



## Communiqué de presse / Pressemitteilung

---

Fribourg, le 27 septembre 2007

**TKI / WER BISCH : Rendez-vous sur [www.t-ki.ch](http://www.t-ki.ch). [www.wer-bisch.ch](http://www.wer-bisch.ch)**

**La Police cantonale fribourgeoise, le GRIMABU et la DICS lancent une campagne de prévention destinée à sensibiliser le public aux dérives liées à l'utilisation des moyens de communication modernes. Lancée dans les CO du canton par une action de «street marketing», la campagne sera présentée sur un stand à la Foire de Fribourg et sur un site internet, où les internautes auront, entre autres, la possibilité de chatter avec un inspecteur de police.**

Diverses affaires - tournantes, «happy slapping», viols collectifs filmés sur des téléphones portables et diffusés sur différents supports - mettant en scène notamment des mineurs, dans le canton de Fribourg ou ailleurs en Suisse, ont frappé l'opinion publique. La Police cantonale fribourgeoise a donc décidé de lancer, en partenariat avec le GRIMABU (Groupe interprofessionnel fribourgeois de prévention contre la maltraitance et les abus sexuels sur les enfants), et la DICS (Direction de l'instruction publique, de la culture et du sport), une campagne visant à sensibiliser le public aux dérives liées à l'utilisation des moyens de communication modernes.

Lors d'une conférence de presse organisée aujourd'hui, jeudi 27 septembre, au CO de Jolimont, Monsieur Laurent Eggertswyler, chef de la brigade Mœurs/Maltraitance de la Police cantonale, Monsieur Jean-Bernard Siggen, chargé de prévention à la Brigade des mineurs, Monsieur Pierre Dessibourg, chef du Service de l'enseignement obligatoire de langue française et Madame Françoise Morvant coordinatrice du GRIMABU, ont dévoilé les axes de cette campagne, réalisée dans les deux langues, et baptisée tki (wer bisch), raccourci sms, utilisé par les jeunes, de qui es-tu.

Le logo tki ainsi que l'identité visuelle de la campagne ont été réalisés par Monsieur Victor Ramalho, de la société Plurial Vision.

La campagne a démarré avec une opération de «street marketing» les mercredi 26 et jeudi 27 septembre 2007. Vêtus d'un tee-shirt tki - wer bisch - et d'un masque blanc, une vingtaine d'aspirants de l'Ecole de police 2007, accompagnés d'inspecteurs de la Police de sûreté, ont distribué, dans les cours de récréation des CO du canton, des cartes portant le slogan de la campagne, afin d'inciter tout un chacun, mais particulièrement les jeunes à consulter le site [www.t-ki.ch](http://www.t-ki.ch), [www.wer-bisch.ch](http://www.wer-bisch.ch). Les aspirants avaient le visage couvert pour symboliser l'anonymat des relations sur internet.

Conçu sur le plan technique par l'Ecole d'ingénieurs de Fribourg, le site internet sera officiellement ouvert aujourd'hui à 13 h 30. Il contient trois clips de prévention, réalisés par Isabelle Dufour, de la société lightproduction, un FAQ, un chat et un forum, géré et modéré par des spécialistes, des conseils de prévention destinés aux jeunes mais aussi aux parents. Les internautes auront ainsi la possibilité de dialoguer en ligne avec un inspecteur, une démarche plutôt inédite.

La campagne est présente à la Foire de Fribourg, qui se tient du 28 septembre au 7 octobre 2007 à Forum Fribourg. Dans un décor sobre et élégant, mais au design moderne et «technologique», le public est cordialement invité à venir partager ses expériences de parents ou d'adolescents sur le monde d'internet. Le stand a été réalisé par Christian Barras, de la maison CESA, à Bulle. La rapidité et la facilité de diffusion d'une information sur le web seront les thèmes principaux de l'exposition. Les moyens techniques pour y parvenir y seront exposés et des explications seront données par des spécialistes de la Police cantonale, du GRIMABU et de la DICS. Les visiteurs pourront gagner deux consoles Wii en participant à un concours organisé sur place. La remise des prix aura lieu le dimanche 7 octobre, à 17 h, sur le stand de la Foire de Fribourg, en présence de la Présidente du Conseil d'Etat, Mme Isabelle Chassot, Directrice de l'Instruction publique, de la culture et du sport, et du Commandant de la Police cantonale, M. Pierre Nidegger ainsi que d'un représentant du GRIMABU.



## **Intervention de Madame Françoise Morvant**

### **INFORMER SENSIBILISER PREVENIR**

Diverses affaires, mettant en scène des mineurs, dans le canton de Fribourg ou ailleurs en Suisse, ont frappé l'opinion publique : tournantes, « happy slapping » ou encore viols collectifs filmés sur des téléphones portables et diffusés sur différents supports. Au début de cette année, l'affaire dite « de Schmitt » a montré l'urgence de réagir. La Police cantonale fribourgeoise a décidé de lancer, en partenariat avec le GRIMABU (Groupe interprofessionnel fribourgeois de prévention contre la maltraitance et les abus sexuels sur les enfants), et la DICS (Direction de l'instruction publique, de la culture et du sport), une campagne de prévention sur les risques liés à l'utilisation des moyens de communication modernes et des nouvelles technologies ainsi que sur les dérives possibles lors d'une utilisation inappropriée de ces technologies. Dans sa première étape, cette campagne est notamment présentée à la Foire de Fribourg et développée sur un site internet.

Pour mettre sur pied cette campagne, de nombreuses personnes ont travaillé sans relâche depuis le 21 mars 2007, date de la constitution d'un groupe de travail sous la présidence du chef de la Police de sûreté du canton de Fribourg, M. Florian WALSER. Deux sous-groupes ont été créés : le premier a concentré ses efforts sur le concept, la technique et l'aménagement du stand de la Foire de Fribourg ; le second s'est attaché au contenu de la campagne (titre, logo, slogans, clips vidéos, information, publicité, marketing) et, à cet effet, il s'est adjoint le concours de professionnels : l'Ecole d'ingénieurs de Fribourg pour le site internet, Victor Ramalho, de Plurial Method & Vision, pour le graphisme, et Isabelle Dufour, journaliste indépendante, pour la réalisation des trois clips de la campagne.

Le groupe de travail a défini les objectifs de cette campagne :

- Créer un site internet (contenant notamment des clips vidéo)
- Tenir un stand lors de la Foire de Fribourg
- Ne pas se limiter à une action ponctuelle, mais perdurer sur plusieurs années

Tki se veut une campagne de prévention, d'information et de sensibilisation. Elle s'adresse en priorité aux jeunes de 12 à 18 ans. Elle concerne cependant aussi les parents et tous les adultes pour qui une documentation spéciale, qui sera à disposition à la Foire de Fribourg, a été élaborée.

Cette campagne a aussi pour objectif de mettre chacun face à ses propres responsabilités. Trois slogans TKI, sur la base de trois thèmes précis, sont traités dans trois clips : le chat, le téléphone cellulaire et la pornographie sur Internet. Ces clips sont diffusés aux sons de la chanson « Promenons-nous dans les bois... ». But de cette chanson: symboliser les dangers qui menacent l'innocence ou la méconnaissance.

Les questions posées par ces clips sont multiples, mais très simples : tki derrière ton pseudo ? tki pour laisser faire ? tki pour mater ? En clair, notamment : qui es-tu, toi qui te fais passer pour un adolescent dans les chats, qui es-tu toi pour filmer de tels actes et les diffuser, qui es-tu toi pour regarder ou diffuser de la pornographie ?

Mais encore, au-delà de toutes les questions clairement posées : qui es-tu, toi parent, pour ne pas te soucier du contenu des sites Internet que ton enfant regarde ou des appareils que tu mets entre ses mains ?

Une telle campagne s'inscrit donc parfaitement dans l'objectif premier du GRIMABU, qui est la prévention. C'est pourquoi le GRIMABU, qui lutte contre toute forme de maltraitance, donc concrètement de violence ou d'abus sexuels sur les enfants et les adolescents, a accepté d'emblée de soutenir concrètement cette campagne et de participer à son élaboration.

Dans un souci d'unité, le GRIMABU ouvre aujourd'hui au public – dès 13.30 heures - son propre site Internet, dans les deux langues. Un chapitre est notamment réservé à des conseils de prudence dans l'utilisation d'Internet et du téléphone cellulaire. C'est la preuve que ce problème est bien réel et qu'il est urgent d'agir sur tous les fronts.



## **Intervention Frau Françoise Morvant**

### **INFORMIEREN, SENSIBILISIEREN, VORSORGEN**

Verschiedene Vorfälle mit Minderjährigen im Kanton Freiburg und an anderen Orten der Schweiz, haben für Schlagzeilen gesorgt: es ging dabei um sogenannte Gangbans, „Happy-Slapping“, aber auch gemeinsam begangene Vergewaltigungen, die mit Handys festgehalten und danach als Filmsequenzen über verschiedene Datenträger in Umlauf gesetzt wurden.

Zu Beginn dieses Jahres zeigte die « Affäre Schmitt » dass ein dringender Handlungsbedarf besteht. Die Kantonspolizei Freiburg hat deshalb beschlossen, in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit GRIMABU (Freiburgische berufsübergreifende Gruppe zur Prävention von Kindesmisshandlung und sexuellem Missbrauch von Kindern) und der EKSD (Direktion für Erziehung, Kultur und Sport) eine Präventionskampagne zu starten zum neuen Phänomen von Widerhandlungen gegen die sexuelle Integrität und Gewaltakten in Verbindung mit modernen Kommunikationsmitteln und neuen Technologien sowie zu den möglichen Auswüchsen beim unkorrekten Umgang mit diesen Technologien. In einem ersten Schritt wird die Kampagne namentlich an der Freiburger Messe vorgestellt und ist in Form einer Internetseite gestaltet worden.

Damit diese Kampagne auf die Beine gestellt werden konnte, wurde am 21. März 2007 eine Arbeitsgruppe gegründet. Seither haben zahlreiche Personen unter dem Präsidium des Kriпочefs des Kantons Freiburg, Herrn Florian Walser, ununterbrochen an diesem Projekt gearbeitet. Es wurden zwei Untergruppen gebildet: die erste befasste sich mit dem Konzept, der Technik und der Einrichtung des Standes an der Freiburgermesse; die zweite kümmerte sich um den eigentlichen Inhalt der Kampagne (Titel, Logo, Slogans, Clips, Videos, Information, Werbung und Marketing), dies unter Beizug von Fachleuten: der Ingenieurschule Freiburg für die Internetseite, Victor Ramalho von Plurial Method & Vision, für Graphik/Layout, sowie Isabelle Dufour, unabhängige Journalistin, für die Herstellung von drei Kampagnen-Clips.

Die Arbeitsgruppe hat den Umfang der Kampagne wie folgt definiert:

- Gestaltung einer Internetseite (insbesondere mit Clips)
- Betreiben eines Standes an der Freiburgermesse 2007
- Keine Beschränkung auf eine einmalige Aktion – Fortführung während mehrerer Jahre

„Wer bisch“ versteht sich als Präventions-, Informations- und Sensibilisationskampagne. Sie richtet sich in erster Linie an junge Leute von 12 bis 18 Jahren. Dennoch betrifft sie auch Eltern und alle anderen Erwachsene, für die eine spezielle Dokumentation erstellt wurde, die am Messestand aufliegen wird.

Diese Kampagne will zudem jeden von uns auf seine eigene Verantwortung aufmerksam machen. Insgesamt werden drei Slogans „Wer bisch“, basierend auf drei klar umschriebene Themen, in Form von drei Clips behandelt: der Chat, das Mobiltelefon und die Pornographie im Internet. Diese Clips sind mit dem Chanson „Promenons-nous dans les bois...“ vertont. Dieses Lied soll die Gefahren, die von Ahnungslosigkeit und Unkenntnis ausgehen, symbolisieren.

Die Fragen, die durch die Clips aufgeworfen werden, sind vielfältig, aber sehr einfach: wer bisch hinter dim Pseudo?, wer bisch wo's laat la mache?, wer bisch, wo das aaluegt? Konkret geht es um die Fragen: Wer bist du, dass du dich im Chat für einen Erwachsenen ausgibst, für wen hältst du dich, wenn du eine sexuelle Handlung oder eine Gewaltszene filmst oder gar angeblich virtuelle Bilder anschaust, hinter denen sich ein misshandeltes oder vergewaltigtes Kind versteckt?

Nebst diesen konkreten Fragen, wird gefragt: Wer bist du, dass du dir als Vater/Mutter keine Gedanken machst über den Inhalt der Internetseiten, die dein Kind besucht oder die Geräte, die du deinem Kind in die Hände gibst?

Eine solche Kampagne entspricht deshalb vorzüglich einem der Hauptanliegen von GRIMABU, nämlich der Prävention. Deshalb hat GRIMABU, welches in seiner vielfältigen Funktion als Verein, Austauschplattform und CAN-Team gegen jegliche Form von Kindesmisshandlung, insbesondere gegen Gewalt und sexuellen Missbrauch an Kindern und Jugendlichen, kämpft, konkrete Unterstützung für diese Kampagne zugesagt und an der Ausarbeitung mitgewirkt.

Wegen der teils einheitlichen Thematik wird darauf hingewiesen, dass GRIMABU heute ab 13.30 Uhr seine zweisprachige Internetseite veröffentlicht. In einem der Kapitel finden sich Ratschläge zum gefahrlosen Benutzen des Internets und des Mobiltelefons. Ein weiterer Beweis dafür, dass es sich hier um ein real existierendes Problem handelt und es dringend angesagt ist, an allen Fronten dagegen zu kämpfen.



## Intervention de Messieurs Laurent Eggerstwyler et Jean-Bernard Siggen

Cette campagne se veut prioritairement préventive. Elle devrait susciter le dialogue entre ados et adultes qui est en soit la meilleure des préventions. Chaque utilisateur devrait s'interroger sur les dangers et dérives liés à l'utilisation des moyens technologiques modernes, de telle sorte à avoir un comportement responsable et moral, sur le net, comme dans la vie.

Trois buts principaux, regroupés autour d'un slogan, ont ainsi été définis :

- Site internet
- Stand à la Foire de Fribourg
- Ne pas se limiter à une action ponctuelle mais perdurer sur plusieurs années

Le slogan : Accrocheur et parlant aux jeunes « TKI » dans le sens de « T'es qui pour faire ça... », mis en valeur par le logo représentant un arobase inversé entourant un cœur qui pleure. **Ce slogan est en fait la trame de toute cette campagne.**

Site Internet Proposer un site simple, donnant aux internautes la possibilité de trouver facilement les infos recherchées, par exemple sur des sites déjà existants. Il comprend deux volets, un destinée aux adolescents et l'autre aux adultes.

### Contenu

- Page d'accueil : diffusion de 3 clips vidéos en relations avec les principales infractions auxquelles les jeunes peuvent être confrontés (chat : « TKI derrière ton pseudo »-enregistrement d'abus : « TKI pour laisser faire » - pornographie : « TKI pour mater »)
- Information sur la campagne
- Conseils aux parents
- Moyens technologiques modernes
- Lois et des interdits
- Questions fréquentes (FAQ)
- Liens
- Plate forme de discussion (FORUM)
- **Mais surtout, à plusieurs reprises durant la Foire, proposer un CHAT en ligne avec la police**

### Le stand

Design moderne. Il présente une large panoplie des moyens technologiques utilisés par les jeunes avec un rappel des 3 slogans de la campagne TKI dans deux colonnes elles-mêmes surmontées d'un fil tendu rappelant une toile d'araignée, symbolisant la toile du WEB, à laquelle sont suspendus 16 écrans d'ordinateurs. Au travers de ces écrans, par des images capturées sur le couloir qui conduit à notre stand, nous voulons symboliser la diffusion instantanée d'une image sur le net. Deux autres écrans permettront de présenter aux visiteurs le site TKI et la navigation possible vers les liens indiqués.

Particularité : une partie de ses éléments pourra ensuite être utilisée pour des semaines thématiques par les écoles ou lors d'expositions...

Un petit dépliant, fournissant un résumé du contenu du site, sera également à disposition des visiteurs.

Un concours comportant 3 questions est proposé à tout visiteur, le gagnant se verra offrir un magnifique prix.

### Street

Le but de la campagne étant de toucher les adolescents, une street-marketing a été organisée sur les deux jours précédant l'ouverture de la Foire. Plus de 25 personnes, pour la plupart des aspirants de l'école de police, vêtus d'un t-shirt avec le TKI et d'un masque symbolisant l'anonymat des internautes, ont distribué des cartes miroitées avec l'adresse du site TKI auprès de tous les CO, de la plupart des collèges et écoles professionnelles du canton ainsi que dans la rue à quelques endroits stratégiques de la ville de Fribourg. Tout cela étant fait pour inviter chacun à aller visiter le nouveau site créé à l'occasion de la participation de la police à la foire de Fribourg.



## **Intervention Laurent Eggerstwyler et Jean-Bernard Siggen**

Diese Kampagne hat in erster Linie ein präventives Ziel. Sie sollte den Dialog zwischen Jugendlichen und Erwachsenen hervorrufen, welcher in sich die beste Prävention ist. Jeder Benutzer sollte sich selber hinterfragen, welche Gefahren, verbunden mit dem Gebrauch der modernen technischen Mittel, existieren. Alle sollten ein verantwortungsvolles und moralisches Verhalten haben, im Net, wie auch im Leben.

Um einen Slogan herum gruppiert, wurden drei Hauptziele definiert:

- Website
- Stand an der Freiburger Messe
- Sich nicht auf eine vereinzelte Aktion begrenzen; Kampagne über mehrere Jahre fortsetzen

Der Slogan Zugkräftig und die Jungen ansprechend „WER BISCH“ im Sinne von „Für wen hältst du dich, um so etwas zu machen“, symbolisiert durch das Logo eines umgekehrten @, welches ein weinendes Herz umrahmt. Dieser Slogan ist also das Leitmotiv der Kampagne.

Internet Site Vorschlag einer einfachen Site, welche den Internetsurfern die Möglichkeit bietet, leicht gesuchte Informationen zu finden, wie z.B. auf bereits existierenden Sites. Die Site umfasst zwei Teile, einer ist für die Jugendlichen und der andere für die Erwachsenen bestimmt.

### **Inhalt**

- Startseite: Verbreitung von 3 Videoclips in Zusammenhang mit den wichtigsten Verstössen, mit welchen die Jugendlichen konfrontiert werden können (Chat: „Wer bisch hinter deinem Pseudonym“ – aufzeichnen eines Missbrauchs: „Wer bisch, um dich so behandeln zu lassen“ – Pornographie: „Wer bisch, um so zu schauen“)
- Information zur Kampagne
- Ratschläge an Eltern
- Moderne technologische Mittel
- Gesetze und der Verbote
- Häufige Fragen
- Links
- Plattform für Diskussionen (FORUM)

- **Aber vor allem, mehrmals während der Freiburger Messe, CHATTEN mit der Polizei**

### Der Stand

Modernes Design. Der Stand präsentiert eine breite Palette der von den Jugendlichen benutzten technologischen Mittel. Zudem werden die drei Slogans der Kampagne „Wer bish“ wiederholt auf zwei Säulen sichtbar sein. Die beiden Säulen sind durch einen Faden miteinander verbunden, welcher an ein Spinnennetz erinnert. Dieses Spinnennetz symbolisiert das Netz des WEBS. Weiter sind 16 Computerbildschirme an diesem Netz aufgehängt.

Durch diese Bildschirme und mittels auf dem Gang, welcher zu unserem Stand führt, eingefangener Bilder, wollen wir die sofortige Verbreitung eines Bildes im Internet symbolisieren. Zwei weitere Computerbildschirme erlauben es, den Besuchern die Website „Wer bish“ zu präsentieren und ihnen die Möglichkeit zu geben, in den angegebenen Links zu surfen.

Besonderheit: einen Teil dieser Elemente kann im Anschluss für thematische Wochen in Schulen oder für Ausstellungen gebraucht werden.

Ein kleiner Prospekt, welcher eine kurze Zusammenfassung der Internetseite enthält, wird den Besuchern ebenfalls zur Verfügung gestellt.

Die Besucher können am Wettbewerb, welcher 3 Fragen beinhaltet, teilnehmen. Den Gewinner erwartet ein wunderschöner Preis.

### Street

Da das Ziel der Kampagne ist, die Jugendlichen anzusprechen, wurde zwei Tage vor Beginn der Messe, ein Streetmarketing organisiert. Über 25 Personen, wovon die meisten Schüler der Polizeischule sind, mit einem T-Shirt mit der Aufschrift „TKI – Wer bish“ und einer Maske bekleidet, verteilten in allen Orientierungsschulen, in einigen Kollegien und Berufsschulen des Kantons, wie auch in den Strassen von Freiburg, verspiegelte Karten mit der Adresse der Internetseite „Wer bish“. Die getragene Maske soll die Anonymität der Internetsurfer symbolisieren.

Dies alles, um alle zu ermuntern, die neue Internetseite, welche die Polizei für die Freiburger Messe kreiert hat, zu besuchen.



## **Intervention de Monsieur Pierre Dessibourg**

La collaboration qui s'est instaurée dans le cadre du projet TKI / WER BISCH entre la Direction de la Sécurité et de la Justice (DSJ), le Groupe Interprofessionnel fribourgeois de prévention contre la Maltraitance et les Abus sexuels sur les enfants (GRIMABU) et la Direction de l'Instruction publique, des affaires culturelles et du sport (DICS) illustre très concrètement le besoin aujourd'hui reconnu de travailler en réseau pour faire face aux difficultés engendrées par l'évolution de notre environnement social. La DICS s'en félicite et se réjouit d'ores et déjà de pouvoir poursuivre cette collaboration au-delà de ce projet spécifique.

Difficile en effet de ne prendre en compte les questions de violence et de délinquance juvéniles que sous un angle strictement juridique ou pénal, sans envisager les mesures éducatives à mettre en place pour les prévenir. A l'inverse, difficile également d'analyser les questions d'échec, de troubles de comportement ou de la personnalité observées dans la sphère scolaire, sans prendre en compte les dérives dénoncées dans un cadre pénal ou juridique, dérives qui sont autant d'indicateurs des conflits vécus par un nombre certes minoritaire, mais néanmoins croissant d'adolescents et de pré-adolescents aujourd'hui.

La mission de l'institution scolaire s'est considérablement modifiée ces dernières décennies. Force est de constater que le volet « éducation » occupe une place grandissante, qui s'explique par l'évolution de notre société (métissage culturel, profonde modification de la structure familiale, contraintes économiques, ...), mais aussi par le foisonnement des nouvelles technologies. Le concept d'éducation générale introduit dans notre canton en 19XX illustre par ailleurs l'importance dévolue à ces questions par nos Autorités.

Jamais sans doute les enfants et les jeunes n'ont-ils eu accès si aisément au monde de l'information, que ce soit par le biais de la télévision, de la vidéo, de la téléphonie ou de l'internet. Cet accès, déterminant en matière de communication à l'échelle planétaire et de compréhension d'un monde en éternelle mouvance, n'en comporte pas moins des effets hautement pervers. Dénué de cadre et de contrôle, il expose l'enfant fragile, lui offre des modèles déviants et lui fait perdre le sens de la réalité. Le protéger, développer son esprit

critique, renforcer son estime de soi et lui permettre ainsi de développer des comportements adéquats relève de la responsabilité parentale prioritairement, mais figure également parmi les objectifs scolaires.

La présente campagne offre à l'école fribourgeoise une belle opportunité de renforcer ses efforts en matière de prévention. Imaginer qu'elle puisse à elle seule éradiquer la problématique de la violence virtuelle ou réelle relève de l'utopie. La concevoir comme un outil d'information et de formation (pour les élèves, les parents – souvent démunis - et les professionnels de l'éducation), un élément déclencheur de réflexion, de discussions et d'échanges nous paraît plus réaliste.

Le 7 octobre prochain, la fermeture de la Foire de Fribourg et la remise du prix du concours de cette campagne de prévention par Mme Isabelle Chassot, Directrice de l'instruction publique, de la culture et du sport en compagnie de M. Pierre Nidegger, commandant de la police cantonale et d'un-e représentant-e du Grimabu marquera la fin d'une première étape.

Enfin, de telles opérations nécessitent bien sûr des moyens financiers. La campagne de base (Foire de Fribourg, site Internet, réalisation des clips, édition des cartes) a été financée par la Police cantonale fribourgeoise à hauteur de frs 40'000.—pris sur le budget attribué à la réalisation du stand de la Foire et le GRIMABU par une contribution de frs 15'000.--.

De son côté, le Conseil d'Etat a octroyé, à cette campagne, un montant de frs 100'000.—provenant du fonds de lutte contre les toxicomanies montant qui permettra à la campagne de se développer lors des prochains mois à l'occasion de projets destinés aux écoles du Cycle d'orientation. La presse en sera informée en temps voulu.

Direction de l'instruction publique, de la culture et du sport  
Services de l'enseignement obligatoire  
Pierre Dessibourg, septembre 2007



## MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL DE LA CAMPAGNE DE PREVENTION t-ki / wer-bisch

### Président du groupe de travail

- Florian WALSER, chef de la Police de sûreté du canton de Fribourg,

### Membres du groupe de travail

- Pierre DESSIBOURG, chef de service adjoint du Service de l'enseignement obligatoire de langue française (SENoF/DICS)
- Laurent EGGERTSWYLER, chef de la Brigade Mœurs Maltraitance de la Police de sûreté
- Trudy GROSSRIEDER, secrétaire du chef de la Police de sûreté
- Christophe JACCOUD, technicien auprès de la Police cantonale
- Françoise MORVANT, coordinatrice du GRIMABU
- Francis SCHWARTZ, chef de la Brigade des Mineurs de la Police de sûreté
- Jean-Bernard SIGGEN, chargé de la prévention dans les écoles, au sein de la Brigade des mineurs de la Police de sûreté
- Lisbeth SPRING-STURNY, inspectrice des classes alémaniques
- Pierre-André WAEBER, service de presse de la Police cantonale
- Francine ZAMBANO, cheffe du service de presse de la Police cantonale

### Spécialistes qui ont collaboré à la campagne

- L'Ecole d'Ingénieurs, à Fribourg, qui a conçu le site Internet sur le plan technique
- Isabelle DUFOUR, de la société Light Production, qui a réalisé les trois clips de la campagne
- Victor RAMALHO, graphiste de la Société Plurial Vision, qui a créé le logo et le graphisme de la campagne