

Historique

Le programme « Café avec un policier » a été instauré en 2012 par le Service de police de la Ville de Hawthorne, en Californie. En 2014, plus de 175 villes de 36 États américains y participaient. Le concept a fait des merveilles pour bonifier la confiance de la communauté, la légitimité de la police et l'établissement de partenariat.

Devant le succès de ce projet novateur, les services de police de Blainville, Deux-Montagnes, Mirabel, Saint-Eustache, Saint-Jérôme ainsi que la Sureté du Québec ont établi un partenariat pour l'implanter dans la région, ce qui est une première au Canada.

REMERCIEMENT



Nous tenons à remercier personnellement tous les citoyens ayant participé aux activités.



facebook.com/cafeavecunpolicier



Principes directeurs

Définition

Le projet « Café avec un policier » est un concept simple et facile dans son organisation et son application.

La police et les membres de la communauté se réunissent dans un espace neutre pour discuter avec la communauté, établir des relations et boire un café.

Les objectifs

Un des objectifs clés du projet « Café avec un policier », est de supprimer les barrières tant physiques que psychologiques entre les policiers et la population. Il permet ainsi un échange créant une interaction informelle, détendue et dans une ambiance conviviale.

Objectif général

Cette approche communautaire axée sur la collaboration a fait ses preuves, notamment en matière de prévention du crime. Elle permet d'apporter des solutions aux problèmes de criminalité et de renforcer les actions pour contrer l'apparition de comportements délinquants.



Avantages

- développer un partenariat avec la population et les commerçants des secteurs visés;
- se rapprocher de la communauté;
- obtenir une rétroaction des commerçants et des citoyens sur les délits non déclarés dont ils sont victimes pour adapter nos interventions policières et nos projets de prévention de la criminalité;
- accroître le sentiment de sécurité des citoyens;
- promouvoir les différents programmes en place;
- inciter les policiers à se rapprocher de leur communauté, connaître les problématiques du milieu et donner aux citoyens une opportunité non officielle de rencontrer un policier;
- sensibiliser les citoyens aux mesures de sécurité à prendre pour se protéger contre la criminalité.



Clientèles visées

- la population en général;
- les commerçants;
- les partenaires du milieu.

