

## Communiqué de presse

---

POUR PUBLICATION LE 8 MARS

### ***Le Y des femmes et 7 personnalités luttent contre l'exploitation sexuelle***

Elles font campagne le 8 mars sur Instagram

**Date :** Sous embargo jusqu'au lancement le 8 mars 2019

**Lieu :** Montréal

---

Le Y des femmes, en collaboration avec l'agence DDB Canada Montréal, se tourne vers Instagram pour "piéger" les adolescentes québécoises afin de les sensibiliser au fait que les réseaux sociaux peuvent servir au recrutement à des fins d'exploitation sexuelle. Le but de cette campagne est de les encourager à exercer un jugement critique sur les offres que l'on peut trouver sur ces plateformes.

Lancée le 8 mars 2019 à l'occasion de la journée internationale des femmes, la campagne #LaisseToiPasAcheter s'articule autour de publications et de *stories* Instagram qui vantent la gratuité de vêtements et d'accessoires haut de gamme... avant de se transformer en message caché faisant de la sensibilisation contre l'exploitation sexuelle. Cette action utilise le populaire réseau social Instagram afin d'atteindre les adolescentes, très présentes sur cette plateforme. Grâce à la collaboration de DDB Canada Montréal et du photographe Jimmi Francœur, sept personnalités québécoises ont accepté de participer pour la cause.

Ainsi, le 8 mars au matin, les actrices Ludivine Reding, Julianne Côté et Catherine Brunet, la YouTubeuse Gloria Bella, l'ancienne participante d'*Occupation double* Noémie Bannes, la joueuse de tennis Françoise Abanda, ainsi que l'auteure Sarah-Maude Beauchesne rappelleront à leurs abonnés l'importance de faire preuve de vigilance sur les réseaux sociaux, où les proxénètes sont de plus en plus actifs.

Les photos de style éditorial mettront en valeur différents vêtements et accessoires tendance que les jeunes femmes présenteront comme une aubaine à saisir. Lorsque l'on cliquera sur l'offre, le message « *Laisse-toi pas acheter* » apparaîtra et rappellera aux jeunes utilisatrices de faire preuve de vigilance, qu'un cadeau peut effectivement être trop beau pour être vrai. La campagne souligne aussi l'importance de parler à une personne de confiance, aussitôt qu'une situation paraît louche et qu'il y a des ressources pour répondre aux doutes des jeunes filles ou de leur entourage.

Comme le souligne Mélanie Thivierge, présidente-directrice générale du Y des femmes de Montréal : « Nous sommes tous en constante relation virtuelle les uns avec les autres. Quand on est ado, on est en recherche de nouveauté, on se compare, on veut bien paraître... et on n'a pas d'argent! C'est difficile de distinguer le vrai du faux, de résister au glamour de la photo. Les écrans interposés créent l'illusion de développer de vraies relations, les cadeaux alléchants deviennent des appâts intéressants, ce qui vient faciliter le recrutement.



Nous sommes très reconnaissantes envers DDB d'avoir pensé et réalisé cette campagne et d'avoir su rallier autant de belles personnalités autour de la prévention de l'exploitation sexuelle. »

Des données récentes, partagées par la Centrale canadienne de signalement des cas d'exploitation et d'abus sexuels d'enfants sur Internet montrent qu'un jeune sur sept de 10 à 17 ans reçoit des sollicitations sexuelles non désirées sur Internet et que 26 % des enfants envoient des informations personnelles à des inconnus. L'âge moyen du recrutement à des fins d'exploitation sexuelle oscille autour de 14,7 ans.

L'aspect novateur de la campagne #LaisseToiPasAcheter est de combiner l'immense popularité de la plateforme Instagram avec le glamour des photos, l'attrait suscité par une aubaine irrésistible et l'influence indéniable des personnalités sélectionnées. Cette combinaison permet de créer une campagne à très grande portée et de transformer une méthode de recrutement potentiel en un puissant outil de prévention, auprès des adolescentes québécoises et de leurs parents.

### **À propos du Y des femmes**

Depuis 1875, le Y des femmes de Montréal, soutenu par sa Fondation, génère des changements positifs et durables en ce qui touche la prévention des violences faites aux femmes et aux filles ainsi que l'égalité et l'inclusion sociales et de genre. Par ses programmes novateurs et adaptés, en collaboration avec de nombreux partenaires, il contribue à bâtir un avenir meilleur pour les femmes, les filles et leurs familles dans la perspective d'une société juste où elles ont le pouvoir et la possibilité de participer à la mesure de leurs capacités.

Visitez le site web du [Y des femmes de Montréal](http://ydesfemmesmtl.org) pour en savoir plus sur ses services.

### **À propos de DDB Canada**

**DDB Canada** est l'agence de communication marketing canadienne la plus reconnue à l'échelle mondiale et la plus marquante pour sa créativité. Elle a été nommée agence numérique de l'année en 2015 par le magazine *Strategy* et deuxième meilleure agence au Canada selon le Gunn Report en 2015. Réputée pour ses publicités qui engendrent des résultats concrets pour ses clients, DDB Canada est une « entreprise offrant des services de communications complets » qui croit fermement que la créativité donne une longueur d'avance aux entreprises. DDB Canada a des bureaux à Vancouver, à Edmonton, à Toronto et à Montréal. L'agence œuvre dans différents domaines du secteur du marketing, notamment les relations publiques, la gestion d'événements, le numérique, les réseaux sociaux, les technologies mobiles, l'image de marque, le design, la publicité directe, la gestion des relations avec les clients et le marketing orienté client.

### **Pour de plus amples renseignements, des photos ou pour une entrevue :**

Élise Tardif-Turcotte – Chargée de relation médiatiques – Y des femmes de Montréal  
etardif@ydesfemmesmtl.org 514 866-9941, poste 230

Myriam Valcin, DDB relations publiques [myriam.valcin@can.ddbpr.com](mailto:myriam.valcin@can.ddbpr.com) 514 574-6224