

White Ribbon

FOR WOMEN 2018

SUMMARY

ÉDITO	5
AGISSEZ CONTRE LE CYBER-HARCÈLEMENT WHITE RIBBON FOR WOMEN 2018	9
WHITE RIBBON FOR WOMEN 2018 MOBILISE TOUTES LES MARQUES DU GROUPE KERING	13
LA FONDATION KERING FOCUS SUR LES PROJETS À DESTINATION DE LA GÉNÉRATION Z	15
CHIFFRES CLÉS: LE CYBER-HARCÈLEMENT, UNE NOUVELLE VIOLENCE, ENVAHISSANTE ET SEXISTE	18
CONTACTS PRESSE	21

ÉDITO

« Tout le monde a le droit de se sentir en sécurité sur le web. Nous devons enrayer la vague d'actes malveillants qui visent à intimider les femmes et à les réduire au silence. Dans le cadre de l'édition 2018 de notre campagne White Ribbon for Women, je suis fier de fédérer toutes les marques du Groupe Kering pour lever des fonds qui serviront à combattre les violences faites aux femmes. Ensemble, agissons contre le cyber-harcèlement. »

François-Henri Pinault,
Président-Directeur général de Kering et
Président de la Fondation Kering



Dans le monde, les femmes ont 27 fois plus de risques d'être harcelées en ligne que les hommes.¹

Le cyber-harcèlement \si.bɛʁ.aʁ.sɛl.mɑ̃\ *n.m.* désigne les « violences infligées de façon délibérée et répétée par l'entremise d'ordinateurs, de téléphones mobiles et d'autres appareils électroniques. »²

Selon la définition de l'ONU, les cyberviolences visant les femmes et les jeunes filles désignent à la fois la tenue de propos haineux, le piratage, l'usurpation d'identité, le fait d'espionner ou de harceler une personne à l'aide d'internet, et la profération de menaces.³

#IDontSpeakHater
Agissez contre le cyber-harcèlement

¹ http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2015/cyber_violence_gender%20report.pdf?vs=4259

² <http://www.cyberbullying.org>

³ http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2015/cyber_violence_gender%20report.pdf?v=1&d=20150924T154259

AGIR CONTRE LE CYBER-HARCÈLEMENT

CAMPAGNE WHITE RIBBON FOR WOMEN 2018

Créée en 2008 par François-Henri Pinault, la Fondation Kering lutte contre les violences qui touchent un tiers des jeunes filles et des femmes à l'échelle planétaire.

En plaçant cette mission essentielle au cœur de chacune de ses actions et de ses campagnes de mobilisation, la Fondation Kering a choisi de faire bouger les lignes et d'être moteur au service du changement, en devenant ainsi pionnière.

Chaque année, au mois de novembre, la Fondation Kering attire l'attention sur les violences faites aux femmes à travers la campagne White Ribbon for Women, à l'occasion du 25 novembre, Journée internationale pour l'élimination des violences faites aux femmes.

Pour cette septième édition de la campagne White Ribbon for Women, la Fondation Kering a choisi de se concentrer sur un phénomène qui ne cesse de prendre de l'ampleur: le cyber-harcèlement sexiste. La législation française et celles de nombreux pays condamnent aujourd'hui les auteurs de menaces en ligne et les entreprises du web s'attèlent à faciliter le signalement des propos haineux. Mais l'anonymat des internautes est toujours d'actualité et les victimes de cyber-harcèlement se trouvent dans une situation inextricable: 24h/24, 7 j/7, cette violence se répand comme une trainée de poudre. Et souvent, les victimes de harcèlement en ligne sont aussi l'objet d'intimidations ou de persécutions dans le monde réel.⁵ Il est donc urgent d'agir.

L'édition 2018 de la campagne, organisée du 16 au 30 novembre prochain, est conçue pour encourager la génération Z – la première à n'avoir jamais connu un monde sans internet – à intervenir lorsqu'ils sont les témoins d'actes d'incivilité sur le web. Ces jeunes, nés après 1995 et donc rompus à l'usage d'internet, consultent plus de dix contenus en ligne chaque jour⁶ et sont les premiers touchés par le cyber-harcèlement. Près de la moitié d'entre eux y a déjà été confronté, et un quart en a déjà subi les conséquences de façon répétée.⁷

À travers #IDontSpeakHater et IDontSpeakHater.org, la Fondation Kering appelle cette jeune génération à défendre ses pairs du cyber-harcèlement. L'objectif est que les jeunes femmes et hommes, lorsqu'ils voient un commentaire insultant sur le web, soutiennent la personne attaquée en transformant les propos empreints de haine en un discours

>>

responsabilisant. La campagne incite les jeunes témoins à sortir du silence et à reformuler les commentaires injurieux avec une tonalité positive, un trait d'esprit ou d'humour, afin de montrer à celui qui déverse sa haine que ses propos ne mènent à rien. Comme le ferait le correcteur automatique d'un smartphone...

Outre sa volonté d'attirer l'attention sur la problématique des violences en ligne parmi la Génération Z et de rappeler que ce phénomène touche infiniment plus les jeunes filles et les femmes, la campagne souhaite souligner les souffrances psychologiques qui découlent des actes de cyber-harcèlement, et de leur omniprésence.⁸ Les conséquences des violences en ligne sont en tous points similaires à celles des violences physiques : stress post-traumatique, crises d'angoisse, sommeil perturbé, dépression et douleurs physiques.⁹

Alors qu'il était d'usage jusqu'ici de « ne pas faire le jeu des trolls », et donc de garder le silence, les experts expliquent que cette absence de réaction leur permet non seulement de continuer à agir en toute impunité, mais contribue aussi à la banalisation des violences envers les femmes et les jeunes filles.¹⁰ Pour enrayer ce phénomène, la Fondation Kering est intimement convaincue que les témoins d'actes malveillants doivent intervenir.

Le hashtag #IDontSpeakHater fera d'abord son apparition sur les réseaux sociaux des sept pays clés¹¹ où la Fondation Kering lutte activement contre les violences faites aux femmes. La campagne invitera une *WhiteRibbonSquad* composée d'influenceurs, à relayer cet appel aux jeunes du monde entier afin de briser la chaîne de la haine, de combattre l'effet de bande en ligne et d'encourager chacun à changer de vocabulaire, de mentalité et de comportement.

⁴ <https://www.bullying.co.uk/cyberbullying/what-is-cyberbullying/>

⁵ www.centre-hubertine-auclert.fr

⁶ <https://www.marketingtechnews.net/news/2018/feb/09/gen-z-engaging-10-hours-online-content-day>

⁷ <https://www.dosomething.org/us/facts/11-facts-about-cyber-bullying>

⁸ NSPCC Cyberbullying

⁹ #HerNetHerRights : cartographie de l'état des violences en ligne ciblant les femmes et jeunes filles en Europe. Lobby européen des femmes

¹⁰ https://www.womenlobby.org/IMG/pdf/hernetherights_report_2017_for_web.pdf

¹¹ Mexique, États-Unis, Royaume-Uni, France, Italie, Chine, Japon

¹² <http://www.bullyingstatistics.org/content/cyber-bullying-statistics.html>

Plus de la moitié des adolescents et jeunes adultes ont déjà été harcelés ou intimidés sur internet, et ils sont quasiment autant à avoir commis des actes de ce type .

Agissez contre le cyber-harcèlement

#IDontSpeakHater

Espèce de SALOPE.

J'imagine que tu voulais dire :

Subtile, Affirmée, Libérée, Ouverte, et Partisane de l'Égalité.

#IDontSpeakHater

Va MOURIR.

Aller **COURIR**? Je sors tout juste d'un semi-marathon, alors pas tout de suite!

#IDontSpeakHater

Gros THON.

Talentueuse, Humble, Originale et Naturelle... c'est tout moi!

#IDontSpeakHater

Sale PUTE.

Partage. Unité. Tolérance. Empathie.

#IDontSpeakHater

WHITE RIBBON FOR WOMEN 2018 MOBILISE TOUTES LES MARQUES DU GROUPE KERING

Pour célébrer le 10^e anniversaire de la Fondation Kering, toutes les Maisons du Groupe unissent leurs forces, pour la première fois dans le cadre de l'édition 2018 de la campagne White Ribbon for Women, afin de collecter des fonds destinés à la lutte contre les violences faites aux femmes.

En soutien aux partenaires de la Fondation Kering, douze marques reverseront, du 16 au 30 novembre prochain, 10 % du prix de vente du produit ou de la gamme de produits de leur choix à des programmes soutenus par la Fondation. La campagne White Ribbon for Women sera déclinée dans 1 300 boutiques, ce qui devrait permettre de sensibiliser des clients à l'échelle mondiale.

Gucci : Sac à épaule Sylvie en petite taille et lunettes de soleil œil-de-chat Sylvie
Saint Laurent : Niki Medium en cuir vintage froissé, Hoodie Saint Laurent Rive Gauche, T-shirt Saint Laurent Rive Gauche
Bottega Veneta : Ellittica Tote, BV Luna, Ellittica Chain wallet
Balenciaga : "Puppy and Kitten" bags
Alexander McQueen : Jewelled Satchel
Brioni : toutes les cravates
Boucheron : Quatre White Edition
Pomellato : Iconica
DoDo : Precious Jewel
Qeelin : Wulu pendant in 18k white gold with diamonds
Ulysse Nardin : Diver 44 MM – Great White Ti LE/300
Girard-Perregaux : Laureato Ceramic, White Ribbon Special Edition

LA FONDATION KERING

Créée en 2008 par François-Henri Pinault, la Fondation Kering s'engage activement contre les violences faites aux femmes, un phénomène qui touche 1 femme sur 3 dans le monde. Elle soutient des projets en partenariat avec des ONG locales et des entrepreneurs sociaux, et organise des campagnes de sensibilisation au Mexique, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Italie, en Chine et au Japon.

SENSIBILISER LE PUBLIC

Au travers de campagnes en externe et en interne, la Fondation Kering cherche à faire évoluer les comportements et à accroître la visibilité d'un sujet qui reste encore tabou. En 2018, le mouvement #MeToo a permis de faire prendre conscience au plus grand nombre de l'urgence du sujet. Dans un monde de plus en plus à l'écoute et où les tabous sur les violences faites aux femmes tombent, le droit des femmes de vivre à égalité avec les hommes est désormais clamé haut et fort. En 2012, la Fondation a imaginé la toute première campagne White Ribbon for Women pour sensibiliser à une problématique jusqu'alors trop tabou. 2018 marque la 7^e édition de cette campagne qui, cette année, s'adresse à la Génération Z, à commencer par les jeunes hommes, et l'appelle à agir contre toutes les formes de cyber-harcèlement.

La Fondation Kering œuvre également pour créer au sein du Groupe un environnement de travail bienveillant qui soutient les victimes de violences conjugales, un phénomène qui affecte toutes les classes sociales, cultures et nationalités. 1 femme sur 10 en France est victime de violences conjugales, 1 sur 4 aux États-Unis, 1 sur 3 en Italie, ... Il est donc de la responsabilité des entreprises de jouer un rôle dans la prévention de ces violences. Forte de cette conviction, la Fondation Kering a conçu une formation de sensibilisation d'une durée de trois heures pour lutter contre les violences conjugales à destination des collaborateurs du Groupe Kering. Lancée en France en 2010 en partenariat avec Solidarité Femmes, cette formation a depuis été dupliquée avec D.i.Re en Italie, Women's Aid au Royaume Uni et le NNEDV et la NAESV aux États-Unis. Depuis 2010, près de 1 200 collaborateurs de Kering ont suivi cette formation, y compris le Comité Exécutif du Groupe.

En parallèle, la Fondation Kering a lancé, aux côtés de la Fondation Face, le premier réseau européen d'entreprises qui s'investissent dans la lutte contre les violences faites aux femmes. En novembre 2018, les présidents des sociétés membres se sont retrouvés à Paris pour signer

>>

une charte à travers laquelle ils s'engagent à prendre des mesures concrètes dans leur entreprise pour combattre les violences dont les femmes font l'objet et mieux accompagner celles qui en ont souffert.

COLLABORER AVEC DES ONG LOCALES

Depuis 2008, la Fondation a délibérément choisi de travailler avec un nombre restreint de partenaires avec lesquels elle co-construit différents programmes. Pour maximiser son impact, la Fondation travaille main dans la main avec des organisations qui mettent les femmes victimes de violences au cœur de leurs programmes pour améliorer l'ensemble des services proposés. En France, la Fondation travaille avec la Maison des Femmes depuis sa création. Officiellement ouvert en 2016, ce havre propose des soins ainsi qu'un accompagnement unique et global, non seulement médical mais également psychologique, émotionnel, mental et physique pour les survivantes de violences et plus particulièrement de mutilations sexuelles féminines. En Asie, la Fondation a noué un partenariat le Fonds « HER Fund » basé à Hong Kong qui travaille avec des femmes issues de populations marginalisées en mobilisant des ressources et des solutions.

SOUTENIR LES ENTREPRENEURS SOCIAUX

Les Kering Foundation Awards soutiennent et récompensent tous les deux ans des entrepreneurs sociaux qui mettent leurs idées novatrices au service de la lutte contre les violences faites aux femmes. Les lauréats bénéficient d'un soutien financier, de deux ans de mentorat par un collaborateur du Groupe Kering, ainsi que d'un programme d'incubation d'une durée de six mois par un expert de l'innovation sociale. Ce programme a été mis en place afin de mieux répondre aux besoins des entrepreneurs sociaux, de leur permettre de se professionnaliser et d'accélérer leur développement; le tout au service de leur mission en faveur des hommes et des femmes qu'ils accompagnent.

BÂTIR ENSEMBLE UN MONDE SANS VIOLENCES : LES 10 PROCHAINES ANNÉES

Alors que la Fondation Kering entame une deuxième décennie de lutte contre les violences faites aux femmes, elle compte renforcer ses partenariats actuels, mais aussi en établir de nouveaux avec des experts du domaine. La Fondation continuera d'apporter un financement flexible et durable aux associations locales afin de co-construire des programmes impactants au plus près des femmes. Elle étendra son action à des programmes de prévention, et en particulier, à des projets qui travaillent avec les jeunes hommes et garçons et une certaine vision de la masculinité, afin de mettre, ensemble, un terme aux violences faites aux femmes.

FOCUS SUR LES PROJETS DESTINÉS À LA GÉNÉRATION Z
Voici trois exemples de partenariats nouveaux que la Fondation Kering a lancés en 2018. Ceux-ci sont avant tout destinés aux jeunes générations.

Briser la loi du silence **Project Dot : Dream-Own-Tell** **www.projectdot.info**

En 2018, la Fondation Kering a lancé un nouveau partenariat avec The New York City Alliance Against Sexual Assault pour soutenir le « Project DOT », un programme novateur pour aider les jeunes issus de quartiers défavorisés à se prendre en main pour se défendre contre les agressions sexuelles. Project DOT offre à ces jeunes qui n'ont souvent pas accès aux programmes traditionnels sur les relations saines et la prévention des violences sexuelles, une plateforme pour définir et partager des messages positifs : rêver (Dream) d'un monde dans lequel les violences sexuelles n'existent pas, assumer (Own) leurs pensées et leurs voix uniques, raconter (Tell) leur histoire et apporter de nouvelles connaissances dans leurs quartiers.

'The Future of Manhood' **Manhood 2.0 New York City** **www.promundoglobal.org**

En 2018, la Fondation Kering a commencé à travailler avec Promundo et son programme *Manhood 2.0*, qui analyse les normes de genre et leur toxicité pour les jeunes femmes comme pour les jeunes hommes. Cette initiative cherche à faire évoluer les mentalités des jeunes hommes en les faisant réfléchir au système de valeurs inégalitaires dans lequel ils ont été élevés, à leur définition de ce qu'est « être un homme » et à l'impact sur leur santé, leurs relations, les violences, les problèmes de santé mentale, la consommation de stupéfiants, et autres difficultés. Le programme veut à terme libérer les hommes de la « boîte » qui les a encouragés à penser et se comporter d'une manière qui porte atteinte aux femmes et aux jeunes filles.

Quand un projet open-source sauve des vies **Chayn** **Chayn.co**

Cette bibliothèque collaborative en ligne, un des sept lauréats de l'édition 2018 des Kering Foundation Awards pour l'entrepreneuriat social, est une mine de ressources extrêmement précieuses pour les femmes confrontées aux violences. Avec des contenus produits par les survivantes elles-mêmes et des conseils d'experts, des guides en ligne : « Do It Yourself Online Safety » aident les victimes de violences à éviter que les agresseurs ne suivent leur historique de connexion ou encore « comment monter un dossier de violences conjugales sans avocat ». À travers son projet 'Tech vs. Abuse', Chayn aspire à mettre les technologies numériques au service des femmes qui veulent protéger la confidentialité de leurs données personnelles et se prémunir du harcèlement en ligne. Depuis son lancement, en 2013, plus de 200 000 personnes ont consulté Chayn, un brillant exemple de la manière dont le design collaboratif peut atteindre un tel impact. Outre un soutien financier, la Fondation Kering accompagne Chayn sous forme de mentorat et de conseils de développement.

CHIFFRES CLÉS: LE CYBER-HARCÈLEMENT, UNE NOUVELLE VIOLENCE, ENVAHISSANTE ET SEXISTE

DANS LE MONDE



Plus d'**1** adolescent sur **3** a déjà fait l'objet de menaces en ligne.¹⁴

55 % des femmes font état de stress, d'anxiété et de crises d'angoisse générés par des violences ou du harcèlement en ligne.¹⁷



41 % des femmes qui ont été confrontées à des violences en ligne se sentent physiquement menacées.¹⁹



93 % des victimes de revenge porn (publication d'images ou vidéos intimes d'une personne à son insu et sans son consentement) disent en avoir énormément souffert.¹⁸

73 % des femmes ont fait l'objet de harcèlement en ligne.¹⁵



76 % des femmes confrontées à des violences en ligne ont changé leur façon d'être sur les réseaux sociaux.¹⁶

PAR RÉGION/PAYS

En Europe, **9 MILLIONS** de jeunes filles sont confrontées à une forme ou une autre de cyber violence avant d'atteindre l'âge de 15 ans.²⁰

Au Royaume-Uni, **LA MOITIÉ** des jeunes filles font l'objet d'intimidations

sur les réseaux sociaux et **1 SUR 5** s'est déjà sentie menacée par un commentaire publié sur internet.²²

1 jeune fille sur **4** en France est victime de harcèlement en ligne.²³



En Italie, **1** victime de harcèlement en ligne sur **3** s'inflige des mutilations.²⁴

Aux États-Unis, près de **1** personne sur **5** sera confrontée au cours de sa vie à des situations « extrêmes » de cyber-harcèlement, comme des menaces ou du harcèlement physique ou bien du harcèlement sexuel en ligne.



En Chine, **58%** des étudiants déclarent avoir été victimes de harcèlement en ligne.²⁵

Au Japon, **22%** des étudiants ont déjà souffert d'actes de cyber-harcèlement.²⁶

¹⁴ http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2015/cyber_violence_gender%20report.pdf?v=1&d=20150924T154259

¹⁵ Amnesty International/IPSOS MORI Poll 2017

¹⁶ <http://www.bullyingstatistics.org/content/cyber-bullying-statistics.html>

¹⁷ Amnesty International/IPSOS MORI Poll 2017

¹⁸ End Revenge Porn campaign, <https://www.cybercivilrights.org>

¹⁹ Amnesty International/IPSOS MORI Poll 2017

²⁰ http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2015/cyber_violence_gender%20report.pdf?vs=4259

²¹ <https://uisjournal.com/features/2018/04/14/cyberbullying-beyond-2018/>

²² <https://plan-uk.org/media-centre/almost-half-of-girls-aged-11-18-have-experienced-harassment-or-bullying-online>

²³ <https://www.centre-hubertine-auclert.fr/etude-cybersexisme>

²⁴ <http://www.azzurro.it/sites/default/files/Telefono-Azzurro-DossierBullismo-CampagnaBackToSchool-2016.pdf>

²⁵ <https://www.cybersmile.org/news/chinese-authorities-address-online-bullying>

²⁶ <http://academic-pub.org/ojs/index.php/IJCSE/article/viewFile/1382/302%20premi%C3%A8re%20page>

Rejoignez le mouvement
Agissez contre le cyber-harcèlement

IDontSpeakHater.org

CONTACTS PRESSE

Juliette Jacovidis
juliette.jacovidis@jaycommunication.com
+33 6 48 49 83 15

#IDontSpeakHater
#KeringForWomen
#WhiteRibbon

www.IDontSpeakHater.org

www.KeringFoundation.org

Twitter: [@KeringForWomen](https://twitter.com/KeringForWomen)
Facebook: [Kering Group](https://www.facebook.com/KeringGroup)
Instagram: [kering_official](https://www.instagram.com/kering_official)
YouTube: [Kering Group](https://www.youtube.com/KeringGroup)
LinkedIn: [Kering](https://www.linkedin.com/Kering)

KERING
FOUNDATION

