

2024

RAPPORT D'ACTIVITÉ



ASSOCIATION A LA VISTA

al6vista
COMMUNICATION SOCIALE

MOT DE LA COORDINATRICE

Chèr.e.s toutes et tous,

2024 a été une année particulièrement marquante pour notre **Association A la Vista**, une année où nous avons consolidé nos engagements et augmenté notre impact.

Notre cœur de métier ? **La communication sociale et audiovisuelle**. À travers nos productions, nous cherchons à informer, sensibiliser et engager le dialogue sur des enjeux contemporains souvent oubliés. Cette année, nous avons franchi une nouvelle étape en lançant **deux campagnes de sensibilisation** : des initiatives qui allient cinéma et réflexions collectives, nous aidant à repenser les paradigmes.

Ces campagnes ont été de véritables **ponts de rencontre**, réunissant des professionnel(le)s, des personnes directement concernées par les thématiques abordées, et le grand public. Nous avons organisé des projections suivies de tables rondes avec des spécialistes, ainsi que des moments riches avec le public, où chacun a pu partager, dans un climat bienveillant, ses ressentis et ses idées.

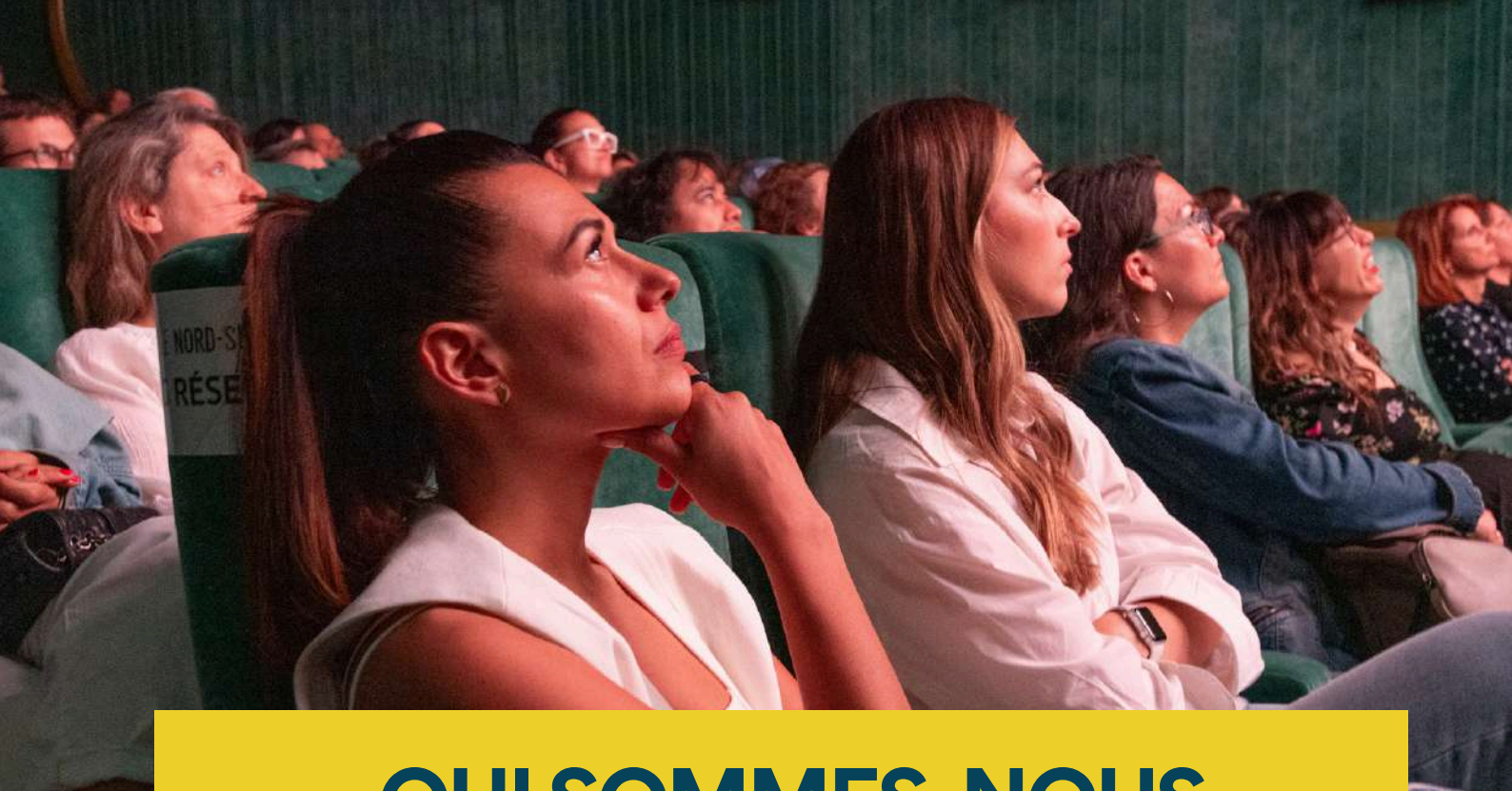
La campagne de sensibilisation « **Envolées** » a mis en lumière, pour la première fois dans l'espace public, l'insertion professionnelle des femmes en situation de handicap qui font face à une double discrimination en raison de leur genre et de leur handicap. La seconde campagne « **L'Invisible éléphant** » a donné une voix aux enfants confrontés à la violence conjugale, en soulignant les conséquences profondes sur leur développement.

Ces moments de dialogue et de réflexion collective ont montré, une fois encore, la force de l'audiovisuel pour sensibiliser et rassembler. Grâce à nos films et aux discussions qu'ils ont suscitées, nous avons non seulement fait émerger des idées, mais aussi mis en lumière des solutions. **Chaque participant.e est, par ailleurs, devenu.e un relais potentiel de sensibilisation et d'information auprès de son entourage.**

E EE E E E E E
E E E E E E E
E E E E E E E
E E E E E E E
E E E E E E E

E E E E E E E
E E E E E E E
E E E E E E E
E E E E E E E

Patricia Marin
Fondatrice et coordinatrice



QUI SOMMES-NOUS

Éclairer, Inspirer et Agir : tels sont nos créneaux et nos missions pour cette année et les années à venir.

Il y a 20 ans, des journalistes fondatrices de l'Association venaient d'arriver en Suisse, elles se sont retrouvées face à un véritable tsunami, plongées dans un monde inconnu. Des aspects de la vie quotidienne, tels que la santé, l'éducation ou le marché de l'emploi, sont devenus extrêmement compliqués en raison de la méconnaissance et d'un manque d'information. La grande majorité des migrant.e.s se trouvent dans cette situation à leur arrivée, sans aucune idée du fonctionnement du système institutionnel. C'est pour combler ces besoins d'information que **l'Association A la Vista**, est née, grâce aussi à la complicité d'un réalisateur veveysan, Laurent Bersier.

En 2006, nous avons lancé les émissions de télévision Carrefours TV pour fournir des informations à la population migrante en Suisse romande. Diffusées sur les **télévisions régionales**, elles visent à promouvoir l'égalité des chances, la diversité et la cohésion sociale. En 2011, nous avons lancé **la première WEB TV** entièrement consacrée au domaine social, produisant plus de 400 émissions disponibles gratuitement sur sa chaîne Youtube : www.youtube.com/user/alavistatv.

Au fil du temps, et forts de cette expérience, nous avons décidé d'élargir nos thématiques pour toucher l'ensemble de la population, en proposant principalement des films documentaires intégrés dans des **campagnes de sensibilisation et d'information auprès du grand public et des institutions**.



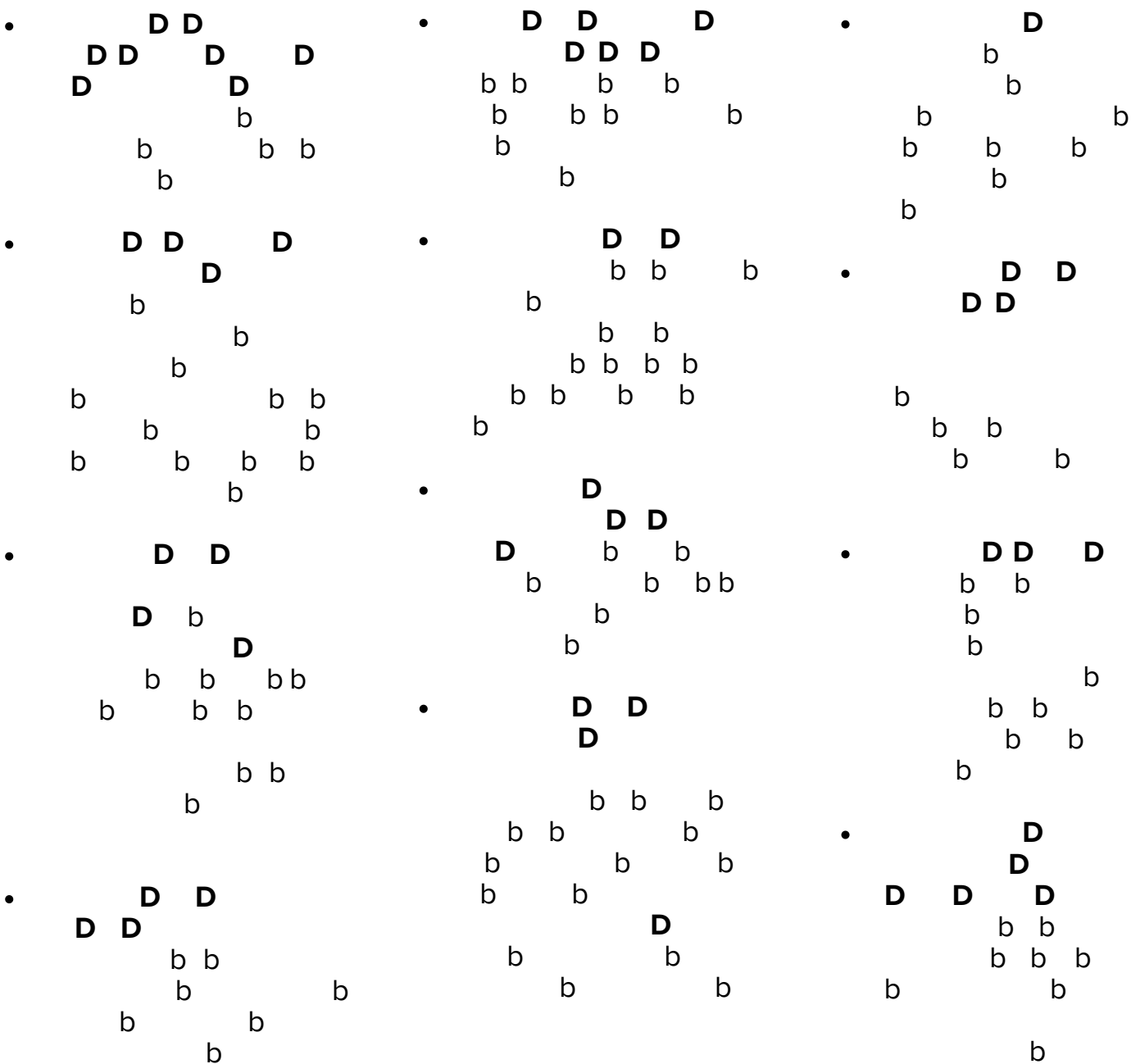
CAMPAGNES DE SENSIBILISATION

A close-up, low-angle shot of a person's face, focusing on their eyes and nose. They are wearing round, thin-rimmed glasses. The person is looking down and slightly to the right. The background is a soft, out-of-focus light blue. A bright yellow banner is positioned at the top of the frame, containing the text 'CAMPAGNES DE SENSIBILISATION' in bold, dark blue, uppercase letters.

**CAMPAGNES DE
SENSIBILISATION**



OBJECTIFS ATTEINTS



DU CINÉMA À L'ACTION

LE FILM COMME DÉCLENCHEUR

Le cinéma, grâce à son pouvoir narratif et émotionnel, raconte des histoires qui touchent et interpellent le public. Il donne une voix aux personnes directement concernées, tout en mettant en lumière des problématiques souvent invisibilisées, ignorées ou taboues. En rendant ces réalités accessibles, tangibles et profondément humaines, il favorise une prise de conscience et suscite le dialogue.

CRÉER DES ESPACES DE DIALOGUE

Une campagne de sensibilisation ne se limite pas à la simple projection d'un film. Elle s'enrichit de moments d'échanges pluridisciplinaires et de réflexions collectives. Ces espaces de dialogue – tels que les tables rondes ou les débats publics – offrent l'opportunité d'interroger les pratiques actuelles et de réfléchir ensemble à de nouvelles pistes de solutions face aux défis.

APPROCHE INTERSECTIONNELLE

Les problématiques abordées dans les campagnes sont souvent complexes et transversales, touchant à des réalités telles que le genre, le handicap, les discriminations ou les violences. Grâce au cinéma, cette campagne offre une approche immersive, permettant d'explorer ces réalités sous l'angle de l'intersectionnalité, en tenant en compte des différentes formes de discrimination qui s'entrelacent.



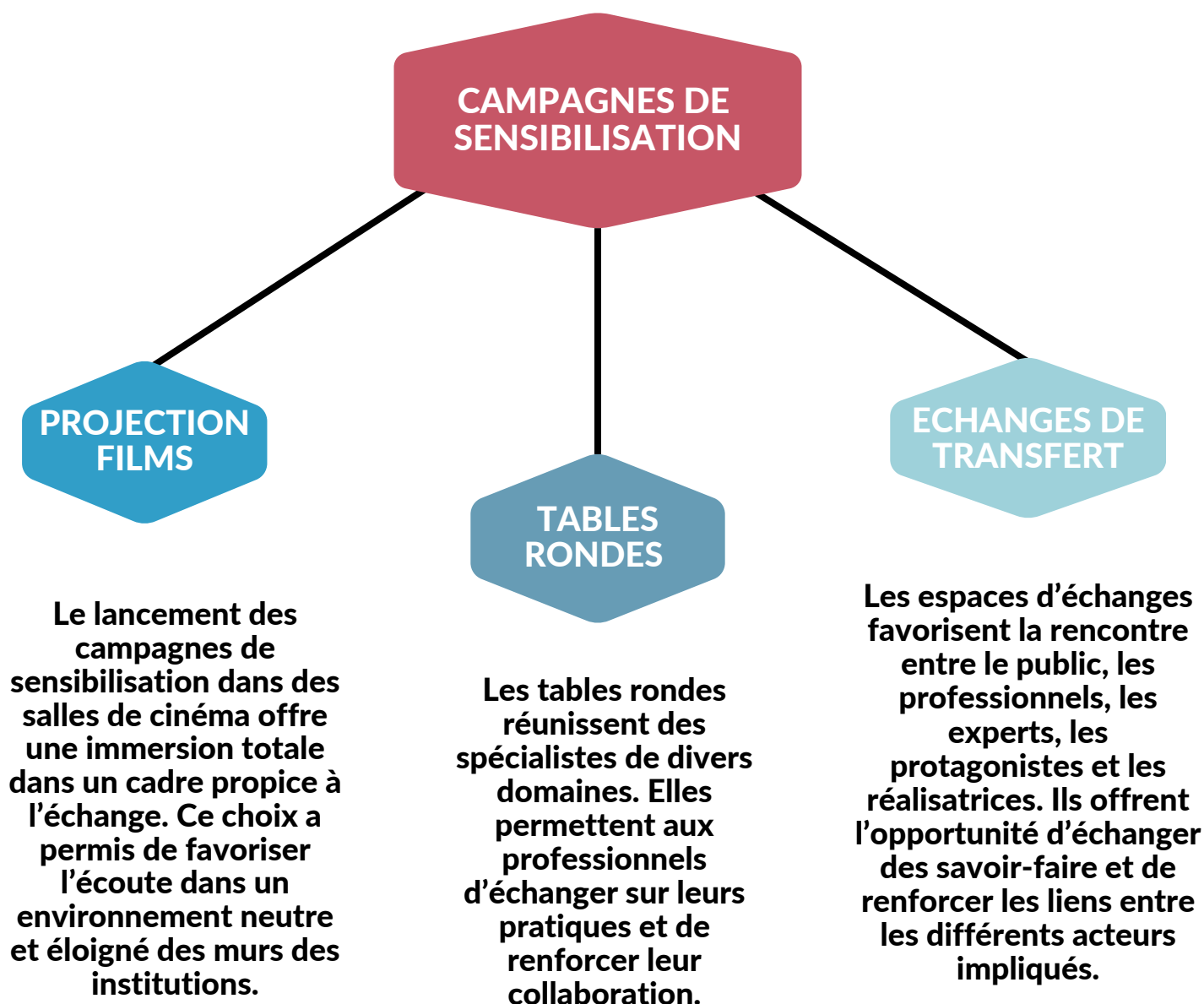
TRANSFERT DE CONNAISSANCES

Ces campagnes réunissent des publics variés: professionnels de terrain, personnes concernées et grand public. Cette diversité crée des opportunités précieuses de mise en réseau et de transfert de connaissances entre acteurs pluridisciplinaires, renforçant les compétences individuelles et les synergies entre différents secteurs.

IMPACT DURABLE

Les films réalisés pour les campagnes restent en libre accès après leur projection au cinéma. Ils peuvent ainsi être diffusés dans les écoles, les entreprises, les institutions et les associations, ce qui renforce leur impact.

REGARDS CROISÉS: CINÉMA, DÉBATS, ECHANGES



E E E E E E E E

E E E E E E E E

E E E E E E E E E

E E E E E E E E E

E E E E

PUBLIC TOUCHÉ



En 2024, l'Association **A la Vista** a lancé deux campagnes de sensibilisation qui se prolongeront en 2025: **“L’invisible éléphant”** qui aborde la violence domestique et ses conséquences sur les enfants et **“Envolées”** sur l’insertion sociale et professionnelle des femmes en situation de handicap.

LE GRAND PUBLIC

Les projections proposées par l'Association étaient gratuites et ouvertes à toutes et tous. Ces événements ont permis de sensibiliser largement la population.

Les femmes en situation de handicap, ainsi que les victimes de violences domestiques, ont largement participé. Un espace de confiance et d'écoute leur a été offert, leur permettant de s'exprimer librement et de partager leurs vécus.

LES PERSONNES CONCERNÉES

Les professionnels engagés dans la lutte contre la violence domestique, la protection de l'enfance, l'égalité femmes-hommes, l'insertion professionnelle et le handicap, ainsi que ceux confrontés à ces problématiques au quotidien, ont largement participé.

LES PROFESSIONNELS

D D

D D

DD

Ces événements ont été essentiels pour les professionnels qu'ils interviennent en tant que panélistes ou participants. Ils leur ont permis de renforcer leurs compétences en matière de dépistage et de prise en charge, tout en offrant un espace d'échange enrichissant sur leurs expériences et les défis rencontrés au quotidien. Par ailleurs, ces rencontres ont encouragé la création de liens professionnels et le partage des bonnes pratiques, renforçant ainsi la synergie entre les acteurs impliqués. **Chaque professionnel est, par ailleurs, devenu un relais potentiel de sensibilisation et d'information auprès de son institution.**

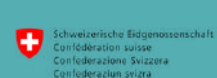
ENVOLÉES

**CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR
L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES FEMMES
EN SITUATION DE HANDICAP**



ENVOIÉES

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR L'INSERTION DES FEMMES EN SITUATION DE HANDICAP



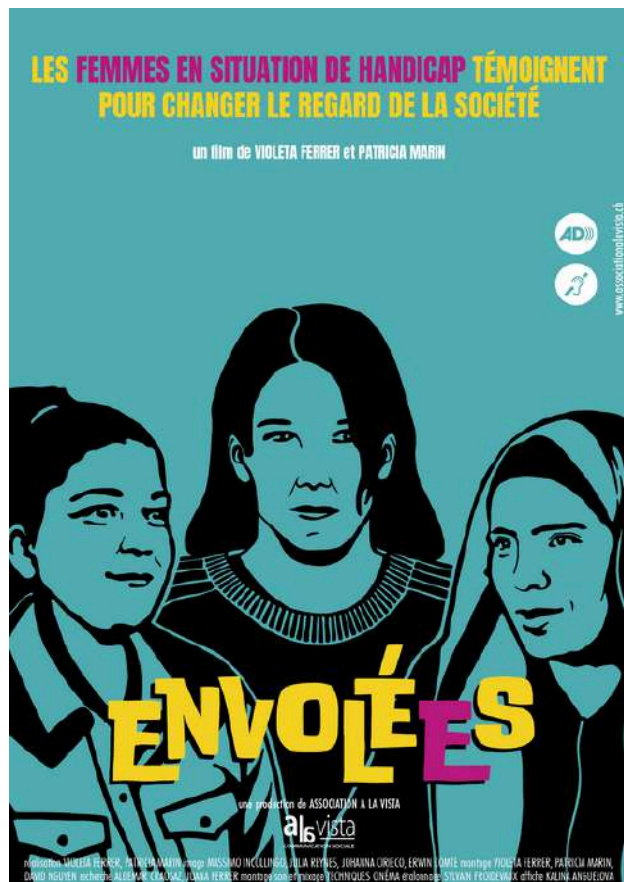
Selon le Bureau fédéral de l'égalité pour les personnes handicapées (BFEH), en 2021, **les femmes étaient plus touchées par le handicap que les hommes**: 899'000 femmes contre 673'000 hommes. Par ailleurs, les femmes en situation de handicap doivent faire face à une double discrimination liée à leur genre et à leur handicap, créant ainsi une situation de discrimination cumulative.

Face à l'invisibilité persistante des femmes et des filles en situation de handicap dans notre société et au manque crucial de modèles pour les nouvelles générations, l'Association A la Vista a lancé **la campagne de sensibilisation "ENVOIÉES"** afin de mettre en lumière les femmes en situation de handicap et leur insertion sociale et professionnelle. Cette initiative vise à leur donner une voix, montrer la double discrimination qu'elles endurent et mettre en valeur leur rôle dans notre société.

Cette campagne repose sur un documentaire percutant d'une durée de 56 minutes intitulé **"ENVOIÉES: Insertion professionnelle des femmes en situation de handicap"**, réalisé par l'Association A la Vista et conçu comme un outil de sensibilisation et de prévention. Réalisé grâce au soutien de plusieurs institutions au niveau fédéral, cantonal et communal, ainsi qu'à certaines fondations.

LE DOC

LES FEMMES EN SITUATION DE HANDICAP TÉMOIGNENT



Le documentaire **“ENVOLÉES”** donne la parole à six femmes, chacune ayant divers handicaps, mettant particulièrement en lumière le **handicap invisible, qui représente 80% des handicaps en Suisse**. Elles racontent les obstacles quotidiens qu’elles doivent affronter et les ressources qu’elles mobilisent pour se faire une place dans le **monde professionnel**. Le film fait la lumière sur le besoin urgent d'un changement de paradigme, en appelant à la construction d'une société plus inclusive et égalitaire.

Il interpelle tous les individus, qu'ils soient directement touchés par le handicap ou non. Afin de proposer un espace d'échange interdisciplinaire pour mieux identifier les enjeux de l'intersectionnalité de cette problématique, la campagne de sensibilisation **“ENVOLÉES”** a été lancée le 12 juin au cinéma Nord-Sud à la Ville de Genève dans le cadre des Journées nationales d'action pour les droits des personnes handicapées. **Elle a réuni 140 participants, grâce au soutien de la Ville de Genève et d'Avenir inclusif.**

La campagne “ENVOLÉES” s’est adressée **au grand public, aux personnes en situation de handicap et aux professionnels** engagés dans les domaines de l’insertion sociale et professionnelle, de l’égalité entre les femmes et les hommes, et celles et ceux œuvrant dans le domaine du handicap.



LANCEMENT DE LA CAMPAGNE



Lors du lancement de l'événement, **Madame Christina Kitsos, Maire de Genève**, a prononcé un discours de bienvenue au nom de la Ville. Elle a rappelé les 10 ans de la signature par la Suisse de la Convention relative aux droits des personnes handicapées (CDPH), tout en évoquant le cadre de son mandat « **Ce qui nous lie** ». Elle était entourée du public, des protagonistes, de l'équipe du film et des co-réalisatrices, Patricia Marin et Violeta Ferrer.

La projection du film a été suivie d'une table ronde animée par **Agathe Seppey**, journaliste au Temps. Ce moment d'échange a réuni **Violeta Ferrer**, co-réalisatrice, **Sophie Pecourt**, cheffe de projet « Making It Work Genre » chez Handicap International et **Carla Guglielmetti**, praticienne en santé

mentale aux Établissements publics pour l'intégration (EPI) dans le canton de Genève.

■ ACCESSIBILITÉ

Dans un souci de cohérence et de déontologie, cet événement a été conçu pour être accessible aux personnes en situation de handicap et à mobilité réduite. La salle de cinéma a été choisie en tenant compte de **l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite**. Le film a été proposé avec **audiodescription** pour les malvoyants et en **sous-titrage** pour les personnes sourdes et malentendantes afin de permettre à toute personne ayant des besoins spécifiques de participer pleinement à l'événement.

PROJECTIONS

Dans le cadre des journées d'action *Avenir Inclusif*, une initiative nationale a marqué les 10 ans de la ratification par la Suisse de la Convention relative aux droits des personnes handicapées (CDPH). Le lancement de la Campagne de sensibilisation a eu lieu simultanément dans les Villes de Lausanne, Genève et Sion. Après cette première phase à l'échelle de la Suisse romande, d'autres projections ont été organisées au cours du second semestre 2024, élargissant ainsi l'impact de la campagne.

GENEVE

- **Le 12 juin**, une projection a été organisée par l'Association A la Vista au cinéma Nord-Sud.
- **Le 4 décembre**, une projection a été co-organisée par le Bureau de promotion de l'égalité et de prévention des violences de la République et Canton de Genève, ainsi que par le Service Agenda 21 de la Ville de Genève au cinéma Nord-Sud.
- **Le 5 décembre**, une projection s'est tenue dans le cadre des Midis du développement durable (DD), organisée par l'Agenda 21 de la Ville de Genève à l'intention des fonctionnaires municipaux au Fonction Cinéma.

3

LAUSANNE

- **Le 6 juin**, dans le cadre d'Avenir Inclusif, une projection a été organisée par le Département de la santé et de l'action sociale (DSAS) du Canton de Vaud au Bâtiment administratif de la Pontaise.
- **Le 28 octobre**, une projection s'est tenue dans le cadre des Midis de la diversité, organisée par la Ville de Lausanne pour le personnel de l'administration communale au Cinématographe.
- **Le 3 décembre**, à l'occasion de la Journée internationale des personnes handicapées, l'événement a été co-organisé par l'Association M.E.T.I.S, la Faculté de biologie et de médecine (FBM) et la Commission Égalité, Diversité et Inclusion (EDI) de l'Université de Lausanne (UNIL) au CHUV.

3

SION

Le 13 juin dans le cadre d'Avenir Inclusif, une projection a été organisée par l'Office cantonal de l'égalité et de la famille en collaboration avec Forum Handicap Valais-Wallis du canton du Valais.

1

SIERRE

Le 26 novembre, une projection a été organisée dans le cadre d'une formation pour les étudiants en Bachelor de Travail social de la HES-SO Valais-Wallis dans son siège à Sierre.

1

PROJECTIONS RESERVÉES AUX FONCTIONNAIRES DE LA VILLE

Ville de Genève

Dans le cadre des **Midis du DD de la Ville de Genève, le Service Agenda 21**, Ville durable a organisé une projection au Fonction Cinéma **destinée aux fonctionnaires de la Ville**, suivie d'une table ronde. Celle-ci réunissait **Maude Kaufmann**, chercheuse au Centre en études genre de l'Université de Lausanne et protagoniste du film **"Envolées"**, **Violeta Ferrer**, co-réalisatrice, un représentant de la Direction des Ressources Humaines (DRH), ainsi que le délégué à la politique inclusion et accessibilité du Département de la Cohésion Sociale et de la Solidarité (DCSS). La discussion a été modérée par **Héloïse Roman**, chargée de projets égalité à Agenda 21.

Ville de Lausanne

Dans le cadre des **Midis de la Diversité**, le Département de la Direction de l'enfance, de la jeunesse et des quartiers de la Ville de Lausanne a organisé une projection au Cinématographe **destinée aux fonctionnaires de la Ville**. La séance a été suivie d'une discussion avec le public, les protagonistes du film ainsi que les réalisatrices **Patricia Marin** et **Violeta Ferrer**, sous la modération de **David Rodriguez**, responsable de la politique d'accessibilité universelle à la Ville de Lausanne.



FORMATION AUPRÈS DES ÉTUDIANTS EN TRAVAIL SOCIAL DE LA HES-SO VALAIS-WALLIS

Dans le cadre d'une collaboration avec la HES-SO Valais-Wallis, **l'Association A la Vista a animé une formation destinée à trois classes de Bachelor en Travail Social, réunissant environ 40 étudiants et leurs professeurs.** Cette formation visait à sensibiliser les futurs travailleurs sociaux aux enjeux de l'intersectionnalité entre handicap, égalité femmes-hommes et insertion professionnelle. Les échanges avec les étudiants ont permis de susciter des réflexions enrichissantes. La formation s'est articulée autour de plusieurs axes suite à la projection du film documentaire:

Compréhension des enjeux

Exploration de la genèse du projet, de la méthodologie utilisée et de la définition du handicap avec un focus sur l'égalité, l'insertion professionnelle et les défis de l'intersectionnalité.

Immersion et éthique

Apprentissage des étapes de repérage, de création de liens de confiance avec les protagonistes et d'intégration de principes déontologiques dans les pratiques.

Analyse des lacunes

Mise en évidence du manque de recherches, de projets spécifiques et de soutiens associatifs pour traiter cette problématique inédite.

Communication et impact

Sensibilisation à l'importance de vulgariser ces thématiques et d'utiliser des campagnes d'impact pour toucher un public diversifié.





TABLES RONDES

La campagne de sensibilisation accompagne chaque projection d'une table ronde visant à explorer les réalités spécifiques à chaque territoire: Genève, Lausanne, Sion et Sierre. Ces tables rondes rassemblent des intervenants de divers horizons aux expertises complémentaires : **responsables des ressources humaines, des employeurs, des représentants d'organisations dédiées à l'insertion des personnes handicapées** (comme Pro Infirmis ou les Établissements publics pour l'intégration - EPI), **des fonctionnaires locaux, des membres d'organismes internationaux** comme Handicap International, ainsi que **des femmes en situation de handicap** venues partager leurs témoignages.

Chaque table ronde a été soigneusement préparée en amont afin de permettre aux intervenants de s'appropriier les thématiques abordées. La modération a été assurée par les organisateurs ou des journalistes, et les réalisatrices du film ont activement participé aux échanges. **L'accessibilité a été une priorité absolue:** les lieux étaient adaptés aux personnes à mobilité réduite et des interprètes en langue des signes étaient présents lors des tables rondes à Sion et au CHUV (Centre hospitalier universitaire vaudois) à Lausanne.

Ces discussions ont mis en lumière **l'intersectionnalité entre handicap, égalité entre femmes et hommes et insertion professionnelle**. Elles ont permis de souligner les défis à relever tout en proposant des pistes concrètes d'amélioration. Ces tables rondes ont constitué des moments précieux, ouvrant des débats, facilitant une meilleure compréhension des enjeux sociétaux et favorisant des échanges pluridisciplinaires constructifs.



GENÈVE

SION







ÉCHANGES AVEC LE PUBLIC

Les échanges avec le public ont constitué des moments précieux. Lors de chaque événement, entre 30 et 45 minutes ont **été consacrées aux discussions, ce qui a permis aux participants d'exprimer leurs questionnements, expériences et avis dans une ambiance bienveillante.** L'Association A la Vista a volontairement créé un espace inclusif et moins hiérarchisé, où chacun se sentait reconnu et légitime. Ce cadre a favorisé une participation active, avec des échanges riches entre le public, les panélistes, les protagonistes et les réalisatrices.

À la suite du lancement de la campagne le 12 juin à Genève, un sondage a été envoyé aux participants. **Tous ont souligné l'intérêt pédagogique du film et ont exprimé leur intention de le partager.** De nombreux retours ont insisté sur l'importance de continuer à sensibiliser sur cette thématique encore largement méconnue. Même des professionnels spécialisés dans les domaines du handicap, de l'égalité ou de l'insertion professionnelle ont admis ne pas avoir pleinement intégré l'intersectionnalité et les besoins spécifiques des femmes dans leurs pratiques.

Trois des huit projections organisées se sont conclues par un apéritif convivial. Ces moments informels ont permis de renforcer les liens entre les participants et de prolonger les discussions dans une atmosphère détendue et chaleureuse.



**RENCONTRES
AVEC LES
RÉALISATRICES**





**RENCONTRES
INTER-
PROFESSIONNELLES**



“Fantastic”

“Très pertinent, excellent et nécessaire”

“Intéressant et touchant”



“ J’ai visionné le documentaire hier soir et il m’a énormément touchée par sa justesse et sa candeur. Étant moi-même malentendante, je me suis, probablement pour la première fois, pleinement reconnue et presque entendue penser au travers d’autres femmes. Merci du fond du cœur pour ce magnifique travail.”

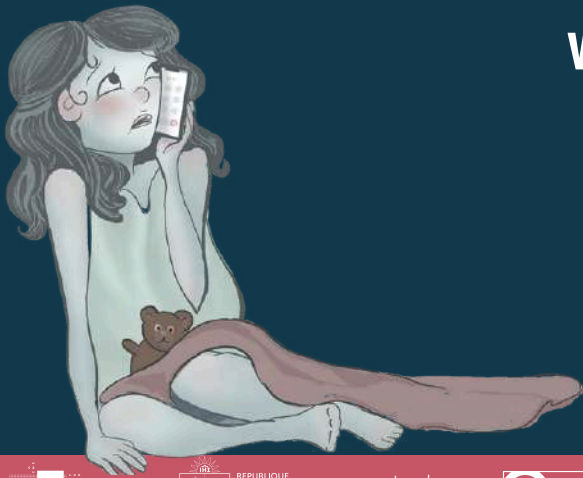


L'INVISIBLE ELEPHANT

**CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR LA VIOLENCE CONJUGALE
ET LES CONSÉQUENCES SUR LES ENFANTS.**

L'INVISIBLE ELEPHANT

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR LES VIOLENCES CONJUGALES ET LES CONSÉQUENCES SUR LES ENFANTS



LORSQUE LA VIOLENCE RÈGNE À LA MAISON QUELLES CONSÉQUENCES SUR NOS ENFANTS?

La violence domestique peut revêtir plusieurs formes: psychologique, physique, sexuelle, verbale, économique, etc. Selon les statistiques officielles liées à la violence domestique enregistrées par la police en 2021, 19'341 infractions ont été enregistrées, dont 69 homicides ou tentatives d'homicide. 70% des victimes au sens de la LAVI sont des femmes et dans 70% des cas, des enfants sont impliqués.

Les filles et les fils exposé.e.s à la violence conjugale ne sont pas des témoins passifs. Lorsqu'un climat de peur, d'insécurité et de violence règne à la maison, les enfants sont touchés et deviennent des victimes à part entière, tapies dans l'ombre. Les enfants sont frappés de plein fouet dans leur développement et leur avenir. On ne les frappe pas directement et pourtant ils en subissent les conséquences pour le restant de leur vie. Cette exposition à des comportements violents a un impact dévastateur sur leur développement physique, émotionnel et psychologique. En mettant en lumière **les conséquences de la violence conjugale sur les enfants**, la campagne d'impact "**L'INVISIBLE ÉLÉPHANT**" cherche à sensibiliser l'ensemble de la société à cette problématique souvent cachée et à encourager une prise de conscience collective.

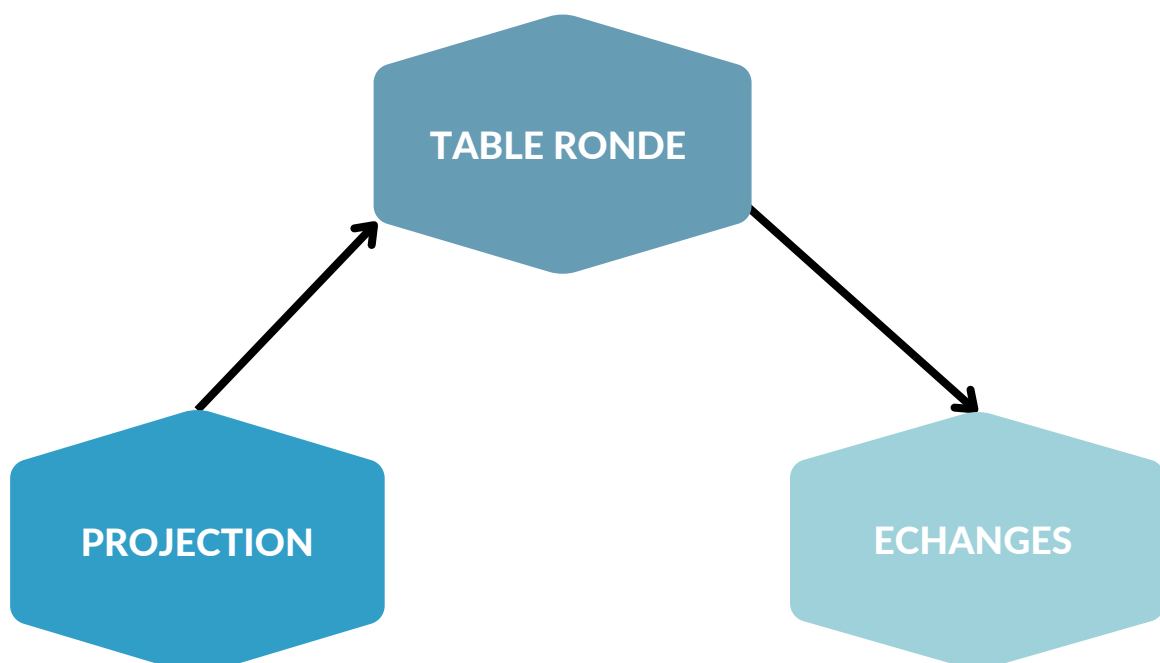
En Suisse, environ un.e mineur.e sur cinq est confronté-e à la violence dans le couple parental.

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION L'INVISIBLE ÉLÉPHANT

C'EST QUOI ?



La campagne de sensibilisation "**L'INVISIBLE ÉLÉPHANT**" a été conçue dans le but de sensibiliser, prévenir, informer, favoriser la mise en réseau et faciliter le transfert de connaissances autour de **la violence conjugale et de ses conséquences sur les enfants**. Cette initiative utilise le cinéma comme outil principal pour susciter une prise de conscience collective, créer des espaces d'échanges non conventionnels, mobiliser l'ensemble de la société et mettre au cœur des discussions cet enjeu majeur pour notre société et les générations futures. Le film devient ainsi un puissant vecteur de sensibilisation et d'information, complété par des tables rondes et des échanges avec le public.



CAMPAGNE DE SENSIBILISATION L'INVISIBLE ÉLÉPHANT



L'Association À la Vista a lancé en 2024 une deuxième campagne de sensibilisation intitulée « **L'Invisible Éléphant: Violence domestique, conséquences sur les Enfants** » le 28 novembre en Ville de Genève. Cette campagne repose sur la projection d'un film documentaire de 56 minutes, réalisé par l'Association À la Vista. Ce film met en lumière la réalité souvent invisible de la violence domestique et de ses répercussions sur les enfants qui en sont les témoins et des victimes directes.

Contexte et objectifs du film

Le film documentaire met en contexte la violence conjugale en soulignant qu'elle peut prendre plusieurs formes, allant des abus physiques aux violences psychologiques, économiques ou émotionnelles. Il montre comment, lorsque règne un climat de violence à la maison, **les enfants deviennent des victimes à part entière**, souvent dans l'ombre, et profondément affectées dans leur développement, leur santé et leur avenir.

Le documentaire donne la parole à des familles souffrant de cette violence, mettant en avant leurs témoignages poignants. Il interroge également les acteurs impliqués dans la lutte contre la violence domestique et la protection des enfants. À travers des témoignages des professionnels, il cherche à mieux comprendre les services et les mesures d'aide existants pour soutenir les victimes et protéger les enfants.

Enfin, le documentaire s'adresse à toute personne, qu'elle soit directement ou indirectement touchée par la violence conjugale. Il les invite à réfléchir leur rôle dans la lutte contre ce fléau, en sensibilisant sur l'importance d'une action collective pour briser le silence et protéger les enfants.

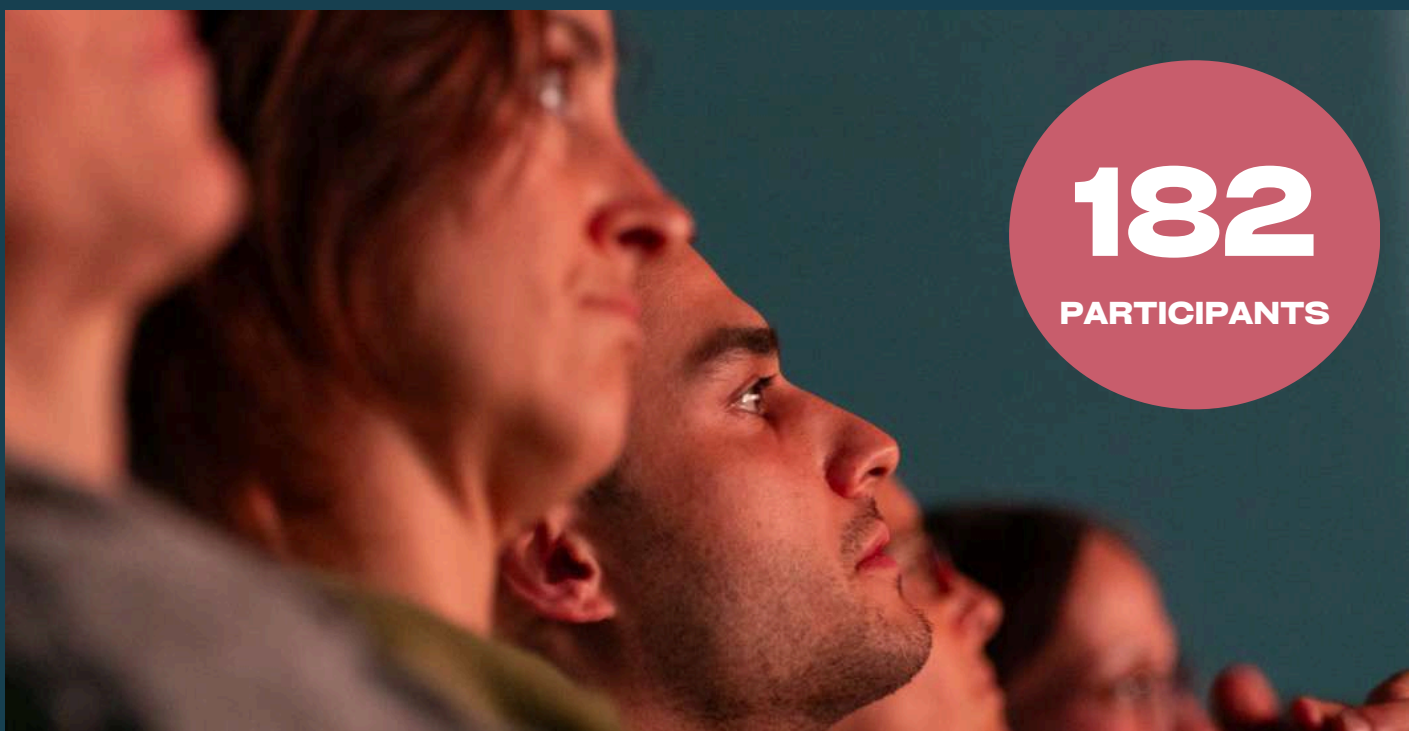


LANCEMENT DE LA CAMPAGNE

Le lancement de la campagne "**L'Invisible éléphant**" s'est déroulée le 28 novembre 2024 dans une ambiance accueillante de sensibilisation, d'échange et de réflexion autour des violences conjugales et de leurs conséquences sur les enfants.

Le cinéma Les Scalas, offrait un cadre propice à la réflexion et aux dialogues pour **les 182 participants - victimes, professionnels, institutions et citoyens.**

La soirée a débuté sous les auspices de Madame **Émilie Flamand**, directrice du Bureau de promotion de l'égalité et de prévention des violences (BPEV). Puis a eu lieu la projection du film "**L'Invisible éléphant**", d'une durée de 56 minutes, suivie d'une table ronde intitulée "**Comment mieux protéger nos enfants?**". La soirée s'est terminée par un échange avec le public.



182
PARTICIPANTS

PUBLIC TOUCHÉ

Le grand public

La campagne a permis de sensibiliser les citoyens aux conséquences de la violence conjugale sur les enfants, en encourageant une prise de conscience collective.

Les victimes de violence conjugale

Une attention particulière a été portée aux victimes grâce à la participation des foyers pour femmes. Ces structures, qui jouent un rôle crucial dans la protection des victimes, ont été activement impliquées.

Les professionnels travaillant directement avec les enfants

Les services de protection des mineurs ont répondu à l'appel. Quelques directeurs et directrices des écoles du canton et une dizaine d'enseignants étaient présents. En outre, un grand nombre d'assistants sociaux s'est mobilisé.

Le personnel hospitalier et médical

Des pédiatres, infirmières, sages femmes, médecins et psychologues ont assisté à l'événement y compris des représentants des Hôpitaux Universitaires de Genève (HUG), ainsi que professionnels des institutions telle qu'ASTURAL.

Les crèches et maisons de quartier

Ces structures, essentielles pour la détection précoce des violences, étaient également représentées par plusieurs participants.

Les associations et institutions spécialisées dans la lutte contre la violence domestique

Des collaborations ont été renforcées avec des associations comme F-Information, Viol-Secours, le Centre de Contact Suisse-Immigrés, Camarada, ReSif, Couple et famille, fondation, etc.

Les acteurs publics et institutionnels

La campagne a également touché des fonctionnaires de la Ville et du canton, soulignant leur rôle clé dans la mise en place de mesures préventives et le soutien aux institutions locales.

Autres professions

La campagne a attiré une diversité de professionnels, parmi lesquels: journalistes, représentants d'ONG (comme Enfants du monde), enseignants, étudiants des hautes écoles et universités, ainsi que des fondation comme ProJuventute.

Un climat de bienveillance a enveloppé ces discussions, rappelant que le dialogue, lorsqu'il est nourri dans un espace sûr et respectueux, peut transcender les barrières les plus tenaces et encourager une prise de conscience collective.



Après cet événement inaugural, la campagne commence à prendre des chemins décentralisés, atteignant d'autres cœurs du tissu associatif. **Chaque participant s'est vu investi du rôle de relais**, transformant cette initiative en une chaîne d'actions et de sensibilisations. Le sondage envoyé au lendemain de l'événement, véritable boussole pour mesurer les ressentis et les opinions, révèle une réponse unanime: cette soirée a été un terreau fertile pour éveiller les consciences et renforcer les liens entre acteurs engagés. **"L'Invisible éléphant"** ne se contente pas de dénoncer une réalité, il propose un véritable mouvement où l'empathie et l'action s'entrelacent pour réimaginer une société plus juste et protectrice pour les enfants.

TABLE RONDE

La table ronde qui a suivi la projection s'est orientée **vers des pistes de réflexion et des solutions.**

C'est dans cette optique que la thématique de notre table ronde était: **"Comment mieux protéger nos enfants ?"**. L'objectif principal était de lancer un débat sur les actions menées actuellement et d'examiner les pistes d'amélioration pour mieux protéger les enfants victimes de violence conjugale.

Durée: 45 minutes

Nous avons cherché à mieux comprendre les mesures existantes sur le terrain, qu'elles soient légales, médicales, d'accompagnement ou de protection des mineurs. Il était également essentiel de nous pencher sur les ressources de prévention disponibles et d'explorer les moyens d'améliorer la collaboration entre les différentes institutions impliquées. Pour répondre à ces enjeux, nous avons réuni un panel diversifié d'experts, favorisant ainsi le partage de connaissances et une approche interdisciplinaire.

Comment mieux protéger nos enfants? Intervenantes:

Olivia Dubettier - Cheffe de service de la protection des mineurs (SPMi). **Camille Maulini** - Avocate, Collectif de défense et co-autrice de la brochure Mon journal de bord, publiée par la LAVI **Béatrice Cortellini** - Directrice d'AVVEC (Aide aux Victimes de Violences en Couple). **Dre Mühlstein-Barasche** - Cheffe de la clinique à la consultation du Groupe de protection de l'enfance.

Modératrice: Kalina Anguelova - Journaliste.

Un des objectifs clés de cette table ronde, était de sensibiliser le public – et potentiellement les victimes – de recourir aux services d'aide existants. La présence de ces acteurs a permis au public de se sentir plus proche de ces services, de créer un lien de proximité et de mieux comprendre leur rôle. Parallèlement, nous avons également cherché à sensibiliser les professionnels, qu'ils soient directement ou indirectement concernés par la problématique, en leur fournissant des informations sur les services de protection et de prévention disponibles.



SONDAGE

Le lendemain du lancement, A la Vista a envoyé un sondage aux participants afin de recueillir leurs ressentis, retours et suggestions.

De manière générale, les participants ont évalué de manière positive la campagne de sensibilisation

“L’Invisible éléphant”, qualifiant son impact à 4 sur 5. Les participants ont également pu donner leur avis à propos du film.

En ce qui concerne la question sur la valeur du film comme outil de sensibilisation, tous les participants recommanderaient le film à leur entourage.

En ce qui concerne l’évaluation de la table ronde: **« La table ronde a-t-elle contribué à enrichir votre compréhension des enjeux liés à la protection des enfants exposés à la violence conjugale? »** La moyenne était de 4 sur 5.

Pour finir, en ce qui concerne les recommandations, ils ont conseillé de le diffuser sur la Radio Télévision Suisse (RTS).

Des nouvelles projections et tables rondes sont prévues pour l’année 2025: au sein de l’institution ASTURAL et dans le cadre de Plateformes Familles en Ville de Lausanne. D’autres s’ajouteront au cours de l’année.

« Très beau film avec des témoignages forts mais très importants qui lancent le débat. Ce film montre aussi que même s’il y a du travail fait, il reste beaucoup à faire, surtout au niveau politique »

« Le courage et l’engagement des réalisateurs sont dignes d’admiration. Leur travail est un rappel que l’art et le cinéma peuvent être des outils puissants pour la transformation sociale et le bien-être de notre société »

« Ce film devrait servir d’inspiration pour la création de plus de programmes et de projets visant à promouvoir la sensibilisation et l’intervention dans les cas de violence domestique »

RÉSONANCES

Une demande élevée témoignant d'un vif intérêt

Deux semaines avant l'événement, les inscriptions étaient déjà closes. Les personnes qui continuaient à s'inscrire ont été placées sur une liste d'attente.

Une participation professionnelle remarquable

Nous avons été profondément touchés par l'engagement des professionnel-le-s. Ils ont participé à l'événement en dehors de leur temps de travail, ce qui reflète leur dévouement à la cause. Il serait souhaitable que cet engagement soit reconnu à l'avenir comme une formation continue, intégrée à leurs heures de travail.

Des panélistes impliqués et enthousiastes

Malgré leurs responsabilités et charges de travail, les panélistes, occupant souvent des postes à responsabilité, se sont montrés très disponibles et enthousiastes à l'idée de participer. Leur implication souligne l'importance de la thématique abordée et la nécessité de créer des espaces d'échange de savoirs et de collaboration intersectorielle.

Un espace bienveillant et de confiance

L'un des objectifs majeurs de cet événement était de générer un cadre où chacun-e puisse s'exprimer librement et être entendu-e. Nous avons été particulièrement émues par la participation du public qui a partagé ses expériences avec sincérité et courage.

Un rassemblement hétérogène de participants, comprenant des professionnels, des familles, des étudiants et des citoyens concernés, a permis de créer un échange riche et interdisciplinaire.



JE PEUX LE FAIRE

**ATELIERS POUR ENCOURAGER LES FILLES À ACCEDER
AUX PROFESSIONS TRADITIONNELLEMENT
MASCULINES**

Contexte et enjeux

Bien que des progrès significatifs aient été réalisés en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes au cours des 50 dernières années, certains domaines restent marqués par des inégalités persistantes. **En Suisse, les femmes continuent d'être payées 14,4%** de moins que les hommes pour un travail équivalent, et leurs revenus annuels moyens s'élèvent à 44'000 CHF, contre 69'000 CHF pour les hommes. De plus, elles occupent seulement 25% des postes de cadres supérieurs et 17% des sièges au sein des conseils d'administration. **Ces disparités s'expliquent, en partie, par une répartition genrée des choix de formation et de carrière, les femmes étant sous-représentées dans les métiers mieux rémunérés** et offrant des conditions de travail avantageuses, **notamment dans les domaines MINT** (mathématiques, informatique, sciences naturelles et technologie).



Objectifs du projet

Le projet vise à encourager les élèves, et particulièrement les jeunes filles des **degrés 7P et 8P du deuxième cycle primaire**, à envisager des carrières dans des professions dites atypiques, avec un focus sur les métiers MINT souffrant d'une pénurie de personnel qualifié en Suisse. En orientant les jeunes générations vers ces secteurs, ce projet contribue à réduire les écarts professionnels entre les filles et les garçons et à promouvoir l'égalité des chances.



JE PEUX LE FAIRE

Phase 1: conception et préparation

En 2024, les efforts se sont concentrés sur la création des outils pédagogiques et la préparation des interventions dans les écoles. Cette phase a débuté par l'élaboration d'une bande dessinée et par les tournages de **deux vidéos pédagogiques de 8 à 10 minutes par canton (Berne, Valais et Vaud)**. Ces vidéos seront également adaptées en formats courts pour une diffusion sur les réseaux sociaux et dans les espaces éducatifs des établissements scolaires. Parallèlement, **un kit pédagogique complet** a été développé pour accompagner les séances. Celui-ci inclut des supports adaptés aux élèves et aux enseignants, ainsi que des outils d'évaluation permettant de mesurer l'impact du projet. Ce projet est né de l'expérience pilote dans le canton de Genève en 2022, qui a donné d'excellents résultats.

Phase 2: mise en œuvre dans les écoles

En 2025, le projet entrera dans sa phase d'exécution avec la tenue de séances pédagogiques au sein des **établissements scolaires dans les canton de Berne, Valais, Vaud et éventuellement dans le canton de Genève**. Ces interventions auront pour **objectif de sensibiliser les élèves, en particulier les jeunes filles des niveaux 7P et 8P**, à l'importance des métiers MINT et aux opportunités qu'ils offrent. Chaque séance comprendra la projection des vidéos conçues en amont, suivie d'activités interactives visant à déconstruire les stéréotypes de genre dans les choix de carrière. Les élèves auront l'occasion d'exprimer leurs idées, de partager leurs expériences et de poser des questions.



MON PASSEPORT BLEU

FILM DOCUMENTAIRE D'AUTEUR



Le documentaire **"Mon passeport bleu"** réalisé par Violeta Ferrer, journaliste et réalisatrice au sein de l'Association A la Vista, offre un regard intime sur la formation de l'identité à travers le statut d'apatride. Il raconte deux récits d'exil qui s'entrelacent: d'une part, celui de Martha, récemment exilée en Suisse, et d'autre part, celui de Violeta, 20 ans après son propre exil.

Résumé

Après 18 ans d'exil, j'obtiens la naturalisation suisse et récupère mon ancien passeport colombien. Soudainement, je me retrouve avec deux nationalités. Enfin, je peux me débarrasser de « mon passeport bleu » portant la mention "nationalité – apatride". Cependant, un appel inattendu vient tout bouleverser. Martha m'appelle depuis le centre d'asile, là où tout a commencé, ravivant ainsi mon passé de réfugiée politique. Je décide de filmer sa vie en exil, ce qui me pousse à revendiquer mon identité d'apatride.

Étape de réalisation: écriture et tournage

Durée: 90 minutes

Format: Long documentaire d'auteur

« VIVRE DANS UN MONDE ET EN ÊTRE; QUITTER CE MONDE; PASSER D'UN MONDE À L'AUTRE; ENTRER DANS UN AUTRE MONDE;
VIVRE DANS UN AUTRE MONDE; ÊTRE DE CET AUTRE MONDE ».

JEAN-CLAUDE MÉTRAUX

RETOMBÉES MÉDIATIQUES

Cette année, la campagne de sensibilisation **Envolées** a été couverte à 13 reprises dans les médias (radio, presse, Web) attirant l'attention des médias grâce à l'angle inédit des problématiques abordées, rarement traitées au cinéma.

RADIO & TÉLÉVISION

Forum, RTS

WEB

Avenir Inclusif

AVOP

Geneva

Cérébral

Culture Accessible

Égalité-vs

Genève Communes

Regards Neufs

25novembre-geneve.ch



PRESSE

24 heures - **Un documentaire donne la parole aux femmes en situation de handicap**

Femina - **«Envolées»: Un docu sur les femmes en situation de handicap**

Le Temps - **Femmes, handicap et monde du travail : la triple peine**



PROJETS À VENIR

PROJETS EN COURS 2025-2026

PROJETS À VENIR

Écoutons nos jeunes

La campagne « **Écoutons nos jeunes** » a pour objectif principal de sensibiliser, prévenir, informer et favoriser la mise en réseau autour de la problématique **de la santé mentale des jeunes**. À travers cette initiative, l'Association A la Vista souhaite mettre en lumière les causes et les conséquences des troubles psychiques chez les jeunes, tout en soulignant les stratégies et ressources existantes pour y faire face.

Cette campagne sera la quatrième menée par l'Association A la Vista. Elle reposera sur plusieurs actions clés destinées à toucher un large public. **Un long-métrage documentaire** sera réalisé pour explorer les réalités de la santé mentale des jeunes, donnant ainsi la parole à ceux qui vivent ces difficultés, à leurs proches et aux professionnels impliqués. Le film sera suivi par des projections, rencontres et débats.

Les cultures du monde à l'école

Le projet « Les cultures du monde à l'école » est une initiative de prévention de la discrimination, **visant à améliorer le climat scolaire et à promouvoir un mieux-vivre ensemble**. Destiné aux élèves du deuxième cycle primaire, il cherche à valoriser la diversité culturelle

et à renforcer les compétences sociales des élèves. Le projet comprend deux étapes: d'une part la création de films - outils pédagogiques - pour sensibiliser les élèves à la diversité et à la tolérance, et d'autre part la mise en place de séances pédagogiques dans les écoles. Ces séances permettront aux élèves de réfléchir sur les thèmes de la discrimination et de l'inclusion, favorisant ainsi le respect et la solidarité au sein de la communauté scolaire.

WIS - WEB D'INFORMATION SOCIALE

Le projet Web d'Information Sociale (WIS) est une plateforme audiovisuelle dédiée aux contenus dans le domaine social, développée par l'Association A la Vista. Cette initiative vise à centraliser et diffuser des informations pertinentes concernant divers enjeux dans le domaine social, en utilisant l'univers audiovisuel.



PARTENAIRES

Pour mener à bien ses projets, l'Association A la Vista a bénéficié d'un soutien ponctuel de nombreuses institutions publiques et privées **au niveau fédéral, cantonal et communal**. Elle a également collaboré avec quelques partenaires sous la forme de mandats. L'Association ne reçoit aucune subvention globale.

Confédération

Bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes (BFEG).

Bureau fédéral de l'égalité pour les personnes handicapées (BFEH).

République et Canton de Genève

Département de la cohésion sociale (DCS).

Bureau de promotion de l'égalité et de prévention des violences (BPEV).

Canton de Vaud

Département de la santé et de l'action sociale (DSAS).

Direction générale de la cohésion sociale (DGCS).

Canton du Valais

Département de la santé, des affaires sociales et de la culture.

Office cantonal de l'égalité et de la famille.

Villes

*Ville de Genève:
Département de la cohésion et de la solidarité et le
Département des finances, de
l'environnement et du logement.*

*Ville de Lausanne,
Direction de l'enfance,
de la jeunesse et des quartier.*

Ville de Vevey.

Commune de Plan-les-Ouates.

Fondations et autres

LOTERIE ROMANDE.

Pro Infirmis.

Cérébral

Handicap International Suisse.

Fondation ERNST GÖHNER.

Groupe Mutuel.

Fondation Henri Ducret.

REMERCIEMENTS



L'association A la Vista tient à exprimer sa profonde gratitude envers ses partenaires

Le soutien financier de partenaires reflète leur engagement envers les thématiques que nous portons. Sans leur soutien, il serait impossible de mener à bien nos productions audiovisuelles, nos campagnes de sensibilisation et nos diverses actions.

Au-delà du soutien financier, l'accompagnement moral et la confiance qu'ils nous témoignent sont essentiels. Ils ont respecté notre indépendance rédactionnelle et nous ont permis de travailler dans une grande liberté, une valeur fondamentale pour notre association.

Nous remercions chaleureusement les fondations qui croient en notre travail, contribuant à rendre visibles celles et ceux souvent invisibilisés, et à engager des réflexions sur les solutions possibles aux problématiques sociétales. Nous sommes également reconnaissants envers nos partenaires institutionnels qui ont ouvert leurs portes, nous permettant d'intégrer leurs actions dans nos productions.

Nous tenons particulièrement à remercier la **Loterie Romande** pour son soutien en 2024. Elle nous a permis de mettre à jour notre matériel de tournage et d'assurer ainsi la qualité de nos projets.

Enfin, nous souhaitons exprimer notre reconnaissance envers nos précieux partenaires au niveau de la **Confédération, des Cantons et des Villes** dont le soutien nous est indispensable pour la réalisation de nos actions et le succès de nos projets.

ÉQUIPE

MANUEL LANQUIER - PRÉSIDENT ET JOURNALISTE
PATRICIA MARIN - COORDINATRICE ET RÉALISATRICE
VIOLETA FERRER - JOURNALISTE ET RÉALISATRICE
MASSIMO INCOLLINGO - CAMÉRAMAN
ERWIN COMTE - CAMÉRAMAN ET MONTEUR
ADÈLE IDOUX - ASSISTANTE EN COMMUNICATION
DEJAN SAVIC - MONTEUR
DAVID NGUYEN - MONTEUR
JUANA FERRER - SPÉCIALISTE EN QUESTIONS D'ÉGALITÉ ET DES MIGRATIONS
ALDEMAR CRAUSSAZ - PSYCHOLOGUE SOCIAL ET SPÉCIALISTE EN RECHERCHE ACADÉMIQUE
LAURENT REMY - GRAPHISME
REGARDS NEUFS - AUDIODESCRIPTION
VIDEOMENTHE - SOUS-TITRAGES (SME) ET ALLEMAND
KALINA ANGUELOVA - MODÉRATION ET AFFICHE
AGATHE SEPPEY : MODÉRATION
TECHNIQUE CINEMA - MONTAGE SON ET LE MIXAGE
ANA FERRER TAROLLI- ILLUSTRATIONS
SYLVAIN FROIDEVAUX - ÉTALONNAGE
JAIR FERRER - REPORTAGES PHOTOGRAPHIQUES
JUAN MARTIN - BÉNÉVOLE

CONTACTEZ-NOUS!

**Place Neuve 1, 1009 Pully
Route de Malagnou 2, 1208 Genève**

+41 76 679 09 47

+41 76 496 47 39

carrefours@alavistatv.net - www.youtube.com/@alavistatv



PHOTOGRAPHIES
Jairo Ferrer
Apichat Ganguillet

RÉALISATION
© Association A la Vista - 2024
www.associationalavista.ch