

6.1

Avez-vous réfléchi à la communication et à la promotion inclusives de votre projet ?

Réfléchissez à ces questions extraites du Guide d'équité et d'inclusion d'Ottawa :

Qui risque d'être exclu dans la communication et la promotion de votre projet ?

(vous pouvez consulter la question 3.2 pour vous rappeler certains éléments)

Quelles sont les stratégies de communication nécessaires pour atteindre tous les publics cibles potentiels et les organisations qui travaillent avec eux ?

(représentants des communautés, panneaux d'affichage, journaux communautaires, médias sociaux)

Comment vos messages véhiculent-ils l'inclusion, le respect et l'équité ?

Les médias utilisés sont-ils facilement accessibles et compréhensibles par les différents groupes cibles ?

(par exemple : langage clair, formats accessibles, diagrammes et documents multilingues, versions papier et électronique, boîte vocale...)

Les images contenues dans votre communication sont-elles représentatives de la diversité du public ? Illustrent-elles la diversité et représentent-elles des groupes particuliers de personnes auxquelles tous les publics peuvent s'identifier ?

Prêtez également attention à la représentation des rôles et des positions des personnes.

(vous pouvez consulter la question 4.2 pour vous rappeler certains éléments)

Votre site web est-il accessible ? Toutes les informations importantes sont-elles facilement accessibles ? (informations pratiques et sur les activités)

Quelques rappels et points clés de la communication inclusive

La communication inclusive comporte de nombreuses dimensions : accessibilité, approche interculturelle, liens étroits avec les communautés et les partenaires...

Tout au long de cet outil, vous avez déjà vu un certain nombre de concepts importants qui sont également pertinents à considérer pour la communication et la promotion d'un projet, tels que :

- **les représentations des personnes et des communautés** dans vos documents et médias (voir question 4.2) ;
- l'utilisation d'un **langage simple et inclusif** (voir question 4.3 ;
- **le lien avec les partenaires**, les référents communautaires et associatifs comme un atout puissant pour la communication de votre projet (voir question 2.4).

Un autre point très important de nos jours concerne la promotion des activités sur les réseaux sociaux et Internet. En particulier, le Web est une ressource de plus en plus importante pour les activités culturelles : les programmes, l'accessibilité, les contenus, etc. sont fournis à de nombreux participants par le biais de la communication numérique.

« Il est essentiel que le web soit accessible afin d'assurer l'égalité d'accès et l'égalité des chances pour les personnes ayant des capacités différentes. L'accès aux technologies de l'information et de la communication, y compris le Web, est défini comme **un droit humain fondamental** dans la Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées (CDPH) ».

Lors du développement ou de la refonte d'un site web, il est recommandé **d'évaluer l'accessibilité tout au long du processus de développement afin d'identifier les problèmes à un stade précoce**, lorsqu'ils sont plus faciles à résoudre.

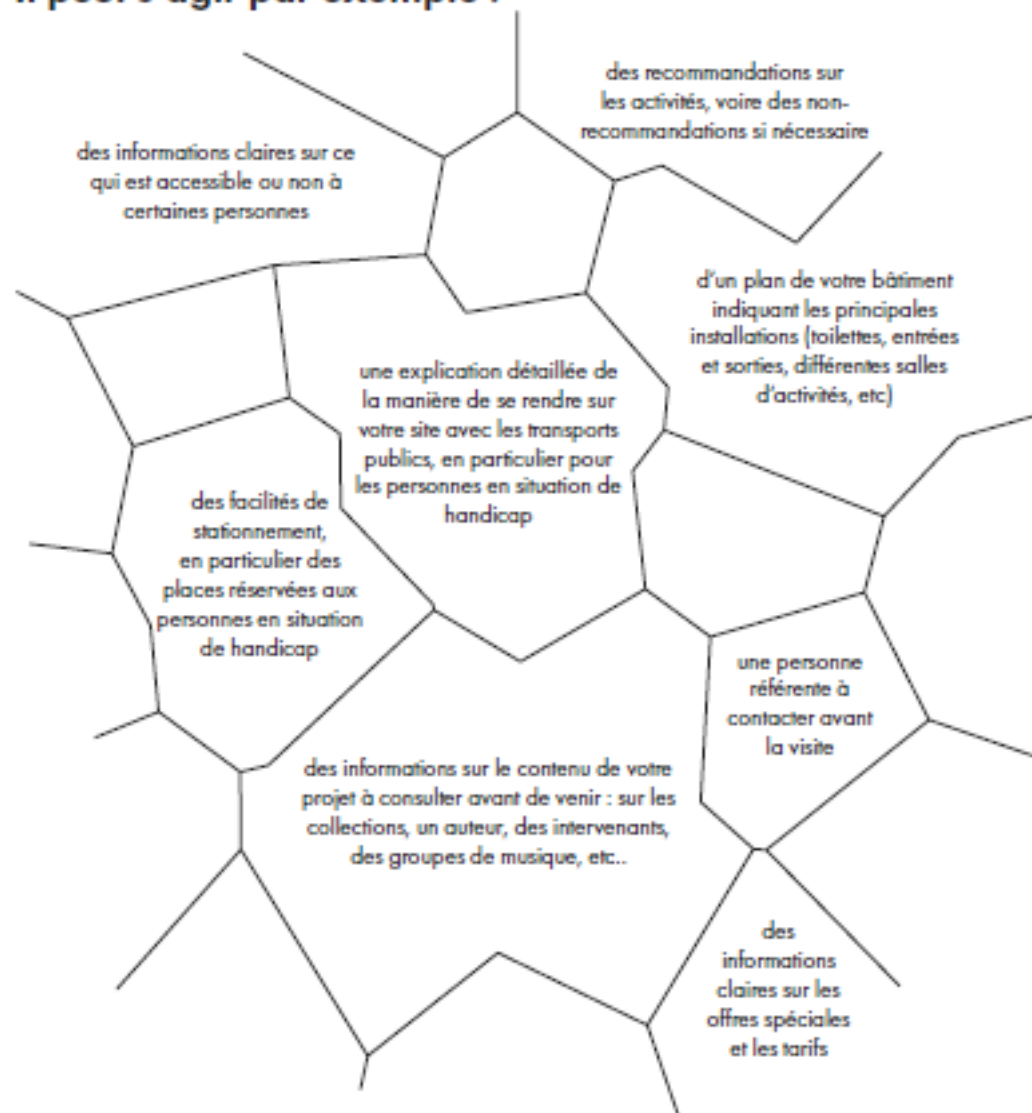
Des outils d'évaluation sont disponibles pour aider à déterminer si un site respecte les lignes directrices en matière d'accessibilité, mais un jugement humain expert est souvent nécessaire pour compléter l'analyse. Pour en savoir plus, vous pourrez trouver les lignes directrices, les normes et les principes d'accessibilité (c'est à dire les « WCAG » - Web Content Accessibility Guidelines) sur le site Web de l'Initiative pour l'Accessibilité du Web (Web Accessibility Initiative) :

<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/>



Prenez le temps de réfléchir à la manière dont vous pouvez aider les publics à se préparer au mieux pour votre activité.

Il peut s'agir par exemple :



6.2

Proposez-vous des informations spécifiques aux publics pour qu'ils préparent leur venue ?

Bon à savoir...



Un petit pas pour les professionnels, un grand pas pour les publics

Nous sous-estimons souvent la difficulté d'accéder à notre bâtiment ou à nos activités, en particulier pour les personnes en situation de handicap. Pourtant, cet accès peut être un véritable parcours du combattant pour certaines personnes. À ce stade, **il est très utile pour de nombreux visiteurs de pouvoir compter sur des éléments pratiques pour préparer leur venue.** Ce qui peut sembler peu pour les professionnels peut représenter une très grande amélioration pour les visiteurs.

Par exemple, vous pouvez envisager de consacrer **un espace de votre site web à la présentation du plan de vos bâtiments ou activités**, via une visite virtuelle ou un document avec photos et descriptions pour identifier les différents points clés tels que l'accueil, les zones d'activités, les toilettes, les ascenseurs, les zones de repos, les bars et cafés, le personnel, etc. Vous pouvez également mettre à disposition des plans de votre bâtiment à l'accueil.

Un autre élément que l'on oublie souvent de prendre en compte est **l'environnement de nos sites**. Il peut être très utile de fournir des informations détaillées sur la manière de se rendre sur le site depuis les arrêts de transports publics les plus proches ou d'autres points d'accès faciles. N'hésitez pas à donner des détails sur les infrastructures routières, voire à **publier des photos de l'environnement de votre site**, afin d'aider les visiteurs à **anticiper** et à mieux se **préparer** selon leurs propres besoins.

Un conseil : si vous pouvez inclure des **photos ou des images de vos activités avec de publics diversifiés** dans votre document de préparation, cela peut également aider les visiteurs à démystifier certaines barrières, telles que les codes sociaux et les représentations et **à se sentir à leur place dans ce lieu.**

Source : pages 66 à 69 du diagnostic KADElloscope
version imprimable :
https://imoveproject.eu/?page_id=780&lang=fr