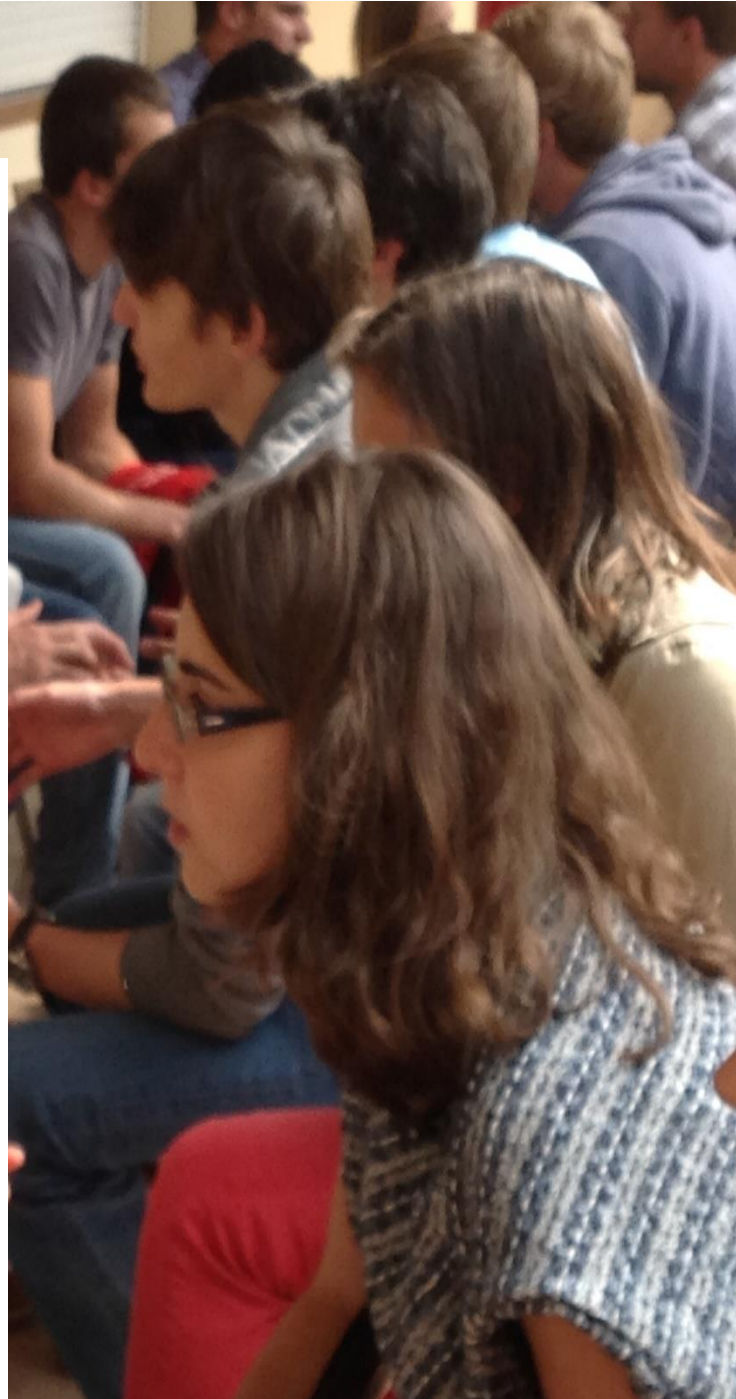




Mémo Formation Relance

21 SEPTEMBRE 2021



Mémo formation de Relance

Table des matières

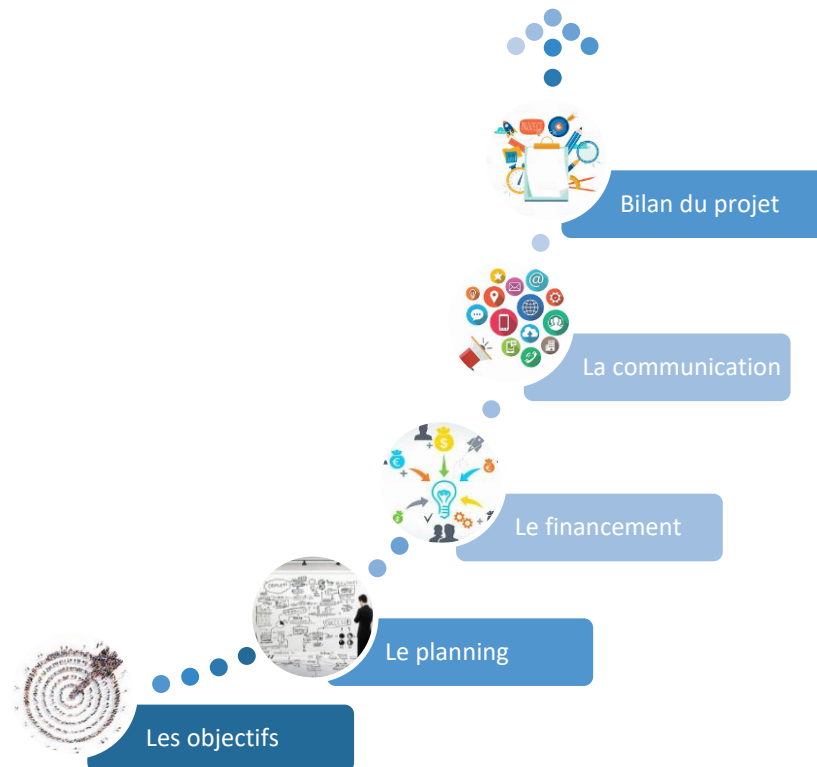
1	Gestion de projet	5
1.1	Les 5 étapes	5
1.1.1	Les objectifs	5
1.1.2	Le planning	5
1.1.3	Le financement	6
1.1.4	La communication.....	6
1.1.5	Le bilan	6
1.2	L’outil SMART	6
1.2.1	S = spécifique/précis	6
1.2.2	M = mesurable/quantifiable	7
1.2.3	A = assignable/atteignable.....	7
1.2.4	R = réaliste/concret.....	7
1.2.5	T = temporellement défini	7
1.3	Les demandes et autorisations site de Woluwé	7
	8
1.4	Vos partenaires.....	8
1.4.1	Les personnes de contacts	9
1.5	Le matériel.....	10
1.6	Les subsides	11
1.6.1	Petites sommes ou activités ponctuelles.....	11
1.6.2	Sommes plus conséquentes ou activités récurrentes	11
1.6.3	Subsides importants	11

1.6.4	Tableau récapitulatif	11
1.7	Les salles.....	12
2	Gestion d'équipe.....	13
2.1	La croix de Barry-Hart	13
2.1.1	Les différentes attitudes lors d'un conflit.....	13
2.1.2	Les types de management.....	14
2.2	Les différences entre chef et leader	16
2.2.1	Le chef donne des ordres, le leader encourage	16
2.2.2	Le chef dit « je », le leader dit « nous »	17
2.2.3	Le chef reproche lorsqu'il y a un échec, le leader cherche une solution. 17	
2.2.4	Le chef sait mieux, le leader montre l'exemple	17
2.2.5	Le chef use, le leader fait grandir	17
2.3	Gestion par le consentement	18
2.4	Et moi, comment je fonctionne dans un système ?	18
2.5	La communication non-violente.....	19
3	Conduite de réunion	20
3.1	Les 3 étapes	20
3.1.1	Préparer.....	20
3.1.2	Animer.....	21
3.1.3	Restituer	21
3.2	Technique d'animation	21
3.2.1	Les chapeaux de Bono.....	21
4	Communication & Réseaux sociaux.....	24
4.1	Les principaux réseaux sociaux	24
4.1.1	Facebook	24
4.1.2	Instagram	27
4.2	Communication de crise	30
4.2.1	Communication de crise : Sur les réseaux sociaux, rien n'est privé.....	30
4.2.2	Rien n'est privé	31

4.2.3	Les faits, rien que les faits	31
4.3	Cas pratique.....	31
5	Une approche collective du consentement.....	33
5.1	Quelques chiffres.....	33
5.2	Comment appréhender les notions de « drague », « harcèlement » et « d'agression » à travers des illustrations ?.....	34
5.3	« Thé ok »	35
5.4	Stratégies d'actions individuelles.....	35
5.5	Stratégies d'actions collectives	36
5.6	Quelques ressources supplémentaires.....	37

1 Gestion de projet

1.1 Les 5 étapes¹



1.1.1 Les objectifs

Dans cette étape, il s'agit de se centrer sur le projet pour le définir, ainsi que ses objectifs et le ou les différents publics cibles.

1.1.2 Le planning

Le planning est indispensable car il permet de fixer les rôles et les tâches de chacun, établir un budget, solliciter les diverses autorisations et construire un rétroplanning.

¹ Construit à partir de notes internes.

1.1.3 Le financement

Le financement est l'étape qui va permettre d'identifier les ressources locales et plus globales – à travers par exemple des demandes de subsides. Il est essentiel de multiplier les sources de financement et de respecter les délais.

1.1.4 La communication

Il est nécessaire de solliciter un maximum les différents réseaux et canaux d'informations. A noter aussi qu'adapter sa communication en fonction du moment où l'on communique et sur quel réseau on interagit est important.

1.1.5 Le bilan

Le bilan du projet en tant que dernière étape est l'étape qui permet de réaliser l'évaluation du projet – et vise en la pérennité du projet. L'objectif est également de conserver des traces du projet et de travailler à son amélioration.

1.2 L'outil SMART²



1.2.1 S = spécifique/précis

Pour définir un bon objectif, il faut que celui-ci se rapporte à un élément bien précis, soit délimité au niveau géographique par exemple et dispose d'un financement spécifique (Steffens 2015 : 9). Plus l'objectif est précis, plus cela peut aider à la gestion de votre projet et à son aboutissement.

² Phisoé ; révélateur de talent, *C'est quoi le SMART ?* In <https://www.phisoee.com/smart/> consulté le 16 et 17 juillet 2020.

1.2.2 M = mesurable/quantifiable

Un objectif doit être mesurable afin de contrôler les résultats. Pourtant, pour les objectifs plus qualitatifs, il est parfois difficile de quantifier un objectif (Steffens 2015 : 9).

1.2.3 A = assignable/atteignable

Pour mettre en œuvre un objectif, il faut impérativement qu'une ou plusieurs personnes soient clairement identifiées comme responsables de la réalisation de l'objectif (Steffens 2015 : 9). Veillez à avoir un objectif qui soit également atteignable.

1.2.4 R = réaliste/concret

Il faut pouvoir différencier une situation idéale et une situation concrète qui puisse être atteinte au sein d'une organisation (Steffens 2015 : 9). Plus votre objectif sera réaliste, plus votre projet a des chances d'aboutir.

1.2.5 T = temporellement défini

Au moment de la définition de l'objectif, il est important de fixer un échéancier, car sans repère temporel, l'objectif perdrait son caractère concret (Steffens 2015 : 10).

1.3 Les demandes et autorisations site de Woluwé

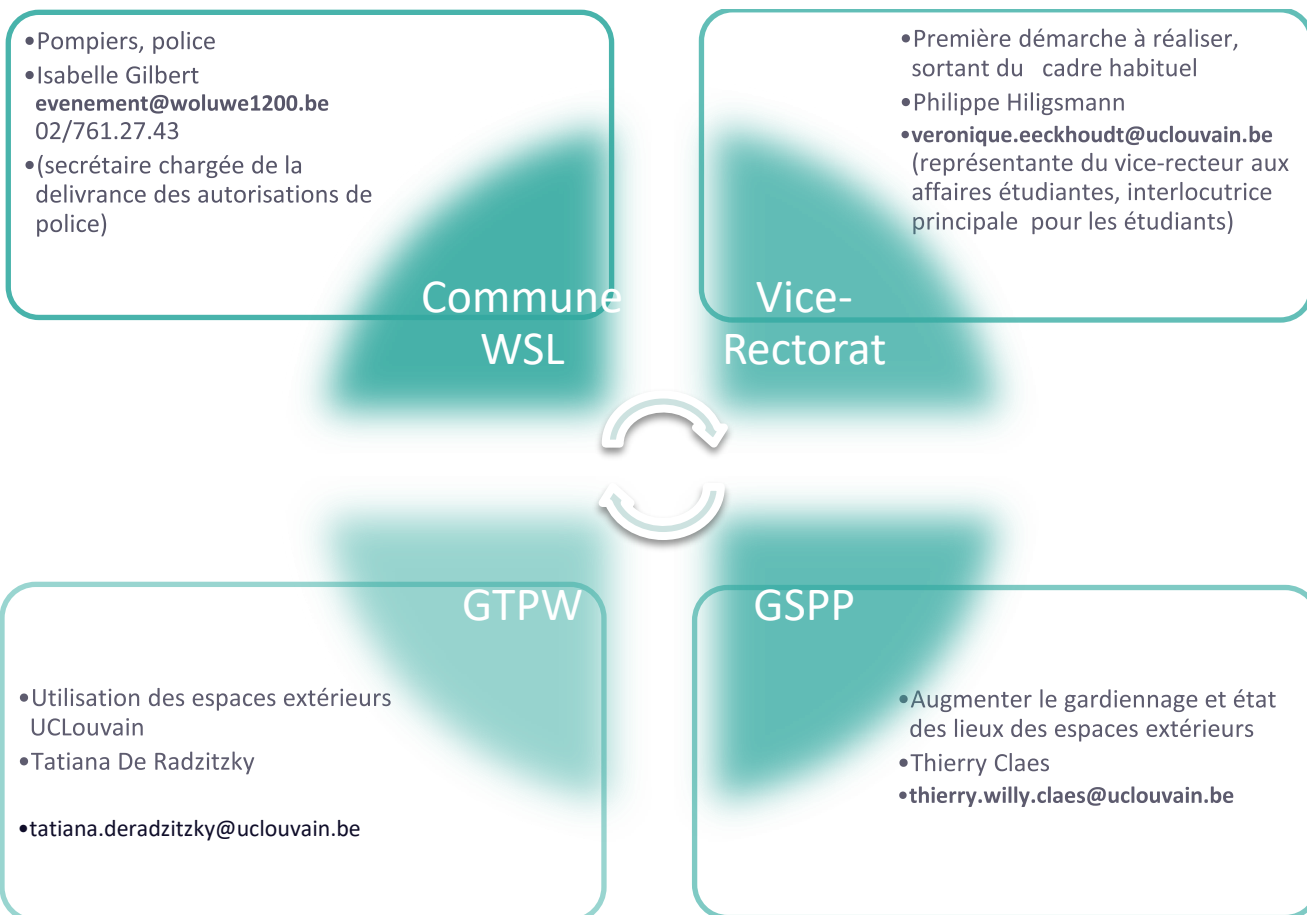
Dans cette étape, il est impératif de respecter cet ordre :

- ✓ Première étape : le vice-rectorat ;

Il est nécessaire de contacter via le site web du vice-rectorat :

<https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/cvrc/woluwe-0.html>

- ✓ Seconde étape : la commune ;



1.4 Vos partenaires



1.4.1 Les personnes de contacts

Organe LEW ASBL & Organe LLN Soutien, accompagnement aux projets, partenaires & subsides
Gwendolyn Evrard Présidente 2020/2021 pour Woluwé.

Contact : organelew@kapuclouvain.be

L'AREC Soutien à la communication des évènements

Dominique Hoebeke

La « Mairie » (au-dessus du Service Logement)

Contact : communication-woluwe@uclouvain.be

Service d'Aide aux Etudiants Soutien, informations générales & subsides

Learning-Center Hippocrate

Charlotte Moury

02/764.43.34

Contact : charlotte.moury@uclouvain.be

Permanences :

Lu : 14h-18h

Ma : 13h-17h

Jeu : 13h-16h

Ven : Par teams

Vice-Rectorat Aux Affaires Etudiantes

Véronique Eeckhoudt

Veronique.eeckhoudt@uclouvain.be

0478/841.161

RDV possibles par Teams (ne pas hésiter)

Arte-Fac Soutien initiatives culturelles, Prêt de matériel, Subsides

Learning Center Hippocrate

Coordinateur Pierre Guerry

02/764.43.29

artefac@uclouvain.be

Permanences:

Lu: 17h-19h

Ma-Ve : 13h-14h

Contact : artefac@uclouvain.be

Paroisse & Aumônerie

Philippe Berrached

Contact : philippeberrached@hotmail.com

Univers Santé ASBL Location de matériel, toute question liée à la santé et à la prévention collective, Guindaille 2.0

Learning Center Hippocrate

Anne-Sophie Poncelet & Marie-Marie Van der Rest

Permanences :

Me : 10h-16h

Contact :

anne-sophie.poncelet@uclouvain.be

marie.vanderrest@uclouvain.be

Faculté d’Aimer ASBL Planning Familial

Contact : facultedaimer@hotmail.com

Cercles Etudiants Location de salle & partenaires d’activité

Cercle Spix presidentspix@gmail.com

Cercle Pharma uclpharmacie@gmail.com

Cercle Mémé president.uclmeme@gmail.com

Coordination Générale des Etudiants Internationaux Partenaires d’activités

Contact : cgeiwoluwe@hotmail.com (étudiants)

AGL Soutien & subsides aux projets étudiants

1.5 Le matériel

Fournisseur	Matériels	Informations
Arte-Fac	Tonnelles, caméra, projecteur, fonds de scène...	artefac.be/soutien/prêt-de-materiel/
KAP's	Chaque KAP possède du matériel propre à ses activités Ex : Courant d’Air => matériel de sonorisation KES => matériel de théâtre	Bouche à oreille Vos aînés, vos pairs.
Univers Santé	Matériel de projets « santé »	univers-santé@uclouvain.be
Planning familiale « Faculté d’Aimer »	Matériel de prévention sexuelle	facultedaimer@hotmail.com
Centre de prêt de Nannines	Caverne d’Alibaba Processus de demande contraignante	www.cpm.cfwb.be
Brabant Wallon	Matériel en tout genre	www.brabantwallon.be
Musikot	Matériel de sonorisation	festival.medinalma@gmail.com

1.6 Les subsides

Vous trouverez toute la mise à jour des subsides sur le site :

<https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/administrations/avie/l-animation-etudiante.html>

Voici plusieurs types de financement que vous pourriez recevoir :

1.6.1 Petites sommes ou activités ponctuelles

- ✓ Subsides conjoncturels de l'Organe
- ✓ Subsides AGL
- ✓ Subsides Arte-Fac
- ✓ Subsides UCLouvain Culture
- ✓ Fonds de développement culturel (sommes variables)
- ✓ Subsides ANIM (sommes variables)

1.6.2 Sommes plus conséquentes ou activités récurrentes

- ✓ Subsides Récurrent ANIM
- ✓ Subsides Structurels de l'Organe

1.6.3 Subsides importants

- ✓ Communauté Française
- ✓ Fondation Roi Baudouin

1.6.4 Tableau récapitulatif

Subsides	Pour quoi /qui	Comment/quand
Les subsides conjoncturels Organe/ Subsides du dimanche	Subsides (montants limités) attribués chaque dimanche suite à une demande écrite 50€ max. 3x/an	Formulaire disponible sur organelew.com Demandes traitées tout au long de l'année
Les subsides de l'AGL de Woluwé	Soutiennent les activités socio-culturelles impliquant des étudiants et se déroulant sur le site.	Formulaire disponible sur organelew.com A remettre à l'AGL (Réunion hebdomadaire)
Les subsides Arte-Fac	Octroi de subsides pour des projets culturels émanant des étudiants	Formulaire sur artefac.be Demandes traitées tout au long de l'année
Les subsides UCL Culture	Soutiennent des projets culturels de qualité portés par des étudiants.	Formulaire sur uclouvain.be / UCLouvain culture Tous renseignements (aline.audit@uclouvain.be) A envoyer au moins deux mois avant l'activité programmée
Le fonds de développement culturel	Soutient les projets culturels émanant d'entités, de membres du personnel ou d'étudiants de l'UCL.	Tous renseignements frederic.blondeau@uclouvain.be Demandes traitées deux fois/an (à vérifier chaque année)

Les 2 types subsides ANIM – Activités – Matériel	Soutiennent les initiatives émanant des étudiants et contribuant à l'animation des sites. Animations culturelles, actions sociales, collectives ou de folklore. > demandes d'équipement sur les deux sites de l'UCL	Formulaire sur uclouvain.be Demandes traitées deux fois/an (à vérifier chaque année)
Les subsides récurrents (ANIM)	Soutiennent les activités qui se déroulent depuis au moins 3 années consécutives sur le site. Ex : Med'in Alma	Tous renseignements florence.vanderstichelen@uclouvain.be
Les subsides structurels de l'Organe	Même principe que les subsides récurrents Cycle de 3 ans mais demande possible en cours de cycle : dossier à remettre fin du mois d'octobre (date encore à déterminer)	Formulaire disponible sur organelew.com

1.7 Les salles

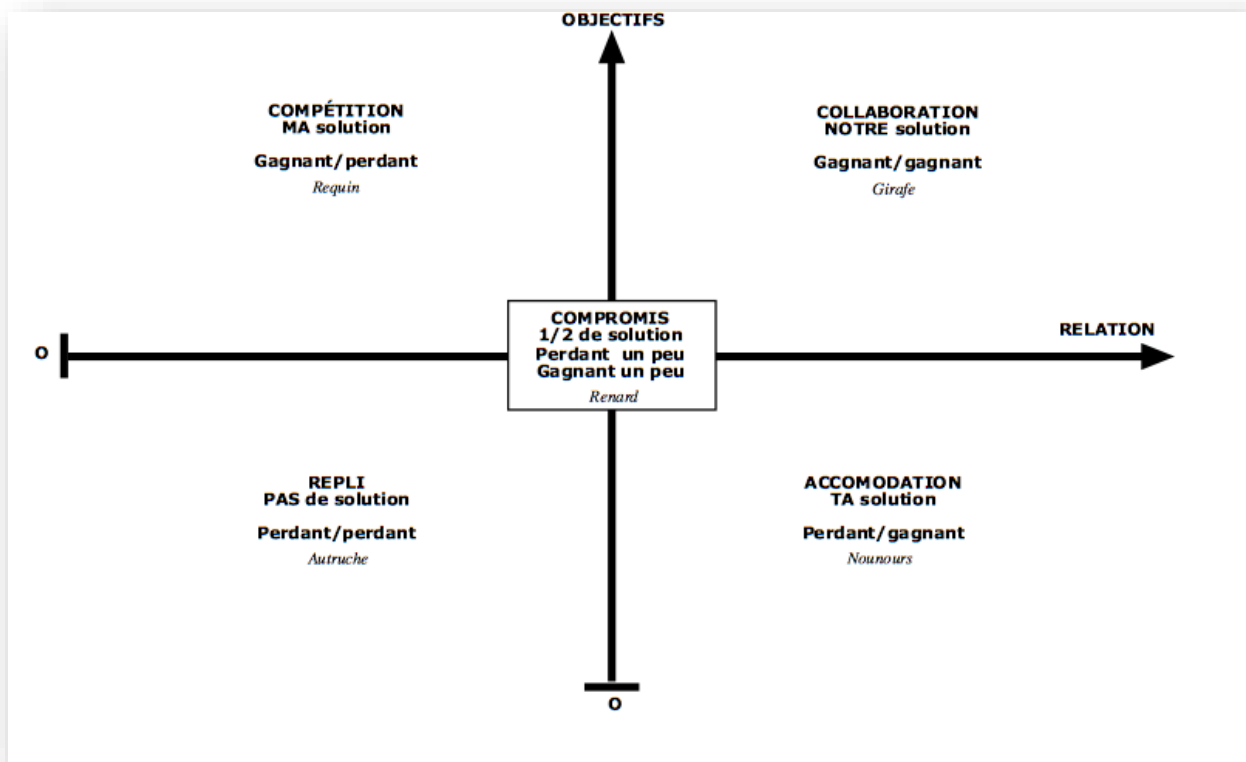
En ce qui concerne la réservation des locaux et les événements pour ce Q1, il faut se référer en premier lieu au « *protocole vie extra-académique* » conçu par le Vice-Rectorat et disponible sur l'intranet UCLouvain.

Salle	Contact	Mail
Salle Carrefour	Organe	sallecarrefour@gmail.com
Auditoires et séminaires	Le Vice-rectorat Véronique Eeckhoudt	veronique.eeckhoudt@uclouvain.be Toute information : https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/cvrc/activites-en-auditoire.html
Espaces extérieurs	Le Vice-rectorat Véronique Eeckhoudt	veronique.eeckhoudt@uclouvain.be Toute information : https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/cvrc/en-exterieur.html
Courant d'Air	Courant d'air	kotcourantdair@gmail.com
Salles de Cercles	Mémé, Spix, Pharma...	Par Facebook
Espace Atelier créatif	Arte-Fac (Pierre Guerry) & Service d'Aide aux Etudiants (Charlotte Moury)	artefac@uclouvain.be charlotte.moury@uclouvain.be
Chambres utilitaires	Service Logistique et Logement étudiant	patrick.roussel@uclouvain.be

2 Gestion d'équipe

2.1 La croix de Barry-Hart

La croix de Barry-Hart est un outil qui peut servir de repère lors d'un conflit et qui permet d'identifier différentes attitudes possibles. Les identifier permet de comprendre davantage les réactions émotionnelles de soi-même et des autres personnes pour pouvoir aboutir à un compromis qui satisfait plus ou moins chacun.



2.1.1 Les différentes attitudes lors d'un conflit³

2.1.1.1 Le requin

Il adopte une attitude de compétition : sa solution compte uniquement, il est le plus important, et peut se montrer agressif. Peu d'espace pour la relation, il privilégie ses objectifs à atteindre.

³ Université de la Paix ASBL, *Etape n°3 : Moi et le conflit (comprendre et se positionner dans le conflit), cartes animales*, 4P., PDF.

2.1.1.2 L'autruche

Elle se retranche dans une attitude de repli, elle cache à la fois ses besoins et ses sentiments, et refusera de parler du conflit. Par conséquent, il n'y a pas de solution possible et tout le monde est perdant.

2.1.1.3 Le nounours

Il est de nature sympathique mais s'accommode de toute situation : peu importe les objectifs qu'il aimerait atteindre, la relation prime. Dans cette configuration, il y a un gagnant et un perdant au conflit.

2.1.1.4 La girafe

Configuration idéale en conflit : la collaboration est centrale avec la construction d'une solution collective où chacun est gagnant. Ainsi, à la fois la relation et les objectifs de chacun sont sauvegardés.

2.1.1.5 Le renard

C'est la solution du compromis : chacun est à la fois un peu gagnant, un peu perdant. Chaque participant dans une attitude de renard réfléchit beaucoup avant d'agir, élabore des plans, et est rusé pour trouver des solutions de compromis.

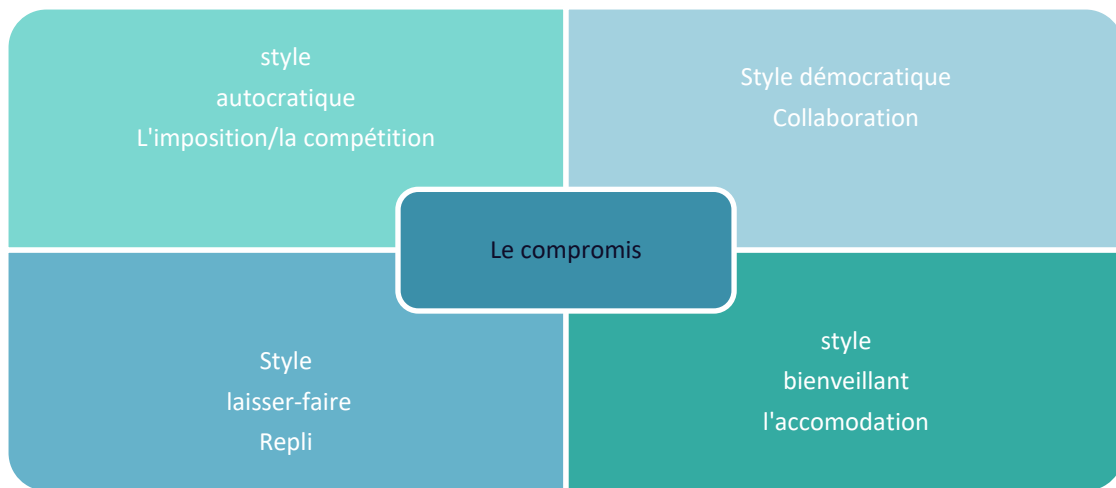
A noter qu'il existe des variantes de ces quatre typologies de notre attitude en conflit : le kangourou, l'aigle, le chien, etc.

Outre ces exemples d'attitude et de gestion de conflit, la croix de Barry-Hart propose aussi un regard croisé entre les « objectifs » et la « relation », autrement dit : Quelle est ma façon d'être au monde ? Sur quoi je me base pour évaluer une situation, prendre des décisions et interagir avec les autres ? Ce sont des questions essentielles car elles déterminent notre façon d'entrer en relation avec autrui et permet de comprendre sous un certain regard des enjeux de gestion d'équipe et/ou des difficultés qui peuvent en découler. D'ailleurs - en plus de la gestion de conflit - la croix de Barry-Hart met en exergue différents enjeux de relation : compétition ; collaboration, accommodation et repli.

2.1.2 Les types de management⁴

Être un bon leader exige de bien se connaître, de cerner son style et de s'attacher à l'élargir et le nuancer. Nous pouvons observer plusieurs types de leadership :

⁴ RTBF Tendances, Les 6 types de personnalités selon le modèle de la PCM, publié le 25 mai 2018, In <https://www.rtb.be/tendances/bien-etre/psycho/detail-les-6-types-de-personnalite-selon-le-modele-de-la-pcm?id=9923578>, consulté le 03 & 04.09.2020 et construit à partir de notes internes.



2.1.2.1 Le style autocratique

Rapide et direct, ce style de management, va permettre d'affirmer de façon évidente un leardership. Il vise en la partie pensante de l'individu, style directif.

Les avantages : Il est rapide et direct

Inconvénient : Ce type de gestion déplaît souvent et provoque soit la rébellion soit la « suradaptation des individus

Pour qui ? Le rêveur – il a besoin de directives claires et explicites- et le promoteur (parce qu'il privilégie l'action).

Il faut l'éviter dans 85% des cas, sauf si on a pris le temps en amont de soigner le capital relationnel.

2.1.2.2 Le style démocratique

Dans ce style de gestion de personne, chaque individu est invité à exprimer son opinion, ses suggestions et ses souhaits. Le leader en fera une synthèse à partir de laquelle il élaborera sa décision. Il prend en compte l'avis de chacun.

Avantage : mobilise l'intelligence de l'entreprise. Besoin de reconnaissance des collaborateurs rencontré.

Inconvénient : Ce style de gestion est chronophage et décourageant pour ceux qui ont besoin d'agir. Comme il est difficile de prendre en compte l'avis de chacun dans les décisions, ce style peut occasionner des frustrations.

Pour qui ? Il est optimal pour les persévérants et « travaillomanes » mais aussi les empathiques, les rebelles et les rêveurs. Il ne faut pas l'employer avec les promoteurs car ils manqueront de stimulations.

2.1.2.3 Le style bienveillant

Ce leader a la conviction que l'important est d'avoir une équipe soudée, unie où l'ambiance est bonne. Son idéal se rapproche de celui d'une famille dans laquelle chacun se sent bien.

Avantage : Il est remarquablement efficace avec les empathiques.

Inconvénient : Il existe un risque de confusion entre emploi du temps personnel et professionnel. Ce leadership n'est pas bien perçu par les persévérants ou travaillomanes.

2.1.2.4 Le style laisser-faire

Ce style propose à chacun de jouir de la plus large autonomie.

Avantage : Il fait appel à la créativité et est particulièrement adapté aux situations de brainstorming. Fonctionne très bien quand chacun a déjà développé son style personnel d'efficacité.

Inconvénient : Il manque de structure. Risque de déperdition d'énergie si chacun, livré à lui-même, fait un peu tout et n'importe quoi à la fois.

Pour qui ? Pour les rebelles mais en mettant des limites. PAS pour les rêveurs qui ne prendront pas d'initiative et risquent de ne rien faire.

2.1.2.5 Le compromis

Une solution qui coupe la poire en 2 ou en 2/3-1/3.

Chacun cède sur l'un ou l'autre point Objectif de débloquer la situation rapidement.

Adapté si : - La coopération est importante mais on a peu le temps nécessaire pour la mettre en place - La solution trouvée, même insuffisante est préférable à l'échec (//MeSoRe) - Il ne dure pas trop longtemps (intermédiaire)

Pas adapté si : - Empêche de trouver une meilleure solution, moins 'coûteuse' - On ne peut pas en assumer toutes les conséquences (renoncements) - Il est conclu à contrecœur d'un côté ou de l'autre

2.2 Les différences entre chef et leader⁵

2.2.1 Le chef donne des ordres, le leader encourage

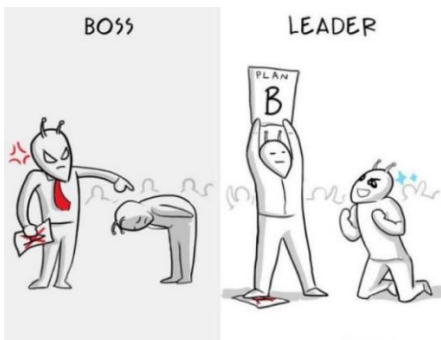


⁵ Gombert G., 8 schémas pour comprendre la différence entre un chef et un leader : travailler son leadership, écrit le 21 juin 2018 In <https://www.cadreo.com/actualites/dt-8-schemas-difference-chef-leader>, consulté le 07.09.2020.

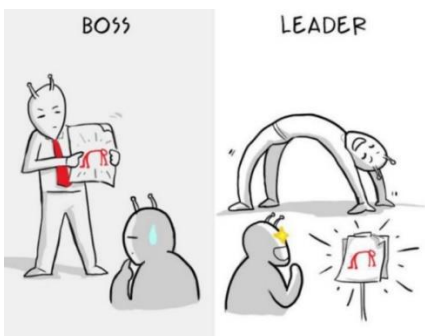
2.2.2 Le chef dit « je », le leader dit « nous »



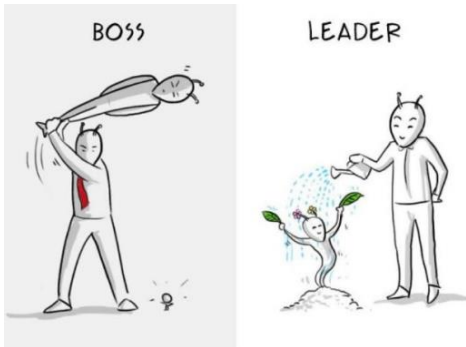
2.2.3 Le chef reproche lorsqu'il y a un échec, le leader cherche une solution



2.2.4 Le chef sait mieux, le leader montre l'exemple

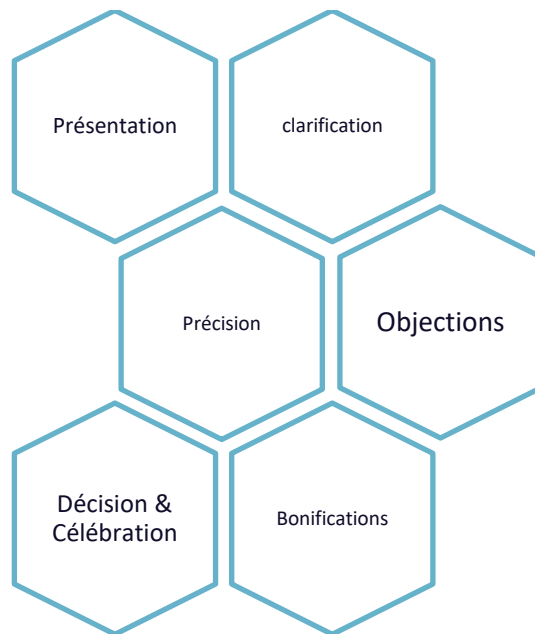


2.2.5 Le chef use, le leader fait grandir



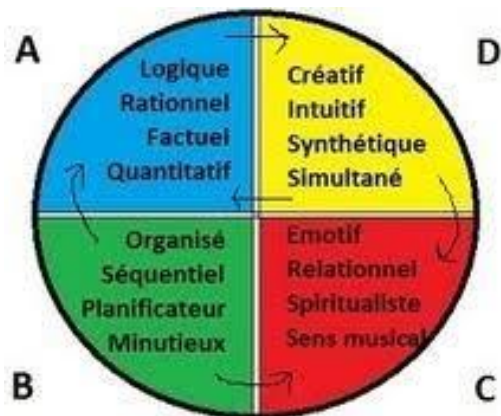
2.3 Gestion par le consentement

Méthode CoDev



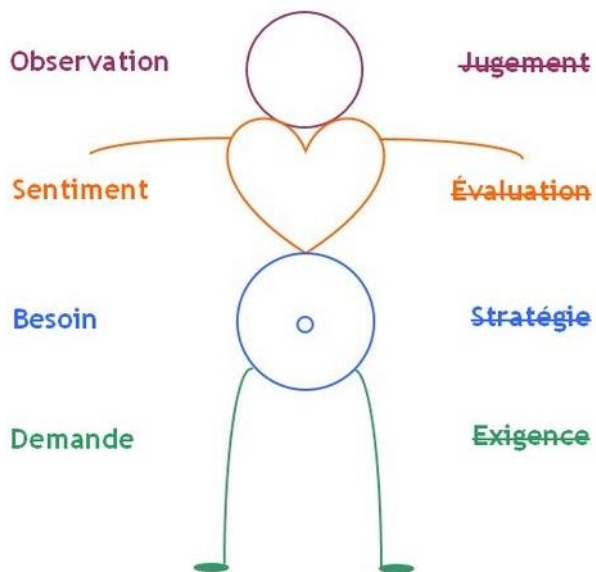
2.4 Et moi, comment je fonctionne dans un système ?

HBDI® (Herrmann Brain Dominance Instrument®)



2.5 La communication non-violente

Le bonhomme OSBD



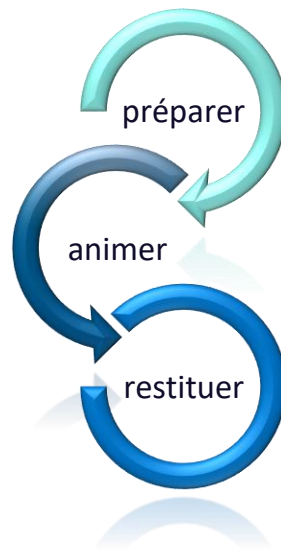
« Connection before solutions » Marshall Rosenberg

Conditions d'une demande:

- Négociable
- Réaliste
- Concrète (précise)
- Positive
- Ici et maintenant (PPP)

3 Conduite de réunion⁶

3.1 Les 3 étapes



Une réunion se distingue en trois étapes successives :

- La préparation ;
- L'animation ;
- La restitution ;

3.1.1 Préparer

Cette étape constitue en 50% de la réussite de la réunion.

En amont d'une réunion, plusieurs éléments sont à clarifier :

- Quel est/sont le ou les objectif(s) de cette réunion ?
- Qui est concerné ?
- Quel est l'ordre du jour ?
- Quels sont les points qui seront évoqués ?
- Combien de temps prévu ?
- Quels seront les supports employés pour la bonne compréhension ?
- Pourquoi faire ses réunions ? (Ses objectifs etc.)
- A quel public s'adresse-t-on ?
- Que dire sur chacun des points à aborder ?

⁶Construit à partir de L'AGL, *Boîte à outil : comment animer une réunion*, 10 p., PDF. Et des notes internes.

3.1.2 Animer

Exemples d'étapes qui peuvent structurer la réunion :

1. Ouvrir la réunion par un **tour de table** (météo personnelle, prénom et fonction de chacun, etc.) et mentionner les absents éventuels
2. Enoncer les objectifs et l'**ordre du jour** de la réunion – demander à chacun s'ils ont des points à rajouter
3. Désigner et s'aider d'un **rapporteur** – qui pourra prendre des notes sur le déroulé et les décisions prises- et si le groupe est grand, désigner un **gardien du temps** est nécessaire
4. Aborder les différents points individuellement
5. Veillez à donner la **parole à chacun** – questionner les plus timides et regarder les autres lorsqu'on parle, favoriser le dialogue
6. Toujours **demander au groupe s'il est d'accord** avec chaque proposition
7. **Résumer les décisions prises** après chaque point et les rôles éventuels dans les tâches à effectuer
8. Fixer un objectif et une nouvelle date de réunion, en veillant à remercier les participants pour leur présence

3.1.3 Restituer

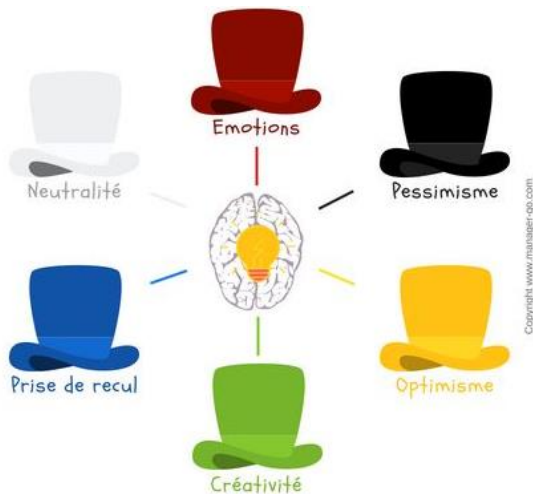
Cette étape de clôture est importante car elle permet de conserver des traces de la réunion, et ce qui y a été décidé. Elle sert de fil conducteur lors de la prochaine réunion pour évaluer l'avancée du projet. De plus, elle reprend les décisions prises, répartition des rôles de chacun et des objectifs fixés. Son compte-rendu permet aussi d'y indiquer la date de la prochaine réunion à communiquer aux membres. Le rapporteur désigné pourrait rédiger le compte rendu de la réunion puisqu'il a pris des notes lors de la réunion. En fin de réunion, pensez à remercier les personnes qui ont été présente à cette réunion : les remerciements motivent les personnes à s'impliquer.

3.2 Technique d'animation

3.2.1 Les chapeaux de Bono⁷

Cette technique d'animation, aussi appelée « les six chapeaux de la réflexion », est une méthode qui organise la réflexion selon 6 angles de vue- et représentés illustrés par ce schéma : les émotions, la neutralité, le pessimisme, l'optimisme, la créativité et la prise de recul.

⁷ Centre Local de Promotion de la Santé du Brabant wallon, [*les six chapeaux de réflexions*](#), PDF, 14p.



Cette technique peut être employée pour construire un projet, effectuer une évaluation, résoudre un problème, répondre à une question ou encore rechercher des nouvelles idées et ce collectivement. Un animateur gère les échanges et le passage entre les différents chapeaux. L'intérêt de cette pratique réside en la mobilisation de ressources de chacun.

3.2.1.1 Les émotions

Par rapport à la question ou le sujet concerné, les différentes questions sont par exemple : *Que ressentez-vous ? Quels sont vos sentiments ? Quel est votre avis, vos inquiétudes ? etc.* Lorsque nous sommes à cette étape, au moment d'aborder ce chapeau, nous sommes tournés vers l'expression de nos émotions, sans rationalité.

3.2.1.2 Le pessimisme

Aussi évocateur de celui de la prudence, ce chapeau met l'accent sur ce qui pose problème, les risques et les difficultés qui sont présentes. Les différentes questions sont : *Quels sont les risques ? Quelles sont les difficultés qui empêchent le déroulement du projet ? Quels sont les inconvénients, les points à surveiller ? etc.* Nous cherchons à anticiper les difficultés et les risques.

3.2.1.3 L'optimisme

Nous nous centrons avec ce chapeau sur les avantages et intérêts à cette situation que nous interrogeons. Les questions qui peuvent se poser sont de cet ordre : *Qu'est-ce qui fonctionne bien ? Quels sont les avantages et les intérêts de cette situation ? Quel en est le positif ? etc.* Sous cet angle, on s'attache à avoir un regard exclusivement positif.

3.2.1.4 La créativité

Avec ce chapeau de créativité nous sommes centrés sur des questions du type : *Y a-t-il d'autres pistes, d'autres possibilités ? Quelles autres pistes envisager ? Quels sont les autres angles de vues possibles ?*

L'objectif de ce chapeau est le dépassement de la solution donnée – l'ouverture à la créativité totale, tout est envisageable lors de cette étape : des solutions les plus originales au plus folles.

3.2.1.5 La neutralité

Avec le chapeau blanc, nous nous intéressons uniquement aux faits : *Quels sont-ils ? De quelles informations disposons-nous ? De quelles informations sommes-nous en déficit ? ...*

Dans cette étape, nous n'exprimons pas d'émotion.

3.2.1.6 La prise de recul

C'est le moment d'effectuer une synthèse sur tout le travail effectué mais aussi en amont : il importe d'organiser le déroulement de la réflexion (quel chapeau en premier) et de définir l'objet et l'objectif des échanges. A la fin de ce travail commun, nous pouvons par exemple nous poser les questions suivantes : *Que ressort-il de la mise en commun ? Sur « quoi » sommes-nous d'accord ? Et maintenant ?*

4 Communication & Réseaux sociaux

4.1 Les principaux réseaux sociaux

4.1.1 Facebook

4.1.1.1 Deux présences possibles :

1. En tant qu'entité : compte au nom du collectif ou de l'association



2. En tant qu'individu : profil personnel avec prénom et nom ou pseudo



4.1.1.2 Sur facebook, le groupe :

C'est un espace de discussion où tous les membres peuvent publier et commenter – selon ce qui a été défini dans les paramètres.

- 2 niveaux de confidentialité :
 - Public : toute personne peut y rentrer librement. Le contenu et la liste des membres sont accessibles par tous
 - Privé : les membres doivent être acceptés. Eux seuls voient le contenu et la liste des membres
 - + possibilité de masquer le groupe, de publier de manière anonyme, etc.
- Rédigez une charte de bonne conduite – Exemples sur demande

4.1.1.3 Facebook : l'algorithme

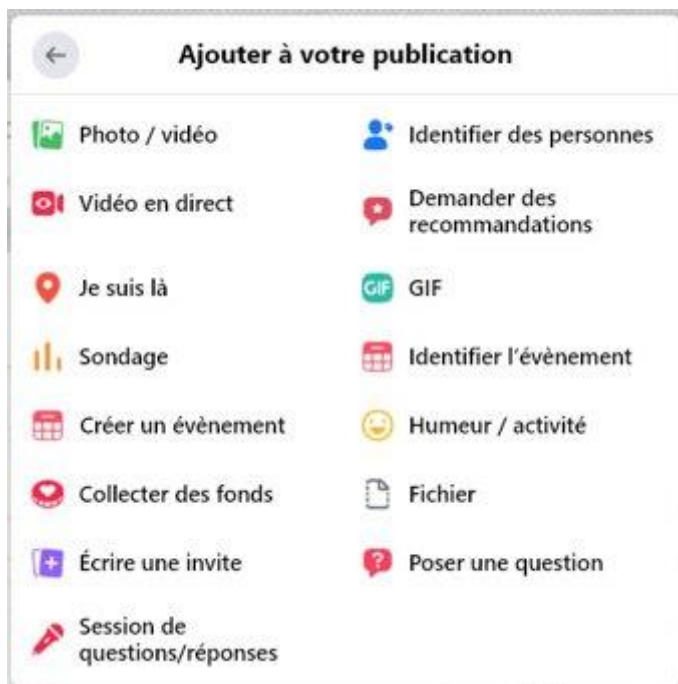
- L'expérience est différente pour chaque utilisateur : Facebook identifie ce qui vous intéresse le plus pour vous le montrer
- Plus un message est aimé/commenté/partagé, plus il sera vu. Et inversement.
- Plus une personne aime/commente/partage les publications de votre page/profil/groupe, plus cette personne verra les futures publications de votre page/profil/groupe apparaître dans son fil d'actualité. Et inversement.

Importance maximale de l'**engagement** sur vos publications

4.1.1.4 Facebook : publier dans les groupes :



- ✓ Utilisez la mise en page
- ✓ Enrichissez vos publications avec les options offertes par Facebook
- ✓ Pensez au « call-to-action »



L'image (ou image de lien)

- ✓ Utiliser les bons formats : <https://www.falcon.io/insights-hub/topics/social-media-management/social-media-images-guides/>
- ✓ Toujours ajouter une photo à un lien partagé



Outils ou source pour création d'images :

- ✓ Photoshop ;
- ✓ En ligne et user friendly : <https://www.canva.com/>
- ✓ Banque d'images gratuites sans attribution : <http://www.pexels.com/>, <https://stocksnap.io/> et <https://pixabay.com/>

La vidéo :

- ✓ Toujours préférer charger la vidéo dans Facebook directement plutôt que de faire un partage de Youtube (❤️ algorithme ❤️)
- ✓ Sous-titrer les vidéos : en moyenne 90% des vidéos sont regardées sans le son sur FB.
- ✓ Ne pas dépasser les 90 secondes de préférence

4.1.2 Instagram

4.1.2.1 La bio = la base

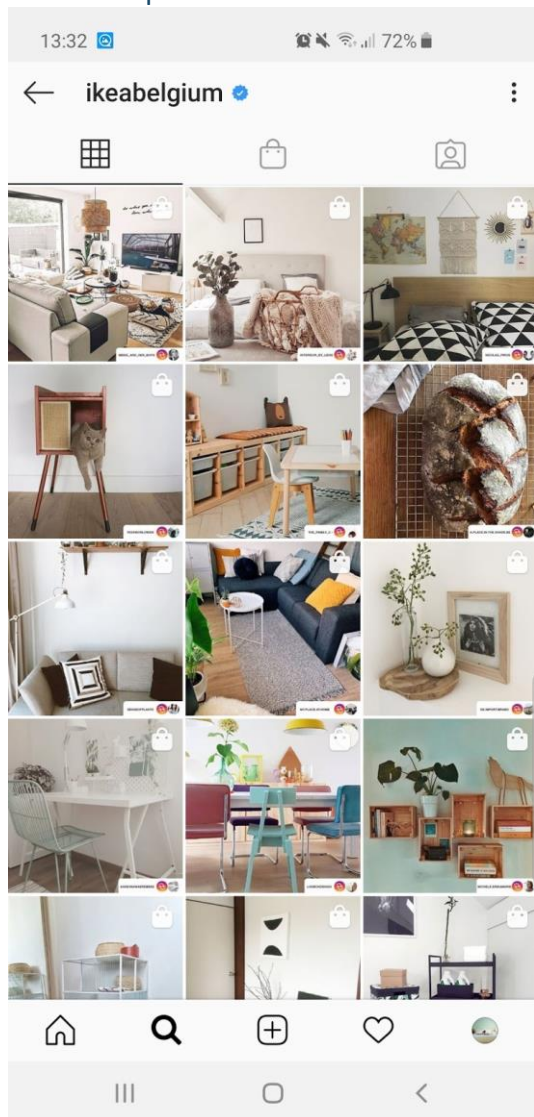
- ✓ Soignez votre photo de profil (rond)
 - ✓ Structurez votre bio (outil fun : [LingoJam](#)) : émojis, mentions @ et #
 - ✓ Un seul lien cliquable = bio
 - ✓ Si plusieurs liens → Landing page avec liste de liens ou outils de liste de liens de type [Linktree](#).
- Exemple.
- ✓ Organiser vos highlights (stories)



4.1.2.2 Poster une image

- ✓ Options :
 - Carrousel : 10 images (photos et/ou vidéos) max.

- Layout : collage
- Boomerang
- ✓ Conseil :
 - Garder une même ligne graphique, utiliser au maximum le même filtre, la même composition, etc.
 - N'abusez pas des filtres à 100% : effet « photo brûlée »



4.1.2.3 La légende des photos

- ✓ Légendez TOUJOURS
- ✓ Soyez descriptif.ves (augmente l'engagement)
- ✓ Longueur conseillée : 240 caractères hashtags compris
- ✓ Longueur affichée avant le "voir plus" : 125 caractères
- ✓ Posez des questions, engagez votre audience
- ✓ Utilisez les emojis (2 ou 3, évitez l'effet sapin de Noël) et les retours à la ligne
- ✓ Utilisez des hashtags # : entre 5 et 7.
Placez-les au bon endroit dans le texte. Allez du plus spécifique au plus général.
- Conseil : abonnez-vous à des hashtags pour faire de la veille !
- ✓ Utilisez les mentions @ : ajout du nom d'un autre compte dans le texte

- ✓ Gardez vos listes de # et @ habituels dans une note
- ✓ Identifiez des personnes sur l'image
- ✓ Vidéo max 60 sec

4.1.2.4 Story

- ✓ Forme
Texte, photo, vidéo (max. 15 secondes)
- ✓ Verticales
- ✓ Durée de vie limitée : 24h
- ✓ Ordre d'affichages entre les comptes : mélange nouveauté + algorithme
- ✓ Permet l'interactivité
- ✓ Permet un lien « Swipe up » pour les comptes à + de 10k followers (attention bientôt swipe remplacé par un sticker « link »)
- ✓ Demander de l'interaction : question ouverte, vote, quizz, poser une question et donner la réponse à la story suivante
- ✓ This or That



- ✓ Les Highlights (à la Une) : permet de conserver des stories, Permet de classer par sujet, présents en bio



4.1.2.5 La vidéo - iqtv

- ✓ Durée maximum : 60 secondes dans le feed
- ✓ 2 possibilités : galerie du téléphone ou prendre une vidéo avec le capteur
- ✓ Le son peut être supprimé

4.2 Communication de crise

4.2.1 Communication de crise : Sur les réseaux sociaux, rien n'est privé

Les réseaux sociaux sont les nouvelles sources des journalistes.

- ✓ Les journalistes iront chercher de l'info sur vos comptes de collectif ET sur vos comptes personnels
- ✓ Ils et elles ont des faux comptes et peuvent être dans vos groupes ou vos abonné-es
- ✓ Si pas de faux comptes, des ami-es malveillant-es, des enfants à l'UCLouvain, etc.
- ✓ Vous ne maîtrisez pas tout ce qui est publié au sujet de vos événements : on peut retrouver des infos chez vos invité-es, vos membres, via un hashtag, via une localisation, etc.

→ Importance de maîtriser votre communication pré-événement et pendant l'événement pour faciliter la communication de crise potentielle.

4.2.2 Rien n'est privé

- ✓ Les journalistes interpellent de plus en plus via les messageries des comptes sociaux
- ✓ Attention, le « off » n'existe pas ! Même en-dehors de l'interview, vos propos peuvent être enregistrés ou utilisés à votre insu. → Évitez les confidences

4.2.3 Les faits, rien que les faits

1. Communication réflexe : we care, we know, we do
 - We care – empathie
 - We know - ce que l'on sait
 - We do – ce que l'on fait
2. Avant de répondre, prendre quelques minutes pour évaluer la situation et vous poser les bonnes questions
3. Suis-je la bonne personne pour répondre ?
4. Réflexe = quel est mon message ?
5. Informez les autorités de l'UCLouvain
6. Une interview = 1 message
7. Ne mentez jamais, restez constructif-ve
8. La question est erronée ? Rectifiez avant de répondre

4.3 Cas pratique

Situation : Plusieurs étudiant·es révèlent, sur les RS, avoir été victimes de comportements dégradants et de violence lors de leur baptême.

Les faits :

- ✓ Plusieurs étudiant·es UCLouvain, provenant de plusieurs cercles, révèlent, à une semaine de la fin des baptêmes, des actes dégradants, des attouchements sexuels et des violences, lors de leurs baptêmes
- ✓ Deux d'entre eux ont introduit une plainte auprès de la police
- ✓ Une association s'est constituée partie civile dans le but de faire cesser les baptêmes définitivement
- ✓ L'une des victimes pourrait garder des séquelles physiques (sans parler des séquelles psychologiques) – elle a été examinée par un médecin
- ✓

Réseaux sociaux :

- ✓ La polémique démarre sur les réseaux sociaux
- ✓ Premier post Facebook d'une étudiante affirmant avoir subi des violences lors de son baptême
- ✓ Deuxième post d'une autre étudiante, indiquant qu'elle aussi a été victime de violences, qui plus est, à caractère sexuel

Médias :

- ✓ Dès le premier post, les responsables de plusieurs cercles sont contacté·es par les médias via leur messagerie de collectif, pour avoir une réaction.

Exercice : quelles questions se poser ?

- ✓ Contexte / infos
- ✓ Interlocuteurs
- ✓ Messages

- Contexte / infos
 - Vérifier les faits : combien d'étudiant·es, faits avérés ou rumeurs, quel cercle concerné, etc.
- Interlocuteurs
 - Prévenir le Vice-recteur aux affaires étudiantes et le service presse
 - Qui répond ? Dans tous les cas : 1 message commun. Evitez la cacophonie.
 - Suis-je le bon interlocuteur ?
 - Questions médicales : médecin
 - Questions sur l'enquête : police

Question politique UCLouvain en matière de guindaille : Vice-recteur aux affaires étudiantes

Si emballement médiatique, prévoir une conférence de presse.

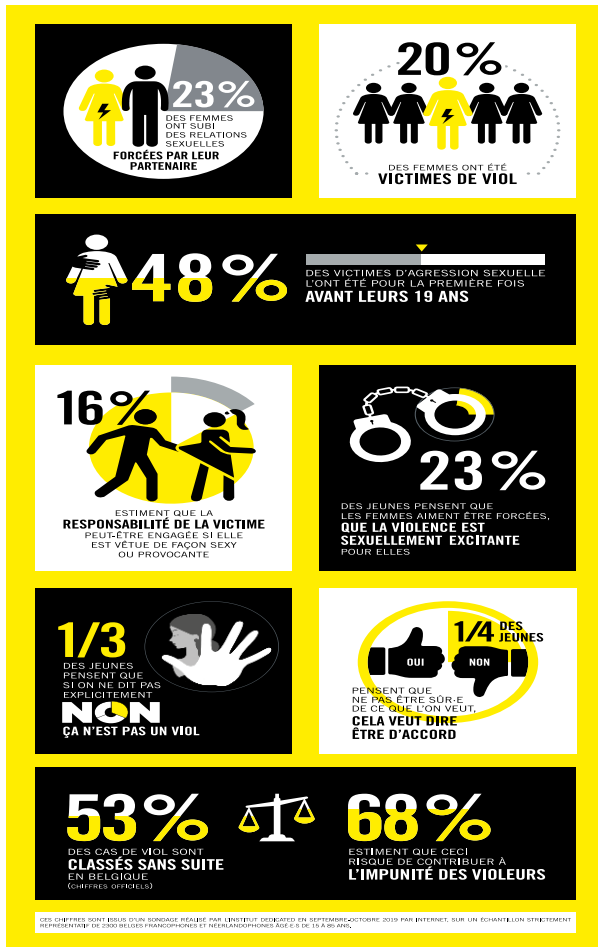
Questions possibles et propositions de réponses :

- ✓ Quelles sont les circonstances de ces dérapages ?
 - Deux étudiant·es ont été victimes de faits dégradants. Les responsables de l'animation étudiante condamnent unanimement ces agissements. Et tiennent à apporter leur soutien aux deux étudiant·es touché·es. En signe de protestation : fin immédiate de tous les baptêmes
- ✓ De quelle nature sont ces faits ?
 - Une enquête a été ouverte par la police, les enquêteurs essaient de rassembler l'ensemble des éléments, la police fera le point en temps utiles
- ✓ Encore des dérapages liés à des baptêmes, ça démontre que les cercles étudiants sont mal gérés ?
 - Rappel mesures de prévention et sécurité et pistes pour remédier à ce type d'incident
 - Terminer par un élément positif
- ✓ Vous parlez de prévention et d'un cadre, d'une charte, mais ce n'est manifestement pas suffisant puisqu'il y a quand même des dérapages, très régulièrement ?
 - Premier réflexe : rectifier l'affirmation erronée dans la question – il y a des dérapages cette année, avec deux étudiants touchés, ainsi que l'année dernière, avec également une étudiante concernée.
 - Empathie : Ces 3 incidents sont inacceptables.
 - Rappeler les aspects positifs de l'animation étudiante - Dans le même temps, l'animation étudiante apporte aussi des éléments positifs, soit la cohésion, l'amitié.
 - Action : Nous allons revoir l'ensemble des règles qui régissent les baptêmes pour voir comment, à l'avenir, il y a moyen de concilier ces éléments positifs avec le respect de chacun et éviter que ce genre de faits ne se reproduisent

5 Une approche collective du consentement

5.1 Quelques chiffres⁸

Amnesty International Belgique Francophone et SOS Viol ont publié en mars 2020 un sondage portant sur les violences sexuelles, réalisé par l'Institut Dedicated en octobre 2019. 2 300 Belges âgés de 15 à 85 ans, francophones comme néerlandophones, ont ainsi été interrogés.



- 98% des femmes ont déjà subi du sexisme dans l'espace public
- Un jeune sur quatre a été victime de viol (24 %)
- Une personne sur deux en Belgique a été victime de violences sexuelles (47 %)

⁸ Amnesty International, *Belgique : un nouveau sondage montre que les violences sexuelles touchent surtout les jeunes*, In <https://www.amnesty.be/infos/actualites/article/belgique-sondage-indique-violences-sexuelles-touchent-jeunes>

- Une victime de violence sexuelle sur deux y a été exposée pour la première fois avant l'âge de 19 ans (48 %)
- Une femme sur cinq a été victime de viol (20 %)
- Dans 80 % des cas, l'agresseur est connu de la victime, et 1/3 des viols a lieu au sein du couple

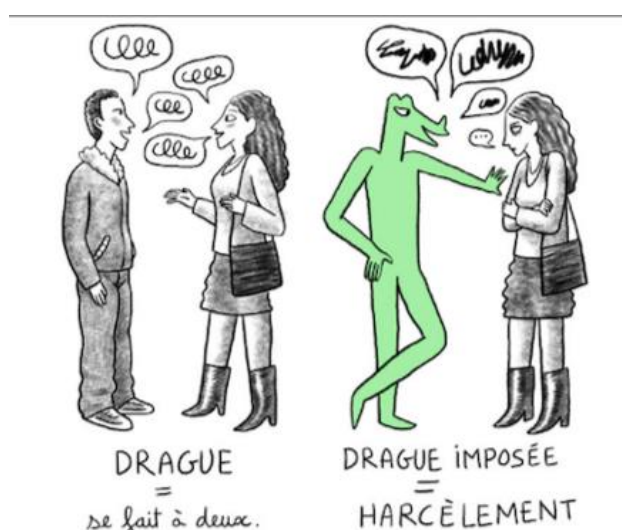
L'asbl Thé OK a réalisé une enquête auprès de 2501 personnes sur le site de LLN du 22 mars au 29 avril 2020. De cette enquête il ressort quelques données clés : 4/5 vivent de l'insécurité (soit 1990 personnes sur 2501), 3/5 disent remettre en question leur comportement en matière de consentement, 3/5 reconnaissent que l'alcool a une influence sur le consentement, 1/5 déclarent savoir comment réagir face à une agression...

Pour plus d'information : <https://www.theok-consent.com/sondage>

5.2 Comment appréhender les notions de « drague », « harcèlement » et « d'agression » à travers des illustrations ?

La différence entre drague et harcèlement, c'est tout simplement le consentement. Et pour s'assurer du consentement d'une personne, il suffit de lui poser la question, et de respecter sa réponse si elle est négative. La drague, c'est un jeu qui se pratique à deux. Le harcèlement, lui, s'impose d'une personne sur une autre.

Il est important de se rappeler que chacun·e vit les choses différemment (en fonction de sa personnalité, de son vécu, de ses représentations...). La même situation va donc être vécue comme du harcèlement pour une personne alors que ce ne sera pas le cas pour une autre.



Voici un lien humoristique qui distingue ces notions (*Et tout le monde s'en fout -La culture du viol*) :

<https://www.youtube.com/watch?v=pPH2GEB7-X0>

Il est important de⁹ :

- S'assurer du consentement de la personne du début à la fin d'une relation/d'un moment d'intimité. Un « oui » initial ne signifie pas un oui pour toute la durée de la relation ni pour tous les comportements intimes et sexuels dans cette même relation.
- S'assurer de l'état de conscience de la personne. Si elle est endormie, sous effet de drogue, d'alcool ou en incapacité mentale de donner son accord, alors il y a non consentement.
- S'assurer que le « oui » d'hier est encore valable aujourd'hui (et ce, même s'il s'agit d'un même comportement intime ou sexuel).

Voici le lien d'une vidéo qui l'évoque :

<https://vimeo.com/290659134?fbclid=IwAR23u0TMLdJdAw22jnQ5r4vMTEjtUS5VlKBiJlZOk0CuRY90PxBb0D8uGM>

5.3 « Thé ok »

Cette vidéo a pour objectif de sensibiliser à la notion de consentement et sous un angle humoristique.

Voici le lien pour la consulter : <https://www.youtube.com/watch?v=5davRVQB0Lk>

5.4 Stratégies d'actions individuelles

(Garance ASBL & moodle disponible pour les étudiant.es de l'UCLouvain)

Que l'on soit victime ou témoin, il existe différentes façons de réagir. Le plus important est d'adopter le comportement qui nous convient personnellement.

Un témoin peut rapidement devenir un soutien à la personne victime.

Les 3 D :

- Être **Direct** : poser une limite / confronter l'individu à ses comportements (pour ce faire, il est important de nommer le comportement et dire que vous êtes mal à l'aise ou que vous désapprouvez) ; poser des questions à la personne agressée « est-ce que ça va », « avez-vous besoin d'aide » ... ; se défendre (si besoin)

⁹ FCP-FPS, *Et si on parlait du consentement ? La communication explicite lors d'une première rencontre*, Site Vimeo, 2018, In <https://vimeo.com/290659134?fbclid=IwAR23u0TMLdJdAw22jnQ5r4vMTEjtUS5VlKBiJlZOk0CuRY90PxBb0D8uGM>

- **Distraire**, surprendre l'agresseur/détourner son attention (faire du bruit, utiliser l'humour, etc)
- **Déléguer**, demander de l'aide (même à un·e inconnu·e). En tant que témoin on peut toujours accompagner la personne victime

Se mettre en sécurité (sonner à une porte, rentrer dans un bar, s'insérer dans un groupe) est évidemment également une option.

5.5 Stratégies d'actions collectives

Que pouvons-nous faire en tant que membre d'un collectif (cercle, régionale, kap...) ?

Quelques pistes :

- ➔ Soutenir les victimes : bienveillance, écoute active, informer des ressources disponibles, ne pas stigmatiser ni juger...
- ➔ Intégrer (et définir) les valeurs du consentement dans le règle d'ordre intérieur, proposer une réparation symbolique, sensibiliser et prévenir (délégués QG, Thé ok, équipe anim Aide...).
- ➔ Promouvoir et appliquer les bons conseils : rentrer accompagné·e, utiliser les chemins éclairés, rester attentif·ve à ses potes saoul·es...

En conclusion le consentement c'est...

"J'ai envie de t'embrasser, ça te tente ?"

"De quoi as-tu envie ?"

"Tu veux que je continue ?"

"Je peux enlever ton t-shirt, te toucher la peau ?"

"Est-ce qu'on se déshabille ?"

Et...

Quand c'est non, c'est non !

Quand c'est pas oui, c'est non !

Quand c'est heu..., c'est non !

Une fois oui ne signifie oui toujours !

Quand c'est oui pour ça, ce n'est pas oui pour *tout*.

Une érection ou une lubrification ce n'est pas un oui !

Quand iel dort, c'est non !

Quand iel est dans un état second, c'est non !

Quand iel répond pas, c'est non !

5.6 Quelques ressources supplémentaires

- ✓ https://www.youtube.com/watch?v=a7bwtuCE6_I&fbclid=IwAR02PFwBRaArXDvltcQl4waQwk3-pj_F113JQxpxrFrn0CXMkFK2MqpZ_1Y
- ✓ <https://www.madmoizelle.com/harcelement-de-rue-eviter-harceleurs-1006760?fbclid=IwAR2Oo4ET5l-mq6bMlwxFEF3rxBnQtXjd5SuOuLCWyxylaMO6y01xHtTrb38>
- ✓ "Sexe sans consentement" documentaire de Delphine Dhilly/ INFRAROUGE/France 2

Références bibliographiques

✓ Documents PDF

Centre Local de Promotion de la Santé du Brabant wallon, *les six chapeaux de réflexions*, PDF, 14p.

Université de la Paix ASBL, *Etape n°3 : Moi et le conflit (comprendre et se positionner dans le conflit), cartes animales*, 4P., PDF.

✓ Liens internet

Gombert G., *8 schémas pour comprendre la différence entre un chef et un leader : travailler son leadership*, écrit le 21 juin 2018 In <https://www.cadreo.com/actualites/dt-8-schemas-difference-chef-leader>

Phisoé ; révélateur de talent, *C'est quoi le SMART ?* In <https://www.phisoe.com/smart/>

RTBF Tendance, *Les 6 types de personnalités selon le modèle de la PCM*, publié le 25 mai 2018, In https://www.rtbf.be/tendance/bien-etre/psycho/detail_les-6-types-de-personnalite-selon-le-modele-de-la-pcm?id=9923578

Amnesty International, *Belgique : un nouveau sondage montre que les violences sexuelles touchent surtout les jeunes*, In <https://www.amnesty.be/infos/actualites/article/belgique-sondage-indique-violences-sexuelles-touchent-jeunes>

✓ Vidéo

FCP-FPS, *Et si on parlait du consentement ? La communication explicite lors d'une première rencontre*, Site Vimeo, 2018, In <https://vimeo.com/290659134?fbclid=IwAR23u0TMLdJdAw22jnQ5r4vMTEjtUS5VlKBijLzOk0CuRY90PxBb0D8uGM>