

Outils et pratiques professionnelles des communicants

Equipe Dynamocom : BILLARD Loïs, HURE Marie, SAHNOUN
Nisrine, GANDAHO Jerry

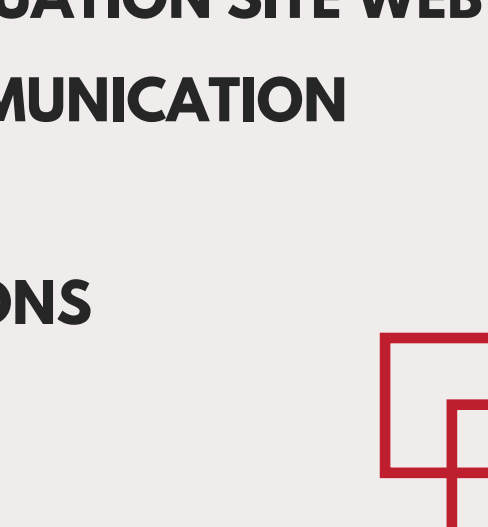
T2IC/B2IC

DOSSIER MARIAGE FORCÉ





SOMMAIRE

- INTRODUCTION
 - PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE
 - RAPPEL DE LA COMMANDE
 - VEILLE INFORMATIONNELLE
 - BILAN
 - ANALYSE SWOT
 - BILAN
 - GRILLE D'ANALYSE PRINT
 - PRÉCONISATION DE LA COMMUNICATION PRINT
 - PROBLÉMATIQUE
 - GRILLE D'ÉVALUATION SITE WEB
 - PLAN DE COMMUNICATION
 - BILAN
 - PRÉCONISATIONS
 - IDÉES POSTS
 - CONCLUSION
- 

À PROPOS DE NOUS

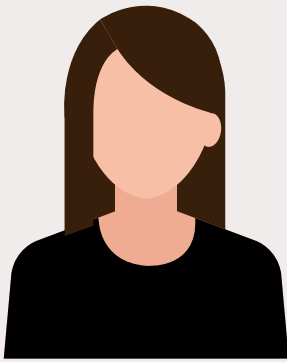
PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE



Marie Huré



marie.hure@etu.univ-montp3.fr



Loïs Billard



loisbillard11190@gmail.com



Sahnoun Nisrine



nisrine.sahnoun34@outlook.fr



Jerry Gandaho



jerrygandaho@gmail.com

À PROPOS DE VOUS

RAPPEL DE LA COMMANDE

Le réseau « Jeunes filles confrontées aux violences intrafamiliales et aux mariages forcés » est une initiative dédiée à la lutte contre les violences subies par les jeunes filles dans le cadre familial et à la sensibilisation sur le problème des mariages forcés. Il fournit une assistance personnalisée pour les jeunes filles victimes de mariage forcé, incluant un suivi psychologique, social et légal tout en leur offrant des perspectives nouvelles et des outils pour construire leur avenir. Malgré les efforts fournis, certaines jeunes filles se voient toujours ôter le droit de choisir leur mariage. Face à ces situations, elles ne savent pas où trouver du soutien. Ainsi, le réseau souhaite mener une campagne de sensibilisation afin d'augmenter sa visibilité en direction des jeunes qui pourraient être concernés par cette problématique.

En équipe, nous apporterons dans ce document des recommandations à l'organisation.

	Quel(s) auteur(s) du contenu ?	Quels types d'informations peut-on trouver ?	Types de contenus ? (textes, vidéos, animations ...?)	Est-ce que ce contenu est toujours d'actualité? Est-il « à propos » ?	Y a-t-il des liens ? (vers des partenaires, des réseaux sociaux...)
Résultat 1 : <u>Mariage forcé Arrêtons les violences (arrêtonslesviolences.gouv.fr)</u> Gouvernement	Gouvernement	On peut trouver des textes de prévention, des numéros de téléphone si on est concerné, ce que disent les lois sur le mariage forcé	on y retrouve principalement du texte, des boutons “j'ai besoin d'aide” pour être pris en charge rapidement	oui il est toujours d'actualité car il ya même des assistants en ligne 24h:24	oui il y a nombreux liens qui permettent d'être mis en relation avec des partenaires externes comme des policiers, des services spécialisés, des assistants en ligne, et des réseaux sociaux
Résultat 2 : <u>Réseau Jeunes filles - Ville de Montpellier</u> Ville de Montpellier	Ville de Montpellier	on retrouve toutes les informations relativise au réseau «Jeunes filles confrontées aux violences intrafamiliales et aux mariages forcés»	on y retrouve du texte présentant le réseau, la photo/logo du réseau ainsi que le lien du site web du réseau	oui il est toujours d'actualité, on peut faire nos démarches en ligne	
Résultat 3 : https://www.cicade.org/?p=3460 CICADE	CICADE	Nous pouvons trouver des offres de formation dont une portant sur les effets des violences conjugales et familiales sur le droit au séjour	Il n'y a que du texte.	Non, il n'est plus d'actualité car la formation est passée depuis mai 2024.	Oui, il y a un lien vers la Direction de l'Intégration et de l'Accès à la Nationalité (DIAN) qui soutient cette formation. Sans oublier à côté le lien du site web du réseau

	Quel(s) auteur(s) du contenu ?	Quels types d'informations peut-on trouver ?	Types de contenus ? (textes, vidéos, animations ...?)	Est-ce que ce contenu est toujours d'actualité? Est-il « à propos » ?	Y a-t-il des liens ? (vers des partenaires, des réseaux sociaux...)
<p>Résultat 4: https://www.mariageforce.fr Mariage forcé</p>	<p>Le réseau</p>	<p>Il s'agit du site web du réseau. on peut trouver des textes de prévention, ce que disent les lois sur le mariage forcé, des témoignages, une foire aux questions, une page documentation et les contacts du réseau</p>	<p>On y retrouve principalement du texte, avec des images correspondant à l'organisation .</p>	<p>le site est toujours d'actualité</p>	<p>le site comporte des redirections vers d'autres associations comme "solidarité femmes" - on peut également s'adresser à des personnes en France comme à l'étranger</p>
<p>Résultat 5 Mariages forcés Le planning familial (planning-familial.org). Planning familial</p>	<p>Planning familial</p>	<p>On retrouve du texte sur le mariage forcé : définition, les démarches en cas de mariage forcé et les contacts à appeler.</p>	<p>Texte image petits dessins</p>	<p>Le site est toujours d'actualité avec une infographie fournie</p>	<p>On a essentiellement les réseaux sociaux du Planning et les contacts des certains partenaires à savoir GAMS, Voix de femmes, Asfad, Voix D'Elles Rebelles. Au-delà de son contact, l'adresse web du réseau a été renseignée.</p>

BILAN

1/ Le réseau « Jeunes filles confrontées aux violences intrafamiliales et aux mariages forcés » est une initiative principalement active à Montpellier, département de l'Hérault. Ce réseau vise à sensibiliser, informer et protéger les jeunes filles face aux violences intrafamiliales, incluant les risques de mariages forcés. Il fournit des ressources d'information ainsi que des services de soutien, comme des numéros d'urgence et des outils d'accompagnement pour les victimes et les professionnels.

2/ Au regard de cette veille informationnelle, on peut dire que le réseau est quand même bien représenté au niveau de ses différents partenaires. On retrouve souvent l'adresse web et le contact du réseau sur les sites de ses partenaires. L'exemple de la CICADE, partenaire du réseau sur le plan juridique. La ville de Montpellier est allée encore plus loin en réservant une section entière au réseau sur son site. L'autre aspect important qu'il faut souligner est que le site Mariageforcé du réseau figure parmi les premiers résultats liés à la recherche de la thématique sur Google.

ANALYSE SWOT

Forces

- Ressources Informatives : Le site offre des informations détaillées sur les droits des individus face aux mariages forcés, y compris les aspects juridiques et les options de protection.
- Accessibilité : Simple d'utilisation avec des sections claires et un numéro d'assistance.
- Soutien pour les Victimes : Des liens vers des services d'aide et des conseils sur la manière de demander de l'aide.

S

Faiblesses

- Site web obsolète : Pas de mise à jour du site avec un design à revoir.
- Visibilité : Le site pourrait manquer de visibilité, n'étant pas largement connu ni référencé sur des plateformes sociaux majeures.
- Interactivité : Peu manque d'outils interactifs comme des forums ou des chatbots.

W

Opportunités

- Partenariats : Collaborer avec d'autres associations et organismes éducatifs ainsi qu'avec des influenceurs pour accroître la portée de la sensibilisation.
- Expansion de contenu : Ajouter des vidéos et des outils éducatifs pour sensibiliser davantage
- Amélioration des Outils Numériques : Ajouter des éléments interactifs, comme un chat en direct, pour offrir un accompagnement immédia

O

Menaces

- Concurrence : des associations adverses pourraient capter l'attention des utilisateurs
- Justice.
- Famille des victimes
- Ressources financières

T

QUE RETENIR DE L'ANALYSE SWOT ?

Le constat fait suite à cette analyse est que les forces du réseau résident dans la qualité de ses ressources informatives et un accès facile à l'aide pour les victimes. Cependant, il pourrait bénéficier d'une meilleure visibilité et de fonctionnalités interactives. Il a des opportunités de croissance via des partenariats notamment avec des influenceurs pour atteindre un public plus large. Toutefois, il fait face à des menaces de sécurité pour les utilisateurs vulnérables et à des limitations de financement qui peuvent entraver ses actions. Notre plan de communication va majoritairement consister en la suggestion des préconisations pour solutionner les faiblesses évoquées.

PRÉCONISATIONS SUR LA COMMUNICATION PRINT

Carte de visite avec le moyen de contacter l'association (numéro, adresse mail, code Qr, etc) à disposer dans des endroits exemple planning familial etc.

Storytelling sur flyers. Affiches, flyers à déposer dans des écoles, centre médicaux, planning familial, école, lieu de culte, etc.

Flyers :

DITES NON MARIAGE FORCÉE

IMAGINEZ : vous êtes une jeune fille pleine de rêves et de projets. Mais un jour, on vous annonce que vous allez vous marier à un homme que vous n'avez pas choisi. Ce mariage forcé ne vous laisse aucune échappatoire. Vous vous sentez seule, piégée.

C'est exactement ce que ressentait Samira, une adolescente de 16 ans, jusqu'à ce qu'elle entende parler de l'association "Mariage Forcé". Cette organisation lui a permis de comprendre qu'elle n'était pas seule, et qu'elle avait des droits. Grâce à leur soutien, Samira a pu annuler son mariage et reprendre le contrôle de sa vie.

Comme elle, des centaines de jeunes filles, victimes de pressions familiales et culturelles, trouvent chaque année un refuge et une solution grâce à l'aide de cette association.

"Mariage Forcé" offre non seulement un accompagnement juridique, mais aussi un soutien émotionnel et des solutions concrètes pour toutes celles qui veulent dire non. Vous avez le droit de choisir votre avenir, de vivre selon vos rêves, pas selon les décisions des autres.

"Dire non, c'est un droit."

Rejoignez-nous, faites entendre votre voix.

Mariage Forcé - Samira

A 16 ans, mes parents ont décidé de me marier à un homme que je ne connaissais pas. Grâce à l'organisation "Mariage Forcé", j'ai appris que j'avais le droit de dire non. Avec leur aide, j'ai pu annuler le mariage et retrouver ma liberté. Aujourd'hui, je poursuis mes études et mes rêves.

"Dire non, c'est un droit."

MAIL : MARIAGEFORCE21@GMAIL.COM
CONTACT : 06 75 23 08 19
INSTA : @MARIAGEFORCEE

Carte de visite :

ALL CONCERNED

DIRE NON C'EST TON DROIT

Mariage Forcé

@MARIAGEFORCÉ

CONTACTEZ- NOUS :
MARIAGEFORCE@GMAIL.COM
0675230819
WWW.MARIAGEFORCE.FR

Affiche :

NOUS, NOUS VOUS SAUVONS..

ALORS DITES NON AU MARIAGE FORCÉ

SOS

MAIL : MARIAGEFORCE21@GMAIL.COM
CONTACT : 06 75 23 08 19
INSTA : @MARIAGEFORCEE

Les contenus textuels

Le contenu est-il facile à lire ?	oui le contenu est facile à lire , le vocabulaire est facile à comprendre il est adapté pour toucher un large public	utiliser des tailles plus grandes pour les paragraphes importants ajouter plus d'espaces blancs, faire un contenu moins chargé pour faciliter la compréhension rapide
Les informations sont-elles à jour ?	les informations semblent actualisées , le site affiche une dernière mise à jours en 2022	penser à au moins une fois par an à actualiser le site , car de nouvelles lois peuvent sortir entre temps
Le contenu incite t'il à l'action (contacter le réseau, se faire aider...)?	le site encourage les utilisateurs à appeler à l'aide grâce à la disposition des boutons d'urgence , de nombreux liens vers des contacts et des associations sont mis en avant	ajouter des pop up ou des bannières , mettre « appel immédiat » dans chaque pages du site
Le contenu est-il bien structuré ?	le contenu est bien structuré avec plusieurs sections comme « tes droits » « échapper à un mariage forcé » « où s'adresser » cela permet à l'utilisateur d'avoir accès aux informations rapidement	mettre une hiérarchie plus claire dans les sections grâce a des sous titre ça permet au lecteur de pa se perdre dans les informations
Est-ce que le style rédactionnel du site est adapté aux publics visés ?	oui le style rédactionnel est adapté aux jeunes et aux personnes plus âgées	ajouter des choses interactives comme des quizz pour vérifier si tout est compris ou des FAQ
Quel est le ton mobilisé ?	le ton mobilisé est plutôt informatif et bienveillant , il fournit de nombreuses informations et outils pratiques	mettre des témoignages vidéos de personnes ayant échappé aux mariages forcés

Les contenus visuels

Quels sont les types de visuels utilisés ?	- images, bannières, affiches	- varier les design des différentes images, et bannières. -
Ces visuels sont-ils de bonne qualité ?	- visuels anciens, minimalistes.	- refaire des affiches, bannières et des images plus claires, plus récentes.
Les visuels sont-ils trop ou trop peu présents ?	non, ils sont correctement présents.	
Quelle complémentarité avec les contenus textuels ?		- faire plus de design en rapport avec les différents contenus textuels proposés sur les pages.

Les contacts/relations avec les publics

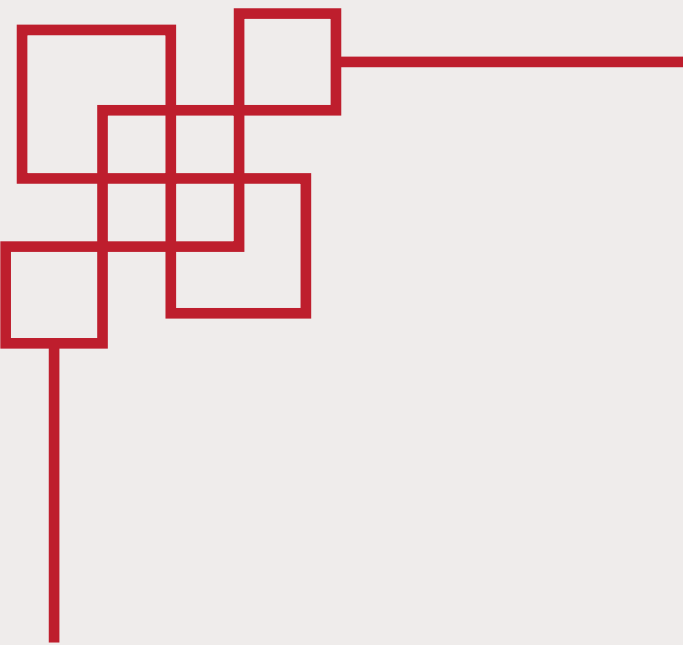
L'adresse et la localisation de l'organisation sont-ils facilement identifiables ?	Oui, il y a une rubrique afin de les trouver dans toute la France.	Mettre une barre de recherche afin de rechercher l'organisation plus rapidement. Mettre une proposition de lancement d'application gps lorsqu'on clique sur l'adresse d'une organisation.
Le secteur d'activité de l'organisation est-il repérable ?	Oui, il est repérable.	Mettre en avant les aides qu'ils proposent sur la page d'accueil.
Peut-on entrer en contact directement avec l'organisation?	Oui, les contacts de l'association se trouvent en bas de la page d'accueil du site ou en haut à gauche lorsqu'on va dans les rubriques.	Mettre les contacts en premier plan dès l'entrée du site.
Trouve-t-on des liens vers d'autres sites ? Lesquels?	Non, il n'y en a pas.	Mettre des liens vers des sites en lien avec les mariages forcés.
Y a t'il des partenaires? Un espace presse?	Oui, il y a l'association solidarité femmes, Cicades, ACSÉ Languedoc Roussillon (Agence nationale pour la cohésion sociale et pour l'égalité des chances), la DRDFE Languedoc Roussillon (Délégation Régionale aux Droits des Femmes et à l'Egalité), et du Fonds Européen d'Intégration. Oui, il y a un espace presse.	Mettre plus en avant les partenaires et leurs rôles dans l'association.

GRILLE ÉVALUATION SITE WEB

	OBSERVATIONS	PROPOSITIONS
La navigation		
L'architecture du site est-elle simple à comprendre ?	l'architecture est relativement simple à comprendre « ou s'adresser » « témoignage » ce qui permet de naviguer facilement sur internet	ajouter un breadcrumb pour permettre aux utilisateurs de savoir exactement où ils se trouvent dans le site et comment revenir en arrière
Le menu permet-t-il d'accéder aux bonnes rubriques ?	le menu permet d'accéder aux différentes rubriques, il est structuré avec des titres voyant	simplifier le menu en créant des sous-catégories encore plus précises, sous les grands titres
Les boutons d'appel sont-ils bien placés et suffisamment visibles ?	il ya des boutons c'est omme « quitter le site » pour assurer la discrétion, le bouton est placé en haut et il est bien voyant	utiliser des couleurs plus voyante pour les boutons dappel comme « quitter le site » ou « appeler à l'aide »
La règle des 3 clics est-elle respectée ?	on peut voir qu'en moins de 3 clics, il est possible d'accéder aux informations essentielles	réduire le nombre de clics, ajouter des raccourcis
Le design		
Quelles sont les couleurs dominantes ? Ces couleurs sont-elles en cohérence avec les valeurs du réseau ?	Les couleurs dominantes sont : le rouge, le blanc et le noir. Ces couleurs sont en cohérence avec les valeurs du réseau au regard de leur signification. Le rouge est une capte rapidement l'attention, le blanc symbolise la paix et la connaissance. Quant au noir, c'est une couleur froide qui symbolise beaucoup de choses.	Vu que la couleur noire renvoie à d▾ nombreuses choses, parfois négatives parfois positives, on peut la remplacer par la couleur verte qui symbolise la sécurité et surtout l'espoir.
Est-ce que les polices de caractères sont suffisamment lisibles et pas trop nombreuses ?	De façon globale, les polices de caractères sont suffisamment lisibles et pas trop nombreuses.	améliorer le contraste entre le texte et le fond pour que ça soit visible, il faut cependant limiter à 2 polices maximum (ex arial, open sans)

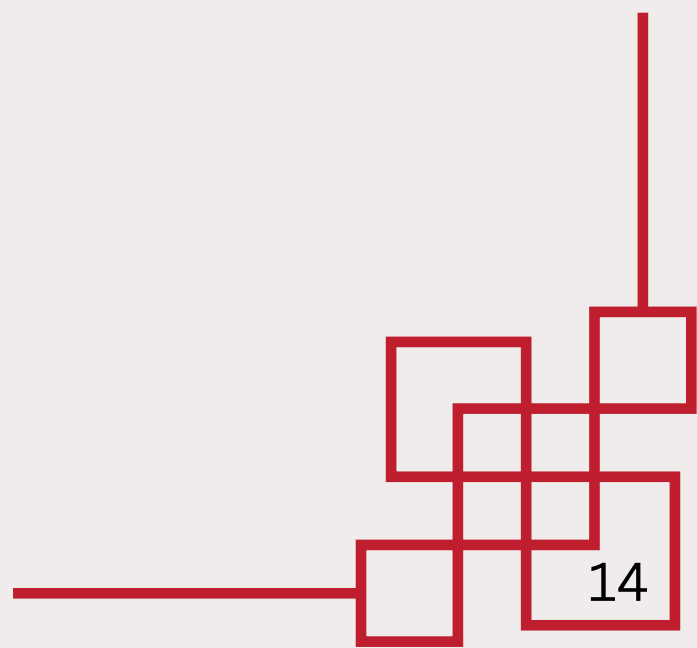
BILAN

Nous pouvons en déduire que les points forts sont que ce site est facile d'utilisation et qu'il n'est pas compliqué à trouver. Ils ont de bons partenaires. Le site à beaucoup de contenu facile à comprendre. La navigation est claire et simple d'utilisation. Les partenaires sont facilement trouvables sur le site. Les points faibles sont principalement la communication print, qui a besoin d'être mise à jour et qui manque de visuels...



PROBLÉMATIQUE

Comment mieux informer et sensibiliser les jeunes binationaux de l'Hérault sur les risques de mariage forcé sur internet et à travers des interventions ciblées dans les établissements scolaires, lors des visites médicales avant l'entrée en travail et dans les universités ?



Les publics visés :

Les publics visés sont des jeunes filles dans une tranche d'âge de 13 à 27 ans, résidant dans le département de l'hérault qui sont le plus exposés au risque de mariage forcé.



Objectif SMART :

Spécifiques : Informer les jeunes qui ont plusieurs nationalités sur les risques de mariage forcé et leur offrir des ressources pratiques (hébergement, accompagnement juridique, soutien psychologique).

Mesurables : Augmenter de 20% les appels à la permanence téléphonique du réseau sur une période de 6 mois.

Atteignables : Mettre en place des campagnes ciblées via les réseaux sociaux, diffusées auprès des jeunes du département.

Réalistes : Sensibiliser au moins 100 professionnels par an grâce aux formations proposées sur les violences intrafamiliales.

Temporellement définis : Atteindre ces objectifs d'ici à la fin de l'année prochaine.

Les contraintes :

Parmi les contraintes à considérer pour le réseau :

Le manque de visibilité : Le mariage forcé est une problématique encore méconnue et sous-estimée, ce qui limite l'intérêt du grand public et des médias.

Les contraintes budgétaires : Le financement des actions de communication est limité, restreignant l'utilisation de campagnes publicitaires à grande échelle.

La sensibilité culturelle : Les publics concernés viennent souvent de contextes culturels où les mariages forcés sont tolérés voire encouragés, ce qui peut entraîner des résistances.

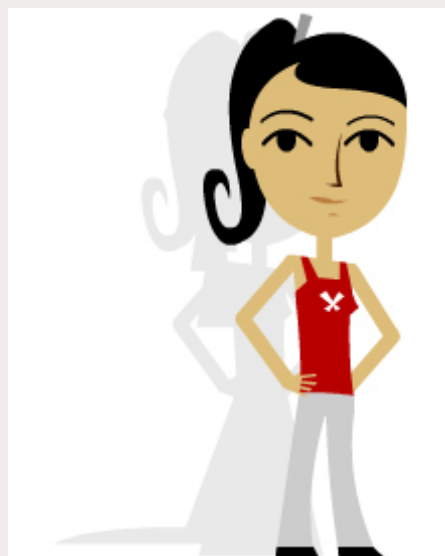
Positionnement social

Slogan proposée: **DIRE NON, C'EST TON DROIT !**

Logo réseaux sociaux :

Mariage Forcé

Logo site web :
(rajouter également un personnage masculin pour plus d'inclusivité)



AXE D'INTERVENTION

N°1

Préconisation : Prévention du mariage forcé à travers les établissements scolaires, les visites médicales avant l'entrée en travail et les universités de l'hérault

Justification :

Les jeunes adultes sont souvent à un moment clé de leur vie où des décisions importantes sont prises, que ce soit en matière d'éducation, de travail ou de relations personnelles. Sensibiliser à la problématique du mariage forcé dans ces contextes permet d'identifier les jeunes à risque, d'offrir des ressources de soutien adaptées et de garantir un accès aux informations essentielles pour les protéger.

Objectifs :

Sensibiliser les jeunes de 13 -16 dès le collège, dans le cadre scolaire, sur les risques liés au mariage forcé, en leur fournissant des outils de prévention.(video,affiches collège lycée))

Profiter des visites médicales 18 26 avant l'entrée en travail pour aborder de manière confidentielle la question du mariage forcé et des droits des jeunes.Donner brochure,carte)

Informers les étudiants 18-23 en université à travers des conférences, des ateliers interactifs et des points de contact sûrs pour briser le silence et proposer des solutions.(intervention amphi,atelier organisé)

Modalités pratiques :

Établissements scolaires : Introduction de modules éducatifs sur le mariage forcé dans les programmes scolaires, accompagnés de témoignages et d'ateliers interactifs. Mise en place de relais d'écoute au sein des établissements.

Visites médicales : Sensibilisation lors des visites médicales préalables à l'entrée en travail, avec des dépliants et des informations sur les droits des jeunes. Formation des professionnels de santé à repérer les signes de pression familiale.

Universités : Organisation de conférences, d'ateliers et de points d'écoute confidentiels pour les étudiants, avec la collaboration d'associations spécialisées.

Moyens et outils

Utilisation de supports pédagogiques (brochures, vidéos, témoignages anonymes) pour chaque contexte. Formation du personnel éducatif, médical et universitaire pour mieux accompagner les jeunes à risque.

Calendrier et Budget :

Mise en œuvre sur 6 à 12 mois, avec un suivi continu pour ajuster les programmes.

Budget estimé de 700 €

AXE D'INTERVENTION

N°2

Préconisation : Communication sur les réseaux sociaux

Justification

Le développement de la Communication numérique via des réseaux sociaux.

Afin de toucher efficacement les jeunes et les professionnels, une communication numérique active est essentielle, en particulier via les réseaux sociaux et le site internet.

Présentation : Développer une stratégie pour augmenter la présence sur les plateformes public rapidement, en créant des contenus engageants.

Modalités pratiques :

Étapes : Planification des contenus, création de posts (visuels, vidéos), mise en ligne, suivi des interactions.

Pour les posts, on pourrait utiliser tiktok et instagram car ce sont les réseaux les plus utilisés par les jeunes et pour les plus âgées utiliser également le réseaux Facebook afin d'avoir un maximum d'audience.

Pour instagram : Post carrousel avec différents témoignages anonymisés. Post a titre préventifs, Story a la une permettant de joindre l'association ainsi qu'une montrant les différentes étapes de la prise en charge. Story au Post montrant dans quel cas un mariage est forcé.

Créer une série d'histoire de mariage forcé sur un/une enfant de cette tranche d'âge adaptée en bande dessinée pour les images et en vidéos animées puis les publier par épisode.

Moyens/outils : Community manager, outils de programmations.

Calendrier : Continu avec des publications hebdomadaires.

Budget : 300 euros par mois.

Proposition de page Instagram:

Profil Instagram plutôt épuré avec une , avec une couleur dominante: le rouge, qui est la couleur phare de la charte graphique de l'organisation. Ce qui le rend facilement reconnaissable et distinguable des autres comptes Instagram.

Quelques story à la Une:

- Une permettant de joindre l'association.
- Une montrant les différentes étapes de la prise en charge.
- Une mettant en avant des posts dans quel cas un mariage est forcé.



Proposition de posts

Instagram:



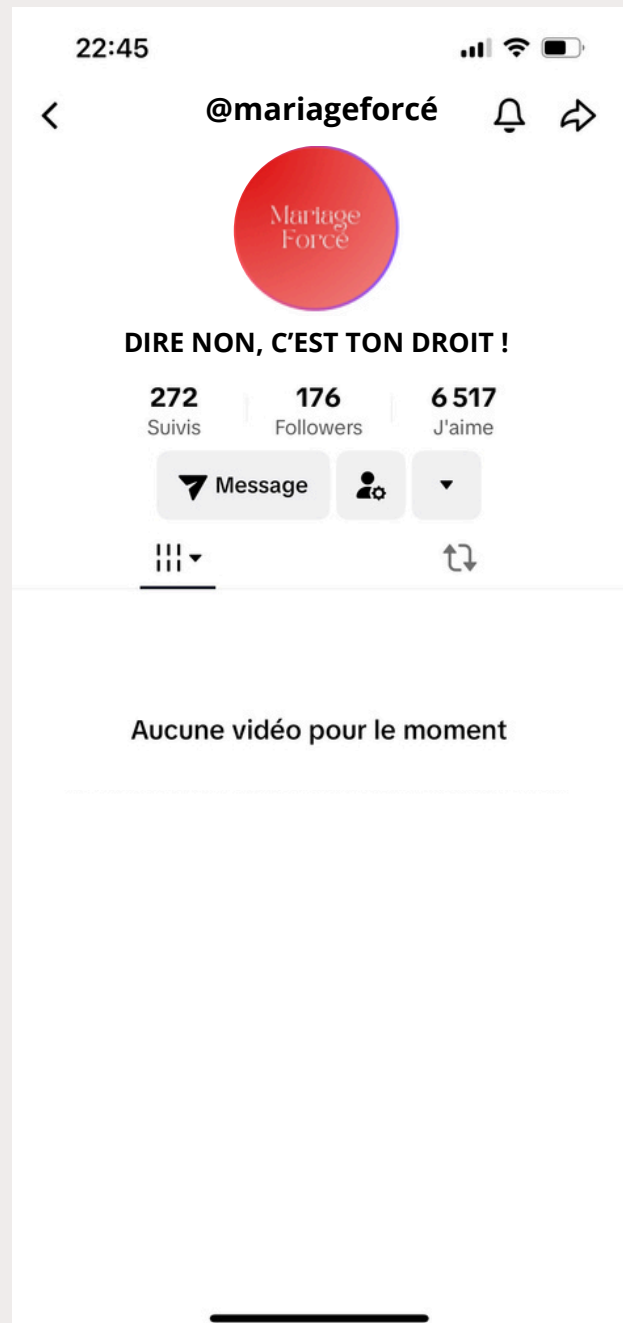
Posts carrousels avec différents témoignages anonymisés. Post a titre préventifs, etc ...



Créer une série d'histoire de mariage forcé sur un/une enfant de cette tranche d'âge adaptée en bande dessinée pour les images et en vidéos animées puis les publier par épisode.

Proposition compte tiktok:

Participer aux trends du moment pour captiver l'attention, filmer des intervenants qui expliquent le but de l'organisation en mettant des touches humoristiques et en utilisant un vocabulaire plus accessible , écrire des témoignages totalement anonyme de femme ou d'hommes entre 13-16 en enlevant des elements pouvant avoir un lien avec une personne pour que les personnes qu'on souhaite toucher soient plus concernées.



Conclusion

Cette campagne montre qu'il est possible de sensibiliser de manière efficace sur un sujet aussi important que le mariage forcé. En alliant des outils modernes comme TikTok et Instagram et des supports classiques comme les flyers et les affiches, on peut vraiment toucher un public varié et adapté à chaque âge.

Cependant, il y a encore des améliorations à apporter. Le site internet, par exemple, pourrait être plus dynamique et inclusif, avec des visuels diversifiés pour que tout le monde puisse se sentir concerné.

Renforcer la présence sur les réseaux sociaux avec des contenus engageants, comme des vidéos, des témoignages ou des histoires animées, permettra aussi d'attirer plus de monde.

Au final, cette stratégie ne cherche pas juste à informer, mais aussi à soutenir concrètement les jeunes et à leur donner les moyens d'agir. Grâce à ces axes d'action, nous pourrions toucher et sensibiliser un maximum de personnes, tout en faisant comprendre aux individus concernés que dire non est véritablement leur droit.