

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

INTRODUCTION

OBJECTIFS GÉNÉRAUX : Ce plan d'action s'appuie sur les objectifs généraux approuvés par le Comité du Village.

- 1° Contribuer à créer et à gérer dans le Village un environnement où **tous** peuvent vivre en paix et que **tous** peuvent fréquenter en paix: ceux qui y habitent, ceux qui y tiennent commerce et place d'affaires, ceux qui y travaillent et ceux qui le fréquentent. **La paix pour tous sans exclusion.**
- 2° Contribuer à créer un **consensus** autour de l'objectif général (**la paix pour tous**) chez l'ensemble des groupes et des catégories de personnes de la population et des clientèles du Village et favoriser la **concertation** et la **mobilisation** les plus larges possibles pour l'atteinte de cet objectif commun.
- 3° **Identifier** les facteurs (éléments qui contribuent, les causes, les problématiques) et les agents (ceux qui agissent) de violence physique et verbale et la peur qui en découle: agression physique, verbale ou gestuelle (coups, vol, menace, harcèlement, intimidation, insulte).
- 4° **Connaître** les lieux et les personnes; **comprendre** les phénomènes, les situations, les problématiques.
- 5° **Contribuer à faire disparaître ou à réduire** les facteurs, les occasions et les agents de violence physique et verbale qui ont été identifiés.

Les actions et les interventions au sujet de la paix et de la sécurité publique du Village seront cependant limitées par les objectifs spécifiques et le point de vue du Comité du Village et de la CCGQ: 1° Les commerces et leurs clientèles (développement, diversification, satisfaction) et 2° Le développement et la promotion du Village dans le quartier Centre-Sud de Montréal afin de favoriser la consommation, attirer des investissements et de nouveaux commerces. Par voie de conséquence, ce plan d'action n'inclut pas:

- ✓ la sécurité à l'intérieur des commerces;
- ✓ tous les problèmes relatifs à la sécurité publique de l'ensemble du quartier Centre-Sud;
- ✓ toutes les formes de criminalité contre la personne ou la propriété comme, par exemple, le vol d'automobiles ou le vandalisme de bâtiments abandonnés;
- ✓ l'intervention générale directe du type *vigiles* ou *anges-gardiens*.

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

VALEURS ET PRINCIPES GUIDES :

Les stratégies et les moyens utilisés, les actions et les interventions privilégiées s'appuieront sur les valeurs et les principes suivants :

- ✓ Le réalisme: REAL-POLITIK (on peut ne pas aimer ce qui existe et essayer de le changer, mais il faut d'abord reconnaître qu'il existe et en tenir compte: situations, phénomènes, personnes)
- ✓ Une vision inclusive et globale des populations concernées en évitant d'accentuer les exclusions existantes.
- ✓ Le respect des points de vue hétérogènes du quartier et des perceptions des gens.
- ✓ Les interactions avec la population sont aussi importantes que les interactions avec les intervenants.
- ✓ Le respect de tous les interlocuteurs en évitant les préjugés.
- ✓ Le choix du dialogue, de la concertation et du partenariat, mais pas au détriment du leadership, de l'initiative et de nos besoins spécifiques.
- ✓ La protection des acquis hérités du passé.
- ✓ L'intégration des apprentissages acquis par les expériences pertinentes antérieures.
- ✓ La responsabilisation des gens impliqués ou concernés.

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

ACTIONS ET INTERVENTIONS:

En général, les actions et les interventions propres au Comité du Village seront :

✓ **Collaboration avec les acteurs et intervenants du milieu gai et du quartier:**

Se positionner comme interlocuteur valable et crédible
Participer aux tables de concertation ad hoc du quartier
Réseautage: susciter des noyaux de concertation dans tous les milieux

✓ **Savoir ce qui se passe dans le quartier-Village:**

Entente avec PDQ-22 et *Dire enfin la violence* pour échange d'informations
Dresser et actualiser une carte de la criminalité

✓ **Informé, sensibiliser et mobiliser les clientèles et populations concernées par les moyens de communication et d'animation communautaire appropriés:**

Prise en charge de sa sécurité par la population
Augmenter le signalement des agressions et des facteurs criminogènes
Contre les perceptions non fondées et nuisibles au sujet de la sécurité dans le Village et informer de la réalité (comparer le Village à d'autres quartiers bien pires)

✓ **Établir et maintenir une collaboration avec le PDQ-22:**

Établissement d'objectifs communs ou partagés
Rencontres de suivi régulières avec le commandant ou son représentant
Rencontres des policiers du PDQ-22
Augmenter le signalement des agressions et améliorer l'attitude des policiers face aux victimes gaies

✓ **Faire les recommandations pertinentes au niveau de l'aménagement urbain.**

✓ **Prévenir les occasions et les risques d'agression et intervenir ponctuellement au besoin.**

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

MÉTHODE DE TRAVAIL UTILISÉE POUR LA PRODUCTION DE CE PLAN D'ACTION:

1° COLLECTE D'INFORMATION:

A) OBSERVATION DIRECTE:

700 heures d'observation sur la rue Ste-Catherine (Papineau - Beaudry) à toutes heures du jour et de la nuit, mais principalement entre 20h00 et 4h00 de mai à octobre 1998

B) EXPÉRIENCE PRÉALABLE:

de 1988 à 1993

C) CONTACTS:

prostitués (*commerciaux*), clients (de prostitués), *pimp* (intermédiaires de prostitués), *punk* associés aux *squeegees*, vendeurs et consommateurs de drogues de rue, commerçants du Village en général et certains en relation avec la prostitution, intervenants gais, Commandant et policiers du PDQ-22, autres policiers du SPCUM

2° ANALYSE DES DONNÉES ET CONSTRUCTION DU PLAN D'ACTION:

8 réunions de travail hebdomadaire, du 15 août au 15 octobre 1998 **32 heures**

Mise en tableau régulière du travail hebdomadaire et production du document **24 heures**

3° VALIDATION PARTIELLE DU PLAN D'ACTION (ÉTAPE EN COURS):

Présentation partielle et discussion avec un *focus-groupe* composé de prostitués, de vendeurs (de drogue de rue) et de *punk* (*squeegee*)

Présentation partielle et discussion avec un ou deux policiers du PDQ-22

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|--|---|---|--|--|---|--|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | |
| <p>CCGQ</p> <p>Comité du Village (CDV)</p> | <p>CDV, oui à cause des enquêtes. CCGQ ????</p> <p>Reçoivent-ils des plaintes, des signalements ? Comment ? De qui ? Quoi ?</p> | <p>CDV, oui. Attend le plan d'action. Veut demander des subventions pour agir.</p> <p>CCGQ ????</p> | <p>Faire le PLAN.</p> <p>Les informer du plan et de AF-LP.</p> <p>Connaître préoccupation + motivation de CCGQ</p> | <p>Contacts personnels.</p> <p>Lettre aux commerçants.</p> <p>L'<i>ACTION</i> de la CCGQ.</p> <p>Rapport à l'AG.</p> <p>Frais de photocopie et de poste.</p> | <p>Faire le PLAN</p> <p>Lettre aux membres CCGQ + commerçants</p> <p>Présentation du PLAN au CDV et à CCGQ (à l'AG)</p> <p>Contact informel avec le Président et le CA de la CCGQ</p> | <p>août- oct</p> <p>oct-nov</p> <p>oct-nov</p> |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|--------------------------|--|----------------------------|--|---|---|---|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | |
| VILLE DE MONTRÉAL CUM | Électoralistes. Trop près du politique. La Ville ne reconnaît pas ses responsabilités au sujet des 4 groupes ciblés par les enquêtes parce qu'elle dit que tout ça relève de lois et de juridictions provinciales. | | Qu'ils reconnaissent la CCGQ et le Comité du Village et leurs représentants dans ce dossier comme interlocuteurs valables et comme des partenaires. La Ville doit aller chercher l'argent à Québec pour s'occuper de ça; avec nous. Réaliser une conférence de Presse ou un communiqué commun. Qu'ils prennent position publiquement. Qu'ils supportent et outillent le PDQ-22. Informé le SPCUM de ce qu'on fait avec le PDQ-22. | Téléphones. Lettres. Rencontres. Dossier de présentation de notre plan d'action. Faire venir le sondage effectué au sein du SPCUM au sujet de la PDQ (article dans La Presse) | Identifier les interlocuteurs et les <i>gate-keepers</i> . Envoyer une première lettre. Préparer et envoyer le dossier. Luc téléphone à Diane Boudreau pour obtenir le sondage. Si négatif, André contactera HVD ou autre. | PAS AVANT D'AVOIR FAIT NOS ENTENTES AVEC LE PDQ-22 |
| SPCUM | Image du service dans l'opinion publique. Feedback des élus. Valeurs organisationnelles prescrites: Police de quartier. | | | | | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|--------------------------|---|--|--|---|--|--|---------|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | | |
| POPULATION GAIE | ORGANISMES: Membership | N'a pas été mesurée par les sondages. | En général, peu porté à agir: spectateurs, incrédules, dépassés; sentiment d'impuissance ou attentes irréalistes. | Se faire reconnaître comme des intervenants valables. Augmenter le nombre de plaintes portées par les victimes et le nombre de signalements. | En collaboration avec Dire enfin la violence et le PDQ-22, portrait type des agresseurs. Organiser des focus-groupes. Vidéo: sensibilisation, information, prévention, habilitation (victimes et témoins). Valoriser les bons samaritains: rubrique Sécurité dans les média gais. | | |
| | ORGANISMES: Leadership | Donnée qui pourrait être utile mais qui n'est pas nécessaire. Historiquement, les organismes gais sont peu préoccupés, à l'exception de Dire enfin la violence. | Pour les inciter à agir, nous devons leur proposer des objectifs: simples, de changement désiré, vendus comme efficaces et perçus comme réalisables. Les gens devront croire qu'ils sont capables et que ça va changer quelque chose. Faudra donc avoir préalablement obtenu l'assurance de l'action complémentaire des partenaires (ex: police). | Connaître les événements et les statistiques. Mobilisation: induire une motivation à se préoccuper de sécurité et de paix publique. Donner l'heure juste sur la situation: arrêter la propagation des mythes et des préjugés (psychose de la citadelle assiégée). | Rubrique dans les média gais. TV et radio communautaires. Numéro de téléphone. Boîte vocale. Brochure: sensibilisation, information, prévention, habilitation (victimes et témoins). Dépliants. Affiche. Vignette. Logo + slogan. | | |
| | En général: résidents et non-résidents | La population gaie habitante est sans doute plus préoccupée que les non-résidents. | | Habiller les gens à agir adéquatement: victimes et témoins: prévention, agression, aide: avant, pendant et après. | Produire un micro-cours d'auto-défense + programme de formation. Tableau électronique publique. Mobile mécanique sur le toit d'un édifice du Village | | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|---|---|--|---|---|--|--|----------------------------------|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | | |
| QUARTIER VILLAGE Tandem Alerte Centre-Sud Table d'aménagement Table prostitution Spectre Le Roc Le Bunker | ORGANISMES: relatifs à la sécurité et les autres. <u>Membership</u> | N'a pas été mesurée par les sondages. Donnée qui pourrait être utile mais qui n'est pas nécessaire. Les organismes relatifs à la sécurité publique et aux clientèles perçues comme des facteurs de risque sont préoccupés. | Les organismes relatifs à la sécurité publique et aux clientèles perçues comme des facteurs de risque sont motivés. Nous serons pour eux de nouveaux partenaires et de nouveaux alliés et nous leur apporterons de nouvelles ressources: l'union fait la force ! | Se faire reconnaître comme des intervenants valables. Se concerter avec eux. Échanger de l'information. | Leur écrire, les rencontrer. Devenir membres et siéger aux tables. Organiser des focus-groupes. Vidéo: sensibilisation, information, prévention, habilitation (victimes et témoins). Valoriser les bons samaritains: rubrique Sécurité dans les média gais. Rubrique dans les média gais. TV et radio communautaires. Numéro de téléphone. | | Faire un calendrier des visites. |
| | ORGANISMES: relatifs à la sécurité et les autres. <u>Responsables</u> | Le quartier est saturé de ressources: quelle étude a été faite sur l'impact de ces ressources sur la qualité de vie sociale et l'activité commerciale dans le quartier ? Le SPCUM favorise de facto un périmètre de contrôle, contre l'éparpillement des jeunes parce que plus facile à contrôler dans ce secteur. Certaines ressources sont mal situées sur les | Nous les reconnaitrons comme des interlocuteurs valables. Le Conseil du quartier a mis la sécurité publique comme priorité. | Établir des mécanismes d'interaction. | Brochure: sensibilisation, information, prévention, habilitation (victimes et témoins). Dépliants. Affiche. Vignette. Logo + slogan. Produire un micro-cours d'auto-défense + programme de formation. Tableau électronique publique. Mobile mécanique sur le toit d'un édifice du Village | | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|---------------------------------|--------------------------------------|--|---|--|--|--|---------|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | | |
| QUARTIER VILLAGE (suite) | Commerces | OUI à cause des réactions de leurs clientèles. | <p>Nous serons pour eux de nouveaux partenaires et de nouveaux alliés et nous leur apporterons de nouvelles ressources: l'union fait la force !</p> <p>Nous les reconnaitrons comme des interlocuteurs valables.</p> <p>Nous serons à leur écoute et leur offrirons des outils.</p> | <p>Obtenir leur feed-back au sujet de l'attitude et de l'intervention policière.</p> <p>Entretenir une interaction régulière</p> | <p>Campagne de vignette: GAY-SAFE !</p> <p>Information: quoi faire pour une victime.</p> <p>Accueil des nouveaux commerces.</p> <p>Des rencontres par catégorie de commerces (avec des policiers)</p> <p>Premiers-intervenants (Stéphane) + Jardiniers du Village</p> <p>Canal direct pour communiquer information à la Police information au sujet des ressources.</p> <p>Forum</p> | | |
| | En général: gaie et non-gaie. | | | | | | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|--------------------------|------------------|---|--|--|---|--|---------|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | | |
| PDQ 22 | Direction | <p>En fonction des plaintes et des signalements reçus.</p> <p>En fonction des demandes du milieu et de leurs supérieurs (SPCUM)</p> | <p>Son image vis à vis le SPCUM et le milieu.</p> <p>Vérifier s'il est vraiment responsable du dossier Gais et Lesbiennes au SPCUM.</p> <p>L'impliquer dans notre action + relations personnelles: mêmes stratégies qu'en 1988-92.</p> <p>Donner de la visibilité et de la reconnaissance aux résultats obtenus.</p> | <p>Se faire reconnaître officiellement comme partenaire et personnellement comme interlocuteurs: un lien officiel mais non bureaucratique. Développer le réflexe de nous appeler quand il y a un problème.</p> <p>Savoir ce qui a été fait depuis l'ouverture du PDQ en regard de chacun de nos objectifs: objectifs et résultats auprès du milieu gai, des commerçants (ilotiers ?) et du quartier, leurs contacts avec le CCGLM et DELV.</p> <p>Connaître leur point de vue sur notre plan stratégique.</p> <p>Partage d'informations réciproquement utiles: carte des événements.</p> <p>Augmenter le nombre de signalements et de plaintes.</p> <p>Obtenir plus de patrouilles à pied.</p> <p>Influencer leurs stratégies de</p> | <p>Rencontrer André Proulx pour valider notre plan (1)</p> <p>Rencontrer le Commandant Fournelle.</p> <p>Se faire attribuer un agent de liaison.</p> <p>Se donner un calendrier de rencontres régulières</p> <p>Se faire attribuer un policier sur notre équipe.</p> <p>Obtenir une rubrique du Commandant dans les hebdo du quartier: en parler à André Gagnon.</p> <p>Des rencontres avec les commerçants, avec la population ?</p> <p>Faire les pressions politiques nécessaires pour supporter les demandes du PDQ-22 en ressources nécessaires à l'action commune.</p> | <p>(1) Le plus tôt possible pour valider tout ça avant la présentation au Comité du Village.</p> | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|--------------------------|-----------|---|---|---|---|--|---------|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | | |
| PDQ 22 | Policiers | Le sondage révèle qu'une partie des policiers sont indifférents et/ou ne croient pas à la motivation des citoyens. On ne peut pas prendre pour acquis que le policier est préoccupé et motivé: banalisation. | | <p>Connaître leur feed-back, leur point de vue, leurs suggestions: les irritants, les résistances.</p> <p>Améliorer l'attitude vis à vis les plaintes et signalement, surtout vis-à-vis les victimes.</p> <p>Identifier ce qu'ils ont besoin de nous, ce qui leur serait utile.</p> | <p>Rencontrer chaque relève.</p> <p>Médiatiser (média gais + quartier) tous les bons coups.</p> <p>Saluer les policiers sur la rue.</p> | | |
| | | <p>Mettre l'accent sur la solution des problèmes de leur point de vue: démontrer que leur travail sera plus efficace sur des objectifs communs précis et ciblés. Les impliquer individuellement + relations personnelles: même stratégies qu'en 1988-92. Donner de la visibilité et de la reconnaissance aux résultats obtenus.</p> | <p>Établir un contact personnel: connaître chacun des policiers et se faire connaître de chacun d'eux.</p> <p>Identifier les policiers réceptifs et résistants.</p> <p>Se faire connaître comme interlocuteurs officiels et valables: développer le réflexe de communiquer avec nous par le contact direct.</p> | | | | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|--------------------------|---------------|--|---|---|---|--|---------|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | | |
| POPULATION EN GÉNÉRAL | Non résidente | <p>Population hétérosexuelle: non sondée.</p> <p>Ceux qui travaillent dans le Village: non sondés.</p> <p>Non préoccupées, connaissent la situation seulement par les événements médiatisés.</p> <p>Ne réagissent pas aux agressions homophobes comme aux agressions racistes.</p> | <p>Ignorants, indifférents, pas concernés, touristes.</p> <p>Ça peut arriver à une personne que vous connaissez et qui est gaie.</p> <p>Ça peut arriver à une personne que vous connaissez et dont l'orientation homosexuelle vous est encore inconnue.</p> | <p>Rassurer: pas si pire ! On s'en occupe !</p> <p>Sensibiliser: agressions, victimes.</p> <p>Promouvoir le Village en Paix</p> | <p>Diffuser de l'information rassurante: donner l'heure juste, comparer aux autres quartiers.</p> <p>Donner une image positive du Village et du quartier.</p> <p>Parler du Village aux montréalais: un Village qui se prend en main.</p> <p>Médiatiser nos actions: diffuser des communiqués.</p> <p>Sensibiliser aux agressions homophobes: agresseurs proviennent hors du Village, l'agression homophobe ça existe. Pourquoi n'y a-t-il pas de réactions de sympathie comme envers les victimes d'agressions racistes ? Ça peut arriver à une personne que vous connaissez et qui est gaie ou à une personne que vous connaissez et dont l'orientation homosexuelle vous est encore inconnue.</p> | | |
| | GAIS INCLUS | <p>Les gais ont peur selon l'image qu'ils se font du Village par leur réseau social et la rumeur du milieu: ils choisissent de plus ou moins fréquenter le Village.</p> <p>Effet amplificateur de la rumeur gaie.</p> | <p>Sens de la justice, de l'équité; valeurs antviolence.</p> <p>Les gais ont avantage à améliorer le Village pour continuer à le fréquenter en paix avec leurs amis.</p> | | | | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

| PROCESSUS DE RÉALISATION | | Degré de préoccupation réelle | Degré de motivation réelle | Objectifs choisis: résultats réalisables, observables et mesurables | Inventaire des moyens efficaces et des ressources nécessaires et disponibles | Interventions choisies: actions, message | Quand ? |
|--------------------------|---|---|--|---|---|--|---------|
| POPULATIONS CIBLÉES | | | | | | | |
| MÉDIA | <p>Fugues RG Orientations Être Mirror SORTIR Radio communautaire</p> <p>Gais</p> | Depuis toujours ! | Assumer un leadership dans leur milieu. Satisfaire et répondre aux besoins de leurs lecteurs: annonceurs + lectorat. | <p>O B T E N I R D E L' E S P A C E L E M O I N S C H E R</p> <p>Communiquer avec les lecteurs en fonction des objectifs déjà établis aux pages 7 et 8:</p> <p>INFORMER MOBILISER HABILITER</p> <p>Rubrique régulière pour le commandant du PDQ-22. Dossiers réguliers: Un Village (quartier) en paix.</p> <p>Rejoindre la population générale qui fréquente le Village occasionnellement et principalement les gais clandestins et les gais non-résidents.</p> <p>Objectifs déjà définis à la page 11.</p> | <p>Organiser un comité ad hoc média pour finaliser la stratégie de mobilisation des média, faire un devis en fonction de nos besoins et un appel aux média: un appel d'offre écrit ou une réunion.</p> <p>Ce comité : Luc, André Faivre, André Gagnon, un commerçant, un membre des communications. Consulter quelques journalistes gais comme Passiour, Carle Bernier-Genest, etc.</p> <p>Identifier les interlocuteurs valables: journalistes, pigistes: organiser des petits soupers avec eux 2 fois par année.</p> <p>Identifier les temps forts: sensibiliser au printemps et faire le bilan à l'automne, Feux d'artifices, St-Jean, Divers-Cité, Black & Blue... de grande affluence dans le Village</p> <p>Offrir l'exclusivité</p> | <p>DÈS APRÈS LE 20 OCT</p> | |
| | <p>Faubourg Être</p> <p>Quartier</p> | OUI ! À cause de l'éditeur | Implication personnelle de l'Éditeur. | | | | |
| | <p>Voir ICI</p> | Très peu | VOIR: NON ICI: Opportunisme | | | | |
| | <p>Journal de Montréal La Presse</p> <p>Généraux</p> <p>Le Devoir La Gazette TV/Radio</p> | Rare. Couvrent l'actualité. S'intéressent aux scandales, aux scoop | Couvrent l'actualité et l'événement. Ouverts à des dossiers occasionnels. On est 10% du lectorat: à défricher et à développer. | | | | |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

Voici les 4 groupes accusés par les sondages auprès des commerçants et des clientèles d'être la cause de l'insécurité et de la mauvaise réputation du Village. 80% des répondants aux sondages les ont désignés comme facteurs principaux de leur insatisfaction.

| | SQUEEGEES | COMMERCIAUX SUR LA RUE GARÇONS (SAISONNIER) | ITINÉRANTS JEUNES ET VIEUX | VENDEURS RÉGULIERS DE DROGUE |
|-------------------|---|--|--|--|
| QUI ? | Peuvent être punk, consommateurs de drogue, itinérants. Garçons et filles. | Peuvent consommer ou vendre des drogues. Très rarement itinérants. Souvent hétéro, bi: ont une blonde. Quelques gais. Dès 15 ans ! | Consomment souvent, quelque fois punk ou squeegees, très rarement prostitués. Garçons et filles. | Pas de prostitués, ni de punk, ni d'itinérants ni de squeegees. Garçons + 1 ou 2 filles. Plus vieux font travailler plus jeunes. |
| OÙ ? | Sur Ste-Catherine: Papineau, Amherst, St-Hubert. Sur René Lévesques x Papineau Sur Notre-Dame: Papineau, De Lorimier. Problèmes plus grands: Ontario x De Lorimier | Quadrilatère: Ste-Catherine, Champlain, René-Lévesques, Alexandre-de-Sève. Coin S-O Champlain x Ste-Catherine. Sur Ste-Catherine: entre Papineau et Plessis. Sur René Lévesque: entre Champlain et Panet De Maisonneuve x Cartier. Clubs de danseurs, hôtels, parcs. | Partout sur Ste-Catherine et Ontario | Sur Ste-Catherine: coins Champlain, Plessis, Panet, Visitation. Parcs. |
| AVEC QUI ? | Grégaires. | Individualistes mais partagent un lieu de travail commun et des clients. Passent du temps ensemble. Clivage selon les prix et le lieu de travail. | Individualistes mais entraide et partage d'une condition. (Punk plus grégaires sur la rue) | Individualistes mais font partie d'une organisation: responsables, fonctions, horaires, règles. |
| VALEURS | Anarchistes (punk), non-conformistes. Mode de vie: liberté, autonomie. Travaillent: autonomie, dignité. Assument leur condition. Certaine intégration des valeurs. Valeurs collectives: la gagne. | L'argent pour la drogue, la survie ou le luxe. Travaillent: débrouillardise, autonomie, intégré dans la société de consommation (contraire du punk). Mise en marché: look important, respect du client. Concurrence assez bien gérée. Individualistes mais réactions syndicalistes à l'occasion. Confusion et contradiction au niveau affectif et relationnel. | Variant selon l'âge. | L'argent. Les vendeurs de VERT se valorisent en comparaison des vendeurs de BLANC: <i>moi j'vens pas d'ça ! C'est d'la marde !</i> Obtenir sa propre consommation. |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

Voici les 4 groupes accusés par les sondages auprès des commerçants et des clientèles d'être la cause de l'insécurité et de la mauvaise réputation du Village. 80% des répondants aux sondages les ont désignés comme facteurs principaux de leur insatisfaction.

| | SQUEEGEES | COMMERCIAUX SUR LA RUE GARÇONS (SAISONNIER) | ITINÉRANTS JEUNES ET VIEUX | VENDEURS RÉGULIERS DE DROGUE |
|-----------------------------------|---|---|--|---|
| VIOLENTS ? | Armés de leur outil de travail. Vêtements peuvent comporter des armures défensives et des accessoires offensifs. Look agressant ? Pas violents sauf si attaqués. Peuvent être agressifs par frustration. | Très rarement: pas bon pour les affaires. Savent se défendre par leur liens avec des vendeurs ou le milieu. Quelques fois victimes d'un client. | Comportement sous l'effet des substances psychotropes. En général pacifiques. Look agressant ? Quête insistante. Peuvent être agressifs par frustration ou colère. | La loi du milieu: l'organisation sait se défendre. La violence peut servir à gérer le territoire et à rendre justice (collection). Peuvent être armés. Il y a des soldats comme dans les fourmières. Aucune observation de violence contre un tiers (autre que vendeur ou consommateur). |
| RÉPUTATION | Mauvaise: font peur, vêtements. Dérangeant. Mauvaise image pour le quartier et la Ville. Fortement médiatisée. Une certaine sympathie: travaillent pour leur argent, certains sont agréables. | La meilleure des 4 groupes sauf... Jugement moral: condamnation. Présence de mineurs. En général comportement et look acceptables. Une certaine sympathie: légalisation de la prostitution. Leurs clients sont aussi des clients d'établissements commerciaux: complicité plus ou moins hypocrites. | Mauvaise: font peur, dérangeant. Souvent toxicomanes. Ne travaillent pas (comme le squeegee ou le commercial): <i>quêteux</i> . | Mauvaise: criminalité, illégalité, crime organisé, <i>la drogue tue</i> . Leurs clients sont d'avis contraire. Ils font parti du décor de la rue: certains sont sociables. Une certaine sympathie: légalisation des drogues dites <i>douces</i> . |
| MOTIVATION AU CHANGEMENT | Avoir la paix (police) Améliorer leur image Une certaine reconnaissance de leurs valeurs positives. Influence du groupe. | Avoir la paix (police). Améliorer leur image. S'organiser pour un meilleur commerce. Sortir de la rue. Alternatives à la prostitution. | Améliorer leur sort. Sortir de la rue. Désintoxication ? | Avoir la paix (police) |
| OBJECTIFS DE COEXISTENCE ? | Éliminer les irritants, améliorer leur marketing. Vous vous disciplinez (non violence, non harcèlement, sourires: <i>le Village vit bien avec ses squeegees</i>) ou vous disparaissiez (police). Alternatives et services adaptés (concertation). NE PAS LEUR DONNER D'ARGENT (?): Donnez aux organismes, pas aux jeunes (?) | Sortir les mineurs de la prostitution et de la rue. Discrétion, autres lieux que la rue. Alternatives et services adaptés (concertation). | ??? Les envoyer ailleurs ? Alternatives et services adaptés (concertation). NE PAS LEUR DONNER D'ARGENT (?): Donnez aux organismes, pas aux jeunes (?) | Éliminer la consommation (surtout junkies) sur la rue et dans les parcs. <i>Éliminer la vente visible: Cachez-vous !</i> Collaboration au sujet des seringues dans les parcs: policer l'usage. <i>Nettoyez !</i> Pas de vente aux mineurs. À la Police: <i>attrapez les gros de la rue, foutez la paix aux flos !</i> Vous vous policez et vous respectez le Village, ou bien on fera tout pour vous faire disparaître (Police) DROGUES DURES: TOLÉRANCE ZÉRO (?) |

DOCUMENT DE TRAVAIL CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

Voici les 4 groupes accusés par les sondages auprès des commerçants et des clientèles d'être la cause de l'insécurité et de la mauvaise réputation du Village. 80% des répondants aux sondages les ont désignés comme facteurs principaux de leur insatisfaction.

| | SQUEEGEES | COMMERCIAUX SUR LA RUE GARÇONS (SAISONNIER) | ITINÉRANTS JEUNES ET VIEUX | VENDEURS RÉGULIERS DE DROGUE |
|----------------------------------|---|--|---------------------------------------|---|
| PISTES D'INTERVENTION | <p>Augmenter le taux de tolérance dans le milieu à leur égard: remplacer les perceptions par la réalité.</p> <p>Participer aux lieux de concertation au sujet de ces groupes: consulter les intervenants.</p> <p>Supporter les travailleurs de rues et les organismes impliqués.</p> <p>Consulter les premiers intéressés: réunir un focus groupe avec Chass, Éric-17, Cédric, Jonathan, Éric-22, Ghyslain, Bob, Lance, Tommy, etc.</p> <p>Maintenir les liens avec les contacts déjà établis au sein de chacun de ces 4 groupes: influencer dans le sens de nos objectifs..</p> <p>Se concerter avec le PDQ-22 et appuyer leurs demandes de ressources suffisantes.</p> <p>Campagne de sensibilisation # ressources existantes et problèmes.</p> <p>Il y a des squeegees et des itinérants parce que c'est payant pour eux.</p> <p>Dire aux jeunes: utilisez les ressources, pas la rue (les ressources sont subventionnées pour vous aider)</p> <p>Le Centre-Sud est saturé de ressources: quelle étude a été faite sur l'impact de ces ressources sur la qualité de vie sociale et l'activité commerciale dans le quartier ?</p> <p>Le SPCUM favorise de facto un périmètre de contrôle, contre l'éparpillement des jeunes parce que plus facile à contrôler dans ce secteur</p> <p>Certaines ressources sont mal situées sur les artères commerciales et attirent ainsi ces jeunes sur ces artères.</p> | | | |

COMITÉ DU VILLAGE

Chambre de commerce gaie du Québec

POUR UN VILLAGE EN PAIX

Objectifs et plan d'action
1998-1999

DOCUMENT CONFIDENTIEL

PAS POUR DIFFUSION NI CIRCULATION

André Faivre

Octobre 1998

Luc Pharand