH de l'UNODC : <https://www.unodc.org/blueheart/>)
- Vidéos sur les réseaux pour apprendre à identifier les victimes de la TEH.
- Numéro d'urgence pour dénoncer une situation de TEH.
- Kit de campagne disponible après sollicitation par email.

Résultats attendus :

Le public ciblé est capable d'identifier une situation de TEH et sait comment réagir.

Messages utilisés



« La TEH peut être à côté de chez vous, apprenez à l'identifier »
« Si vous êtes témoin de traite, n'attendez pas pour la dénoncer. »

Résultats observés :



Partenaires de mise en œuvre

- Immigration and Customs Enforcement (ICE)
- U.S. Citizenship and Immigration Services (USCIS)
 - U.S. Customs and Border Protection (CBP)
- Federal Law Enforcement Training Center (FLETC)
 - ONUDC

Exemples d'outils utilisés

WHEN TALKING TO YOUTH ABOUT TRAFFICKING...



DO:

- Talk about exploitation
- Use empowering language
- Express that you care

DON'T:

- Use the term “human trafficking”
- Use language that creates fear
- Focus on questioning their situation



Conseils pour parler de la traite avec les jeunes

Exemples d'outils utilisés



Des ressources adaptées aux professionnels de différents secteurs pour sensibiliser le public et protéger les potentielles victimes



Tablette interactive pour apprendre à identifier les cas de TEH : https://www.dhs.gov/xlibrary/training/dhs_awareness_training_fy12/hta01/module.htm?refresh=1&

Module de formation : <https://www.dhs.gov/blue-campaign/awareness-training>

Page fb de la campagne avec vidéos pour apprendre à identifier les victimes de la TEH : <https://www.facebook.com/dhsbluecampaign/>

CE QU'ON RETIENT

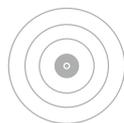
- Formations aux fonctionnaires et particulièrement aux policiers pour qu'ils identifient les cas de traite.
- Journée nationale de lutte #WearBlueDay.
- S'inscrit dans un mouvement mondial : Blue Heart Campaign.
- Actions bien ciblées et indicateurs pour évaluer : nombre de personne qui ont suivi la formation, augmentation du nombre de dénonciations.

PLAN D'ACTION NATIONAL DE LUTTE CONTRE LA TEH

Objectifs

Objectif général :

« Dénoncer et réprimer ces pratiques criminelles en faisant preuve à la fois de fermeté et d'humanité : humanité envers les victimes qu'il faut protéger ; fermeté envers les réseaux criminels, les trafiquants et tous ceux qui profitent et participent de cette détresse. Nous leur disons : **vous n'aurez aucun répit.** »



Cible

« Ensemble de
la société. »

6 axes spécifiques :

- **informer et communiquer pour mieux prévenir le phénomène ;**
- définir une stratégie d'identification des victimes ;
- protéger et accompagner les victimes de la traite ;
- intensifier la répression des auteurs ;
- coordonner l'action publique de la lutte contre la traite des êtres humains ;
- renforcer la coopération aux niveaux européen et international.

Outils utilisés

ACTION N° 1 : MOBILISER LA SOCIÉTÉ

- Mesure 1 : Informer et sensibiliser sur les risques d'exploitation
- Mesure 2 : Créer un site gouvernemental dédié
- Mesure 3 : Soutenir des campagnes d'information et de sensibilisation menées par les associations
- Mesure 4 : Instaurer une journée nationale

ACTION N° 2 : MENER DES ACTIONS DE PRÉVENTION CIBLÉES

- Mesure 5 : Informer le monde de l'entreprise
- Mesure 6 : Introduire dans les programmes scolaires le sujet de la traite des êtres humains et ses différentes formes d'exploitation
- Mesure 7 : Sensibiliser les populations migrantes sur les risques d'exploitation

ACTION N° 3 : AMÉLIORER LA CONNAISSANCE POUR MIEUX GUIDER L'ACTION PUBLIQUE

- Mesure 8 : Pérenniser l'enquête sur les victimes de traite des êtres humains suivies par les associations
- Mesure 9 : Publier annuellement les données administratives disponibles en France.
- Mesure 10 : Réaliser une enquête sur la traite des êtres humains à des fins d'exploitation par le travail
- Mesure 11 : Actualiser les connaissances des professionnels
- Mesure 12 : Mener une étude sur les dispositifs de protection des victimes et de poursuite des auteurs

Résultats attendus :

*Augmentation
du nombre de
dénonciation de cas
de TEH*

*Augmentation
du nombre
d'arrestation de
trafiquants et de
réseaux criminels.*

ARRÊTONS LES VIOLENCES



Messages utilisés

« La TEH peut être à côté de chez vous, apprenez à l'identifier »

« Si vous êtes témoin de traite, n'attendez pas pour la dénoncer. »



Partenaires de mise en œuvre

- Ministères, services déconcentrés de l'État et collectivités compétentes en fonction des mesures mise en œuvre.
- Associations compétentes en fonction des mesures mise en œuvre.
- Organisations professionnelles d'employeurs et organisations syndicales de salariés, experts et universitaires

Exemples d'outils utilisés

Fiches réflexe adaptées selon les professions :

https://arretonslesviolences.gouv.fr/sites/default/files/2020-04/Pharmacie_-_comment_accueillir_une_femme_victime_1-2.pdf

https://arretonslesviolences.gouv.fr/sites/default/files/2020-04/fiche_pratique_agent.e_accueil.pdf

CE QU'ON RETIENT

- La campagne prévue sera essentiellement relayée par les acteurs de la société civile, au plus proche des citoyens et des victimes et potentielles victimes.
- Peu d'outils spécifiques à la TEH. Les actions et outils sont focalisées sur le harcèlement sexuel.

LA SUISSE CONTRE LA TEH

Objectif

Objectif général :

Informers les professionnel(le)s, sensibiliser le public et communiquer auprès des médias sur la TEH.



Cible

Grand public.

Étudiants des domaines du social et de la santé.

Employés de collectivités des services sociaux, police et migration.

Résultats attendus :

Le grand public est informé de ce qu'est la TEH et de ses formes qui existent en Suisse.

Les pouvoirs publics s'approprient le sujet et débloquent des fonds pour lutter contre la TEH.

Résultats observés :

11 000 visiteurs dans le bus

De nombreux articles produits, reportages TV, interactions sur les réseaux sociaux

Visite de responsables politiques

Outils utilisés

- Bus de campagne voyageant de ville en ville.
- Brochures de sensibilisation distribuée à l'extérieur du bus
- Ensemble des outils présentés dans les 3 langues parlées en Suisse.
- Quizz pédagogique à la fin de la visite du bus.
- Lunettes roses distribuées : symbole de l'image biaisée que les victimes ont avant d'arriver en Suisse. D'où le message : « Ne te laisse pas aveugler ».
- Implication des fonctionnaires locaux dans la campagne : travailleurs des services sociaux, migration et policiers viennent tenir une permanence d'une demi-journée devant le bus.

Messages utilisés



« Ne te laisse pas aveugler »

« Ce qu'on vous dit sur vos conditions d'arrivée en Suisse n'est pas la réalité »



Partenaires de mise en œuvre

- Les comités de lutte contre la TEH de chaque région
 - Collectivité territoriale
- Associations locales et nationales qui luttent contre la traite

LA SUISSE CONTRE LA TEH

Exemples d'outils utilisés



Bus de campagne



Les lunettes roses, *goodie* de la campagne

Site de la campagne : <https://www.18oktober.ch/fr/bus-dinformation>

Vidéo de présentation de la campagne : https://www.youtube.com/watch?v=YEEZNO1Un5k&feature=youtu.be&ab_channel=IOMBern

CE QU'ON RETIENT

- À travers la sensibilisation c'est une véritable action de plaidoyer qui est menée.
- Difficile d'estimer l'impact car pas d'évaluation à partir du nombre de cas reportés.
- Numéros d'urgences et centres d'accueils sont très décentralisés et donc manque de coordination entre eux.
- Bus de campagne avec expositions, films et quizz qui voyage de villes en villes.
- Implication des fonctionnaires locaux qui participent à l'animation du bus dans leur ville (travailleurs sociaux, policiers...)