

Décembre 2023



Dossier écrit

SÉMINAIRE D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE

BARGIBANT Jade – COLLARD Nolhanne – DESEVEAUX Anna – DUPREZ Kayla –
MOL Louise – NEDVED Louis – SCHUDDINCK Arno

SOMMAIRE

VOLET COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- 1 Analyse des différents supports
- 2 Logo
- 3 Campagne de communication digitale
- 4 Plan de communication

VOLET JOURNALISME

- 5 Reportage
- 6 Podcast

VOLET ACTION CULTURELLE

- 7 Campagne de sensibilisation

ANNEXES

Introduction

Notre équipe est composée de sept membres compétents et motivés à l'idée de travailler sur le terrain.

Chaque membre est rempli de motivation lorsqu'il s'agit de travailler sur un projet complet et plein d'ambitions. Louis, Kayla, Louise, Nolhanne, Jade, Anna et Arno seront vos indispensables pour le développement et la mise en place de vos idées.

Le véritable avantage de notre équipe est la flexibilité, car nous sommes capables de travailler sur trois secteurs bien différents (la Communication d'entreprise, le journalisme et l'action culturelle).

Toutes les personnes qui composent cette équipe ont les compétences que vous recherchez pour la mise en place de vos projets et une grande facilité d'adaptation aux différentes situations.



Analyse des différents supports



SITE INTERNET :

Le site internet “ASBL Plateforme pour l'Interculturalité à Tournai (PIT)” est composé d'une seule page qui explique rapidement les différents domaines d'activités de l'ASBL avec les informations essentielles. Par exemple, on retrouve les associations partenaires du PIT, l'adresse, les réseaux sociaux, etc. De plus, un petit espace du site est consacré pour une boîte de contact qui permet d'envoyer un mail à l'ASBL.

L'ARBORESCENCE DU SITE :

L'arborescence du site internet est classique. Cependant, celle-ci pourrait être améliorée. Effectivement, le site ne dispose que d'une seule page qui n'est pas très graphique et belle visuellement.

Selon nous, voici quelques points qui devraient être améliorés voir ajoutés :

- Proposer le texte dans plusieurs langues.
- Créer un footer avec des liens utiles tels que les informations de contact, les réseaux sociaux et les mentions légales.
- Ajouter davantage de contenu textuel et graphique.
- Créer une page “contact”, “objectif”, “presse”, “appel au don”, “notre équipe” ainsi qu'une page pour chaque projet de l'ASBL.

LA MISE EN PAGE :

L'esthétique du site est basique, ce qui n'est pas forcément un point négatif. Toutefois, nous estimons qu'il serait pertinent d'ajouter des images et visuels de qualité. Le fait qu'il n'y ait pas de charte graphique fait en sorte que le site ne se démarque pas par ses couleurs, polices d'écriture, etc... Il serait pertinent de changer la structure du site à l'arrivée de votre prochain logo (utiliser les mêmes couleurs, trouver des polices similaires, etc...). Rendre la page (et/ou les nouvelles pages) plus dynamique avec l'utilisation d'éléments interactifs, petites créations graphiques, etc...

Analyse des différents supports



SITE INTERNET :



• CONTENU TEXTUEL :

Sur le site internet, il n'y a qu'un seul bloc texte. Celui-ci est peu travaillé et très court au vu de tous les objectifs et projets menés par la "Plateforme pour l'Interculturalité à Tournai". Le contenu textuel et visuel se doit d'être équitable entre les deux. Il est possible d'ajouter plein de contenu intéressant et incitant au "call to action" en y ajoutant des statistiques, des témoignages, etc.

• LA RESPONSIVITÉ :

Le site est totalement responsive sur tous les différents supports possibles tels qu'un ordinateur, un téléphone, une tablette et autres. Il s'adapte parfaitement à tous ces types de supports. Attention, veillez à ce que cela soit toujours le cas lorsque le site sera mis à jour.

• LA RÈGLE DES 3 CLICS :

Cette règle qui suggère que les utilisateurs devraient pouvoir accéder à n'importe quelle page ou les informations d'un site en trois clics maximum à partir de la page d'accueil est bien respectée, car il n'existe qu'une seule page sur le site.

Analyse des différents supports

FACEBOOK :

Abonnés : 1800 abonnés.

Actifs depuis : Août 2015.

Fréquence de publications : 2 à 4 publications par semaine (mais le taux de publications varie beaucoup en fonction des actualités de l'ASBL).



La page Facebook "Plateforme Pour l'Interculturalité à Tournai" est le réseau social le plus actif de l'ASBL. Celle-ci se distingue des autres supports de communication utilisés par l'ASBL, car elle tient ses abonnés au courant des dernières actualités, propose des "save the date" importants et d'autres publications intéressantes pour ceux qui souhaitent suivre leurs activités récentes.



COHÉRENCE :

- **Identité visuelle** : Vu qu'il n'y a pas de charte graphique à suivre, le Facebook ne se distingue pas par ses créations graphiques. La cohérence n'est pas forcément respectée avec les différents contenus visuels proposés. Les affiches sont toutes totalement différentes et n'ont jamais une base similaire (couleurs, formes, etc.). De plus, il faudrait impérativement changer la photo de profil en la recadrant correctement. La bannière ne peut pas être une affiche publiée plus tôt sur la page Facebook, ce que l'on peut vous conseiller est de reprendre une belle photo ou soit de créer une bannière minimaliste sur des outils comme "Canva".

Analyse des différents supports

- **Tone Of Voice** : La tonalité des publications est cohérente avec les missions de l'organisation. On ressent le message qu'ils souhaitent passer dans leurs différentes publications. Ils gardent un ton sérieux et professionnel afin de bien conscientiser leur public.

PERTINENCE :

- **Public cible** : Les publications sont en adéquation avec la tranche d'âge qu'ils peuvent retrouver sur la plateforme. Ils y partagent des informations sur leurs actions, les événements, leurs nouveautés. De plus, ils sensibilisent également en postant des publications sur certaines situations dans les lieux dans lesquels ils sont actifs (Exemple : Démantèlement du 04/12 au camp de Froyennes).
- **Actualité** : Les publications sont en lien avec les préoccupations actuelles. Par exemple, on y retrouve des actualités sur les différentes associations avec lesquelles ils travaillent.

EFFICACITÉ :

- **Engagement** : Avec 1800 abonnés, l'ASBL récolte peu d'interactions avec ceux-ci. Malheureusement, ils ne font pas beaucoup de "like", mais ceux qui aiment se retrouvent sous plusieurs publications, ce qui signifie qu'ils ont quand même quelques actifs sur ce réseau social. Cela suggère peut-être que le contenu est peu efficace pour susciter l'intérêt des utilisateurs. Il faudrait tenter d'impliquer les abonnés avec différentes publications interactives.
- **Objectifs** : Honnêtement, sans connaître leurs objectifs à travers ce réseau social, il est difficile de les comprendre. Certes, il y a clairement un objectif lié à l'information afin de maintenir au courant leurs abonnés des différents projets menés et des actualités récentes. Nous pensons que cette page pourrait clairement avoir un objectif de récolter des dons. Effectivement, il faudrait ajouter un bouton "call to action" et communiquer autour de celui-ci (mais pas que). Actuellement, ils font déjà des demandes de dons pour des vêtements et autres, mais pas intégralement pour des donations monétaires.



Analyse des différents supports

INSTAGRAM :

Abonnés : 15 abonnés.

Actifs depuis : Mai 2023.

Fréquence de publications : Une seule publication disponible.



Instagram est un réseau qui travaille l'image, et est donc pertinent de poster au maximum des images et avoir un tone of voice adéquat à ce réseau social. Cependant, on s'est posé la question si ce réseau social était réellement le plus pertinent par rapport au public cible.

De cette discussion, il en est ressorti que l'utilisation du réseau social "Linkeldln" serait potentiellement plus intéressante pour atteindre les cibles. Néanmoins, il est plus complexe d'avoir une bonne communauté sur ce réseau et les publications doivent être plus travaillées et abouties. C'est pourquoi, dans un premier temps, sans chargé de communication, nous pensons qu'il serait plus facile de commencer par développer le réseau social "Instagram" et par la suite, avec l'éventuelle arrivée d'un chargé de communication, le développement du réseau social "Linkeldln".

D'un point de vue plus général au niveau des réseaux sociaux, il faudrait que les différents comptes aient le même nom partout. Actuellement, en connaissant l'un des deux, il est difficile de retrouver l'ASBL sur l'autre réseau social, car au final, on ne recherche pas le même nom de compte.



LE RAPPORT D'ACTIVITE :

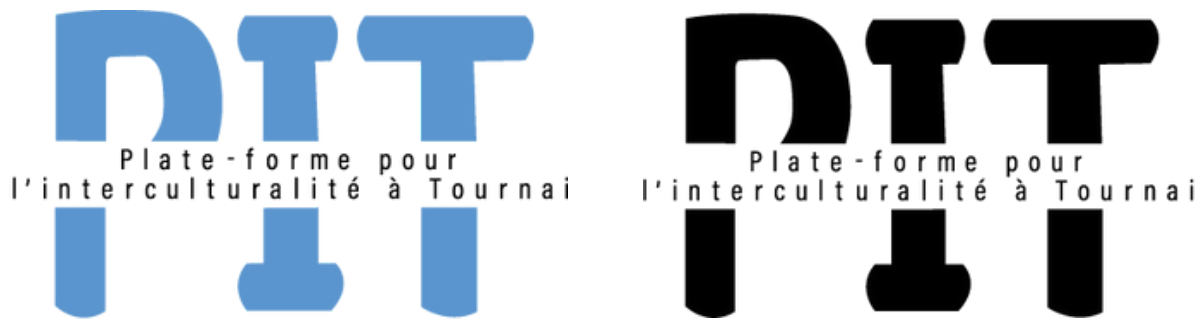
Le rapport d'activité est plutôt complet au niveau du contenu écrit et publié lors de l'année 2022. Il apporte des statistiques concrètes et impactantes pour les lecteurs de celui-ci.

Au niveau du contenu visuel, le rapport d'activité manque de photos. Il y a beaucoup de pages qui sont simplement des blocs de texte comme "Word". D'un point de vue plus basique, il serait pertinent de mettre des mots en gras, ajouter des formes basiques, des images liées au contenu textuel. En parlant de contenu textuel, il est plutôt agréable à lire et ajoute une plus-value au rapport d'activité. Cependant, on y retrouve quelques coquilles au niveau de l'orthographe.

Logos

Nous avons développé deux pistes créatives au niveau du logo de l'ASBL.

Piste 1 :



FORMAT EN QUADRICHROMIE

FORMAT EN MONOCHROMIE

Les premières pistes pour le logo étaient dans des styles bien différents, mais à la fois trop classique ou pas suffisamment représentatif pour l'ASBL.

Ensuite, l'idée de ce logo est venue et a été travaillée pour être améliorée et arriver à la version finale telle que présentée ici.

Il y a avait notamment l'idée d'ajouter un pictogramme représentant une famille migrante, mais cela ne rendait pas l'effet souhaité. C'est pourquoi nous sommes restés sur cette base plutôt minimaliste.

Ce logo est simple, mais il contient tous les éléments significatifs.

Le but était de mettre en avant les trois lettres principales de la Plate-forme pour l'Interculturalité à Tournai. Ce logo parle de lui-même.

En ce qui concerne les couleurs, il était intéressant de partir de la base déjà existante : le bleu, pour faire une transition en douceur.

Logos

PISTE 2 :



FORMAT EN QUADRICHRONIE



FORMAT EN MONOCHROMIE

L'idée mise en avant de ce logo est le travail des couleurs et leur importance. Chacune est utilisée pour une lettre différente, mais ensemble, elles forment un tout et il est essentiel d'avoir l'association des trois lettres pour former le nom : Plate-forme pour l'Interculturalité à Tournai. De plus, ces couleurs sont en lien avec les couleurs de peau et cela met en avant le fait que tout le monde, peu importe sa couleur de peau, a de l'importance.

L'objectif est de mettre en avant l'ouverture d'esprit de l'ASBL et ses valeurs tournées vers le social. La PIT est à l'écoute de chacun, sans discrimination, peu importe leurs origines.

Campagne digitale



Dans le cadre de notre campagne de communication digitale, nous vous proposons trois propositions de publications sur Facebook.

1 Dans cette première publication, nous avons décidé de publier un appel aux dons matériels pour l'hiver qui démarre. On souhaite attirer les abonnés à lire le texte en employant des mots forts et concrets tout en y ajoutant une image illustrant les conditions de vie de ces personnes.



Plateforme Pour l'Interculturalité à Tournai

ON A BESOIN DE VOUS !



Du lundi au jeudi, de 14h à 19h.
Le vendredi, de 9h30 à 12h30.
À l'accueil de jour RéPIT
(Rue Childéric, 9 - 7500 Tournai).



 **Plateforme Pour l'Interculturalité à Tournai**
Yesterday at 6:00pm · 🌐

 **APPEL A L'AIDE**

Des personnes passent leur hiver dehors avec le strict minimum pour survivre. Elles ont besoin de vous ! Si vous avez des vêtements inutilisés, ceux-ci trouveront clairement leur place chez nous.

Nous sommes à la recherche de paires de gants, de bonnets, de tours de cou, de chaussettes ainsi que des sous-vêtements neufs pour hommes. 🧤

Vous aimeriez faire un don ?

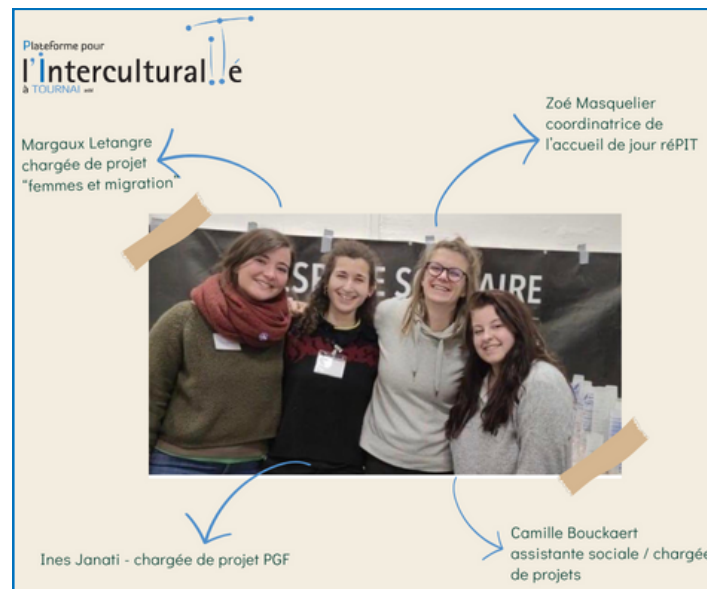
🕒 Du lundi au jeudi, de 14h à 19h. Le vendredi, de 9h30 à 12h30.
📍 À l'accueil de jour RéPIT (Rue Childéric, 9 - 7500 Tournai).

Merci d'avance !

Campagne digitale

2

Dans cette deuxième publication nous avons décidé de présenter l'équipe de la plate-forme pour l'interculturalité. C'est un bon moyen de mettre en avant les visages qui se cachent derrière l'A.S.B.L.



3

Cette troisième publication vise à expliquer les différentes personnes prises en charge par l'ASBL. Cela permet de répondre à ces questions : Qui sont-ils ? D'où viennent ils ? Pourquoi partent ils de leur pays d'origine ?



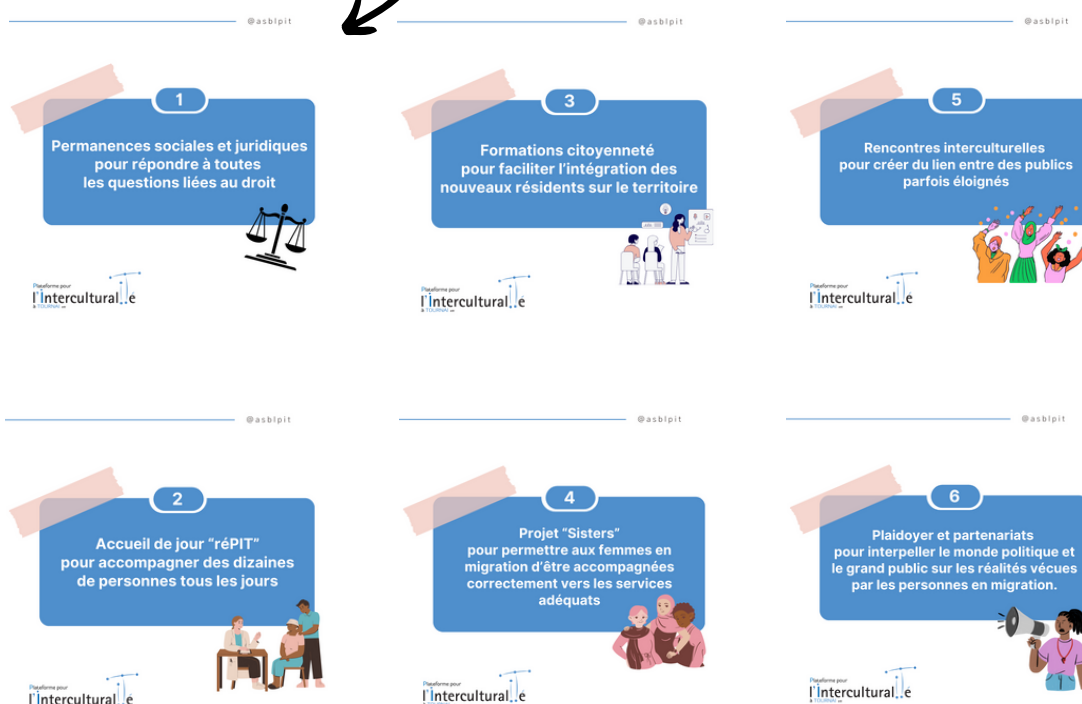
Campagne digitale



Dans le cadre de notre campagne de communication digitale, nous vous proposons trois propositions de publications sur Instagram ainsi que deux stories.

1

Cette publication est un carrousel (plusieurs images sur une même publication), c'est le format tendance sur Instagram quand il s'agit d'apporter du contenu informatif. Dans celui-ci, nous proposons de citer les 6 plans d'action de la PIT afin d'en faire prendre connaissance les nouveaux followers. Il ne faut pas y mettre trop de texte, sinon il y a un risque de perdre le lecteur.



Campagne digitale

Le but de cette publication est de réaliser du cross média. On a donc imaginé de reprendre une citation d'un podcast publié sur le site internet et de venir la mettre en évidence afin que les abonnés du compte Instagram puissent être invités à aller écouter l'entièreté de l'audio.

@asblpit

Ce sont des volontaires qui sont ici depuis des années et qui ne lâchent pas, qui viennent et qui prennent leur temps pour cuisiner, distribuer et répondre présent.

Adèle Bélanger, membre de l'association "Espace Sémaphore"

Plateforme pour
l'Interculturalité
à Tournai

@asblpit

Projet "Sisters : femmes et migrations"

Nous avons mis en place un projet afin d'apporter une aide et un accompagnement aux femmes en migration.



Plateforme pour
l'Interculturalité
à Tournai

Cette publication aurait pour but de présenter le projet "Sisters : femmes et migrations" ainsi que ses objectifs. Afin de varier les types de publications du profil, on a imaginé développer les objectifs dans la description du post.

Campagne digitale

La première story a été imaginée en vidéo pour que cela soit plus dynamique. C'est-à-dire que durant les cinq premières secondes, la première photo en version animée apparaîtra et lors des 10 secondes suivantes, ce sera au tour de la deuxième partie.



Cette story met en avant la journée internationale des migrants.

1



Campagne digitale



2

Cette deuxième story a été pensée et réalisée sous forme de quizz. Trois questions sont posées, tournant principalement autour de la Plate-forme pour l'Interculturalité à Tournai.

On y trouve une question sur la date de naissance de la PIT, sur ce que l'ASBL propose comme différents projets et enfin, une question générale pour que tout le monde puisse réellement savoir ce qu'est une personne "sans papier".



Plan de communication

PUBLIC CIBLE	LE MESSAGE	LES MOYENS	LE BUDGET	L'ÉVALUATION	PLANNING
Le grand public Tournaisien.	Développer la notoriété, faire appel aux dons et aux volontaires.	Posts sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook) Organisation d'événements culturels (par exemple, l'activité développée dans la partie Action Culturelle)	À déterminer selon le type d'événement.	Interactions sur les réseaux Nombre de personnes qui viennent aux événements.	Communiquer de manière régulière sur les réseaux sociaux à fréquence de 1 fois semaine minimum. Communiquer sur l'événement un mois à l'avance minimum.
Plateformes de volontariat (volontariat.be, Give A Day, etc..).	Demander une aide et appel aux volontaires.	Publications d'offres de bénévolat sur ces plateformes.	/.	Nombre d'inscriptions via le site.	Publier avec des fréquences régulières.
ASBL et autres institutions (planning familial, Infojeunes, etc...).	Faire un appel aux bénévoles et développer la notoriété.	Brochure corporate (annexe 1) Posts sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook)	/.	Faire un questionnaire pour les nouveaux bénévoles afin de savoir d'où ils connaissent la structure. Nombre des volontaires.	Publier avec des fréquences régulières.

Plan de communication

PUBLIC CIBLE	LE MESSAGE	LES MOYENS	LE BUDGET	L'ÉVALUATION	PLANNING
Service citoyen.	Faire un appel aux bénévoles.	Faire une newsletter pour expliquer qui ils sont, pourquoi ils auraient besoin de bénévoles, ... Réunion en face to face pour permettre une meilleure explication de l'ASBL. Brochure corporate (annexe 1)	Temps en ressources humaines (faire la réunion ...).	Nombre de bénévoles qui participeront.	Publier avec des fréquences régulières.
Les écoles (Université, Haute école et secondaire 3ème degré).	Faire connaître la structure.	Invitations à l'exposition photo décrite dans la partie Action Culturelle. Affiche diffusée sur les télévisions des écoles + valves papier.	/.	Nombre d'écoles qui participent à l'événement.	Contacter les écoles concernées dès septembre pour pouvoir organiser le projet et tenir le contact tout au long de l'année.

Plan de communication

PUBLIC CIBLE	LE MESSAGE	LES MOYENS	LE BUDGET	L'ÉVALUATION	PLANNING
Étudiants de Louvain La Neuve grâce à des kots à projet. (Migrakot, etc...).	Proposition d'une collaboration	Mise en place d'une conférence de sensibilisation auprès des étudiants de l'UCL ou autres personnes qui souhaitent y participer (par exemple, les résidents). Affiche diffusée par l'intermédiaire du kot à projet. Brochure corporate (annexe 1) Réunion en face to face entre la PIT et les étudiants du kot à projet (présenter le rapport d'activité, présenter les attentes d'une collaboration sur un projet, ...) Dossier informatif sur le projet et écriture de comptes rendus sur les différentes réunions.	Tout dépendra des accords qu'il y aura avec la maison de la culture.	Si le projet est une réussite, par le nombre de gens présents, etc...	Contacter la maison de la culture plusieurs mois à l'avance pour proposer la collaboration et travailler en amont sur celle-ci.

Plan de communication

PUBLIC CIBLE	LE MESSAGE	LES MOYENS	LE BUDGET	L'ÉVALUATION	PLANNING
Maison de la culture.	Créer un partenariat (par exemple, celui développé dans la partie Action Culturelle)	Réunion en face à face pour développer le projet de l'exposition. Brochure corporate (annexe 1)	Tout dépendra des accords qu'il y aura avec la maison de la culture.	Si le projet est une réussite, par le nombre de gens présents, etc...	Contacter la maison de la culture plusieurs mois à l'avance pour proposer la collaboration et travailler en amont sur celle-ci.
La presse (RTBF, Le Soir, la DH, la Libre,...).	Promouvoir l'événement	Réalisation d'un communiqué de presse sur l'exposition "Passage au féminin" Invitation à l'événement	Temps en ressources humaines (faire le dossier de presse ...).	Taille de la revue de presse.	Contacter la presse deux semaines avant l'événement via un communiqué de presse pour les inviter.

Reportage vidéo

Ce reportage a pour but de présenter la Plateforme pour l'Interculturalité à Tournai au travers de ses différents projets et partenaires. Nous nous sommes donc rendus sur place pour nous rendre compte de l'atmosphère et discuter avec l'équipe.

Là-bas, nous avons pu échanger avec Camille, l'assistante sociale et chargée de projet de la plateforme ainsi que Zoé, coordinatrice de la PIT. Nous avons pu en apprendre davantage sur les usagers ainsi que sur leurs origines et leurs situations sociales. Il nous a également été permis d'assister à l'une des nombreuses activités organisées par la Croix Rouge proposant aux usagers de prendre contact avec leurs proches.

Nous pensons qu'il est tout de même important de parler du contexte dans lequel a été filmé ce reportage. En effet, la veille de notre visite, la Police du Tournaisis s'était rendue, à nouveau, sur le camp de Froyennes pour le démonter et embarquer les migrants qui se trouvaient sur les lieux. À partir de là, filmer ces personnes s'est révélé être particulièrement compliqué pour nous d'un point de vue moral et nous n'avons pas voulu imposer notre présence à ces gens.

Nous sommes également allés à la rencontre de Me Charlotte Macé qui s'occupe des permanences juridiques dont peuvent bénéficier les usagers de la PIT. Notre entretien avec elle a permis de mettre en lumière la situation juridique de ces personnes et les recours qu'elles peuvent trouver dans notre pays. De même, nous avons été reçus par Barbara Coupé du Relais Social urbain de Tournai qui nous a expliqué l'importance des relations entre son organisme et la PIT.



Podcast

En ce qui concerne la préparation du podcast, l'objectif était qu'il apporte une plus-value. C'est pourquoi, il a été pensé et conçu pour qu'il puisse être diffusé à la fois sur les réseaux sociaux et le site internet de la PIT.

De cette manière, il pourra toucher davantage de personnes (ceux qui visiteront le site internet, mais aussi les abonnés.)

Dans un premier temps, les discussions pour la réalisation du podcast étaient orientées vers le traitement du sujet de la Vestiboutisque de la PIT.

Ce choix a cependant été modifié, en dernière minute, sur place, au moment de l'enregistrement suite à la non-disponibilité de la bénévole qui s'occupe de cela. On a eu, dès lors, l'occasion d'interviewer Adèle Bélanger qui travaille en tant qu'assistante sociale pour l'association "Espace Sémaphore" située à Mons.

Le but de ce podcast était en partie de décrire la structure dont Adèle fait partie, mais aussi des liens avec la Plate-forme pour l'Interculturalité à Tournai et ce qu'ils proposent.

L'entretien n'a duré que quelques minutes, mais qui se sont révélées suffisantes par les réponses pertinentes, fournies par Adèle.

Lors du montage du podcast, on a trouvé utile et intéressant d'inclure un point important qu'Adèle a mentionné au sujet des bénévoles de l'association et de leur implication incroyable dans le temps.

La durée finale du podcast est donc d'environ deux minutes, incluant la présentation de l'intervenante, de l'ASBL dans laquelle elle travaille et des liens de cet organisme avec la PIT.

Le sujet des volontaires est traité à la fin concluant donc l'audio d'une manière positive.



Campagne de sensibilisation

La campagne de sensibilisation a été imaginée autour des conditions de vie des femmes lors de leur parcours migratoire. Le nom choisi pour cette exposition est "Passage au Féminin".

Que pourrait-on y retrouver lors de cette exposition ?

L'idée de l'exposition, c'est d'y exposer des témoignages de femmes et de leur parcours de migration dans une forme auditive. Des grandes affiches avec des photos représentant les conditions de vie des femmes avec des extraits de leurs histoires par écrit et des QR codes mis à disposition où le public pourra écouter les témoignages réels des migrantes. Ces podcasts seront réalisés avec du bruit d'ambiance pour les rendre les plus immersifs possibles : si la femme a traversé la mer, mettre des bruits d'eau (par exemple).

L'exposition abordera :

- Des conditions de vie précaires
- Quid de la féminité lors de la migration ?
- L'hygiène corporelle
- Violences faites aux femmes

Il y aura également un projecteur qui montrera des chiffres sur le nombre de femmes ayant subi des agressions, le pourcentage de femmes en transit, etc. Lors du vernissage, un représentant de la plate-forme pour l'interculturalité Tournai sera sur place pour avoir un échange questions/ réponses. Plusieurs partenaires seront également sur place pour montrer la collaboration et informer sur le sujet.

En début/fin de visite, une distribution de flyers reprenant les informations de la PIT et informations sur le projet SISTERS sera mise à disposition. (Voir annexe 4).



Campagne de sensibilisation

Quels sont les objectifs de l'exposition ?

Informations et connaissances : La sensibilisation vise à fournir des informations précises et pertinentes sur le sujet de la migration. Elle permet de résorber les croyances communes, à clarifier les idées fausses et à présenter des faits qui peuvent être méconnus par la société.

Éveiller la conscience : En mettant en lumière des problèmes ou des enjeux importants de la migration, la campagne de sensibilisation cherche à éveiller la conscience collective.

Mobiliser l'action : La sensibilisation n'est souvent pas seulement une fin en soi, mais plutôt un moyen d'inciter à l'action. Que ce soit en encourageant le bénévolat à la PIT, la participation à des initiatives, ou le soutien à des causes, l'objectif final est de mobiliser les individus.

Créer un changement sociétal : Lorsque suffisamment de personnes sont sensibilisées et engagées, cela peut conduire à des changements à un niveau plus large.

Mettre en avant les femmes migrantes qui restent une minorité, en leur donnant la parole sur leur vécu.

Collaboration avec la maison de la culture

L'exposition serait en collaboration avec la maison de la culture pour plusieurs raisons. Tout d'abord, la maison de la culture met à disposition sa grande salle d'expo gratuitement pour les ASBL. De plus, l'idée de faire un vernissage pourrait être intéressante si celui-ci précède/suit un spectacle ayant un thème similaire pour atteindre un plus grand nombre de personnes. Enfin, celle-ci étant habituée aux expositions/vernissages, du matériel serait également disponible à la location.

Partenariat avec la Helha ?

Les élèves de première année en bachelier communication disposent d'un cours de photographie : Ils pourraient proposer leur talent pour réaliser les photos avec l'accord de Margaux Letangre. Ce serait une belle opportunité pour les étudiants de travailler avec une ASBL et de voir une réalité de terrain.

Campagne de sensibilisation

Timing de l'animation

Toute l'animation durera 1h, le temps de faire le tour des audios et des photos.

Un vernissage sera organisé ainsi qu'un catering. Une séance de questions/réponses pourrait également être une bonne idée avec l'intervention de plusieurs experts.

Matériel nécessaire

Il faudrait s'informer auprès de la maison de la culture afin de voir quels matériels pourraient être prêtés à la PIT. Dans l'idéal, il faudrait des tables, supports d'exposition photos et projecteurs.

Moyens humains

- Lors du vernissage une personne de la PIT
- Un bénévole
- Les partenaires
- Les élèves de 1ère année en communication (HELHa)

Budget

Budget de 300/400€ pour le catering en fonction du nombre de personnes attendues.

Budget de plus ou moins 20€ par photo en impression A3.

Comment évaluer notre exposition ?

En fonction du nombre d'entrées réalisées durant l'exposition.

Les partenaires éventuels associés à la sensibilisation

- Croix rouge
- La maison de la culture de Tournai
- La haute école de Louvain en Hainaut
- Soralia
- Picardie Laïque
- Le relais social
- Institut la madeleine
- Équipes populaires
- Le Gué maison médicale

Conclusion

Au lieu d'écrire une conclusion simple, chaque membre de notre groupe a décidé de terminer ce travail en témoignant de l'expérience vécue au cours de cette semaine de séminaire.



Jade Bargibant

"Je suis vraiment heureuse d'avoir pu expérimenter cette semaine de séminaire. Le fait d'avoir eu l'opportunité de travailler autour de différents aspects de la communication a rendu la semaine très enrichissante et stimulante. Ce travail nous a fait sortir de nos habitudes, autant par la thématique que par les tâches demandées. Notre groupe a été efficace et proactif tout au long de la semaine."



Anna Déséveaux

"Travailler sur un sujet aussi sensible que celui-ci n'était pas chose aisée. Néanmoins, c'était un vrai challenge que nous avons entrepris en tenant compte des réalités de terrain. Chacun d'entre nous s'était mis le défi de sortir de sa zone de confort et, de manière collaborative, nous avons fusionné nos compétences spécifiques pour mener à bien un travail professionnel. En travaillant de concert, nous avons réussi à surmonter les obstacles. Cette expérience s'est avérée très enrichissante."



Arno Schuddinck

"Sans savoir à quoi m'attendre lors de cette semaine de séminaire d'intégration professionnelle, je suis assez satisfait de notre travail fourni tout au long de la semaine. Malgré quelques imprévus, on a su s'adapter rapidement et tout le monde a pu réaliser des tâches qui ne font pas forcément partie de leur secteur de cœur. Merci à toute l'équipe et à l'école de nous offrir ce genre d'expérience."

Conclusion



Nolhanne Collard

“Je ne savais pas trop à quoi m’attendre durant cette semaine de séminaire d’intégration professionnelle, je suis cependant fière du travail fourni par tout le groupe tout le long de la semaine. La cohésion de groupe était bien présente et nous avons pu travailler en équipe tout en sortant de notre zone de confort en ce qui concerne nos compétences. Je suis satisfaite de l’ensemble de cette semaine et du travail accompli.”



Louise Mol

“J’avais un peu d’appréhension sur cette semaine de séminaire d’intégration professionnelle, les travaux de groupe ce n’est pas mon point fort...Cependant, j’ai été agréablement surprise de la facilité d’intégration de chaque personnalité au groupe. Je suis fière du travail fourni durant cette semaine, qui de plus a été fait dans la bonne humeur !”



Louis Nedved

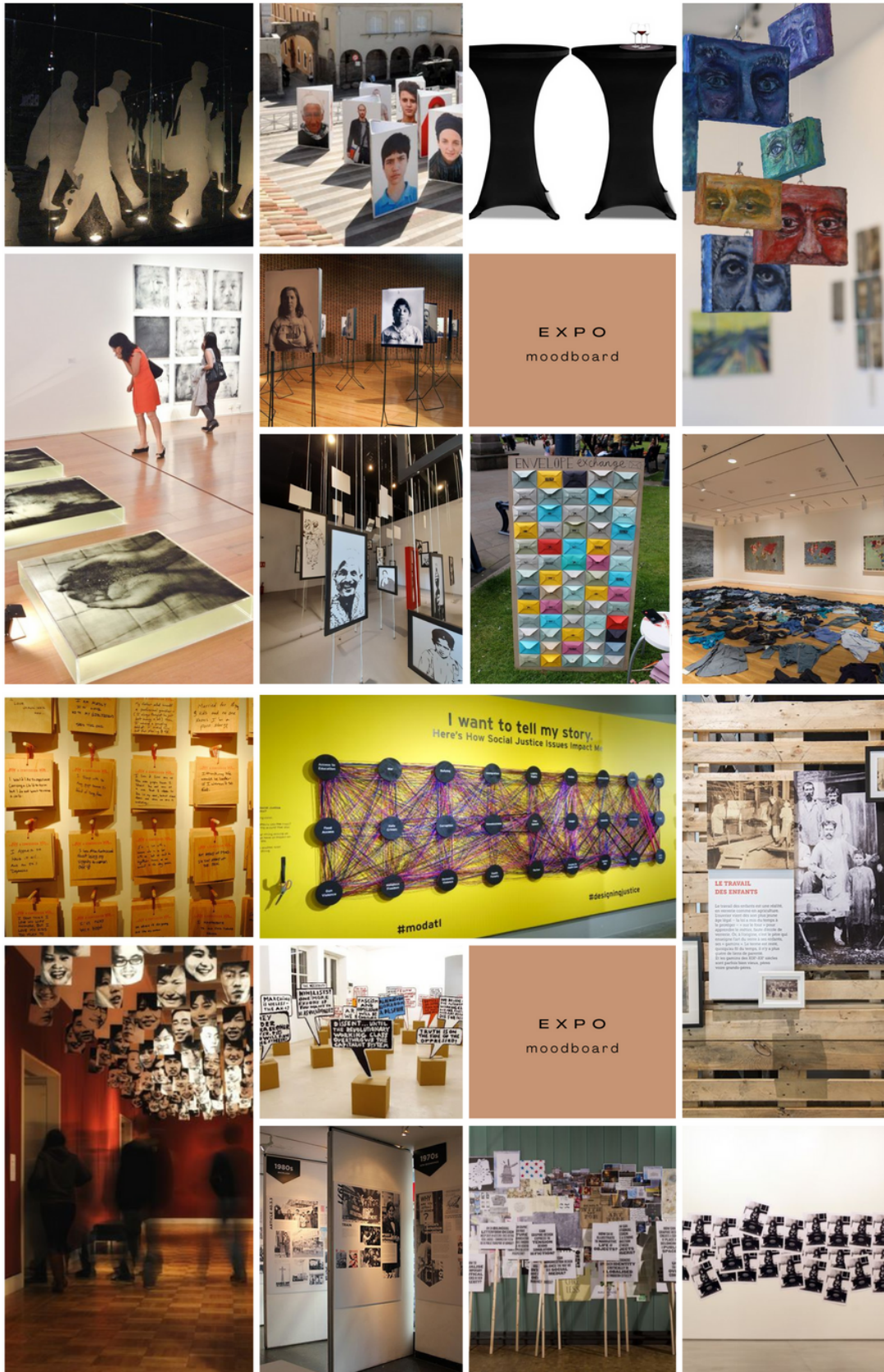
“Je mentirais si je vous disais que j’ai entamé cette semaine la fleur au fusil. J’avais pas mal d’appréhensions autant sur le fait de mélanger les différentes options entre elles au court d’un même séminaire que de travailler sur un sujet aussi sensible que celui de l’immigration. Cela dit, l’ambiance générale du groupe m’a remotivé et je les en remercie pour cela.”



Kayla Duprez

“Cette semaine d’intégration professionnelle a été, pour moi, une expérience enrichissante. Malgré une petite appréhension avant qu’elle commence, car il allait être différent de mes deux autres séminaires de journalisme, j’ai vraiment été très surprise. C’est vrai que pendant cette semaine nous avons rencontré quelques difficultés, mais cette expérience m’a permis d’explorer les deux autres branches de la communication. Je suis également très contente de mon groupe et du travail que nous avons accompli ensemble.”

Annexe



Annexe

Passage au féminin

//

Danielle a été victime de mutilation génitale dans son enfance et, quand elle a grandi, sa famille a menacé de la marier de force. Par conséquent, elle a quitté son pays. Elle n'a malheureusement pas pu amener son enfant avec elle. À son arrivée en Belgique, elle s'est retrouvée très seule et la vie était dure. Heureusement, elle est arrivée dans une bonne structure d'accueil, a eu un tuteur et a pu se rendre à l'école.

//

©fedasil



k | #4395982

©Adobestock

Plate-forme pour
l'Interculturalité
à Tournai



Annexe

« LA VIOLENCE FAITE AUX FEMMES, NOUS LES FEMMES SANS PAPIERS NOUS LA PORTONS DANS LA PEAU. »

BINTOU TOURÉ, PORTE-PAROLE DE
« LA VOIX DES SANS PAPIERS »



Plateforme pour
l'Interculturalité
à Tournai

info@pitournai.be
0470 42 71 69

LA PIT, C'EST QUOI ?

La Plate-forme pour l'interculturalité à Tournai est un réseau d'associations et de citoyen.nes qui mène des projets interculturels à Tournai en favorisant une dynamique d'échanges entre personnes de cultures différentes et pour favoriser l'intégration des personnes étrangères à Tournai. L'association a vu le jour le 19/12/2017 et agit pour l'accueil, l'intégration et l'interculturalité "pour, par et avec" les personnes en migration. La PIT met en place 6 projets :

- 1 PERMANENCES SOCIALES ET JURIDIQUES**
Les permanences juridiques sont organisées en partenariat avec la Commission d'Aide Juridique du Hainaut Occidental (CAJAH), à raison de deux fois par mois, gratuitement et sans RDV.
- 2 ACCUEIL DE JOUR "RÉPIT"**
Projet citoyen et associatif, épaulé par l'équipe de la PIT, ce projet permet un moment de repos et d'accompagnement psycho-médico-social et juridique à des dizaines de personnes chaque jour.
- 3 FORMATIONS CITOYENNETÉ**
Accueillir et accompagner les nouveaux résidents étrangers de Wallonie, les aider à acquérir les connaissances de base sur le fonctionnement de la société et des relations sociales en Belgique et faciliter leur intégration sur le territoire.
- 4 RENCONTRES INTERCULTURELLES**
Organisation de projets annuels. Ces moments ont pour objectifs de tisser du lien entre des publics parfois éloignés les uns des autres et de permettre la rencontre.
- 5 PLAIDOYER ET PARTENARIATS**
L'une des missions de la Plateforme pour l'Interculturalité est d'interpeller le monde politique, institutionnel et le grand public sur les réalités vécues par les personnes en migrations afin de faire remonter la voix de celles et ceux qui sont peu entendus.



6 PROJET "SISTERS : FEMMES ET MIGRATIONS"

PROJET "SISTERS : FEMMES ET MIGRATIONS"

La Plate-forme pour l'interculturalité de Tournai a mis en place son propre projet nommé le projet "Sisters" afin d'apporter une aide et un accompagnement aux femmes en migration. Celui-ci s'articule autour des objectifs suivants :

-  Création d'un accompagnement spécifiquement dédié aux femmes migrantes au sein du RÉPIT : pour qu'elles puissent exprimer leurs besoins/envies et que le dispositif puisse y répondre.
-  Faire entendre la voix de celles qui sont invisibilisées et qui s'invisibilisent.
-  Faire réseau autour de la situation particulière d'invisibilisation que vivent les femmes en parcours migratoire.
-  Sensibiliser les organismes qui sont impliqués dans le fonctionnement de l'accueil de jour, lutter contre les préjugés liés à la situation des femmes en migration.

LA PLATEFORME POUR L'INTERCULTURALITÉ
9 RUE CHILDÉRIC, TOURNAI
DU LUNDI AU JEUDI DE 14H À 19H
VENDREDI DE 9H30 À 12H30



Plateforme pour
l'Interculturalité
à Tournai

info@pitournai.be
Plateforme Pour
l'Interculturalité
à Tournai

Annexe

Retroplanning

Logistique

Lieux

Salle de la Maison de la Culture J – 12 mois

Location à la Maison de la Culture

Projecteur et accessoire J – 11 mois

Table de catering J – 11 mois

Achat

Impression des photos J – 10 semaines

Catering J – 1 semaine

Décors J – 5 semaines

Matériel

Réalisation des podcasts J – 10 semaines

Installation

Tables, nappes, décors, ... J – 1 jour

Communication

Réseaux sociaux

Instagram J – 6 semaines (+ fréquence régulière)

Facebook J – 6 semaines (+ fréquence régulière)

Contacter HELHa

Contacter la direction J – 11 mois

Contact avec professeur de photo J – 11 mois

Affiche

Création des affiches J – 12 semaines

Mise en place de l'affiche à la Maison de la Culture J – 8 semaines

Presse

Communiqué de presse J – 10 jours

Feedback

Retour sur événement

Taux de présence J + 6 jours