

RÉSUMÉ

VERS UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION DE CRISE COVID-19 INCLUSIVE EN BELGIQUE

Ce résumé du rapport final a été préparé dans le cadre du projet ICC (Inclusive COVID-19 Crisis Communication), financé par Sciensano au nom du Cabinet fédéral du ministre belge Frank Vandenbroucke.

Pour plus d'informations sur le projet ICC, visitez

<https://www.uantwerpen.be/en/projects/towards-an-inclusive-crisis-communication-policy/>

PRÉFACE

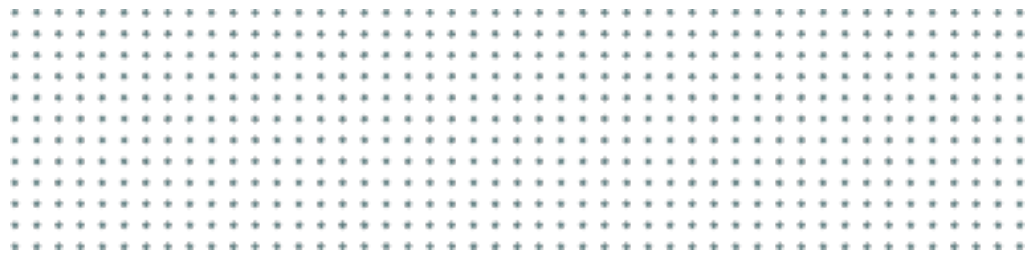
Ce résumé documente les recherches menées pour le projet interdisciplinaire intitulé « Vers une politique inclusive de communication de crise COVID-19 en Belgique : le développement et la validation de stratégies pour une communication de crise multilingue et accessible aux médias », abrégé en projet ICC.

La recherche a été menée entre février 2021 et mars 2022 par un consortium dirigé par Uantwerpen, qui comprenait la KULeuven, UCLouvain, Thomas More, Atlas Inburgering & Integratie et le Centre de Crise National (NCCN). La liste des auteurs et leurs contributions au projet figure à la fin de ce résumé (p. 41). En plus du consortium, un conseil consultatif a été créé pour soutenir les activités de recherche tout au long du projet. Les parties prenantes du conseil consultatif comprennent des organisations de la société civile, des organisations représentatives des utilisateurs, des organisations gouvernementales et des experts par expérience. Ces parties prenantes ont été sélectionnées sur la base de leur expertise, de leur domaine de travail (c'est-à-dire la mission et les objectifs de l'organisation) et de leur groupe cible. Le conseil consultatif a été impliqué dans une approche participative visant à apporter des connaissances stratégiques précieuses issues de leur expérience de terrain. Le comité consultatif a participé à toutes les étapes du projet de différentes façons : fournir de la documentation et des exemples de pratiques exemplaires, participer à des sondages, apporter des commentaires sur les activités de recherche, participer à des tables rondes et appuyer le recrutement de groupes de discussion (*focus groups*) (VOIR ÉGALEMENT LA SECTION 3.3 DE LA PARTIE 1 DU PRÉSENT RÉSUMÉ). Un aperçu de toutes les parties prenantes du comité consultatif peut être consulté dans le rapport complet (PARTIE 1, Chapitre 2 du rapport complet)

L'objectif du projet était de développer une stratégie pour une communication de crise COVID-19 plus accessible et inclusive qui prenne en compte la diversité de la population belge. Plus précisément, le projet visait à résoudre les problèmes liés à l'(in)accessibilité de certains supports de la communication gouvernementale de crise, du fait de leur format ou du canal de diffusion, et au flux d'informations de crise vers des groupes difficiles à atteindre ou des groupes ayant des besoins de communication spécifiques, par exemple, les locuteurs de langue étrangère, les personnes ayant un faible statut socio-économique ou un faible niveau d'instruction, et les personnes ayant une déficience sensorielle. Ce faisant, les activités du projet comprenaient (1) la collecte de données probantes issues de sources académiques, de la pratique liée au développement de supports de communication, ainsi que des parties prenantes sociétales et des utilisateurs finaux, et (2) le développement expérimental de nouveaux supports de communication COVID-19 adaptés aux besoins spécifiques de groupes cibles spécifiques en Belgique. Le résultat final du projet consiste en un ensemble de recommandations spécifiques contextualisées, et de lignes directrices définies sur

base de données probantes pour une communication de crise plus inclusive et accessible dans un contexte de pandémie, afin de soutenir les parties prenantes et les organisations gouvernementales dans l'élaboration de leurs stratégies de communication de crise.

Nous tenons à remercier les membres de notre conseil consultatif, qui nous ont apporté une contribution inestimable tout au long des activités de recherche. Nous apprécions le temps qu'ils ont pris pour remplir nos questionnaires et partager des rapports et des documents pertinents avec nous. Nous remercions tout particulièrement les membres du conseil consultatif qui ont participé aux tables rondes et qui ont partagé leurs connaissances et leur expertise avec nous si librement. Nous sommes également très reconnaissants aux participants aux groupes de discussion qui ont accepté notre invitation à partager leurs expériences et leurs points de vue avec nous. Ils ont considérablement enrichi notre compréhension de leurs réalités complexes, et nous nous sentons honorés de la confiance qu'ils nous ont accordée. Nous espérons être en mesure de faire entendre leur voix avec précision à travers ce rapport. Enfin, nous tenons à remercier les membres du groupe d'experts pour leur participation active au processus d'élaboration des recommandations finales, qui font partie intégrante des résultats du projet.



PARTIE 1

INTRODUCTION

1 CONTEXTE ET OBJECTIFS DE RECHERCHE

L'accès à l'information n'est pas seulement un droit (CNUDPH, 2000; ACTE EUROPÉEN pour l'accessibilité), mais aussi un facteur clé dans la lutte contre l'apparition d'une crise comme la pandémie de COVID-19 (WHO, 2020). Pourtant, divers signaux depuis le début de la pandémie en Belgique indiquaient que la communication gouvernementale sur la crise COVID-19 à partir de 2020 n'atteignait pas tout le monde et n'était pas également accessible à tous les groupes cibles. Les personnes et les groupes minoritaires qui éprouvent des obstacles **sensoriels, linguistiques, culturels ou liés aux textes**, en particulier, ont été à risque de rencontrer des difficultés pour accéder à l'information gouvernementale sur le COVID-19. Pour cette raison, une **approche de communication de crise plus inclusive et accessible**, adaptée aux besoins des citoyens, quelles que soient leurs capacités, est nécessaire dans la lutte contre le COVID-19 en Belgique.

La **communication** de crise est comprise dans ce projet comme « la collecte, le traitement et la diffusion de l'information nécessaire pour faire face à une situation de crise » (Coombs, 2010, p. 20). Plus précisément, le projet se concentre sur la communication de crise par le gouvernement fédéral sur le thème du COVID-19 pendant l'épidémie de pandémie en Belgique. La **communication inclusive** est comprise dans ce projet comme une approche de communication qui permet au plus grand nombre d'accéder à l'information transmise au moyen d'un support. L'objectif du projet est de contribuer à une stratégie de communication gouvernementale COVID-19 plus inclusive et concerne donc l'élimination et le dépassement des obstacles qui peuvent empêcher les individus d'accéder à l'information.

Selon l'Organisation mondiale de la santé, une stratégie de communication inclusive réussie peut être réalisée en priorisant les **quatre dimensions** suivantes lors de la communication (Olofsson, 2007; WHO, 2020) :

1. **L'accessibilité des formats de communication** (y compris les (re)traductions et les services d'accès aux médias (*access services*¹) tels que les sous-titrages, la langue des signes, le langage facile à lire et comprendre, et les symboles),
2. **L'accessibilité des canaux** de communication (canaux en ligne ou hors ligne),
3. une **diffusion** efficace de la communication, et
4. **l'atteinte effective** de la population cible.

La stratégie fédérale de communication sur la crise COVID-19 au cours des phases initiales de l'épidémie en Belgique n'a pas abordé ces aspects de manière satisfaisante. Afin d'aider les gouvernements nationaux et locaux à différents niveaux à améliorer leur stratégie de communication de crise COVID-19, des recommandations politiques et des lignes directrices validées concernant une communication de crise inclusive et accessible sont cruciales. À ce jour, cependant, de telles recommandations fondées sur la recherche sont rares, en particulier pour le contexte spécifique de la Belgique.

Les objectifs du projet ICC visent à contribuer à combler cette lacune et à fournir au gouvernement les connaissances nécessaires pour produire une communication sur les risques et les crises de manière accessible et inclusive, à la fois pour la pandémie actuelle de COVID-19 et pour d'autres

¹ *Access services* désignent ici la mise à disposition de mesures et d'adaptations visant à rendre les produits de communication plus accessibles aux personnes handicapées. Ces services comprennent généralement, sans toutefois s'y limiter, le sous-titrage (pour les personnes qui sont sourdes et malentendantes), audiodescription, traduction en langue des signes et Easy Langouise.

crises futures. En particulier, le projet avait pour objectifs de (1) élaborer des lignes directrices fondées sur des données probantes et des recommandations stratégiques contextuelles, qui offrent des conseils sur la meilleure façon de communiquer l'information liée à la COVID-19 aux personnes, quelles que soient leurs capacités, en particulier celles qui se sont avérées difficiles à atteindre ou qui sont plus vulnérables parce qu'elles rencontrent des obstacles sensoriels, linguistiques, culturels ou textuels pour accéder à l'information; et (2) mettre en pratique certaines de ces recommandations en développant des supports de communication de crise COVID-19 plus accessibles.

2 DÉLIMITATION DU PROJET

Dans les sections suivantes, les **deux axes prioritaires du projet** sont définis et délimités dans le contexte plus large d'une épidémie à l'échelle mondiale : (1) les **groupes cibles** de la société belge qui sont enclins à rencontrer des obstacles diminuant l'accessibilité de la communication de crise COVID-19 et (2) trois dimensions de la communication de crise COVID-19 : le **format** des supports de communication gouvernementaux, les **canaux de diffusion** par l'intermédiaire de laquelle ces documents sont distribués et la **portée effective** des efforts de communication émanant du gouvernement.

2.1 OBSTACLES À LA COMMUNICATION ET GROUPES CIBLES PRIORITAIRES

L'objectif principal du projet est de définir des recommandations et des stratégies pour une communication de crise plus inclusive. Pour parvenir à cette approche inclusive, une attention particulière est accordée à des groupes cibles spécifiques qui sont connus pour être plus difficiles à toucher ou qui peuvent être rendus vulnérables, du fait qu'ils rencontrent des obstacles persistants à l'accès à l'information. Dans le projet, nous abordons explicitement les obstacles suivants:

- **Les barrières sensorielles**, qui comprennent les obstacles à l'accès au contenu du message en raison d'une déficience visuelle ou auditive permanente ou temporaire, comme la cécité, la perte auditive ou la surdité. Par exemple, une personne malentendante ne peut pas accéder aux vidéos de la conférence de presse.
- **Les barrières linguistiques**, qui font référence aux obstacles à l'accès au contenu du message en raison des dimensions linguistiques de la communication. Cela comprend les niveaux d'instruction et de compétence. Par exemple, une personne qui parle une langue étrangère et ne maîtrise pas (encore) suffisamment l'une des langues officielles de la Belgique ne peut pas comprendre la communication qui est en néerlandais, en français ou en allemand seulement. Ou, par exemple, une personne ayant de faibles compétences en littératie ne peut pas accéder pleinement aux documents de communication écrits.
- **Les barrières culturelles**, qui englobent les obstacles à l'accès au contenu du message en raison d'un contexte linguistique ou culturel différent. Bien qu'il s'agisse d'une catégorie large, dans le contexte de ce projet, nous nous concentrons spécifiquement sur les aspects textuels non verbaux tels que l'utilisation de couleurs, d'images, de symboles, la conception

d'un texte, etc. Par exemple, certaines langues utilisent des systèmes d'écriture qui ont un script de droite à gauche, de haut en bas.

- **Les barrières textuelles**, qui sont définies comme des obstacles à l'accès au contenu du message en raison de la complexité et/ou de la clarté du texte. La complexité du texte englobe à la fois des aspects linguistiques (tels que la terminologie difficile et les phrases longues et complexes) mais aussi des aspects non linguistiques. Des exemples problématiques signalés concernaient l'utilisation de concepts abstraits, la densité de l'information, l'absence de priorités claires dans le texte, la séparation des points principaux et des détails, le manque de cohérence (terminologique), la cohérence textuelle et la clarté, et une mise en page mal structurée. La clarté textuelle et la cohérence terminologique sont également importantes pour la (re)traduction pour différents groupes cibles. Si le texte source n'est pas clair et facile à comprendre, cela affecte également négativement la (re)traduction.

Sur la base de ces obstacles spécifiques et des limites de faisabilité du projet, les **besoins des groupes cibles suivants** de la communication gouvernementale COVID-19 ont été priorisés dans le projet:

- Locuteurs de langue étrangère
- Personnes ayant de faibles compétences en littératie
- Personnes ayant une déficience sensorielle

En définissant ces groupes cibles, le projet adopte également une perspective d'intersectionnalité qui consiste à porter une attention accrue aux individus faisant partie de ces **groupes cibles et issus de milieux socio-économiques défavorisés** ou présentant un **faible niveau socio-économique**, car la vulnérabilité (sociale) dans des contextes de crise émerge généralement de manière intersectionnelle (Kuran et al., 2020).

2.2 LES DIMENSIONS PRIORISEES DE LA COMMUNICATION DE CRISE

Le projet ICC se concentre spécifiquement sur le rôle du format, du canal et de la diffusion du message dans le contexte plus large du processus de communication de crise: ²

Le format fait référence aux différentes modalités que prend le contenu du message, c'est-à-dire la forme textuelle du message, qu'elle soit verbale et visuelle. Des exemples de différentes formes incluent un texte écrit, une vidéo, un fichier audio, une audio-description³, une introduction audio⁴, des infographies et des sous-titres.

² Il est important de souligner à ce stade, que pour la faisabilité du projet dans un contexte de crise, le projet ICC s'est concentré sur la forme, le canal et la sensibilisation en lien avec la communication gouvernementale de crise Covid-19, et n'a pas inclus le contenu du message (c.-à-d. quelle information est incluse et comment elle est encadrée), ni examiné l'impact de la communication sur les changements de comportement. Ces deux éléments dépassent le cadre du projet ICC, mais d'autres projets de recherche examinent ces questions dans le contexte belge (VAXCOM et TRANSVAXX).

³ L'audiodescription (également connue sous le nom de description vidéo ou de description visuelle) est une voix narrative supplémentaire qui fournit des informations sur les éléments visuels pertinents dans une œuvre médiatique pour les personnes ayant une déficience visuelle.

⁴ L'audio-introduction désigne de brefs messages audio au début d'un texte audiovisuel, qui fournit les informations nécessaires pour les personnes ayant une déficience visuelle pour pouvoir suivre la vidéo. Les introductions audio peuvent être autonomes ou peuvent être combinées avec une audiodescription pendant la vidéo.

Le format du message en tant que terme générique comprend non seulement le texte original, mais aussi ses (re)traductions : il comprend le large éventail de services qui traduisent un texte source en un texte cible pour des publics spécifiques. Cela peut inclure la traduction interlingue traditionnelle d'une langue et d'une culture vers une autre, mais peut également inclure des formes de traduction intralingue dans la même langue, telles que la retraduction, et des formes de traduction intersémiotique (d'une modalité, par exemple des mots écrits, à une autre, par exemple une langue parlée ou des visuels). Des exemples de retraductions et de traductions intersémiotiques incluent les versions FALC (*langue facile à lire et à comprendre*), les versions audio, les sous-titrages, l'interprétation en langue des signes et les visualisations par le biais de symboles ou de vidéos.

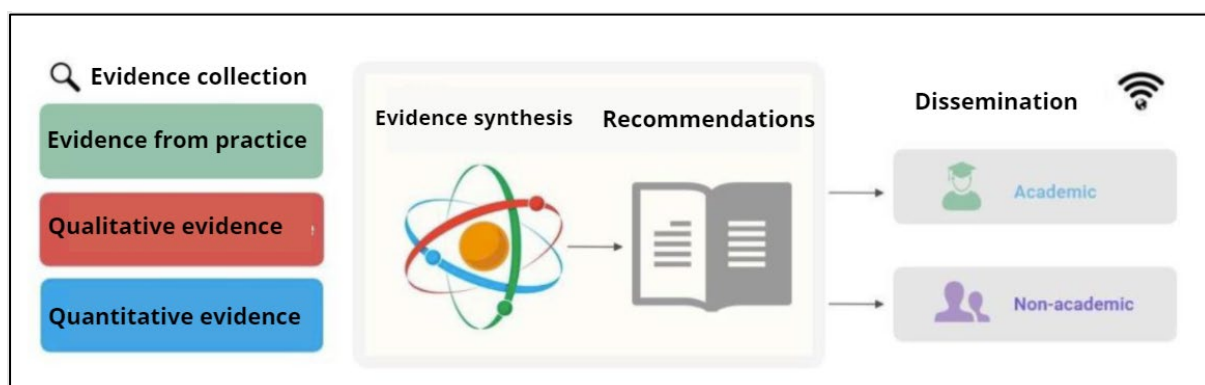
Le canal fait référence au support utilisé pour diffuser le message et ses différentes formes et comprend à la fois les canaux en ligne, numériques, ainsi que d'autres canaux non numériques, imprimés. Des exemples de différents canaux sont les dossiers imprimés, les affiches, la télévision, la radio, les téléphones fixes, les téléphones mobiles, les messages texte (SMS), ainsi que les ressources Internet telles que le courrier électronique, la vidéoconférence, les sites Web (gouvernementaux), les médias sociaux et les applications de messagerie instantanée (WhatsApp, Facebook, Twitter).

La portée fait référence à la façon dont le format et le canal du message sont appropriés aux besoins de communication du public cible et à la façon dont le message sous sa forme spécifique est distribué, éventuellement par le biais de services, associations ou personnes intermédiaires, au public cible. L'hypothèse ici est que des formes appropriées et variées et des canaux adéquats sont une condition préalable pour obtenir un accès plus large à l'information pour les groupes cibles visés, ce qui favorise indirectement une plus grande sensibilisation et une plus grande exposition à long terme.

3 LE DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE ET LE PROJET EN BREF

Dans la mesure où les objectifs du projet se rapportent à la collecte de connaissances et la formulation de recommandations et de lignes directrices sur le format et le canal les plus optimaux(s) pour plus d'inclusion et d'accessibilité de la communication gouvernementale de crise, un **dispositif par méthodes mixtes a été mis en place**, permettant la collecte de données qualitatives et quantitatives auprès de différentes sources clés. Ces données ont ensuite été comparées et synthétisées. La figure 1 reprend et représente les différentes étapes du dispositif méthodologique

Figure 1 Dispositif méthodologique du projet ICC.



3.1 DONNEES QUANTITATIVES

Des données probantes quantitatives issues d'études d'efficacité ont été recueillies grâce à une **revue systématique rapide de la littérature** internationale, portant sur la communication de crise inclusive et accessible dans un contexte de pandémie. Par la suite, ces études ont été traduites en lignes directrices spécifiques et contextualisées, dans le cadre d'un processus participatif avec un groupe d'experts (suivant la méthodologie des procédures d'élaboration de lignes directrices précédentes dans le contexte belge: Bekkering et al., 2014; De Buck, Vandekerkhove & Hannes, 2018). Ces lignes directrices seront soumises au Centre belge pour l'evidence-based medicine (CEBAM). Le CEBAM est un organisme accrédité pour la validation externe des pratiques et des lignes directrices en matière de politiques et facilite le processus d'évaluation de la rigueur méthodologique des données probantes présentées et la transparence du processus d'élaboration de recommandations (Brouwers et coll., 2010). Les résultats de ces activités de recherche menées par la KULeuven sont rapportés dans la PARTIE 2 du rapport complet.

3.2 DONNÉES ISSUES DE LA PRATIQUE

Les données probantes issues de la pratique ont été recueillies dans le cadre d'un processus de **développement collaboratif** de supports dans le cadre duquel des supports de communication inclusifs concernant la COVID-19 en Belgique ont été développés pour être testés. La « pratique » dans ce sens doit donc être comprise dans un sens étroit comme se rapportant aux activités de développement de supports de communication (telles qu'entreprises par le NCCN lors de l'épidémie de COVID-19 en Belgique). L'objectif de cet ensemble d'activités du projet était double: (1) évaluer la mise à disposition de (re)traductions et de services d'accès dans la mise à disposition de communications COVID-19 fournies par Atlas Integratie & Inburgering Antwerpen, pour le compte du Centre de Crise National (NCCN) et (2) développer des supports de communication de crise COVID-19 plus inclusifs et accessibles sur base des résultats intermédiaires du projet, immédiatement utilisables dans la lutte contre le COVID-19 en Belgique.

Ce développement collaboratif de supports comprenait les **étapes concrètes suivantes** :

- a) décrire le flux de travail et la stratégie de communication actuels concernant la COVID-19 du gouvernement fédéral;
- b) fournir un aperçu et une analyse initiale des (re)traductions et des services d'accès fournis par le gouvernement fédéral;
- c) développer et améliorer des supports de communication dans le flux de travail d'Atlas/NCCN sur la base d'informations provenant progressivement d'autres activités de projet pour soutenir les efforts de communication de crise en cours, et
- d) impliquer les membres du conseil consultatif, les utilisateurs et les experts dans le développement et l'amélioration des supports.

Les supports analysés et développés au cours de cette phase ont également servi de point de départ pour les échanges au sein des tables rondes avec les publics intermédiaires et des groupes de discussion (*focus groups*) avec les publics cibles, organisés à différentes étapes du projet (VOIR LA SECTION 3.3 DE CE CHAPITRE). Les leçons tirées de cette phase de développement de supports menée par l'UAntwerpen en collaboration avec la KULeuven, le NCCN et Atlas sont rapportées dans la PARTIE 3 du rapport complet.

3.3 DONNEES QUALITATIVES COLLECTEES AUPRES DES PUBLICS INTERMÉDIAIRES ET FINAUX

La collecte de données qualitatives a été organisée en **trois étapes**, planifiées via un **processus itératif** aligné sur la phase de développement du support (VOIR 3.2 DANS CE CHAPITRE). Les résultats de ces activités de recherche sont présentés dans les PARTIES 4 et 5 du rapport complet.

Dans un premier temps, des données ont été collectées en rassemblant les **informations et recommandations déjà existantes** sur l'accessibilité de la communication gouvernementale COVID-19 en Belgique par les intermédiaires sociétaux⁵ du conseil consultatif du projet, sur la base de leur expertise et de leurs expériences professionnelles au cours des premiers mois de

⁵ Dans le présent rapport, le terme 'intermédiaires' est utilisé dans un sens générique. Il peut désigner les représentants des utilisateurs, les organisations, les experts du vécu, les organisations de la société civile, les municipalités, les organisations gouvernementales, les associations sans but lucratif, les fondations, les fédérations, les autorités locales, etc.

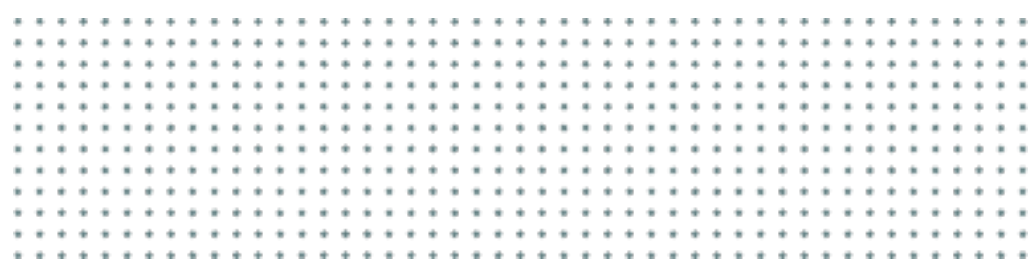
l'épidémie de COVID-19 en Belgique. Cela comprenait des évaluations internes, des exemples de pratiques exemplaires, des recommandations stratégiques et d'autres rapports. Ces données probantes ont été recueillies en consultant le comité consultatif au moyen d'une enquête, consacrée à l'évaluation de l'accessibilité de la communication gouvernementale existante sur la crise de la COVID-19, et en inventoriant, contrastant et synthétisant les informations déjà existantes que les membres du conseil consultatif ont documentées. Les résultats de ces activités de recherche menées par l'UAntwerpen pour la Flandre et par l'UCLouvain pour Bruxelles et la Wallonie sont rapportés respectivement dans la PARTIE 4, Chapitres 1 et 2 du rapport complet.

Dans un deuxième temps, le projet s'est concentré sur l'évaluation de la communication actuelle fournie par Atlas Integratie & Inburgering, au nom du NCCN, lors de **tables rondes** avec des intermédiaires, des représentants et des experts par expérience recrutés au sein du conseil consultatif. Au cours des tables rondes, les participants ont évalué et discuté le format et le canal des supports de communication existants ou nouvellement développés, et formulé des recommandations basées sur leurs expériences professionnelles. Les résultats de ces activités de recherche menées par Thomas More pour la Flandre et l'UCLouvain pour Bruxelles et la Wallonie sont présentés respectivement dans la PARTIE 4, Chapitres 3 et 4 du rapport complet.

Au cours de la troisième phase du projet, des **groupes de discussion** avec les utilisateurs finaux des différents groupes cibles ont été menées. Au cours de ces discussions, une sélection de supports de communication ont été discutés et évalués avec les participants, qui ont également été encouragés à commenter le format et les canaux de communication gouvernementale COVID-19 en Belgique. Les résultats de ces activités de recherche menées par Thomas More pour la Flandre et l'UCLouvain pour Bruxelles et la Wallonie sont présentés respectivement dans la PARTIE 5, Chapitres 1, 2 et 3 du rapport complet.

3.4 SYNTHÈSE DES DONNÉES PROBANTES

La phase finale du projet a été consacrée à la **synthèse de toutes les données quantitatives et qualitatives** recueillies. La synthèse comparative de toutes les informations et données probantes recueillies au cours de chacune des activités du projet a été réalisée de manière systématique par l'équipe de l'UAntwerpen, à l'aide d'une approche analytique documentaire et d'analyse du contenu thématique ciblé (Anderson, 2007; Bowen, 2009; Erlingsson & Brysiewicz, 2017). Les résultats de cette synthèse sont présentés dans la PARTIE 6 du rapport complet, en particulier sous le format de recommandations politiques et de lignes directrices visant à soutenir les gouvernements et les parties prenantes dans l'élaboration d'une stratégie de communication de crise COVID-19 plus inclusive en Belgique. La synthèse des données probantes est également entièrement intégrée dans la deuxième partie du présent résumé (p. 12 et suivantes).



PARTIE 2

SYNTHÈSE DES TROIS FLUX DE DONNEES PROBANTES RECUEILLIES

1 INTRODUCTION

Dans cette partie du résumé, les preuves et les recommandations recueillies dans le cadre de toutes les activités de recherche du projet ICC sont résumées. Conformément à l'objectif global du projet ICC de fournir au gouvernement les connaissances nécessaires pour produire une communication de crise accessible et inclusive, à la fois pour la pandémie actuelle de COVID-19 et dans la perspective de la possibilité d'autres risques et crises à venir, cette synthèse contient des informations sur les obstacles et les facilitateurs d'une communication de crise accessible et inclusive, ainsi que des recommandations qui offrent des conseils sur la meilleure façon de communiquer les informations liées au COVID-19 compte-tenu de la diversité des personnes composant la société belge, en particulier celles qui se sont avérées difficiles à toucher ou rendues plus vulnérables parce qu'elles rencontrent des obstacles sensoriels, linguistiques, culturels ou textuels persistants pour accéder à l'information. Ce faisant, la synthèse se concentre sur le format, le canal et la portée de la communication gouvernementale de crise COVID-19 et s'appuie sur les données probantes recueillies au cours des différentes activités de recherche du projet. Bien que nous croyions qu'une stratégie de communication inclusive ne puisse être inclusive que lorsqu'elle est accessible à l'ensemble de la population, l'objectif initial du projet était d'étudier comment rendre la communication de crise accessible et efficace pour les groupes cibles suivants en raison de contraintes de temps:

- Locuteurs de langue étrangère
- Personnes ayant de faibles compétences en littératie
- Personnes ayant une déficience sensorielle (déficience auditive ou visuelle)

En définissant ces groupes cibles, le projet a adopté une perspective d'intersectionnalité et s'est concentré plus particulièrement sur les individus issus de milieux socio-économiquement défavorisés et ayant un faible statut socio-économique, car la vulnérabilité (sociale) dans des contextes de crise émerge généralement de manière intersectionnelle (Kuran et al., 2020).

Les fonctionnalités dont nous discutons ci-dessous sont compartimentées afin de créer une vue d'ensemble structurée de tous les éléments qui jouent un rôle dans le développement et le maintien d'une stratégie de communication de crise COVID-19 accessible. Cependant, bon nombre de ces fonctionnalités sont interconnectées les unes avec les autres. Afin de conserver une vue d'ensemble de ces liens, nous ferons fréquemment référence à d'autres sections de cette synthèse (EN PETITES MAJUSCULES). Tout au long de la synthèse, nous indiquerons également explicitement de quelles activités de recherche et de quelle partie du rapport complet découlent les recommandations, les informations et les données probantes (en faisant référence au(x) PARTIE(s) et Chapitre(s) spécifique(s) du rapport complet). Le lecteur est invité à consulter ces PARTIES et Chapitres du rapport complet pour plus d'informations et de détails.

2 FORME

2.1 TYPES DE FORMES

Il existe de nombreux types de formes qui ont été utilisées par le gouvernement fédéral pour communiquer sur les risques et les mesures de crise concernant le COVID-19 au début et tout au long de la pandémie de COVID-19 en Belgique. Les résultats du projet montrent que certaines formes sont préférées à d'autres en ce qui concerne leur accessibilité et leur portée générales.

Les messages vidéo ont été signalés comme étant l'un des supports de communication les plus appréciés par les utilisateurs finaux ainsi que par les publics intermédiaires (PARTIE 3 et PARTIE 5 du rapport complet). Les vidéos sont sans doute utiles pour communiquer simultanément des informations de crise à tous les groupes cibles, car elles permettent de présenter l'information dans une variété de modes via un seul support de communication : les vidéos peuvent contenir simultanément du texte écrit, du texte parlé et des images. Pour les personnes malentendantes, les vidéos sont des supports de communication appréciées car elles offrent la possibilité de communiquer des informations par le biais d'images, de sous-titres et de la langue des signes (PARTIE 3 et PARTIE 4 - Chapitre 3, du rapport complet). Pour les personnes ayant une déficience visuelle, une audio-description, des introductions audio ou des voix off peuvent être ajoutées. Pour les personnes peu instruites et les locuteurs de langue étrangère, la combinaison d'images et de textes (écrits et parlés) peut aider à attirer l'attention sur le message, en s'adressant à plusieurs sens à la fois (PARTIE 3; PARTIE 4 - Chapitres 3 et 4 et PARTIE 5 - Chapitres 2 et 3, du rapport complet), et facilitant une compréhension croissante des messages (PARTIE 4 - Chapitre 1, du rapport complet). En outre, les vidéos peuvent être partagées via une variété de canaux, par exemple sur les réseaux sociaux, via des applications de messagerie, dans le cadre d'émissions de télévision, dans des espaces publics, etc. (VOIR 3.2 TYPES DE CANAUX : NUMÉRIQUES OU NON NUMÉRIQUES). Ces caractéristiques font des vidéos des formes idéales pour atteindre un public large et diversifié (PARTIE 4 - Chapitre 3; PARTIE 5 - Chapitre 2, du rapport complet). Dans la ligne directrice validée (PARTIE 2, du rapport complet), les messages vidéo sont également suggérés comme un support de communication efficace pour diffuser des informations de crise aux groupes cibles. En général, il est recommandé d'utiliser des vidéos courtes et simples (animées), dans lesquelles des éléments non narratifs (c.-à-d. didactiques) et narratifs, ainsi que des faits et des explications conceptuelles sont combinés (PARTIE 2, du rapport complet).

Les messages audio se sont généralement avérés un peu moins populaires ou efficaces que les messages vidéo. Cela est probablement dû au fait que la plupart des messages audio ne contiennent aucun support visuel et que le texte parlé peut parfois être difficile à suivre pour les utilisateurs finaux en raison de la complexité, de la longueur et de la vitesse du message (PARTIE 4 - Chapitres 1-4 et PARTIE 5 - Chapitre 1, du rapport complet). Lors des groupes de discussion, le message audio a été classé comme le support le moins apprécié des trois types de supports présentés aux participants des groupes de discussion (PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Cependant, les messages audio ont une valeur ajoutée pour les locuteurs de langue étrangère, les personnes peu instruites et les personnes malvoyantes, car ils permettent aux utilisateurs finaux d'écouter l'information au lieu d'avoir à la lire, ce qui peut souvent être

considéré comme un obstacle pour ces groupes cibles (PARTIE 4 – Chapitre 1 & 3, du rapport complet). En général, il est recommandé de soutenir l’audio avec (une) image (s) afin de retenir l’attention de l’auditeur et de l’aider à mieux comprendre l’information (PARTIE 3 et PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet).

Outre les médias audiovisuels, des **affiches, des dépliants, des brochures et des infographies** peuvent également être utilisés pour communiquer des informations sur la crise COVID-19. Un atout important de ces produits de communication spécifiques est qu’ils peuvent être distribués à la fois en ligne et hors ligne (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet), ce qui permet d’en augmenter la portée (VOIR 3.1 DIVERSIFICATION DES CANAUX). Dans la mesure où la communication s’oriente de plus en plus vers des plateformes numériques, il est d’autant plus important de prévoir que ce type de supports, qui sont très utiles aux personnes ayant peu ou pas de compétences numériques, puissent être partagés dans les espaces publics ou transmis en personne et/ou mis à disposition en format papier pour pouvoir être rapportés à la maison. (VOIR 3.2 TYPES DE CANAUX : NUMÉRIQUES VS NON NUMÉRIQUES). Au cours des discussions de groupe, la brochure arrivait en seconde place parmi les préférences des participants pour trois supports de communication (PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Dans les recommandations finales, l’utilisation d’infographies, en particulier, a été suggérée comme une pratique de communication de crise efficace et accessible (PARTIE 2, du rapport complet). En général, l’accessibilité de ce type de supports et de formes dépend de l’accessibilité de chacun des éléments qui composent le support de communication (PARTIE 2 et PARTIE 3, du rapport complet).

Cette observation générale selon laquelle l’ensemble n’est accessible que dans la mesure où ses parties (combinées) le permettent, s’applique également à tous les types de formes qui peuvent être sélectionnées pour un support de communication COVID-19 : l’efficacité d’une forme spécifique d’un support pour éliminer les obstacles et donner accès à des informations cruciales sur la crise dépend en grande partie des caractéristiques spécifiques du format (tels que les visuels, l’utilisation de la langue, les sous-titres, etc.) et des modalités de leur combinaison. Dans la suite de cette synthèse, nous détaillons les recommandations concernant les aspects les plus importants à prendre en compte pour une communication de crise COVID-19 inclusive et accessible, telles qu’elles ont émergé dans le cadre des activités de recherche du projet ICC.

2.2 DIVERSIFICATION DES FORMES DES MESSAGES

Afin d’atteindre les personnes dans toute leur diversité au sein de la société belge et de s’assurer qu’elles aient toutes accès à la communication de crise de manière égale, la mise à disposition d’une diversité de supports de communication sous différentes formes est cruciale et peut optimiser la diffusion de l’information (PARTIE 4 – Chapitres 1-3 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet). La diffusion d’informations sur les crises par le biais de différentes formes de message contribue à rendre l’information plus accessible, car il existe une grande diversité de personnes ayant des besoins et des préférences de communication spécifiques, non seulement dans la population en général, mais aussi au sein des groupes cibles concernés. Afin de répondre à ces besoins, il est nécessaire de faire des efforts de communication supplémentaires et sur mesure pour certains groupes (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1 et 3 du rapport complet). L’intégration de l’accessibilité comme points d’attention le plus tôt possible dans le processus de développement de la communication de crise est un élément essentiel pour une communication adaptée. Cependant, cette stratégie présente également certains inconvénients. Mettre à

disposition une diversité de formes de message implique automatiquement la mise en circulation d'un volume plus élevé de supports de communication, ce qui peut complexifier la navigation au sein de ces informations, pour repérer celle dont on a besoin. (VOIR AUSSI 5.3 RATIONALISER LA QUANTITÉ ET LA DISPERSION DE L'INFORMATION). En outre, certains groupes cibles tels que les locuteurs de langue étrangère peuvent se sentir stigmatisés ou stéréotypés lorsqu'ils soupçonnent qu'un support de communication est adapté à leur identité, ce qui peut à son tour générer un effet contre-productif (PARTIE 2 et PARTIE 3 – Chapitre 4, du rapport complet). Par exemple, lorsqu'une photo représente une personne de couleur, les gens peuvent parfois supposer à tort que le contenu du message est lié aux caractéristiques personnelles de l'individu représenté ; une telle stigmatisation doit être évitée (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet) (VOIR ÉGALEMENT 2.3.5 CARACTÉRISTIQUES VISUELLES). Dans les lignes directrices énoncées, il n'est donc pas recommandé d'adapter les messages de crise à l'identité ou à l'apparence du destinataire en termes de contenu ou de représentation de l'origine ethnique ou d'éventuelles incapacités.

Afin de minimiser les effets négatifs mentionnés ci-dessus, les principes de design universel pourraient être appliqués (VOIR 6.1 LA CONCEPTION POUR TOUS DÈS LE DÉPART).

2.3 CARACTÉRISTIQUES DES FORMES DES MESSAGES

2.3.1 LANGAGE FACILE À LIRE ET À COMPRENDRE

L'utilisation d'un *langage facile à lire et à comprendre* (FALC) dans la communication de crise COVID-19 est apparue comme l'une des recommandations principales issues des données collectées le cadre du projet ICC (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1 à 4 et PARTIE 5 – Chapitre 2 du rapport complet). Souvent, le contenu réel des informations de crise est de nature très complexe, et cela s'est avéré être particulièrement le cas lors de l'apparition d'une crise sanitaire telle que la pandémie de COVID-19. Par conséquent, si le contenu de l'information et la langue utilisée pour communiquer ou expliquer l'information sont complexes à traiter et à comprendre, une double barrière peut apparaître pour accéder à l'information. Le recours au langage facile à lire et à comprendre (FALC) est donc une caractéristique importante et nécessaire pour augmenter l'accessibilité de la communication de crise COVID-19.

Le langage FALC peut être adopté pour toute forme de message, qu'il s'agisse d'un message vidéo, d'un message audio, d'une affiche ou d'une infographie. En outre, les groupes cibles spécifiques tels que les personnes ayant un faible niveau d'instruction ou les personnes dont la langue maternelle est différente de l'une des langues nationales belges (c'est-à-dire les locuteurs de langue étrangère et les personnes malentendantes) ne seraient pas les seuls à bénéficier de l'utilisation du langage FALC. En effet, la population dans son ensemble bénéficierait sans doute également de cette mesure d'accessibilité, qui rend l'information plus accessible et compréhensible pour tous (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet).

Le langage FALC englobe plus que le vocabulaire, la structure des mots et des phrases. La conception visuelle et multimodale joue également un rôle important pour s'assurer qu'un message soit facile à lire et à traiter. D'après les données qualitatives recueillies tout au long du

projet (PARTIE 2; PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1-2 & 4 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet), voici les pierres angulaires de la mise à disposition de textes⁶ en langage FALC:

- utiliser des phrases courtes de dix à treize mots maximum;
- utiliser des mots de tous les jours, simples et basiques;
- éviter le jargon, les mots abstraits ou les termes en anglais;
- éviter le langage figuratif;
- structurer le texte d'une manière distincte, cohérente et logique;
- indiquer en quoi consiste la communication en utilisant des titres et des en-têtes clairs;
- bien transmettre le message clé (en premier);
- éviter les textes longs et élaborés;
- fournir des éléments de contexte en indiquant la date et le nom de l'émetteur du message;
- éviter les informations générales et les messages abstraits;
- utiliser une disposition propre, aérée et simple;
- mettre les mots importants en gras;
- éviter le texte cursif, souligné ou entièrement en majuscules;
- choisir une police facilement lisible (p. ex. sans-serif);
- opter pour une taille de police suffisamment grande (c'est-à-dire en utilisant des lettres d'au moins deux centimètres et de préférence de trois centimètres de haut lorsque la distance de lecture est d'un mètre) et un interligne large;
- choisir des couleurs contrastées et veiller à avoir un arrière-plan uniforme.

Pourtant, il y a aussi des limites en lien avec l'usage du langage FALC. Dans certains cas, en effet, il est nécessaire de nuancer le message. Or, adopter un langage FALC laisse moins de place à la nuance car ce type de langage tend à simplifier l'information (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Certains utilisateurs finaux des groupes cibles ont estimé que les informations qui leur étaient présentées au moyen d'un support de communication conçu en langage FALC n'étaient pas toujours suffisamment détaillées et manquaient de nuance (PARTIE 4 – Chapitre 3 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Dans certains cas, il peut être préférable de laisser de la place à des informations ou des explications détaillées et nuancées plutôt que de simplifier à l'excès un message complexe. Ce besoin de nuance dans la communication de crise COVID-19 a été exprimé également par certains utilisateurs finaux et publics intermédiaires, pour qui, une information plus détaillée en augmente l'objectivité, et donc la crédibilité, soutenant la capacité du destinataire à prendre ses propres décisions éclairées sans être orienté dans une certaine direction (PARTIE 2; PARTIE 4 – Chapitres 2 à 4 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). (VOIR AUSSI 4.2 CONFIANCE ET ACCEPTATION)

2.3.2 TRADUCTIONS ET INFORMATIONS MULTILINGUES

Les traductions sont une forme de communication nécessaire et efficace pour accroître l'accès des locuteurs de langue étrangère à la communication gouvernementale de crise. Tout au long du projet, il a souvent été mentionné qu'il y avait un manque d'informations multilingues accessibles (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet).

Lors des tables rondes et des groupes de discussion sur les besoins de communication des locuteurs de langue étrangère, la valeur et l'appréciation de la communication de crise multilingue

⁶ Le terme « texte » est utilisé ici pour désigner tous les types de messages, donc non seulement sous forme écrite, mais aussi sous forme visuelle ou auditive.

ont été soulignées par les intermédiaires et les utilisateurs finaux (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet). En particulier, la possibilité de recevoir le message traduit dans plusieurs modes, c'est-à-dire à la fois parlé en messages vidéo ou audio, et écrit sous forme de sous-titres ou de texte imprimé, a été très appréciée (PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet).

En plus de permettre aux locuteurs de langue étrangère de lire ou d'écouter les informations sur la crise COVID-19 dans leur langue maternelle, ce qui facilite et améliore leur compréhension du message, la mise à disposition de traductions reflète également sans doute la gravité de la situation de crise et l'importance de communiquer les informations correctes aux locuteurs de langue étrangère (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet). Cela peut contribuer à augmenter le sentiment d'inclusion et renvoie sans doute une image d'un gouvernement (local) proche des citoyens et soucieux de leur information (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet).

Malgré l'importance des traductions et des informations multilingues, il existe des conditions préalables importantes qui doivent être prises en compte lors de la production et de la diffusion d'informations traduites sur la crise COVID-19 :

- adopter également les principes du langage FALC dans les traductions (PARTIE 4 – Chapitres 1-3);
- s'assurer que la traduction soit correcte, par exemple, par des tests et en collaboration avec des locuteurs natifs (VOIR 6.3 COLLABORATION AVEC DES GROUPES CIBLES) (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitre 2 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet);
- assurer un accès facile à l'information multilingue (p. ex., la navigation vers le matériel en langue étrangère sur le site Web fédéral www.info-coronavirus.be a été jugé trop complexe) (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitres 2 et 3, du rapport complet) (VOIR AUSSI 2.3. 9 ACCESSIBILITÉ DU WEB);
- présenter la version en langue étrangère avec le texte original dans la langue nationale du pays, éventuellement au moyen d'un QR code ou d'un lien hypertexte vers la traduction (VOIR AUSSI 3. 2. L' 1.5 INFORMATIONS EN LIGNE VIA DES CODES QR, DES HYPERLIENS OU DES TÉLÉCHARGEMENTS) (PARTIE 4 – Chapitre 1 et PARTIE 5 – Chapitres 1 & 2, du rapport complet).

2.3.3 SOUS-TITRAGES

Pour les locuteurs de langue étrangère et les personnes malentendantes, la mise à disposition de sous-titres intra- et interlingues pour les messages vidéo ou audio est cruciale pour accroître leur accès aux informations de crise (PARTIE 4 – Chapitres 1-3). Non seulement les sous-titres aident à suivre le message en temps réel et à mieux le comprendre, mais ils offrent également la possibilité d'imprimer le message en texte écrit (PARTIE 4 – Chapitre 4 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet).

Pour que les sous-titrages atteignent l'effet souhaité, il est important de prendre en compte les éléments suivants :

- le rythme de la vidéo ou de l'audio ne doit pas être trop rapide (VOIR AUSSI LES FONCTIONNALITÉS AUDIO 2.3.4),
- la taille de la police doit être suffisamment grande,
- les sous-titres ne doivent pas être cachés par d'autres bannières, logos ou textes, et
- le contraste avec l'arrière-plan doit être pris en compte (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1 & 2 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet).

De plus, il est important de s'assurer qu'il n'y ait pas de délai entre les sous-titres et le texte parlé. Des sous-titres synchronisés sont nécessaires pour que les personnes qui peuvent encore entendre partiellement puissent écouter et lire le message vidéo simultanément (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet).

Dans les groupes de discussion avec des locuteurs de langue étrangère, les messages vidéo et audio avec sous-titres ont été généralement préférés à ceux qui n'en avaient pas (PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Cependant, lors des groupes de discussion avec des personnes ayant de faibles compétences en littératie et des personnes malentendantes, il y a eu des divergences entre les préférences des participants, car certains trouvaient que les sous-titres pouvaient détourner l'attention du message principal (PARTIE 5 – Chapitres 2 et 3, du rapport complet). Des sous-titres personnalisés pourraient offrir une solution à cette divergence de points de vue : les utilisateurs finaux pourraient alors décider d'activer ou non les sous-titres, et idéalement aussi adapter les sous-titres à leurs préférences, en choisissant la taille et la couleur de la police, ainsi que la couleur de l'arrière-plan (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitre 1 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet).

2.3.4 FONCTIONNALITÉS AUDIO

Lors de la production de supports de communication audiovisuelle, il est important de prendre en compte certaines caractéristiques audio qui influencent la réception du message. Tout d'abord, l'orateur ou la voix off doit veiller à ne pas parler trop vite et à laisser suffisamment de place pour suffisamment de pauses entre les phrases, afin que l'auditeur puisse suivre et lire les sous-titres qui l'accompagnent si désiré (PARTIE 3, du rapport complet). Ceci est particulièrement important pour les personnes qui ont un faible niveau d'instruction ou les personnes qui ne maîtrisent pas (pleinement) la langue dans laquelle le message est délivré. Le débit de parole ou le rythme de parole des messages audiovisuels est également à prendre en compte pour les personnes malentendantes, car il influence le rythme de l'interprétation en langue des signes (PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet). Lors de l'examen des obstacles possibles à l'accès à l'information, la vitesse des messages audiovisuels a été mentionnée à plusieurs reprises dans les données qualitatives recueillies et concernait tous les groupes cibles (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1, 3 & 4 et PARTIE 5 – Chapitres 1 & 2, du rapport complet). À la lumière d'un manque d'informations et de recherches sur le débit de parole et la vitesse de lecture préférables, des recherches supplémentaires à ce sujet sont nécessaires. En outre, d'autres facteurs qui peuvent entraver l'intelligibilité de l'orateur, tels que la musique de fond / le bruit ou le port d'un masque facial, sont également importants à prendre en compte lors de la production de matériel audiovisuel (PARTIE 4 - Chapitres 1 et 4, du rapport complet).

Deuxièmement, la voix de l'orateur lui-même joue également un rôle dans l'accessibilité du message. À partir des résultats des tables rondes et des groupes de discussion, il est apparu clairement que les utilisateurs finaux de tous les groupes cibles préféraient généralement écouter une voix humaine naturelle, plutôt qu'une voix synthétique (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4 et PARTIE 5 – Chapitre 1). Une voix synthétique s'est avérée être trop « robotique » et « saccadée », et donc désagréable à écouter (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet). Cependant, la voix synthétique a été jugée plus claire et plus facile à comprendre que la voix naturelle, car cette dernière (dans l'exemple audio spécifique) parlait trop vite, avec trop peu de pauses et avec peu d'intonation (PARTIE 4 – Chapitre 4 et PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Il a été noté que les voix synthétiques sont acceptables pour transmettre des informations de crise dans

des situations urgentes, en particulier pour les personnes ayant une déficience visuelle, car elles sont déjà habituées à écouter des voix synthétiques (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Un autre aspect de la voix qui devrait être pris en compte est le ton de la voix. Un ton trop injonctif, condescendant ou répressif peut sans doute conduire à moins d'acceptation du message (PARTIE 4 – Chapitre 2 & 3 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet) (VOIR AUSSI 4.2 CONFIANCE ET ACCEPTATION).

2.3.5 CARACTÉRISTIQUES VISUELLES

Étant donné que de nombreux groupes cibles concernés sont plus orientés visuellement (c'est-à-dire les personnes qui ont un faible niveau d'instruction, les locuteurs de langue étrangère qui pourraient ne pas comprendre un texte en néerlandais ou en français, ainsi que les personnes malentendantes), l'utilisation d'images dans la communication de crise COVID-19 est fortement recommandée. Cependant, l'ajout aléatoire de visuels aux messages de crise n'est pas suffisant ; au contraire, une utilisation erronée et excessive peut affaiblir le message (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet), ainsi que créer un obstacle pour les personnes ayant une déficience visuelle, qui ont déjà du mal à accéder à l'information visuelle telle qu'elle est (PARTIE 4 – Chapitre 2 & 3 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet).

Pour ces raisons, il est important d'examiner attentivement et consciencieusement la façon dont les visuels sont utilisés et conçus. Pour rendre les visuels plus accessibles, il est crucial de s'assurer que l'image soit explicite et sans ambiguïté. En d'autres termes, la signification de l'image devrait être évidente sans qu'il ne soit nécessaire de fournir d'autres explications, et donc sans devoir lire un texte d'accompagnement (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1 à 4). Néanmoins, il est toujours recommandé d'accompagner les visuels de textes simples et courts et vice versa ⁷(VOIR AUSSI 2.3.1 LANGAGE FACILE À LIRE ET COMPRENDRE). En plus d'éviter les erreurs d'interprétation, le fait de fournir du texte avec des images attire davantage l'attention sur le message, augmente la compréhension du message et amène le lecteur à mieux se souvenir du message (PARTIE 4 – Chapitres 1-4). Pour plus d'efficacité, il est important que l'image reflète non seulement le contenu du message, mais aussi la situation actuelle et le contexte de la crise (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet).

Afin de s'assurer qu'une image est explicite et sans ambiguïté, il est recommandé d'utiliser des visuels qui soient « universels », mais qui contiennent encore suffisamment de détails pour être considérés comme réalistes (PARTIE 2 et PARTIE 4 – Chapitres 1-3). L'universalité de l'image permet à l'utilisateur final de reconnaître plus facilement l'image et les détails empêchent l'image de devenir trop abstraite. Pour cette raison, les photographies sont parfois préférées aux pictogrammes (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 3, du rapport complet). En général, les photographies nécessitent un niveau d'abstraction inférieur de la part du spectateur, par rapport aux pictogrammes. Ces derniers contiennent souvent des dessins de concepts abstraits, tels qu'une coche verte ou une croix rouge, dont la compréhension peut varier suivant les cultures, et qui nécessitent par conséquent plus de réflexion, risquant de causer de la confusion ou une mauvaise interprétation (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 3 & 4 et PARTIE 5 – Chapitres 2 & 3, du rapport complet). Cependant, les photographies comportent potentiellement des obstacles : les gens ont tendance à interpréter les images très littéralement, de sorte que lorsqu'une photographie contient des détails insignifiants (arrière-plan), les gens y attachent parfois trop d'importance et

⁷ Le terme « texte » est utilisé ici pour désigner à la fois les messages écrits et auditifs. (VOIR AUSSI 2.3.4 AUDIO CARACTÉRISTIQUES).

comprennent mal le message (PARTIE 4 - Chapitre 3, du rapport complet). Un autre inconvénient des photographies est qu'elles sont moins visibles lorsqu'elles sont de petite taille (c'est-à-dire lorsqu'elles sont visionnées sur un smartphone) ou lorsqu'elles sont présentées ou imprimées en noir et blanc (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). En fin de compte, les photos, les dessins réalistes et les pictogrammes peuvent tous être des outils précieux pour accroître l'accessibilité, à condition qu'ils soient conçus dans un souci d'accessibilité. Impliquer les groupes cibles dans le processus de développement et pré-tester ces supports avec les utilisateurs finaux est un excellent moyen de s'assurer que les supports soient réellement accessibles (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet) (VOIR AUSSI 6.3 COLLABORATION AVEC LES GROUPES CIBLES).

D'autres recommandations à prendre en compte lors de l'utilisation de visuels dans la communication de crise COVID-19 sont les suivantes :

- ne représenter qu'un seul message par image. Plus d'un message dans une photographie ou un pictogramme nécessite un niveau d'abstraction plus élevé (PARTIE 2; PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet);
- utiliser systématiquement un seul et même pictogramme par un même message ou sujet et vice versa. Actuellement, il y a trop de pictogrammes différents en circulation pour le même message, ce qui peut dérouter les gens. Étant donné que les pictogrammes doivent être appris, l'utilisation des mêmes pictogrammes sur une longue période de temps les rend plus familiers aux utilisateurs finaux et donc plus accessibles. (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4 du rapport complet);
- choisir des pictogrammes ou des photographies qui représentent clairement une action, de sorte que moins d'interprétation soit nécessaire (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet);
- envisager d'ajouter un logo officiel de l'émetteur du message (c.-à-d. du gouvernement), pour faire savoir à l'utilisateur final qui est l'émetteur du message et pour garantir la crédibilité et la validité du message (PARTIE 4 – Chapitre 3 et PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet);
- veiller à ce que l'image soit suffisamment grande (PARTIE 4 – Chapitre 3 & 4 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Lorsqu'elles sont utilisées sous forme imprimée, les images doivent être visibles depuis le parcours pédestre et dans le champ de vision des personnes (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Lorsqu'elle est utilisée sous forme numérique, la pixellisation des images doit être de bonne qualité, sinon les gens ne peuvent pas agrandir l'image (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet);
- considérer la position de l'image dans son environnement physique immédiat : elle devrait de préférence être placée au niveau des yeux (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet);
- toujours vérifier si une image en couleur est visible et traitable en noir et blanc. Ceci est important pour les personnes daltoniennes ainsi que pour les publics intermédiaires qui utilisent des documents imprimés en noir et blanc (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet);
- tenir compte du contraste des couleurs, de l'épaisseur des lignes et du design et de la forme des icônes. Ne pas utiliser de lignes blanches et prêter attention au choix des couleurs en général. (PARTIE 4 – Chapitres 1 à 4).

Spécifiquement pour les personnes malentendantes, les images fixes ou les dessins de signes constituent une alternative pertinente aux vidéos en langue des signes (PARTIE 4 – Chapitre 4, du rapport complet). Les personnes ayant une déficience visuelle ont accès à des visuels numériques grâce à un logiciel de lecture d'écran qui lit le texte écrit et les images représentées à l'écran. Par conséquent, il est important que les informations en ligne soient compatibles avec ce type de

logiciel (VOIR ÉGALEMENT 2.3. 9 ACCESSIBILITÉ WEB). En ce qui concerne les visuels, cela signifie qu'une explication écrite détaillée du contenu de l'image (c'est-à-dire un texte alternatif) doit être fournie dans le fichier ou sur le site Web (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Pour les personnes malvoyantes mais pas totalement aveugles, il est important de prévoir une perceptibilité maximale de l'information visuelle (voir les recommandations concernant le contraste, la taille et l'utilisation des couleurs dans la liste ci-dessus).

Enfin, la question de la représentation -dans les images utilisées pour la communication de crise- de la diversité des citoyens composant la société a émergé comme une préoccupation importante dans le cadre des activités de recherche du projet, bien qu'elle n'ait pas fait l'objet d'un consensus clair. D'une part, il a été recommandé que les visuels reflètent la diversité du groupe cible, en termes d'âge, d'origine ethnique et de capacités (PARTIE 2; PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitres 1, 3 et 4 du rapport complet). D'autre part, des visuels « neutres » auxquels tout le monde peut s'identifier ont également été recommandés (PARTIE 4 - Chapitre 4 et PARTIE 5 - Chapitre 2, du rapport complet). Comme nous l'avons déjà dit, les gens ont tendance à interpréter les images littéralement, de sorte que lorsqu'une photo représente certaines caractéristiques ethniques ou des signes de handicap (ex. cécité) d'une personne, les gens supposent parfois à tort que le contenu du message est lié aux caractéristiques personnelles de la personne représentée. Cela peut causer de la confusion et des malentendus, et peut conduire à la stigmatisation (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet) qui a également été soulignée par le groupe d'experts ayant élaboré les lignes directrices. Comme nous l'avons vu précédemment, il n'est pas recommandé d'adapter les messages de crise à l'identité ou à l'apparence du destinataire en termes de représentation de l'origine ethnique ou de capacité, car certains groupes cibles peuvent se sentir ciblés ou stéréotypés (PARTIE 2, du rapport complet). Cependant, le groupe d'experts a souligné l'importance de la diversité dans les visuels: si un médecin est représenté, il est bien qu'il ne soit pas toujours un homme blanc stéréotypé, mais l'apparence du médecin ne doit pas nécessairement correspondre à l'apparence du destinataire (PARTIE 2, du rapport complet).

2.3.6 AUDIO-DESCRIPTION ET AUDIO-INTRODUCTION

À l'instar des recommandations formulées pour les textes écrits (VOIR 2.3.1 LANGAGE FALC), les personnes ayant une déficience visuelle ont besoin que les messages audiovisuels soient mis en contexte par une description orale de l'information visuelle contenue dans le message. Avant le début du message audio lui-même, par exemple, le titre et l'objet du message doivent être clairs en le lisant via un haut-parleur ou une voix off (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). De plus, la date doit également être accessible, afin que l'auditeur sache, en la lisant, si cette information est toujours d'actualité ou si d'autres versions existent, et repérer si des informations peut-être obsolètes sont en circulation (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet).

En plus du contexte d'un message, il existe plusieurs options pour rendre le contenu du message plus accessible aux personnes ayant une déficience visuelle. Tout d'abord, les informations essentielles peuvent être mentionnées dans une audio-introduction (AI). Une audio-introduction consiste en une brève description du sujet général et de ce qui est montré visuellement dans un support audiovisuel. Ces informations sont généralement présentées au début d'un support à l'intention des publics malvoyants et conviennent parfaitement aux vidéos contenant peu de pauses naturelles et délivrant beaucoup d'informations.

Outre les audio-introductions, l'audio-description (AD) est également possible pour rendre les messages audiovisuels accessibles aux personnes malvoyantes. L'audio-description est une forme

de narration utilisée pour fournir des informations sur les éléments visuels clés d'un support audiovisuel (comme un film ou une émission de télévision) à l'intention des personnes ayant une déficience visuelle. Ces narrations sont généralement placées pendant les pauses naturelles de l'audio. Les résultats des tables rondes suggèrent que les personnes aveugles auraient tendance à préférer l'AI pour des vidéos informatives comme celles qui leur ont été présentées dans le cadre du projet, tandis que les personnes malvoyantes auraient tendance à préférer l'AD car elles suivent également partiellement l'image. Au cours d'une table ronde, il a été suggéré qu'une combinaison d'AI et d'AD serait la meilleure option pour être aussi pertinent que possible pour les deux groupes cibles (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitre 4, du rapport complet).

Pour les informations urgentes sur la crise COVID-19, cependant, il arrive que l'AD et l'AI ne soient ni réalisables ni toujours nécessaires, à condition que le haut-parleur ou la voix off du message audio décrive suffisamment le contexte et fournisse suffisamment d'informations pour pouvoir suivre le contenu sans avoir besoin des images (c'est-à-dire que pendant les conférences de presse, le nom de la personne qui parle est annoncé avant qu'elle ne commence à parler) de manière accessible (c'est-à-dire pas trop vite) (VOIR AUSSI 6. 1 CONCEPTION POUR TOUS DÈS LE DÉPART). Cependant, pour des informations plus pérennes et concernant des sujets récurrents ou à long-terme, le fait de pouvoir accéder à de l'AI ou de l'AD présente une valeur ajoutée pour les personnes ayant une déficience visuelle (PARTIE 3 et PARTIE 4 - Chapitre 3, du rapport complet). Dans le même temps, en ce qui concerne les messages informatifs, des descriptions détaillées des images ne sont pas toujours nécessaires et peuvent parfois même entraver la compréhension du message clé par les utilisateurs finaux (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Par conséquent, il est important de clarifier quelles informations visuelles sont inhérentes au message et quelles images sont simplement utilisées comme arrière-plan (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet). Dans l'ensemble, les besoins d'AI et d'AD dépendent également de la façon dont la vidéo a été conçue dès le départ.

2.3.7 INTERPRÉTATION EN LANGUE DES SIGNES

Pour les personnes malentendantes, il est essentiel de fournir des informations de crise en langue des signes. Le fait que les conférences de presse concernant la pandémie de COVID-19 aient été interprétées en langue des signes a été grandement apprécié par les personnes malentendantes et leurs représentants (PARTIE 4 – Chapitre 1-4). Cependant, la mise à disposition d'une plus grande variété de supports de communication en langue des signes, tels que des vidéos récapitulatives des conférences de presse ou des vidéos sur des informations supplémentaires sur les risques, reste nécessaire et importante (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 3, du rapport complet). De cette façon, les personnes malentendantes sont en mesure de traiter l'information à leur propre rythme après l'événement en direct et peuvent mieux s'en souvenir et mieux la comprendre (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Un autre exemple de mise à disposition d'un service de traduction en langue des signes dans un format de communication différent est le service d'interprétation à distance par visioconférence, qui a été mis à disposition par le gouvernement et qui a été salué par les utilisateurs finaux et leurs représentants (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 4, du rapport complet) (VOIR AUSSI 3. 2. L' 2.2 LIGNES D'ASSISTANCE TÉLÉPHONIQUE).

Certaines conditions importantes à considérer afin de rendre la communication de crise accessible aux personnes malentendantes par le biais de la langue des signes sont les suivantes:

- veiller à ce que l'interprète en langue des signes soit suffisamment visible à l'écran et ne couvre pas l'interprète par le logo de la chaîne de télévision ou par des bannières

inférieures (ex. titres en bas de l'écran) (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1-2 & 4 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet);

- permettre à l'interprète d'occuper un tiers de la taille totale de l'écran (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 2 et 4 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet);
- choisir de préférence une personne sourde pour interpréter en langue des signes (PARTIE 4 – Chapitres 2-4 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet);
- veiller à ce que l'information en langue des signes soit facile à trouver, par exemple en rendant la page correspondante sur le site Web fédéral www.info-coronavirus.be plus intuitive visuellement, car les personnes malentendantes sont très orientées visuellement (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet) (VOIR AUSSI 2.3. 9 WEB ACCESSIBILITÉ);
- accompagner l'interprétation en langue des signes de quelques visuels simples ou de mots-clés et sous-titres, afin de soutenir davantage le message et de le rendre accessible aux personnes malentendantes et ne maîtrisant pas la langue des signes (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitre 3 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet) (VOIR AUSSI 2.3.3 SOUS-TITRES ET 2.3.5 CARACTÉRISTIQUES VISUELLES).

2.3.8 BRAILLE

Bien que l'utilisation du braille n'ait été mentionnée qu'une seule fois comme forme de communication possible (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet), l'adaptation de certains outils en braille est toujours considérée comme une réelle valeur ajoutée pour les personnes moins formées aux compétences numériques ou qui n'y ont pas accès (VOIR AUSSI 3.1 DIVERSIFICATION DES CANAUX DE COMMUNICATION). Une grande partie de la population âgée aveugle utilise encore le braille.

2.3.9 ACCESSIBILITÉ DU WEB

Comme la majorité des communications quotidiennes et officielles du gouvernement se font en ligne, il est logique que la communication de crise soit également diffusée par des canaux numériques, tels que le site Web fédéral www.info-coronavirus.be. Afin de garantir que tout le monde ait accès à l'information sur ces canaux en ligne, ceux-ci doivent être adaptés aux besoins des utilisateurs finaux qui sont confrontés à des obstacles sensoriels ou liés à un défaut de littéracie qui rendent leur recherche d'informations en ligne plus difficile. C'est particulièrement le cas pour les personnes ayant une déficience visuelle, car elles comptent sur un logiciel de lecture d'écran pour accéder à du texte écrit ou à des images en ligne. Souvent, les sites Web ne sont pas encore adaptés à ce besoin (PARTIE 4 – Chapitres 1 à 4 du rapport complet).

Les règles européennes d'accessibilité pour les contenus web (WCAG) jouent un rôle essentiel à cet égard. Afin de garantir l'accès à la communication de crise en ligne, en particulier pour les personnes ayant une déficience visuelle, il a été souligné que tous les sites Web officiels du gouvernement et des médias devraient respecter le niveau de conformité WCAG 2.0 de niveau AA (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitres 1-3). Pour respecter la conformité WCAG 2.0 de niveau AA, les sites Web doivent au moins :

- fournir des sous-titres (en direct) pour les vidéos;
- fournir une audio-description pour les vidéos qui sont autrement incompréhensibles;
- assurer un rapport de contraste suffisamment élevé;
- permettre aux utilisateurs d'agrandir le texte sans sacrifier la vue d'ensemble complète du contenu;
- s'abstenir d'utiliser des images présentant du texte;

- s'assurer que la page puisse être trouvée et consultée de diverses façons (p. ex. utilisable sur un smartphone, téléchargeable sous forme de fichier Word, etc.);
- utiliser des en-têtes et des étiquettes descriptifs et exacts;
- s'assurer de la visibilité du focus en lien avec les fonctions de clavier;
- si une partie du texte est écrite dans une langue étrangère, il convient de l'indiquer dans le code source;
- s'assurer que les éléments de navigation soient cohérents et suivent un même ordre tout au long de la navigation sur l'ensemble du site Web;
- s'assurer que les composants ayant les mêmes fonctionnalités soient systématiquement identifiés sur l'ensemble du site Web;
- utiliser des alternatives textuelles pour les images qui transmettent un message.⁸

Afin de réduire le risque d'exclusion de l'information, une évaluation régulière de la qualité tenant compte de ces exigences devrait faire partie intégrante de la stratégie de communication de crise du gouvernement (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet). Pour les autres groupes cibles, qui bénéficieraient tous sans doute d'un soutien visuel, les gouvernements devraient s'efforcer de donner à leurs sites Web une structure logique et d'en faciliter la navigation par les utilisateurs, en utilisant des pictogrammes ou des images ainsi que des mots-clés clairs et un répertoire pour indiquer le type d'informations que le site Web contient et où les informations peuvent être trouvées (PARTIE 4 - Chapitres 1 et 3, du rapport complet).

Cependant, l'accessibilité numérique ne se limite pas aux sites Web. Les documents en ligne, tels que les brochures ou les infographies, doivent être disponibles dans une variété de formats pour être accessibles. En ce qui concerne les personnes ayant une déficience visuelle par exemple, un fichier PDF n'est pas toujours conforme aux lecteurs d'écran, alors qu'un fichier Word ou html l'est presque toujours (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitres 1-4). De même, les personnes de langue étrangère et les personnes peu instruites consultent souvent des informations sur un smartphone, que ce soit par elles-mêmes ou avec l'aide d'un intermédiaire qui leur montre des informations, de sorte que le format de fichier et la conception du message doivent être adaptés aux smartphones (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet).

Enfin, compte tenu de l'utilisation accrue de la vidéo et de l'audio, l'accessibilité en ligne de la vidéo devrait également être prise en compte. Comme mentionné ci-dessus, les vidéos devraient idéalement contenir des sous-titres, des versions dans différentes langues, y compris la langue des signes. Il est important que les utilisateurs puissent facilement trouver la version adaptée à leurs besoins. Cela peut être réalisé (1) grâce à une navigation claire (et multilingue), (2) en choisissant un lecteur Web accessible qui peut également être utilisé avec des lecteurs d'écran ou (3) en choisissant un lecteur Web universellement accessible, tel que Theo Player, qui permet l'intégration de plusieurs fonctionnalités d'accès dans une seule interface (voir PARTIE 3, du rapport complet). Cependant, il est important également de tenir compte des différents niveaux de littératie numérique des utilisateurs à cet égard : une navigation simple, claire et sans ambiguïté et des instructions claires en langage facile à lire et comprendre sur où trouver et comment utiliser les supports numériques sont jugées essentielles (PARTIE 3, du rapport complet).

⁸ Voir [https://www.anysurfer.be/nl/blog/detail/anysurfer-wcag-de-europese-richtlijn-en-de-belgische-wet#:~:text=Wcag%20\(Web%20Content%20Accessibility%20Guidelines,te%20maken%20voor%20alle%20gebruikers.&text=Wcag%202.0%20is%20sinds%202008,het%20W3C%20sinds%20juni%202018\)](https://www.anysurfer.be/nl/blog/detail/anysurfer-wcag-de-europese-richtlijn-en-de-belgische-wet#:~:text=Wcag%20(Web%20Content%20Accessibility%20Guidelines,te%20maken%20voor%20alle%20gebruikers.&text=Wcag%202.0%20is%20sinds%202008,het%20W3C%20sinds%20juni%202018))

3 CANAL

3.1 DIVERSIFICATION DES CANAUX DE COMMUNICATION

Parmi les principales recommandations figure la diversification et la multiplication des canaux de communication par lesquels les informations sur les risques sont diffusées dans le cadre d'une communication de crise inclusive et accessible (PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). L'importance de diversifier les formes de communication de crise pour garantir que différents groupes cibles présentant certaines barrières linguistiques ou sensorielles aient un accès égal à l'information de crise a été soulignée plus haut, leurs besoins de communication spécifiques n'étant généralement pas pris en compte par les formes de message standard (VOIR 2.2 DIVERSIFICATION DES FORMES DE MESSAGE). Il en va de même pour les canaux de communication, car une plus grande variété de canaux peut également contribuer à une plus grande portée de l'information de crise et donc aussi à un accès facilité pour les personnes qui seraient à risque d'exclusion de l'information.

Cependant, en particulier dans les situations de crise, il est important de savoir quels types de canaux atteignent (ou non) les personnes ayant des déficiences linguistiques ou sensorielles, afin que les gouvernements puissent adopter une stratégie de communication de crise efficace en temps opportun. La section suivante traite des principaux canaux de communication utilisés par les personnes ayant un faible niveau d'instruction, les locuteurs de langue étrangère, les personnes malentendantes et les personnes ayant une déficience visuelle, ainsi que des raisons pour lesquelles certains canaux sont sans doute plus ou moins accessibles que d'autres.

3.2 TYPES DE CANAUX : NUMÉRIQUES OU NON NUMÉRIQUES

Dans cette section, une distinction est faite entre les canaux numériques et non numériques, car ces deux types de canaux ont souvent été opposés lors des échanges autour des avantages et des inconvénients liés à certains canaux au cours de la recherche.

Un sujet qui est revenu très souvent dans ce contexte est celui de la **fracture numérique**, qui se caractérise par (1) un manque de compétences numériques à l'origine de difficultés d'accès à l'information en ligne pour certains utilisateurs finaux, d'une part, et (2) la quantité disproportionnée de communication de crise (officielle) distribuée uniquement en ligne, plutôt qu'en ligne ET hors ligne, d'autre part (PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitres 1-3). Selon Statbel (2020), 10% des ménages belges n'auraient pas accès à Internet à la maison, que ce soit en raison d'obstacles financiers ou de faibles compétences numériques (ou d'un manque d'intérêt / motivation pour acquérir de telles compétences). En outre, 29% des ménages belges auraient un faible niveau de compétences numériques et 10% n'auraient pas de compétences numériques (Statbel, 2019). La proportion de personnes n'ayant pas ou que peu de compétences numériques est généralement plus élevée chez les personnes ayant un faible niveau d'éducation ou les personnes âgées. Dans le premier groupe, 42% et 23% respectivement déclarent avoir de faibles compétences numériques ou n'avoir aucune compétence (Statbel, 2019), tandis que parmi les personnes âgées, c'est le cas pour 35% et 31%, respectivement (Statbel, 2019). Étant donné que les personnes ayant de faibles compétences en littératie, les locuteurs de langue étrangère et les personnes ayant une déficience sensorielle sont souvent confrontées à des défis

intersectionnels tels que celui de la fracture numérique, l'inégalité concernant l'accès à la communication numérique de crise COVID-19 a été relevée comme un obstacle sérieux pour ces groupes cibles (PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet). En raison de la fracture numérique, de nombreuses personnes doivent compter sur l'aide des autres au lieu de pouvoir rechercher et recevoir des informations de crise par elles-mêmes (PARTIE 4 - Chapitre 4 et PARTIE 5 - Chapitres 1 et 2). Étant donné que la fracture numérique est un problème qui ne disparaîtra pas de sitôt, il est d'une importance cruciale que les gouvernements reconnaissent le problème, le comprennent et continuent de s'engager à communiquer par des canaux hors ligne autant que par des canaux en ligne, ou mieux encore, par autant de types de canaux différents que possible (PARTIE 4 – Chapitres 1-4). En d'autres termes, la diversification des canaux de communication est recommandée comme mesure cruciale pour aider à résoudre les problèmes liés à la fracture numérique (VOIR 3.1 DIVERSIFICATION DES CANAUX DE COMMUNICATION).

3.2.1 CANAUX NUMÉRIQUES

3.2.1.1 MÉDIA SOCIAUX

Il existe différents types de réseaux de médias sociaux qui pourraient être utilisés pour communiquer des informations sur la crise COVID-19. Les réseaux sociaux et les applications de messagerie, telles que WhatsApp et Messenger, en particulier, peuvent être un canal utile pour diffuser des messages de crise, mais pas nécessairement directement par le gouvernement. Ces types de canaux sont davantage utilisés pour les conversations entre la famille et les amis, ainsi qu'avec les personnes de confiance issues des organisations intermédiaires (par exemple, les enseignants) et les utilisateurs finaux (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 4, du rapport complet). Par exemple, les personnes ayant une déficience visuelle ont déclaré recevoir une grande partie de leurs informations sur le COVID-19 par le biais de groupes de discussion WhatsApp avec d'autres personnes ayant une déficience visuelle (PARTIE 4 - Chapitre 4, du rapport complet). Les gouvernements ont donc peu de contrôle sur ce type de canal. L'une des rares façons dont les gouvernements peuvent influencer la portée des messages de crise via les médias sociaux interactifs est de s'assurer que les supports de communication de crise disponibles, tels que les messages vidéo et audio, soient adaptés à l'utilisation et à la diffusion via ces applications de médias sociaux (VOIR 2.3 CARACTÉRISTIQUES DES FORMULAIRES DE MESSAGE). Une autre façon plus spécifique pour les gouvernements de fournir une communication accessible sur la crise de la COVID-19 consiste à mettre en place une fonction de chat officielle gérée par le gouvernement comme alternative à une ligne d'information (VOIR 3. 2. 2. 2 HOTLINE D'INFORMATION). Cela peut être un ajout très précieux pour les personnes malentendantes (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet).

Les réseaux de partage de médias, tels que YouTube, Instagram et Facebook, peuvent être utilisés plus directement par les gouvernements dans leur mission de transmettre des messages de crise aux utilisateurs finaux qui peuvent rencontrer des barrières linguistiques ou sensorielles. Ce type de réseau de médias sociaux a été mentionné parmi les principales sources d'information pour les personnes ayant un faible niveau d'instruction et les locuteurs de langue étrangère (PARTIE 4 – Chapitre 1 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet). Les personnes atteintes de déficience sensorielle utilisent également ces canaux pour rechercher ou recevoir des informations de crise : à l'instar des applications de messagerie, les groupes cibles ont reçu une grande partie de leurs informations sur la COVID-19 par le biais de groupes sur Facebook (PARTIE 4 – Chapitres 1-3 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet). Cependant, les gouvernements ne devraient pas trop

compter sur la diffusion de l'information via ces réseaux de partage des médias (PARTIE 4 – Chapitres 1-4). Comme expliqué précédemment, un nombre considérable de personnes ne sont pas compétentes numériquement et, par conséquent, ne sont pas actives sur les médias sociaux. De plus, parmi les utilisateurs finaux qui utilisent les médias sociaux, il n'est pas garanti qu'ils prêteront attention au message ou le partageront avec d'autres (PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Pourtant, les messages « sponsorisés » par le gouvernement sur les réseaux de médias sociaux comme Facebook, YouTube ou Instagram ont le potentiel d'atteindre une diversité de groupes cibles, car ces messages peuvent apparaître sur leur flux. De plus, lorsque ces messages sont partagés sur les flux de médias sociaux par un « émetteur vérifié » (c'est-à-dire des émetteurs avec une coche à côté de leur nom sur les médias sociaux), cela génère plus de connaissances et d'intentions de recherche que d'autres sources sur les médias sociaux, selon l'avis du groupe d'experts et la recommandation validée (PARTIE 2, du rapport complet).

3.2.1.2 SITES WEB

Le site officiel fédéral www.info-coronavirus.be contient de nombreuses informations pertinentes et utiles sur le COVID-19. Cependant, la plupart des utilisateurs finaux des groupes cibles n'étaient pas au courant de l'existence du site Web (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2 et PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Lorsqu'ils connaissaient le site Web, celui-ci était rarement consulté (PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitres 2 et 3). L'inaccessibilité du site Web et la fracture numérique ont souvent été mises en avant pour expliquer ce manque de visite du site Web par les utilisateurs finaux (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Si ces questions étaient prises en compte pour améliorer les sites Web gouvernementaux COVID-19, ces sites seraient sans doute consultés plus souvent par les utilisateurs finaux.

3.2.1.3 COURRIELS ET MESSAGES TEXTE

L'utilisation de messages texte (SMS) pour la diffusion d'informations urgentes a été suggérée par certains intermédiaires et utilisateurs finaux comme un canal potentiel qui atteindrait l'ensemble de la population et qui pourrait être utile pour les personnes malentendantes, les personnes ayant de faibles compétences en littératie ou les locuteurs de langue étrangère (PARTIE 4 – Chapitre 3 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Dans le même temps, il est à craindre que des messages texte comme ceux-ci ne soient confondus avec du *pishing* (hameçonnage) ou de la publicité, ce qui amènerait les utilisateurs finaux à ne pas ouvrir le message (PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Le courrier électronique a également été brièvement mentionné comme un canal potentiel, mais il n'a généralement pas été considéré comme un canal accessible pour communiquer des informations de crise à la plupart des groupes cibles, car ceux-ci ne consultent pas (fréquemment) ce canal (PARTIE 4 – Chapitre 1 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet).

Dans la recommandation validée, le courrier électronique n'est pas non plus préconisé comme canal d'envoi de communication de crise, principalement en raison du problème de littératie numérique et de la forme largement textuelle des courriels (PARTIE 2, du rapport complet). L'utilisation de messages texte, en revanche, a été recommandée par le groupe d'experts pour atteindre certains groupes cibles en temps de crise (PARTIE 2, du rapport complet). Les messages texte sont particulièrement utiles pour atteindre les personnes malentendantes, mais aussi les personnes ayant de faibles compétences en littératie ou les locuteurs de langue étrangère, à condition que les caractéristiques renforçant l'accessibilité soient prise en compte (VOIR 2.3 CARACTÉRISTIQUES DES FORMULAIRES DE MESSAGE).

3.2.1.4 APPS

Outre les applications de médias sociaux populaires, telles que WhatsApp et Facebook (VOIR 3.2.1.1 MÉDIAS SOCIAUX), deux autres applications ont été mentionnées comme canaux potentiels pour diffuser avec succès la communication de crise COVID-19 : l'application Coronalert pour les personnes ayant une déficience visuelle ainsi que pour les locuteurs de langue étrangère (PARTIE 4 – Chapitre 3 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet) et l'application multilingue « Crisis Information Translated » développée par l'Agence flamande d'intégration pour les locuteurs de langue étrangère (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet).

3.2.1.5 INFORMATIONS EN LIGNE VIA DES QR CODES, DES HYPERLIENS ET DES LIENS DE TÉLÉCHARGEMENTS

Lors du partage d'informations sur la crise COVID-19, en ligne ou hors ligne, il est possible de se référer à des informations plus détaillées ou connexes via un QR code, un hyperlien vers un site Web ou un lien de téléchargement. Pour certains groupes cibles, cette façon de communiquer pourrait constituer un obstacle, soit parce qu'ils ne la connaissent pas (en particulier, un QR code), soit parce qu'ils ne font pas confiance au lien qui leur a été envoyé, soit parce qu'ils ne seraient pas assez motivés pour rechercher activement plus d'informations (PARTIE 4 – Chapitres 1, 3 & 4 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Ces obstacles concernent principalement les personnes ayant un faible niveau de littératie (numérique). Les personnes ayant une déficience visuelle ont également du mal à accéder à l'information de cette manière, car les formats du téléchargement ou des hyperliens ne sont souvent pas adaptés à leur déficience visuelle (PARTIE 4 – Chapitre 4, du rapport complet). Cependant, ces références présentent un avantage important: des informations supplémentaires peuvent être fournies de cette manière, sans surcharger le support de communication original (PARTIE 4 – Chapitre 1 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Par exemple, une affiche en néerlandais ou en français qui comprendrait également un QR code pour diriger les gens vers la version traduite sous forme écrite ou audio ou une vidéo en langue des signes peut être très utile pour les locuteurs de langue étrangère (ou leurs amis et famille), ou pour les personnes malentendantes (PARTIE 4 – Chapitres 1, 2 et 3, du rapport complet).

3.2.2 CANAUX NON NUMÉRIQUES

3.2.2.1 MÉDIAS TRADITIONNELS

Les médias traditionnels comprennent les chaînes de télévision, les chaînes de radio et les journaux. Parmi tous les canaux (y compris les canaux numériques), la télévision a été mentionnée comme l'un des canaux les plus populaires, les plus utilisés et les plus accessibles pour tous les groupes cibles (PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitres 1-3). En raison de sa large portée, la télévision est considérée comme un canal très efficace et accessible pour communiquer en cas de crise. Il est conseillé aux gouvernements de communiquer suffisamment par le biais des chaînes de télévision. Parmi les suggestions spécifiques, mentionnons que les messages de crise devraient être diffusés pendant les publicités (PARTIE 4 – Chapitre 1 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet), après les heures de travail ou avant ou après les nouvelles (PARTIE 4 – Chapitres 2 et 3 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet), et de préférence sur les chaînes régionales et locales (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet) (VOIR AUSSI 5 MESSAGES TIMING, FRÉQUENCE ET QUANTITÉ). Le journal télévisé et les conférences de presse ont été signalés comme des sources d'information importantes, principalement pour les personnes ayant

une déficience sensorielle, mais aussi pour les locuteurs de langue étrangère et les personnes ayant de faibles compétences en littératie (PARTIE 4 – Chapitres 1-3 et PARTIE 5 – Chapitres 2 et 3, du rapport complet). Pourtant, ces types d'émissions ne sont pas toujours accessibles en termes de caractéristiques, c'est-à-dire en termes de débit ou de longueur de parole (VOIR AUSSI 2.3 CARACTÉRISTIQUES DES FORMES DE MESSAGE), il a donc été conseillé que les gouvernements cherchent également à diffuser à la télévision des adaptations accessibles des messages de crise, telles que des vidéos de synthèse en langue des signes ou en langage facile à lire et comprendre (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4 et PARTIE 5 – Chapitre 2 du rapport complet). La radio et les journaux imprimés ont également été mentionnés comme un canal populaire permettant aux utilisateurs finaux de recevoir des informations de crise, en particulier pour la population plus âgée (PARTIE 4 - Chapitre 3 et PARTIE 5 - Chapitres 1 et 2, du rapport complet).

3.2.2.2 LIGNES D'INFORMATION

Une hotline officielle dédiée aux questions concernant la crise COVID-19 a été considérée comme un canal précieux et accessible pour tous les groupes cibles. La hotline dédiée au COVID-19 a été très appréciée, en particulier par les personnes malentendantes puisqu'un service d'interprétation à distance a été mis à disposition (PARTIE 4 – Chapitres 2 et 4, du rapport complet). Afin d'améliorer l'accessibilité et l'efficacité de ce canal, il a été recommandé de :

- sensibiliser (davantage) les gens aux lignes d'assistance en mentionnant le numéro de téléphone via d'autres canaux de communication (PARTIE 3 et PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet);
- étendre la disponibilité de la ligne d'assistance téléphonique ainsi que du service d'interprétation en langue des signes à distance pour les personnes malentendantes (PARTIE 4 – Chapitres 1 à 3);
- rendre la *hotline* accessible également aux locuteurs de langue étrangère en embauchant des opérateurs multilingues (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet).

En général, les lignes d'information étaient considérées comme plus accessibles que les canaux de communication indirecte, tels que la distribution de médias imprimés, mais moins accessibles que la communication en face à face avec des intermédiaires (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet) (VOIR 3. 2.2.5 COMMUNICATION EN FACE À FACE).

3.2.2.3 ENVOIS POSTAUX

L'envoi de messages de crise sous forme de lettres ou de brochures d'information par la poste a été suggéré à quelques reprises comme un bon canal de communication alternatif pour envoyer des informations de crise aux personnes qui n'ont pas ou peu de littératie numérique (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 3 et PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Cependant, certains craignaient que l'envoi de messages de crise par courrier n'ait pas l'effet escompté. Tout d'abord, les personnes ayant de faibles compétences en littératie et les locuteurs de langue étrangère peuvent avoir du mal à faire la distinction entre un courrier important et un courrier qui l'est moins, comme une publicité, si bien que les lettres relatives aux messages de crise pourraient être jetées à la poubelle sans être ouvertes (PARTIE 4 – Chapitre 3 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Une autre raison de jeter les lettres non ouvertes reçues par la poste est que les personnes ayant un faible statut socio-économique auraient parfois peur d'ouvrir les enveloppes envoyées par les institutions officielles, pensant qu'il pourrait s'agir d'une facture ou d'un avertissement (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet). Enfin, le bénéfice d'envoyer des messages par la poste a été questionné pour les locuteurs de langue étrangère, car l'information

devrait être écrite dans leur langue maternelle pour être accessible, et l'envoi d'une lettre dans un grand nombre de langues différentes n'est pas possible (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet).

3.2.2.4 MATERIAUX IMPRIMÉS

La distribution de messages de crise imprimés (brochures, affiches, dépliants, etc.) peut être un canal de communication de crise COVID-19 efficace et accessible. Toutefois, le contexte de la distribution et le format du matériel lui-même sont des facteurs décisifs quant au degré d'accessibilité et à la portée. En ce qui concerne le contexte de la distribution, il a été relevé que la transmission de messages sous forme imprimée à des personnes qui ont un faible niveau d'instruction et de locuteurs de langue étrangère ne fonctionne généralement bien que lorsque la distribution de tels ces imprimés s'inscrit dans la cadre d'une communication personnalisée, réalisée par une personne de confiance, tel qu'un membre de la famille ou un enseignant (VOIR AUSSI 4 SENSIBILISATION). La simple remise d'informations imprimées ne suffit pas pour atteindre réellement les groupes cibles, mais le fait que le matériel puisse être remis directement aux utilisateurs finaux par un intermédiaire susceptible de répondre à leurs questions, pour ensuite leur donner des supports à rapporter à la maison, est considéré comme très précieux (PARTIE 4 – Chapitre 2 & 3, du rapport complet).

Outre le contexte, l'endroit physique où l'information imprimée est distribuée influence également sa portée et son accessibilité. Au cours des tables rondes et des groupes de discussion, l'accent a été mis sur la visibilité des messages de crise COVID-19 dans les espaces publics, tels que les gares, les arrêts d'autobus, les écoles, les lieux de culte, les immeubles d'appartements, la salle d'attente du médecin, etc. (PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet). L'exposition répétée aux médias imprimés dans les lieux publics a été jugée efficace, car elle facilite la mémorisation de l'information (PARTIE 4 – Chapitre 1 et PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2, du rapport complet). Malheureusement, la diffusion de l'information dans les lieux publics a aussi ses inconvénients : en période d'épidémie comme la COVID-19 et en temps de crise en général, les espaces publics sont moins fréquentés, de sorte que les informations affichées dans ces espaces ne parviennent pas efficacement à tout le monde (PARTIE 4 – Chapitre 2, du rapport complet).

En ce qui concerne le format des médias imprimés, il a été noté que le matériel de communication imprimé ne fonctionne pas bien lorsqu'il contient trop de texte (PARTIE 4 – Chapitre 1, du rapport complet). Au lieu de cela, ces documents devraient combiner efficacement des visuels avec des textes courts en langage facile à lire et comprendre (VOIR ÉGALEMENT 2.3.1 LANGAGE FACILE À LIRE ET COMPRENDRE ET 2.3.5 CARACTÉRISTIQUES VISUELLES). En outre, la presse écrite est presque toujours inaccessible aux personnes ayant une déficience visuelle, il est donc fortement conseillé de diffuser des informations de crise par d'autres canaux (VOIR 3.1 DIVERSIFICATION DES CANAUX DE COMMUNICATION).

3.2.2.5 COMMUNICATION EN FACE À FACE

Comme nous l'avons déjà brièvement mentionné précédemment, la communication personnelle en face à face est un canal très efficace pour transmettre des messages de crise de COVID-19 aux utilisateurs finaux qui sont généralement plus difficiles à atteindre en raison de certaines barrières linguistiques ou sensorielles qu'ils peuvent rencontrer dans leur accès à la communication. Il a été noté que la communication personnelle en face à face est particulièrement efficace pour les locuteurs de langue étrangère et les personnes ayant de faibles compétences en littératie, mais

les personnes ayant une déficience sensorielle attachent également une grande importance à la communication personnelle (PARTIE 4 – Chapitres 1-4). Depuis le début de la pandémie, de nombreuses organisations intermédiaires ont cherché des moyens de créer des opportunités pour les groupes cibles vulnérables (en particulier les personnes isolées ou âgées), afin de les rencontrer en personne, de leur fournir des informations importantes sur la crises et de leur offrir un espace pour poser leurs questions (PARTIE 4 – Chapitres 2 et 3, du rapport complet). Ces types d’initiatives ont eu beaucoup de succès mais sont malheureusement restés sous-investies par le gouvernement (PARTIE 4 – Chapitre 2 & 4, du rapport complet).

L’une des raisons pour lesquelles la communication en face à face fonctionne si bien est le fait que les organisations s’adressent généralement aux utilisateurs finaux eux-mêmes, car les personnes peu instruites ou les locuteurs de langue étrangère ne recherchent souvent pas activement des informations par elles-mêmes (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet) (VOIR 4 SENSIBILISATION). Une autre raison de l’efficacité de la communication personnelle en face à face est que ces groupes cibles accordent généralement moins de confiance aux gouvernements et aux institutions officielles et attachent beaucoup d’importance à l’émetteur du message (PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet) (VOIR 4.2 TRUST ET ACCEPTATION).

Un inconvénient de la communication personnelle en face à face est qu’elle n’est pas toujours réalisable dans la pratique, surtout en temps de pandémie, où il est conseillé de ne pas se rencontrer en personne, ou lorsque l’information est mise à jour fréquemment (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet). Cette dernière s’avère également lourde pour les intermédiaires, qui sont contraints de supporter la charge de rester constamment à jour et d’organiser des moments de contact répétés avec leur public cible à chaque fois que l’information a changé (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet).

4 PORTEE DES MESSAGES

Tout en confirmant que la diffusion efficace de l’information sur la COVID-19 auprès des groupes vulnérables est essentielle et d’une importance primordiale, les participants à plusieurs tables rondes ont indiqué qu’il était **difficile** d’atteindre les groupes à risque de vulnérabilité et d’exclusion en matière de communication (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4). Plus précisément, les personnes ayant un faible statut socio-économique et les personnes ayant un accès restreint à Internet ou à la technologie numérique auraient tendance à ne pas rechercher (pro)activement des informations mais à les recevoir passivement, par le **biais de contacts informels et d’échanges entre pairs**. Pour cette raison, des versions imprimables de dépliants, qui peuvent être diffusés et distribués dans les communautés des groupes cibles vulnérables (p. ex. écoles, églises et espaces communautaires), ont été plébiscitées lors de tables rondes, car le succès de la sensibilisation de ces groupes dépendrait dans une large mesure de la possibilité de bénéficier d’**espaces de discussion** et de **communication personnelle en face à face avec des pairs ou avec des personnes jouant un rôle** d’intermédiaire. Dans les sections suivantes, nous expliquons plus en détail les recommandations concernant (1) l’importance de ces intermédiaires, (2) l’impact du format et du canal sur la confiance et l’acceptation du message par le destinataire de l’information, et (3) la manière dont le type d’émetteur du message peut également avoir une incidence sur l’efficacité de la sensibilisation de la communication COVID-19 par le gouvernement fédéral.

4.1 L'IMPORTANCE DES INTERMÉDIAIRES

Pour tous les groupes cibles de ce projet, les recommandations recueillies lors des tables rondes et des groupes de discussion ont souligné l'importance primordiale de l'approche par les **intermédiaires de confiance** pour toucher efficacement ces groupes avec des informations COVID-19. La communication sur la crise COVID-19 par le gouvernement fédéral n'a souvent pas été activement recherchée et a été vécue comme assez complexe à comprendre par les utilisateurs finaux vulnérables. Par conséquent, le fait de passer par des médiateurs a été relevé lors de plusieurs tables rondes comme jouant un rôle crucial pour introduire et réexpliquer les informations sous une forme plus accessible et pour permettre des échanges autour des supports de communication COVID-19, de manière personnalisée (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet). Ces intermédiaires – y compris les travailleurs sociaux, les travailleurs communautaires, les travailleurs ou les relais associatifs, les employeurs, les médecins ou les pharmaciens, les enseignants, les médiateurs interculturels, etc. – sont généralement connus des groupes cibles, avec qui ils ont noué **une relation de confiance**, et considérés comme des sources d'information fiables. En outre, les intermédiaires connaissent bien les besoins de communication des groupes cibles spécifiques et sont donc les mieux placés pour traduire l'information en tenant compte de leurs codes et réalités propres.

Le caractère fructueux de l'approche par les intermédiaires a également été confirmé par les utilisateurs finaux qui ont participé à des groupes de discussion. Au cours des groupes de discussion avec des locuteurs de langue étrangère et des personnes ayant un faible statut socio-économique en Flandre, par exemple, les participants ont confirmé que les supports de communication du gouvernement ne leur parvenaient souvent que par un intermédiaire (PARTIE 5 - Chapitre 1, du rapport complet). En outre, lors des discussions de groupe avec des personnes à faible statut socio-économique en Wallonie, les participants ont souligné l'importance d'une conversation personnelle avec un intermédiaire de confiance, au cours de laquelle ils ont la possibilité de s'exprimer sur leurs expériences, discuter et débattre des informations données, développer leur propre opinion et prendre une décision éclairée (PARTIE 5 - Chapitre 2, du rapport complet). Pour cette raison, il est important de **diversifier suffisamment les formes et les canaux** de communication de l'information gouvernementale sur la COVID-19, pour permettre l'utilisation et la diffusion de supports par différents types d'intermédiaires.

Dans les recommandations, le recours à des intermédiaires pour atteindre certains groupes cibles est également souligné comme une **condition préalable importante** pour une communication de crise accessible et efficace (PARTIE 2, du rapport complet). Toutefois, il a été souligné que le recours à des intermédiaires n'est pas également souhaitable pour tous les groupes. Pour les nouveaux arrivants parlant une langue étrangère, par exemple, le déploiement d'intermédiaires issus du groupe (c'est-à-dire des personnes appartenant au groupe socioculturel du bénéficiaire) peut être positif, car ils sont capables de résumer la communication de manière appropriée (dans la langue du groupe cible). De plus, en raison de leur affinité socioculturelle, ils peuvent inspirer plus de confiance dans le message et le gouvernement. Cependant, pour les personnes issues de l'immigration qui vivent en Belgique depuis plus longtemps, les intermédiaires issus du groupe peuvent être perçus comme négatifs et stigmatisants selon le panel d'experts; les personnes issues de l'immigration n'aiment souvent pas être considérées comme un groupe qui ne veut être approché que par les membres de son propre groupe. Pour les personnes ayant une déficience sensorielle, il peut en aller autrement. Le comité d'experts a jugé que le besoin de recours à des

intermédiaires pour les personnes avec des déficiences auditives et/ou visuelles, serait un signe que la communication n'est pas suffisamment inclusive. Les personnes ayant une déficience sensorielle ne devraient pas dépendre de tiers pour recevoir, avoir accès et comprendre la communication de crise COVID-19.

4.2 CONFIANCE ET ACCEPTATION

Un élément clé de l'efficacité de la communication gouvernementale COVID-19 au niveau mondial est la confiance, qui joue un rôle important dans l'acceptation des messages par le destinataire. Les participants aux tables rondes et aux groupes de discussion ont souligné que le relatif **manque de confiance dans le gouvernement** constitue un obstacle important. Ce constat de perte de confiance dans les autorités gouvernementales pendant la pandémie de COVID-19 confirme les résultats de recherches et observations menées dans d'autres pays et met en évidence l'ampleur internationale de ce problème (voir également les recommandations validées, PARTIE 2, du rapport complet). Selon certains participants aux tables rondes et aux groupes de discussion, cette méfiance serait amplifiée par l'évolution constante des informations fournies par le gouvernement (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet), par la perception que les politiciens ne sont pas transparents (PARTIE 5 - Chapitre 2, du rapport complet), ainsi que par l'apparent manque de logique sous-tendant certaines mesures, perçues par certains utilisateurs finaux comme incohérentes, non crédibles et n'ayant pas de sens (PARTIE 5 – Chapitres 1-3).

En outre, les intermédiaires qui ont participé aux tables rondes ainsi que les personnes ayant un faible statut socio-économique et les locuteurs de langue étrangère qui ont participé à des discussions de groupe ont indiqué que le **ton du message** aurait potentiellement eu un impact négatif sur la confiance perçue du message: en particulier, le ton autoritaire, pédant, répressif, injonctif, infantilisant ou stigmatisant de certains supports de communication COVID-19 a été critiqué (PARTIE 4 – Chapitres 2 et 3 et PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet).

Outre le ton, des informations trop simplistes et persuasives, manquant de **nuance**, ont également été mentionnées à de nombreuses reprises au cours de la recherche comme ayant un effet négatif sur la confiance des publics cibles (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 2 à 4 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet). Au lieu de cela, les participants aux groupes de discussion ont mentionné qu'une communication ouverte et honnête serait plus bénéfique pour renforcer la confiance, car la mise à disposition d'explications claires, accessibles et objectives permettrait aux individus de prendre des décisions éclairées et ayant du sens pour eux-mêmes. À l'inverse, le manque de détails ou la simplification excessive de l'information conduirait à des questions sans réponse et à une augmentation de la méfiance (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Cela se reflète également dans les recommandations, qui ne préconisent pas que la communication de crise COVID-19 dissimule des situations exceptionnelles ou des exceptions à la règle lors de la communication d'une mesure de sécurité ou de santé, mais suggère plutôt d'adopter une approche de communication ouverte et proactive (PARTIE 2, du rapport complet). À cet égard, il est conseillé de communiquer à l'avance la raison d'être des mesures de crise et l'apparition éventuelle de situations exceptionnelles, car il en résulte une baisse de confiance moins prononcée (PARTIE 2, du rapport complet). Cependant, il est également nécessaire d'avoir une communication claire et directe, où les informations les plus importantes sont mises en évidence. Le groupe d'experts s'est dit préoccupé par le fait de mentionner des situations exceptionnelles et d'autres considérations, car cela pourrait être source de confusion et compliquer le message.

Ainsi, il faut s'assurer que l'essence du message reste centrale et que les exceptions mineures ne reçoivent pas trop d'attention, en étant mentionnées seulement à la fin. (VOIR AUSSI 2.3.1 LANGAGE FACILE A LIRE ET COMPRENDRE)

Dans le contexte actuel de perte considérable de confiance envers le gouvernement, les supports **de communication imprimés, combinés à des communications personnelles et orales** par des intermédiaires, des contacts étroits ou des confidents investis de confiance, ont été soutenus par les participants aux tables rondes comme étant efficaces pour contrer le manque de confiance envers le gouvernement. Il ne suffit pas de remettre des documents d'information, car l'information est mieux acceptée si elle émane de quelqu'un que l'on connaît personnellement et en qui on a confiance. Dans le cas d'une communication urgente, lorsque la transmission orale d'informations en personne n'est pas possible, les participants aux tables rondes ont indiqué que les intermédiaires pourraient également recourir à d'autres canaux et formulaires, tels que les messages texte, les messages de groupe WhatsApp et les appels téléphoniques. (VOIR AUSSI 3. 2. L' 2.4 DISTRIBUTION DE LA PRESSE ÉCRITE ET 3. 2.2.5 COMMUNICATION EN PERSONNE)

Le format spécifique du support de communication et le **canal** de diffusion ont également été signalés comme ayant une incidence sur la fiabilité perçue du message par les participants aux tables rondes et aux groupes de discussion. Les recommandations et points d'attention suivants ont été énoncées à cet égard:

- **La combinaison de l'audio avec une image** a été énoncée comme un bon moyen de retenir l'attention de l'auditeur et de stimuler sa confiance;
- L'utilisation de canaux tels que **des messages texte ou des messages WhatsApp provenant de numéros de téléphone gouvernementaux anonymes** qui ne sont pas bien connus du grand public n'est pas recommandée, car certains ne font pas confiance aux liens URL et sont préoccupés par le phishing. Il peut être difficile de faire la distinction entre les messages fiables, et ceux qui ne le sont pas. Il faudrait redoubler d'efforts pour faire connaître largement les numéros de téléphone du gouvernement pour les communications urgentes (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet);
- L'utilisation **d'un logo officiel et familier** du gouvernement fédéral ou belge sur le support de communication serait de nature à inspirer plus de confiance dans le support et le message (PARTIE 4 – Chapitre 3 et PARTIE 5 – Chapitres 1 et 2).

Il a été conseillé d'éviter de commencer les documents audio ou vidéo par la phrase « **ceci est un message du gouvernement** », car cela risque de perdre l'attention des personnes qui n'ont pas confiance dans le gouvernement. Au lieu de cela, les intermédiaires ayant participé aux tables rondes ont suggéré que cette information devrait être mentionnée à la fin de l'audio ou de la vidéo (PARTIE 4, du rapport complet).

Le manque de confiance dans le gouvernement est également abordé dans les recommandations, plus précisément au travers de la suggestion d'utiliser des « **émetteurs vérifiés** » lors de la distribution de messages de crise en ligne (VOIR AUSSI 3. 2. L' 1.1 MÉDIAS SOCIAUX). Les résultats quantitatifs mettent en évidence que les sources vérifiées (c'est-à-dire les émetteurs avec une coche à côté de leur nom sur les médias sociaux) génèrent plus de connaissances et d'intentions de recherche parmi les utilisateurs finaux que d'autres sources sur les médias sociaux (PARTIE 2, du rapport complet). Le groupe d'experts est en partie d'accord avec cela, mais il ajoute que certains utilisateurs finaux pourraient ne pas comprendre ce que signifie un tel symbole de vérification et que la confiance dans le gouvernement est actuellement très faible.

4.3 ÉMETTEURS DES MESSAGES

À la lumière du constat d'un manque de confiance envers le gouvernement et la communication officielle sur le COVID-19, les émetteurs ou médiateurs d'émetteurs suivants ont été mis en évidence comme bénéficiant d'une plus grande confiance de la part des groupes cibles du projet:

- **Les organisations intermédiaires de la société civile** et les **travailleurs de proximité** tels que les travailleurs sociaux, les représentants des utilisateurs et les enseignants (en particulier pour les personnes à faible statut socio-économique, les personnes ayant une déficience sensorielle et les locuteurs de langue étrangère) (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 2 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet);
- **Les experts et les professionnels de la santé** tels que les médecins, pharmaciens et infirmières (PARTIE 2 PARTIE 4 – Chapitres 1-4 et PARTIE 5 – Chapitre 3, du rapport complet);
- **Les amis, famille et connaissances** qui font partie du réseau social ou de la communauté existante (à la fois physique et en ligne) (PARTIE 4 – Chapitres 1 et 3 et PARTIE 5 – Chapitres 2 et 3, du rapport complet).

Il est également recommandé de faire appel à des médecins pour envoyer des messages de crise. Cette suggestion était basée sur une étude qui montre que si un médecin délivre un message de crise sanitaire via une vidéo, la connaissance et la volonté de suivre les mesures de crise augmentent (PARTIE 2, du rapport complet). Selon le groupe d'experts, les médecins jouissent généralement d'une position de confiance et d'autorité aux yeux des groupes cibles.

5 TEMPORALITE, FRÉQUENCE ET VOLUME DES MESSAGES

Parmi les facteurs importants à prendre en compte pour l'accessibilité de la communication gouvernementale COVID-19 en Belgique figurent le moment du message, la fréquence élevée des informations nouvelles (et changeantes) et la rationalisation de la quantité de supports de communication à diffuser.

5.1 TIMING

Le moment où l'information accessible sur le COVID-19 est **diffusée publiquement** peut avoir une incidence sur l'accessibilité de cette information aux utilisateurs finaux. Spécifiquement, pour les personnes malentendantes, les intermédiaires ont recommandé non seulement de diffuser des informations accessibles adaptées à leurs besoins (telles que des conférences de presse avec traductions en langue des signes à la télévision) pendant la journée de travail, mais aussi juste avant ou après le journal télévisé de début de soirée, pour permettre aux travailleurs d'y avoir accès. (VOIR AUSSI 3. 2. L' 2.1 MÉDIAS TRADITIONNELS).

5.2 FLUX DES INFORMATIONS NOUVELLES ET CHANGEANTES

L'un des principaux points de critique formulés à l'égard de la campagne d'information gouvernementale COVID-19 par les intermédiaires et les utilisateurs finaux lors des tables rondes

et des groupes de discussion concerne le **flux constant d'informations nouvelles et en évolution rapide** (PARTIE 4 – Chapitre 2 & 3 et PARTIE 5 – Chapitre 1-3).

Les mises à jour fréquentes des mesures gouvernementales combinées aux différences régionales dans l'applicabilité des mesures ont été vécues et perçues par les utilisateurs **finaux comme contradictoires**. Cela a accru la confusion des utilisateurs finaux et diminué leur volonté d'écouter, jusqu'à les rendre peu réceptifs à l'information (PARTIE 5, du rapport complet).

Parmi les autres facteurs d'entrave mentionnés figuraient (1) la circulation d'informations contradictoires (obsolètes), (2) la fuite d'informations provenant de sources préparatoires avant la communication officielle sur les nouvelles mesures gouvernementales et (3) la contestation des mesures dans la presse par des experts. Ces facteurs ont fait que les utilisateurs finaux se sont sentis **perdus dans le flot d'informations** et mis en difficulté pour repérer les **sources d'information** dignes de confiance (PARTIE 5, du rapport complet). La diffusion d'informations obsolètes et contradictoires -sur les conseils en matière de santé et les mesures gouvernementales- doit donc être évitée dans toute la mesure du possible.

Compte tenu de l'évolution rapide des mesures et des règles gouvernementales, les intermédiaires ont recommandé de dater les supports communication pour bien délimiter les informations disponibles, en repérant celles qui sont obsolètes (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet).

5.3 RATIONALISER LA QUANTITÉ ET L'ETENDUE DE L'INFORMATION

Alors que l'une des recommandations les plus fortes sur la communication gouvernementale COVID-19 inclusive et accessible en Belgique concerne la diversification des formes de message et des canaux de communication (VOIR SECTIONS 2.2 ET 3.1), les intermédiaires ont également mis en garde contre la **quantité et la multiplication** des supports de communication sans stratégie claire **d'harmonisation et de rationalisation** (PART 2 PARTIE 4 – Chapitres 1 à 4 et PARTIE 5 – Chapitre 2 du rapport complet). En effet, dans tous les groupes de discussion, il s'est trouvé des participants pour mentionner la quantité écrasante et excessive d'informations, à la fois sous une même forme ou à travers une diversité de formes et de canaux. Cette dispersion de l'information a pu être vécue comme une source d'anxiété, de lassitude et de confusion (PARTIE 5, du rapport complet). En particulier, la multitude de sources fédérales, régionales, provinciales et locales de matériel de communication a engendré beaucoup de difficultés (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Conformément aux recommandations selon lesquelles le gouvernement fédéral devrait agir en tant que facilitateur de l'information COVID-19, une telle facilitation centralisée devrait également rationaliser davantage la production et la distribution de supports de communication et réduire la dispersion de l'information.

Cette recommandation est confirmée par les résultats qualitatifs: il est suggéré par le groupe d'experts que les gouvernements ne devraient pas envoyer trop de messages de crise aux groupes cibles, car une fréquence de messages plus élevée pourrait entraîner une moindre mémorisation des informations contenues dans les messages (PARTIE 2, du rapport complet). Bien que cela ait été en partie affirmé par le groupe d'experts – indiquant que le groupe cible recevait souvent trop d'informations par divers canaux, ce qui entraînait de la confusion – ils ont également déclaré que la répétition de messages pouvait avoir un effet positif. Cela a été confirmé lors des discussions de groupes, où les participants ont eu moins de difficultés à comprendre les messages contenant

des informations répétées à plusieurs reprises depuis le début de la pandémie (PARTIE 4 - Chapitre 4 et PARTIE 5 - Chapitre 1, du rapport complet). Cependant, il est toujours important de veiller à ce qu'il n'y ait pas une surcharge d'informations, afin que les utilisateurs finaux ne négligent pas les canaux officiels. Un équilibre parfait serait de répéter les messages *sous différentes formes*, mais de garder le *contenu* du message cohérent (PARTIE 2, du rapport complet). Afin de rationaliser la communication de crise, des moments de communication spécifiques devraient être planifiés, les informations devraient être regroupées et des changements spécifiques dans les informations devraient être mis en évidence (PARTIE 2, du rapport complet).

6 STRATÉGIES DE COMMUNICATION ET PROCESSUS DE PRODUCTION

Dans cette section, nous discutons d'une série de questions ayant émergé au cours de la recherche, concernant les types de stratégie et de processus de production à prendre en compte lorsqu'on se pose la question de l'accessibilité de la communication gouvernementale de crise COVID-19.

6.1 DESIGN POUR TOUS DÈS LE DÉPART

Les résultats du projet ICC mettent en évidence l'importance d'intégrer la question de l'accessibilité **le plus tôt possible dans le processus de développement de la communication** et insistent sur la nécessité que la mise à disposition de supports renforçant l'accessibilité devienne la norme dans la communication gouvernementale. Les résultats du projet indiquent que plusieurs groupes ont régulièrement rencontré des obstacles dans l'accès à la communication officielle pendant la pandémie. En conséquence, diverses associations se sont mises à développer leurs propres supports, adaptés aux besoins de leurs groupe cibles, tels que des documents contenant du texte en langage facile à lire et à comprendre, des sous-titrages, des traductions, y compris en langue des signes, ainsi qu'à diffuser ces supports par des canaux supplémentaires pour augmenter la portée des informations (PARTIE 4 - Chapitre 2, du rapport complet). Une telle approche décentralisée et non coordonnée a été décrite comme particulièrement désavantageuse, impliquant des risques d'incohérences dans la communication, de prolifération des informations, et de retard dans l'accès aux informations importantes, par exemple le cas de la traduction en langue des signes (PARTIE 4 - Chapitre 3, du rapport complet). En outre, les intermédiaires ont souligné qu'une stratégie proactive de renforcement de l'accessibilité mise en place dès le départ est également garante de gains d'efficacité, dans la mesure où il est plus difficile et moins efficace de corriger ultérieurement des obstacles à la communication, par l'ajout de services destinés à renforcer l'accessibilité, que de concevoir dès le départ un support qui ne suscite pas d'obstacles (PARTIE 4 - Chapitre 3, du rapport complet).

À cet égard, il est important d'envisager une stratégie de **design universel (DU) dans le cadre d'une stratégie de communication accessible** (PARTIE 4 - Chapitre 3, du rapport complet). Dans le cadre d'une stratégie de DU, un support de communication est conçu de manière à éliminer autant d'obstacles que possible, de sorte qu'il soit adapté du point de vue de son accessibilité à plusieurs groupes cibles à la fois, sans qu'il ne soit nécessaire de procéder par la suite à des adaptations spécifiques. Par exemple, une vidéo comportant une voix off qui inclut volontairement des

informations visuelles, est plus facile d'accès à une personne ayant une déficience visuelle, qu'une vidéo comprenant également une description audio. Ou encore : un texte écrit qui est conçu dans le respect des normes FALC dès le départ peut être consulté par un large éventail de publics, sans qu'il ne soit nécessaire de créer spécifiquement une version séparée suivant les normes FALC.

Au cours des tables rondes en particulier, une stratégie de design universel a été largement plébiscitée par les intermédiaires pour réduire toute une série d'obstacles dont ils ont fait l'expérience

- l'information peut être élaborée et partagée plus rapidement;
- les adaptations coûteuses à réaliser en temps opportun ne sont plus nécessaires ;
- la prolifération de divers supports de communication provenant de différentes sources est diminuée; et
- l'information atteint simultanément plusieurs groupes cibles.

En outre, les caractéristiques d'accessibilité, comme discuté précédemment dans cette synthèse, dans une stratégie de design universel ont le potentiel non seulement de rendre le support de communication plus accessible à des groupes spécifiques, mais aussi d'améliorer l'accessibilité globale de la communication pour tous les citoyens (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet).

Comme l'ont indiqué les participants aux tables rondes (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet) et démontrés dans la phase de développement du support (PARTIE 3, du rapport complet), la stratégie de design universel n'est cependant pas facile à réaliser car divers besoins et préférences parfois contradictoires doivent être considérés et conciliés. Certains handicaps comportent des particularités uniques qui ne sont pas partagées par d'autres personnes rencontrant d'autres types de vulnérabilités. Pour les personnes malentendantes qui communiquent en langage parlé, par exemple, la combinaison de dessins, de texte dans une vidéo, de sous-titres et d'audio peut devenir accablante. Inversement, pour les personnes entendant, les sous-titres ou la présence d'un interprète en langue des signes à l'écran peuvent constituer une source de distraction du message principal. En outre, les résultats du projet ont également indiqué que certains messages généraux formulés pour tous ne tenaient pas suffisamment compte des réalités de vie de certains groupes cibles, car ils n'étaient pas assez concrets, trop abstraits ou pas adaptés aux environnements économiques, culturels, sociaux et aux réalités de vie de certains utilisateurs finaux. Certains intermédiaires ont mis en garde contre une approche ouvertement descendante, se traduisant par l'absence de messages différenciés, pour différents publics. Ils ont insisté sur le fait que l'adaptation de la communication ne devrait pas se réduire à une simple traduction de messages de différentes manières, mais prendre en compte aussi les circonstances de vie des citoyens, car chacun a droit à une information adaptée à ses besoins et à son contexte (VOIR ÉGALEMENT LA SECTION 7 CI-DESSOUS). Par exemple, le conseil de garder une distance de 1,5 mètre n'est pas adapté à la situation d'une personne ayant une déficience visuelle, ou le conseil de s'isoler n'est pas réalisable si les conditions de vie de l'utilisateur final ne le permettent pas. Une autre difficulté rapportée concerne le fait qu'à un moment au cours de l'épidémie, les gens étaient contraints de se rendre seuls dans les magasins, sans pouvoir être accompagnés. Les personnes sourdes et aveugles se sont ainsi retrouvées à devoir mener seules des activités qu'elles avaient l'habitude de réaliser en étant accompagnées. Elles se sont senties très vulnérables et ont dû parfois faire face à des réactions inappropriées d'autres personnes en leur présence, même si certaines de ces réactions étaient parfois destinées à les aider (PARTIE 4 – Chapitres 1, 3 et 4 et

PARTIE 5 – Chapitre 2, du rapport complet). Suivant ces exemples, les besoins spécifiques des différents groupes cibles devraient parfois se traduire par des supports de communication spécifiques, adaptés au groupe cible.

À cet égard, une compréhension claire des besoins et des préférences des groupes cibles est nécessaire pour déterminer quelle stratégie sera la plus appropriée (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet), et la collaboration avec des experts est encouragée pour y parvenir (VOIR 6.3 COLLABORATION, PARTICIPATION ET FORMATION).

Sur base de ces résultats, il est recommandé de rechercher un juste équilibre, dans le cadre d'une stratégie de communication de crise inclusive, **entre des supports de communication conçus pour être aussi accessibles que possible pour tous dès le départ, et des supports supplémentaires, comprenant des adaptations** spécifiques à un groupe cible particulier **si nécessaire**.

6.2 FACILITER LA COMMUNICATION VIA DES ORGANISATIONS INTERMÉDIAIRES

L'importance de la collaboration avec les intermédiaires dans le cadre d'une stratégie inclusive de communication de crise a été soulignée, car les résultats des activités de recherche du projet ICC soulignent le fait que l'un des principaux rôles du gouvernement (outre la diffusion directe des supports de communication aux utilisateurs finaux) est de **faciliter la communication aux citoyens via des intermédiaires**. Le gouvernement devrait fournir aux gouvernements locaux, et en particulier à des tiers, tels que des organisations de la société civile et des organisations à but non lucratif, des supports de communication accessibles via une plate-forme centrale, et soutenir les intermédiaires et les travailleurs de première ligne par la mise à disposition de soutien et d'informations essentielles. Ces informations essentielles peuvent, par exemple, concerner des informations complexes sur la santé ou des données probantes issues de la recherche, la stratégie de communication des gouvernements, ou encore le cadre juridique pour la mise à disposition de traductions dans un contexte de crise. Les gouvernements devraient se concentrer sur l'élaboration de matériels destinés directement aux utilisateurs finaux, mais aussi de supports de communication destinés à informer les intermédiaires et à aider les praticiens à toucher les utilisateurs finaux dans des situations concrètes. A cette condition, les organisations de la société civile sont susceptibles de remplir au maximum leur rôle d'intermédiaires, compte tenu de leur proximité avec leurs groupes cibles, qui leur confère un rôle majeur en matière de sensibilisation (VOIR AUSSI 4 SENSIBILISATION). Ainsi, une plate-forme de coordination centrale serait de nature à aider à réduire les obstacles rencontrés, tels que la dispersion de l'information, les quantités excessives de supports de communication provenant de différentes sources, et un manque de cohérence entre les supports (PARTIE 4 – Chapitres 1, 3 et 4, du rapport complet).

6.3 COLLABORATION, PARTICIPATION ET FORMATION

Parmi les éléments clés dans l'élaboration d'une stratégie de communication de crise COVID-19 et d'un processus de production qui a été mis en évidence à plusieurs étapes du projet (PARTIE 4

et 5, du rapport complet), figurent la **collaboration avec les parties prenantes, les intermédiaires et les experts**, la **participation des groupes cibles** aux processus de création de supports (co-création et tests) et le **besoin de formation** des membres de l'équipe en charge de la communication. De telles collaborations sont cruciales pour s'assurer que les supports de communication soient adaptés aux besoins réels des utilisateurs finaux, quelle que soient leurs capacités, et que les commentaires puissent être régulièrement pris en compte.

En particulier, les tables rondes, pour tous les groupes cibles (PARTIE 4 – Chapitres 3 et 4, du rapport complet) ont souligné la nécessité pour le gouvernement de créer un **réseau d'acteurs** (acteurs de terrain, professionnels, associations, chercheurs, experts et les différents niveaux de gouvernement), experts dans leur domaine ou travaillant directement avec des publics cibles, afin de partager les connaissances et l'expertise et d'être en contact avec les besoins concrets des différents groupes cibles, et ainsi de développer et d'évaluer des supports, des canaux et des stratégies de communication avant leur diffusion, de faciliter la rétroaction et d'assurer le suivi des parties prenantes concernées auprès du ou des gouvernement(s).

Un deuxième élément clé est **l'implication des utilisateurs finaux dans le processus de création de supports de communication**, à tous les niveaux de stratégie et de développement (définition des contenus, des formes et des canaux des supports de communication). Une telle participation est pertinente pour les supports suivant une stratégie de design universel, mais en particulier lors du développement de supports de communication spécifiques à un public cible, qui peuvent être opérationnalisés de nombreuses manières. Voici quelques suggestions issues des tables rondes et des groupes de discussion à titre d'illustration :

- consulter des experts, y compris des experts du vécu, au cours du processus de production, afin qu'ils puissent relire et vérifier le matériel de communication et apporter des ajustements avant qu'il ne soit publié et/ou distribué;
- faire réaliser les traductions par des locuteurs natifs, ou au moins les associer au processus, afin que l'information et sa source soient aussi claires, correctes et fiables que possible pour les groupes cibles;
- tester le matériel avec divers utilisateurs finaux avant sa diffusion;
- travailler avec des utilisateurs de la langue des signes et/ou des interprètes sourds en langue des signes (PARTIE 3; PARTIE 4 – Chapitres 1 à 4 et PARTIE 5 – Chapitre 1, du rapport complet):

Enfin, lors des tables rondes (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet) et dans la phase de développement d'un support (PARTIE 3, du rapport complet), les intermédiaires et les experts ont souligné l'importance d'entreprendre des actions en termes de formation et de soutien pour les personnes qui créent des supports de communication. Outre la collaboration et la participation, il est tout aussi important que les membres des équipes chargées de la communication gouvernementale, qui créent les supports, soient conscients des problèmes d'accessibilité, des besoins d'accès et des points d'attention, et qu'ils aient la possibilité de développer les compétences nécessaires pour développer des supports, en sachant quand faire appel à une expertise externe.

7 UNE COMMUNICATION INCLUSIVE DANS LE CADRE D'UNE SOCIÉTÉ INCLUSIVE

Le principe à l'origine du projet ICC est l'affirmation du droit d'accès à l'information (VOIR PARTIE 1 DE CE RÉSUMÉ). Ainsi, le projet ICC s'est focalisé sur les moyens de garantir cet accès à différents groupes cibles. Cependant, les résultats du projet ont également souligné le fait que des efforts en faveur d'une stratégie de communication plus inclusive vont de pair avec des efforts pour une société et un environnement (social) plus inclusifs. Bien que cela englobe un large éventail de questions qui vont bien au-delà de la portée du projet actuel et de ses recommandations, les questions suivantes ont été soulevées au cours des activités de recherche du projet :

Tout d'abord, les participants aux tables rondes et aux groupes de discussion ont mentionné que le contenu des supports de communication sur la COVID-19 et les mesures prises par le gouvernement n'étaient pas toujours conformes aux réalités de la vie des gens et que le gouvernement et la société devraient tenir davantage compte de ces besoins dans un contexte de crise (VOIR AUSSI LA CONCEPTION 6.1 POUR TOUS DÈS LE DÉBUT).

Deuxièmement, il a été mentionné que la société et le gouvernement pourraient prendre des initiatives pour donner aux gens les moyens de participer plus pleinement à la société. Par exemple, les personnes ayant une déficience visuelle pourraient bénéficier d'une formation sur l'utilisation des nouvelles technologies. Trop souvent, on suppose que les personnes aveugles apprendront à utiliser les (nouvelles) technologies par elles-mêmes (PARTIE 4 – Chapitre 3, du rapport complet). Un autre exemple est le renforcement du niveau de littératie en santé au sein des groupes cibles. Pour certains participants, cela implique de soutenir le développement de la conscience critique tout en offrant des espaces de débat (PARTIE 4 – Chapitre 4, du rapport complet).

8 LIMITES ET PERSPECTIVES POUR DES RECHERCHES ULTÉRIEURES

Dans cette dernière section du rapport, nous décrivons brièvement les principaux points à retenir du projet en termes de découverte de lacunes importantes dans la littérature scientifique, de perspectives pour des recherches ultérieures, d'implications pratiques et, enfin, de limites du projet.

8.1 LACUNES EN MATIÈRE DE RECHERCHE ET PERSPECTIVES POUR DES RECHERCHES ULTÉRIEURES

Au début de la pandémie de COVID-19 en mars 2020, les gouvernements ont dû rapidement produire et diffuser des informations sur la crise à leurs citoyens. Pourtant, la communication qu'ils ont fournie n'était pas toujours entièrement adaptée aux citoyens rencontrant des obstacles sensoriels, linguistiques, textuels et culturels dans l'accès à l'information, ce qui a entravé la transmission correcte et la diffusion efficace de l'information à ces groupes cibles. Cette observation a constitué la base sur laquelle le projet ICC a été conçu pour la première fois. Cependant, une revue initiale de la littérature (internationale) et des recommandations fondées sur des données probantes pour une communication de crise inclusive et accessible sur la COVID-19 (ou crises sanitaires connexes) a conduit à la conclusion qu'il existait une **lacune majeure** dans la littérature scientifique à cet égard. Au cours du projet, ce manque de données sur la communication accessible dans les contextes de crise est devenu de plus en plus évident. Bien qu'il existe des recherches (qualitatives) et de nombreuses données issues de la pratique qui soulignent l'importance de l'accessibilité et qui identifient les obstacles existants et la façon de les surmonter, la recherche (quantitative) sur l'efficacité de différentes solutions pour augmenter l'accès est pratiquement inexistante. Cela a également été confirmé par une revue systématique rapide (voir PARTIE 2, du rapport complet), dans laquelle au départ d'environ sept mille études identifiées sur la base d'une recherche par mots-clés et ensuite examinées pour la qualité et la pertinence (c'est-à-dire sur les supports, les canaux et les méthodes de sensibilisation de crise accessibles pour les groupes cibles vulnérables), une sélection finale de seulement douze études répondant aux critères d'inclusion définis a été réalisée.

En plus d'identifier cette lacune majeure dans la recherche, le projet ICC a également mis en lumière toute la complexité des stratégies de communication de crise inclusives et a souligné la nécessité d'une **approche interdisciplinaire** (réunissant l'expertise académique de divers domaines et horizons), ainsi que d'une **approche transdisciplinaire** (réunissant des experts universitaires et des acteurs gouvernementaux et sociétaux). L'étude de la communication de crise COVID-19 accessible à tous, se situe en effet au carrefour de plusieurs disciplines, notamment les sciences de la communication, les études sur la santé, la sociologie, la linguistique, les études de traduction, etc. De plus, le projet ICC a souligné l'importance d'une approche de recherche participative lorsqu'il s'agit d'étudier (et de développer) une communication de crise accessible qui implique les parties prenantes et les utilisateurs finaux concernés ayant des connaissances et une expérience de première main.

Dans ce contexte, le projet ICC a identifié quelques défis clés comme pistes de recherches ultérieures. Outre la nécessité de **reproduire** les résultats du projet ICC dans des contextes au-delà

de la Belgique, le projet a également mis en évidence la nécessité de **cadres méthodologiques** solides pour des approches de recherche participatives et collaboratives avec les parties prenantes et les utilisateurs finaux, en particulier lorsqu'il s'agit de personnes ayant une déficience sensorielle. Une deuxième piste pour d'autres recherches concerne la délimitation et l'identification de tous les groupes cibles qui peuvent être vulnérables à la communication et aux obstacles à la communication de crise. Alors que les études se concentrent traditionnellement sur les besoins de groupes cibles spécifiques, le projet ICC a également souligné l'importance de l'intersectionnalité et le fait que certains obstacles sont communs à différents groupes cibles, certaines personnes rencontrant plusieurs obstacles simultanément. Cela nécessite une exploration plus approfondie de la communication personnalisée pour des groupes cibles spécifiques ainsi que des approches universalistes qui augmentent l'accessibilité de la communication de crise pour tous, en tenant compte des besoins de communication et d'accessibilité entre différents groupes. Un autre problème qui a été soulevé dans le projet ICC est la prolifération de la communication numérique au détriment de la communication imprimée et en face à face, ce qui désavantage les personnes ayant de faibles compétences en littératie numérique. D'autres recherches sur la façon de surmonter la **fracture numérique** sont donc nécessaires. Enfin, une gamme de sujets liés à la **communication multimodale et à la traduction** ont été mis en évidence, appelant une exploration plus approfondie, tels que l'accessibilité des pictogrammes et des visuels, la forme de l'audiodescription de vidéos informatives, pour n'en citer que quelques-uns.

8.2 IMPLICATIONS PRATIQUES ET LIMITES

Le projet ICC a contribué à combler certaines lacunes majeures au sein de la littérature scientifique, comme décrites ci-dessus, en mettant l'accent sur des recommandations et des solutions pour une communication de crise plus accessible, à partir d'une approche inter- et transdisciplinaire. Le projet espère ainsi contribuer à une communication de crise plus accessible à l'avenir et être un catalyseur pour une recherche interdisciplinaire plus systématique dans ce domaine.

À cet égard, les limites suivantes de la recherche doivent être prises en compte lors de la lecture et/ou de l'utilisation des résultats de la recherche :

Contexte spécifique à la Belgique : Comme indiqué ci-dessus, la recherche (quantitative) sur la communication de crise accessible est presque inexistante. Outre la revue rapide systématique, le projet s'est principalement concentré sur les activités de recherche qualitative, telles que les tables rondes avec les intermédiaires et les groupes de discussion avec les utilisateurs finaux. Comme ceux-ci ont été réalisés dans le contexte belge local, les résultats sont spécifiques à ce contexte. L'extrapolation à d'autres domaines et contextes doit donc être considérée avec soin.

Contexte de recherche multilingue et multirégional : Le projet ICC étant un projet de recherche à l'échelle nationale, nous nous sommes efforcés d'obtenir une représentation égale de la région néerlandophone et des régions francophones et de synchroniser ainsi autant que possible les méthodes et les activités de recherche. Pourtant, dans certaines phases de recherche, cela n'a pas toujours été le cas pour des raisons pratiques.

Recherche sur la crise en contexte de crise : Le projet ICC s'est non seulement concentré sur les stratégies de communication inclusives dans un contexte de crise, mais a également dû être déployé et complété dans un contexte de crise Covid-19 en cours en Belgique (c'est-à-dire sur la

période allant de février 2021 à mars 2022). Cela a eu deux implications principales pour les activités de recherche du projet. Tout d'abord, le projet a dû être réalisé dans un délai très court, d'un an seulement, afin que les résultats de la recherche soient mis à disposition dès que possible et utilisables immédiatement dans la lutte contre le COVID-19 en Belgique. Cela impliquait que des décisions pragmatiques devaient être prises concernant certaines activités de recherche et la conception globale du projet. Par exemple, au lieu de travailler avec des phases de projet consécutives – d'abord en se concentrant sur la collecte d'informations et de données probantes, puis en développant des documents de communication plus inclusifs – un processus itératif a été utilisé pour les tables rondes, le développement de supports et les groupes de discussion. Un autre exemple a été la décision d'opter pour une revue systématique rapide au lieu d'une revue systématique complète. Deuxièmement, le projet a dû adapter ses activités à la situation en constante évolution causée par la pandémie de COVID-19. Les situations de travail incertaines et les quarantaines et maladies liées à la COVID-19 ont posé un défi constant à l'équipe de recherche du projet. De plus, les activités de recherche ont été entravées dans une certaine mesure, car le contact direct en face à face avec les parties prenantes du projet n'a pas été possible, ce qui signifie que toutes les réunions de l'équipe de recherche du projet et les tables rondes se toutes déroulées en ligne.



À PROPOS DES AUTEURS

Le projet ICC a été mené conjointement par un consortium de vingt experts et chercheurs de cinq institutions différentes. Ci-dessous, nous présentons chaque membre du consortium en énumérant son expertise, ses intérêts (de recherche) et ses travaux antérieurs pertinents pour le projet, ainsi que son rôle spécifique au sein du projet et sa contribution au projet.

- **Prof. dr. Mieke Vandenbroucke (UAntwerpen)** est professeure de recherche tenure track au Département de linguistique de l'Université d'Anvers. Elle est titulaire d'un doctorat en linguistique (Université de Gand, 2016) et a été boursière Fulbright à l'UC Berkeley en 2016-2017. Elle est secrétaire générale adjointe de l'Association internationale de pragmatique et rédactrice en chef du *Handbook of Pragmatics*. Elle mène et coordonne des recherches fondamentales et appliquées à l'intersection de la sociolinguistique et de la pragmatique, avec un intérêt particulier pour l'impact de la mondialisation et de la migration sur les milieux urbains multilingues en Europe, le discours institutionnel et la politique linguistique. Elle a été l'investigatrice principale du projet ICC.
- **Prof. dr. Nina Reviers (UAntwerpen)** est professeure tenure-track en traduction audiovisuelle et accessibilité des médias au Département de linguistique appliquée, traducteurs et interprètes. Elle est titulaire d'un doctorat en études de traduction (Université d'Anvers, 2018) dans le domaine de l'audiodescription, pour lequel elle a reçu le prix EST Young Scholar en 2019. Ses recherches portent sur les aspects linguistiques et multimodaux de l'audiodescription, la traduction assistée par ordinateur de l'audiodescription, l'accès intégré pour les arts (scéniques) et la technologie d'accès. En tant que gestionnaire du Centre d'expertise OPEN pour les médias et la culture accessibles, Nina favorise une collaboration étroite avec les intervenants en tant que facteur clé dans ses activités de recherche et d'enseignement. Elle a agi en tant que co-investigatrice principale pour le projet ICC.
- **Prof. dr. Gert Vercauteren (UAntwerpen)** est professeur tenure track en technologie de traduction au Département des traducteurs et interprètes de l'Université d'Anvers. Il est titulaire d'un doctorat en études de traduction et ses recherches portent sur l'accessibilité des médias en général et l'audiodescription en particulier. Ses intérêts de recherche actuels comprennent la charge cognitive imposée par l'audiodescription et la traduction assistée par ordinateur et automatique de l'audiodescription. Il est membre du groupe de recherche TricS et du Centre d'expertise OPEN et membre du comité de rédaction de la nouvelle série de livres sur la traduction audiovisuelle de Frank & Timme.
- **Bonnie Geerinck (UAntwerpen)** est titulaire d'une maîtrise en traduction de l'Université d'Anvers. Elle travaille comme chercheuse pour le Département de linguistique appliquée et le Département de linguistique de l'Université d'Anvers depuis 2019. Ses activités de recherche pour le projet ICC ont consisté à communiquer et à mettre en réseau les parties prenantes du conseil consultatif flamand, à effectuer la collecte de données, l'analyse et la synthèse des données qualitatives issues des contributions des parties prenantes flamandes et à soutenir le l'investigatrice principale dans la coordination du projet.

- **Prof. dr. Anna Jankowska (UAntwerpen)** est professeure de recherche tenure track au Département des traducteurs et interprètes de l'Université d'Anvers et ancienne maîtresse de conférences à la Chaire d'études de traduction et de communication interculturelle de l'Université Jagellonne de Cracovie (Pologne). Elle a été chercheuse invitée à l'Universitat Autònoma de Barcelona dans le cadre du programme Mobility Plus du ministère polonais des Sciences et de l'Enseignement supérieur (2016-2019). Ses projets de recherche récents comprennent des études sur le processus d'audiodescription, l'accessibilité mobile et les logiciels.
- **Lien Vermeire (NCCN)** travaille comme chargé de communication au Centre National de Crise depuis 2016. Au quotidien, Lien coordonne la campagne Risk-Info, une campagne publique de sensibilisation aux risques et de résilience en Belgique. Elle a participé à la communication de crise lors de plusieurs exercices et situations d'urgence réelles au NCCN ou au sein de l'équipe D5, une équipe nationale d'experts en communication de crise qui fournit un soutien aux autorités (locales) en cas de besoin. En 2020, elle a écrit une thèse sur la communication inclusive dans les crises à combustion rapide pour une gestion des catastrophes de troisième cycle. Pendant la crise de la COVID-19, elle a supervisé les traductions, les interprètes et d'autres actions de communication inclusive spécifiques.
- **Prof. dr. Anne-Mieke Vandamme (KU Leuven)** a suivi une formation de biochimiste et est titulaire d'un doctorat en sciences depuis 1986. Elle a rejoint l'Institut Rega de la KU Leuven en 1990, où elle a créé une unité sur les tests génétiques des virus à des fins cliniques et épidémiologiques (<http://rega.kuleuven.be/cev/avd/>). Elle a cofondé une nouvelle division, Virologie clinique et épidémiologique; et co-a co-lancé « l'Institut du futur » (www.institute-for-the-future.be), un incubateur de recherche transdisciplinaire. Elle est membre du Conseil supérieur de la santé du gouvernement fédéral belge et du groupe consultatif ad hoc de l'OMS sur la COVID-19. Dans le cadre du projet, elle faisait partie de l'équipe de supervision qui s'est engagée dans les activités de recherche au sein de l'équipe de la KU Leuven.
- **Prof. dr. Karin Hannes (KU Leuven)** est professeur associé à la Faculté des sciences sociales de la KU Leuven et fondatrice du European Network Qualitative Inquiry. Elle se spécialise dans la méta-synthèse et la méthodologie de recherche innovante, y compris la pratique de la recherche basée sur les arts, multisensorielle, contextualisée, et les revues systématiques. Karin préfère travailler dans la sphère publique et d'un point de vue militant universitaire. Avec Pieter Thyssen et Daniëlle Wopereis, elle a coordonné la revue rapide systématique du processus d'élaboration des lignes directrices et organisé les tables rondes d'experts.
- **Dr. Maria-Cornelia Wermuth (KU Leuven)** (PhD, Vrije Universiteit Amsterdam) est professeur associé à la Faculté des arts de KU Leuven (campus d'Anvers) et responsable du groupe de recherche Traduction et technologie. Elle enseigne la grammaire et la terminologie allemandes et l'informatique dans le baccalauréat en linguistique appliquée et la traduction médicale dans le Master en traduction. Ses domaines de recherche sont la linguistique cognitive appliquée, la terminologie, la traduction (spécialisée) (y compris les outils logiciels) et les approches de traduction collaborative (basées sur le cloud). Elle s'intéresse particulièrement à l'échange d'expériences et de connaissances entre spécialistes du domaine (médical) et traducteurs et au développement et à la mise en œuvre de la formation interprofessionnelle dans la formation des traducteurs, et plus particulièrement dans le domaine de la traduction spécialisée (médicale).

- **Dr. Pieter Thyssen (KU Leuven)** est chercheur postdoctoral (Chargé de Recherches FNRS), travaillant dans le groupe d'Alexandre Guay à l'Institut Supérieur de Philosophie de la KU Leuven en Belgique. Il est titulaire d'une maîtrise en chimie (KU Leuven) et a obtenu deux doctorats en chimie théorique et en philosophie de la physique. Avec Karin Hannes et Daniëlle Wopereis, il a coordonné la revue systématique rapide du processus d'élaboration des lignes directrices et organisé les tables rondes d'experts.
- **Daniëlle Wopereis (KU Leuven)** est titulaire d'un master en sociologie de l'Université VU d'Amsterdam et travaille comme chercheuse à la KU Leuven. Elle a contribué au processus d'élaboration des lignes directrices, en examinant la littérature, en coordonnant et en rendant compte des tables rondes et en rédigeant recommandations fondées sur les données probantes.
- **Heleen Van Opstal (Atlas integratie en inburgering Antwerpen)** est la coordinatrice de l'unité d'interprétation sociale et de traduction d'Atlas (2015-2021). Au début de la pandémie, en mars 2020, Heleen a mis en place une équipe de traduction de crise composée de traducteurs sociaux, grâce à laquelle des informations sur le COVID-19 ont été mises à la disposition du Centre national de crise et de la ville d'Anvers en plusieurs langues dans les 24 à 48 heures. Dans le cadre du projet ICC, elle a coordonné le développement de supports de communication en fonction des résultats des tables rondes et des groupes de discussion. De plus, elle a activement contribué à la recherche et au développement des supports de communication en partageant son expertise spécifique sur le langage facile et la faible alphabétisation.
- **Tristan Van Hoeck (Atlas integratie en inburgering Antwerpen)** est un employé de l'unité d'interprétation sociale et de traduction d'Atlas, où il est responsable de la gestion quotidienne et du suivi des missions de traduction pour l'unité, y compris les missions de traduction spécifiques sur COVID-19. Il est également interprète social certifié et conférencier indépendant pour le cours d'interprétation sociale. Pour le projet ICC, Tristan a organisé la mise en œuvre pratique et le développement des produits de communication et a préparé les discussions de groupe sous la supervision de Thomas More.
- **Prof. dr. Isabelle Aujoulat (UCLouvain)** est professeur de santé publique à l'UCLouvain/Institut de recherche Santé & Société (RESO). Elle enseigne la promotion de la santé, l'éducation thérapeutique des patients et les méthodes de recherche qualitative à la Faculté de santé publique. Ses principaux domaines d'intérêt et d'expertise concernent l'autonomisation des patients, la planification personnalisée des soins, la participation des patients et des citoyens à la recherche, à l'enseignement et à l'élaboration de recommandations. Pour le projet ICC, Isabelle a supervisé les processus de collecte et d'analyse des données à Bruxelles et en Wallonie, discuté des résultats intermédiaires avec l'équipe UCLouvain, et révisé et finalisé de manière critique les rapports intermédiaires concernant les résultats des tables rondes et des groupes de discussion.
- **Dominique Doumont (UCLouvain)** est la coordinatrice d'un Centre universitaire de promotion de la santé à l'UCLouvain (UCLouvain/IRSS-RESO). Elle enseigne la méthodologie de recherche, l'éducation pour la santé, la cybersanté et les politiques de santé socio-économiques dans une école d'infirmières. Ses activités dans le cadre du projet ICC comprenaient la finalisation de la sélection des supports et la traduction des guides d'entretien pour les tables rondes et les groupes de discussion, la contribution à la collecte des données à Bruxelles et en Wallonie, la révision critique des rapports

intermédiaires et le rôle d'interface entre l'équipe UCLouvain et les autres partenaires du projet ICC.

- **Hélène Lambert (UCLouvain)** est titulaire d'un master en anthropologie de l'Université Libre de Bruxelles. Elle travaille comme assistante de recherche au Centre universitaire de promotion de la santé de l'UCLouvain (UCLouvain/IRSS-RESO). Avec Océane Le Boulengé, elle a mené la collecte et l'analyse des données à Bruxelles et en Wallonie, et toutes deux ont rédigé les rapports intermédiaires des résultats des tables rondes et des groupes de discussion.
- **Océane Le Boulengé (UCLouvain)** est titulaire d'une maîtrise en psychologie sociale et culturelle. Elle travaille comme assistante de recherche au Centre universitaire de promotion de la santé de l'UCLouvain (UCLouvain/IRSS-RESO). Elle travaille également comme psychologue dans un centre de planification familiale. Avec Hélène Lambert, elle a coordonné et mené la collecte et l'analyse des données à Bruxelles et en Wallonie, et toutes deux ont rédigé les rapports intermédiaires des résultats des tables rondes et des groupes de discussion.
- **Dr. Marijke Lemal (Thomas More)** est responsable de l'unité « recherche et service » à l'Université des sciences appliquées Thomas More. Elle est titulaire d'un doctorat en sciences sociales et en sciences de la communication de KULeuven. Elle a contribué au projet ICC en tant que chercheuse principale de Thomas More.
- **Le Dr Wessel van de Veerdonk (Thomas More)** est docteur en sciences médicales, épidémiologiste (MSc) et infirmier (BSc) avec une solide expérience clinique en psychiatrie (médico-légale). Wessel travaille actuellement comme chercheur et coordinateur à l'Université des sciences appliquées Thomas More et se concentre sur la méthodologie de recherche et la prévention. Wessels travaille sur de multiples projets dans lesquels plusieurs disciplines (technologie, communication, santé) se rejoignent pour atteindre les résultats les plus innovants. Le rôle de Wessel dans le projet, avec Sarah Talboom, était de mettre en place, d'exécuter et de rendre compte des tables rondes avec des intermédiaires et des discussions de groupe avec les populations vulnérables définies en Flandre.
- **Sarah Talboom (Thomas More)** a une formation en sciences de la communication. Elle travaille actuellement comme chercheuse à l'Université des sciences appliquées Thomas More dans le domaine de la communication stratégique et se concentre sur la communication inclusive et la santé. Avec Wessel, Sarah était responsable dans le projet ICC de la mise en place, de l'exécution et du rapport des tables rondes avec les intermédiaires et des discussions de groupe avec les groupes de population vulnérables définis en Flandre.