

# 4 étapes pour une communication inclusive

— Voici un modèle de travail à utiliser pour apprendre à communiquer de manière inclusive.

Répondez aux questions du schéma et découvrez la stratégie la plus adaptée à votre situation.

Faire la différence pour les gens et la société. C'est ce que nous faisons chaque jour chez Connect. C'est inscrit dans notre ADN. Après tout, notre société est de plus en plus diversifiée. Comment atteindre un groupe cible plus large et plus diversifié ? En se concentrant sur la communication inclusive.

Ce modèle est inspiré de l'ouvrage suivant :

Het communicatiekruispunt, Betteke van Ruler



# Étape 1 Définissez l'objectif de votre message

- Quel est votre message et quel résultat voulez-vous atteindre ?  
Quel est l'objectif de votre message ?

## Faire connaître

Vous souhaitez faire connaître une décision ou une politique.

- Exemple : votre organisation annonce qu'elle ajoute systématiquement une version audio à tout texte sur son site Internet afin de le rendre plus accessible.

- 

- 

## Influencer

Votre public cible doit aussi faire quelque chose avec ces informations.

- Exemple : encourager chacun à mettre ses pronoms dans la signature de son e-mail.

- 

-

## Étape 2 Identifiez l'état d'avancement de votre message et politique

— Dans quelle phase se trouvent votre message et votre politique ?

### Développement

Votre message et/ou votre politique sont encore en cours de développement. Il est encore possible de procéder à des ajustements à ce stade.

- *Exemple : de nombreux habitants non francophones ou non néerlandophones vivent dans votre commune et vous souhaitez les impliquer davantage et mieux les informer, mais vous êtes encore en train d'évaluer la meilleure façon de procéder et l'ampleur du problème.*

- ---

---

---
- ---

---

---

### Clôture

Votre politique est finalisée, avec un message clairement défini. Il n'y a plus de place pour le changement.

- *Exemple : tous les textes publiés par votre organisation adopteront un langage non sexiste, testé au sein de l'organisation avant d'être publié.*

- ---

---

---
- ---

---

---

## Étape 3 Définissez le niveau de connaissance du public cible

— À quelle étape se trouve votre public cible ?

### Un public (faiblement) intéressé

Votre public cible manifeste un certain intérêt, mais n'est pas encore très informé et/ou sensibilisé.

- *Exemple : les développements en matière de genre et d'inclusion suscitent de l'intérêt, mais votre public cible ne sait pas encore quelles sont les expressions courantes, comment les utiliser et pourquoi.*

- 

### Conscient

Il y a déjà une prise de conscience. Vous avez un public avide d'informations.

- *Exemple : votre public-cible a certaines connaissances sur les stéréotypes et la terminologie liés au genre et souhaite apprendre la bonne façon de communiquer.*

- 

### Actif

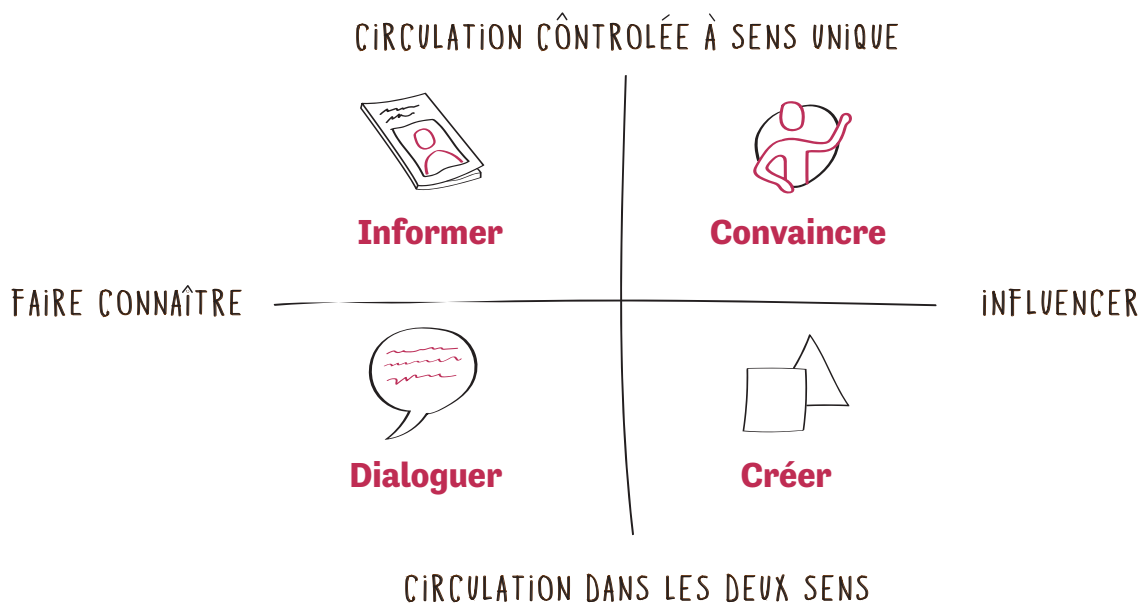
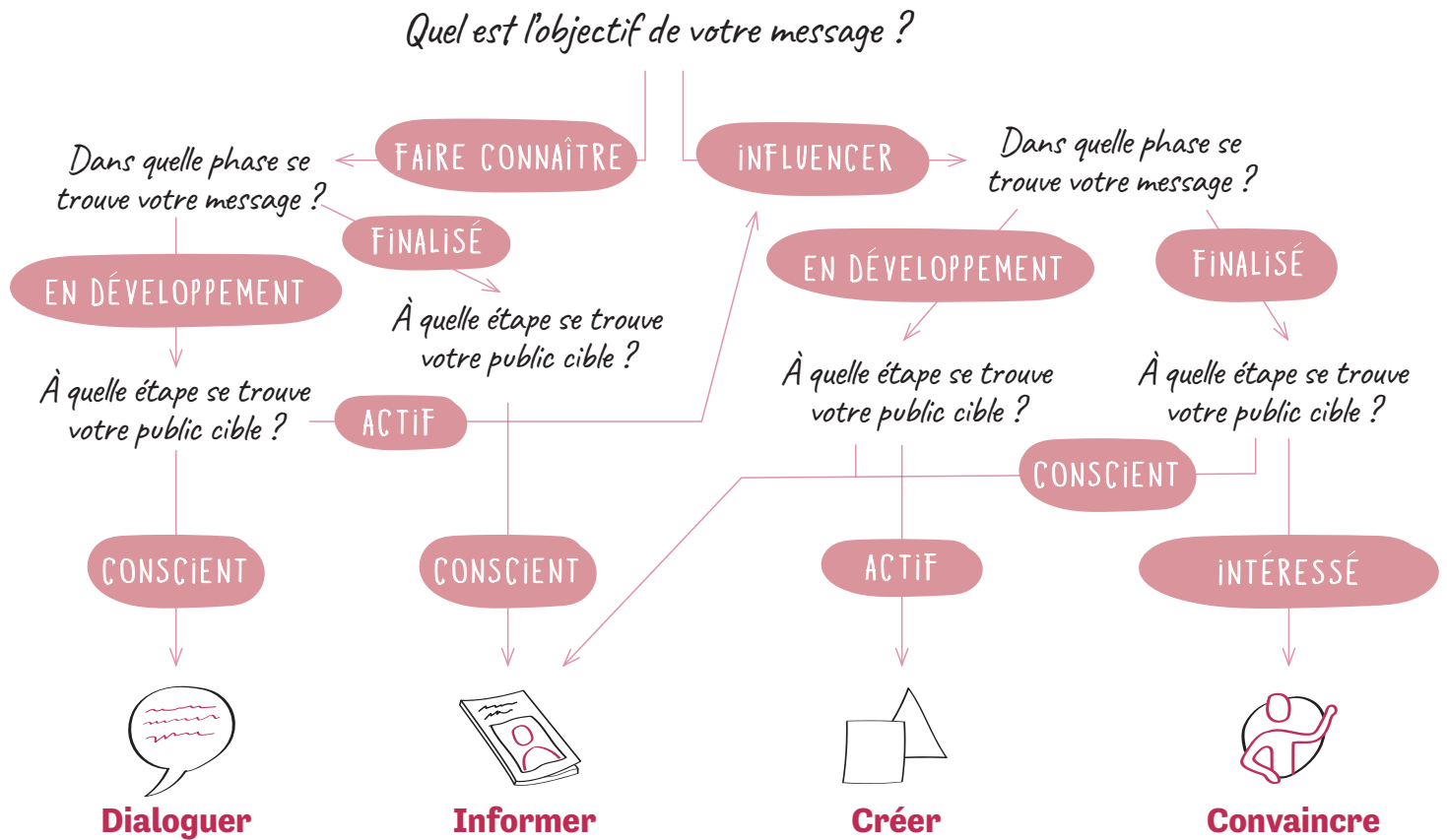
Il y a une prise de conscience et votre public cible est déjà activement engagé.

- *Exemple : votre public utilise déjà (la plupart du temps) les bons termes en matière de genre et d'inclusivité ou fait déjà beaucoup d'efforts.*

-

# À votre tour ! Le schéma de votre stratégie idéale.

— Parcourez le schéma et déterminez la stratégie la plus adaptée à votre message et à votre public cible.



## Étape 4 Choisissez votre stratégie

— Sur base des résultats de ce schéma, déterminez la stratégie la plus appropriée.

CIRCULATION CÔNTRÔLÉE À SENS UNIQUE



### Informer

— Premiers secours en cas de formulation d'opinion ou de prise de décision

- **Quoi ?** Informer les personnes et les faire réfléchir.
- **Exemple :** traduire le message dans la langue de votre/ vos groupe(s) cible(s) ou le diffuser via les canaux/médias utilisés par votre/vos groupe(s) cible(s).



### Convaincre

— Informer de manière convaincante

- **Quoi ?** Orienter la connaissance, l'attitude, le comportement et/ou la position. Vous vous efforcez de convaincre de la valeur d'un point de vue ou d'une connaissance. L'accent est mis sur la collaboration du/des groupe(s) cible(s).
- **Exemple :** utiliser des chiffres pour indiquer que la discrimination n'a que des conséquences négatives.

FAIRE CONNAÎTRE

INFLUENCER



### Dialoguer

— Jouer un rôle de transmission

- **Quoi ?** Connaître les points de vue et identifier les opinions en engageant le dialogue. Vous vous concentrez sur la collecte de solutions et mettez l'accent sur la conversation.
- **Exemple :** organisation d'une consultation ou d'un brainstorming à petite échelle avec votre groupe cible.



### Créer

— Relations publiques

- **Quoi ?** Se coordonner avec les parties prenantes, en se concentrant sur la recherche d'un intérêt commun. L'accent est mis sur le dialogue et la convergence d'idées.
- **Exemple :** organiser la participation pour parvenir à une vision commune.

CIRCULATION DANS LES DEUX SENS

# Aperçu

	Convaincre	Informer	Dialoguer	Créer
Quoi ?	Pilotage de la connaissance, de l'attitude, de la position et/ou du comportement	Faire réfléchir	Apprendre à connaître les positions et identifier les points de vue et les opinions	Concilier et traiter les opinions divergentes
Objectif	Influencer	Faire connaître		Influencer
Message	Finalisé		En développement	
Public cible	(Légèrement) intéressé	Conscient		Actif
Direction	Unidirectionnelle		Bidirectionnelle	
Accent sur	Informé + atteindre et travailler avec le(s) groupe(s) cible(s)	Envoi : transfert d'informations	Conversation : médiation et transmission de points de vue	Dialogue + accord : maintien de la relation et création d'un message commun
Focus	Convaincre du point de vue ou de la valeur des connaissances	Qui atteindre ?	Collecte des solutions	Recherche d'intérêts communs
Améliorer les résultats	Retour d'information et anticipation		Élaboration des politiques de manière interactive	Gestion des relations
	Publicité ou propagande	Traduction du message ou diffusion via les canaux appropriés	Consultation à petite échelle et brainstorming avec le groupe cible	Organisation de la participation

# Comptez vos points et découvrez la stratégie appropriée

— Vous êtes déjà engagé dans la communication inclusive, mais vous voulez savoir à quel point ?

Découvrez dans quelle mesure vous communiquez déjà de manière inclusive à l'aide du tableau ci-dessous.

Additionnez les points pour connaître votre niveau de communication inclusive et découvrez la stratégie qui vous convient.

## Quel est votre niveau de communication inclusive ?

Message via différents médias et supports	Langage simple (niveau A2 ou B1)	Usage neutre de la langue
Langues différentes	Prise en compte du contraste des couleurs	Pas de jargon technique
Contexte social suffisant	Faible usage des expressions et des proverbes	Pas de polices de caractères trop petites ou imprécises et, le cas échéant, des majuscules simples
Accessibilité : moyens de contact bien indiqués	Pas de stéréotypes	Accessibilité numérique respectée

*Vous avez de 0 à 3 points ?*



**Informer**

*Vous avez de 4 à 6 points ?*



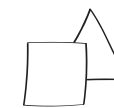
**Convaincre**

*Vous avez de 7 à 9 points ?*



**Dialoguer**

*Vous avez de 10 à 12 points ?*



**Créer**