

Le respect, bientôt objet d'une vaste campagne

La démarche d'André Castella, maire d'Avusy, prend de l'ampleur. Une structure se forme.

INTERVIEW
XAVIER FARINELLI

Le Conseil d'Etat in corpore. Alain Morisod. Le bijoutier Gilbert Albert. Les directeurs des TPG et de l'aéroport. Et même notre chère Julie. Toutes ces personnes ont décidé de parrainer la grande campagne tournant autour du respect qui est en train de se préparer. Car l'idée lancée il y a quelques mois par André Castella, le maire d'Avusy (*nos éditions du 2 novembre*), a fait du chemin. Partout, elle est accueillie avec enthousiasme. Tous les milieux n'ont pas encore été approchés, mais une chose est maintenant sûre: la campagne aura lieu. Cette semaine, le logo qu'on verra apparaître un peu partout a été choisi. Il porte un slogan unique: «Le respect, ça change la vie». Le point avec André Castella.

Où en est-on aujourd'hui?

— J'ai ensemencé, puis j'ai pris mon bâton de pèlerin pour trouver des forces de travail et de soutien. J'ai reçu des échos extrêmement favorables. Maintenant, il faut passer à l'action.

Justement: cette semaine a été cruciale...

— Un comité stratégique vient d'être formé. Il comprend des hauts fonctionnaires, un conseiller social, un vigneron ancien footballeur, la conseillère administrative d'Onex Béatrice Gisiger... Ce comité s'est réuni pour la première fois mercredi pour choi-



André Castella, maire d'Avusy. La campagne devrait durer entre six mois et une année. On verrait s'afficher le logo dans le plus d'endroits possible: dans des bus, sur des sachets de sucre, des sacs à commissions ou des crayons qu'on distribuerait aux écoliers.

sir le logo de la campagne. Il y aura bientôt une assemblée générale avec les parrains afin de constituer une véritable association, avec un secrétariat et un comité opérationnel.

A quoi va ressembler la campagne?

— Rien n'a encore été décidé, mais elle devrait durer entre six mois et une année. On verrait s'afficher le logo dans le plus d'endroits possible: dans des bus, sur des sachets de sucre, sur des sacs à commissions, sur des crayons qu'on distribuerait aux écoliers... L'Etat et les communes pourraient aussi le mettre sur leur papier à lettres. Le comité choisira aussi un certain nombre d'actions concrètes. Par exemple, que les arbitres réunissent les équipes avant les matchs pour parler de

respect, que les écoliers préparent des affiches, qu'on choisisse la BA de la semaine...

Rappelez-nous votre motivation à lancer une telle opération!

— Il faut réactiver des notions qui sont en train de se perdre. Depuis que je suis devenu maire, en 1999, j'ai été heurté par les effets négatifs des innombrables incivilités commises par tous: sportifs, élèves, propriétaires de chiens, automobilistes... Alors que quand on a commis quelque chose de bien, on se sent mieux. Toutes nos actions ont des effets sur les autres!

Comment vous situez-vous par rapport aux démocrates-chrétiens, qui ont déjà fait accepter par cinq communes des motions pour soutenir cette campagne?

— J'espère que tous les partis s'y mettront, car c'est une démarche apolitique. La crotte de chien sur le trottoir, qu'on soit libéral ou socialiste, ce n'est pas marrant! Pourquoi d'ailleurs ne pas mettre le logo sur les affiches électorales?

Comment expliquez-vous le succès d'une idée au premier abord naïve?

— George Sand a dit: «La simplicité, c'est le comble du génie.» Il n'y a que les choses simples qui fonctionnent. Et puis, les gens ont besoin de revenir dans une norme. Si on n'essaie pas de s'occuper des incivilités de façon constructive, les partis populistes le feront, mais en pointant du doigt les vendeurs de cocaïne... ■

Contact: e-mail
«castella@geneva-link.ch»