



**ASSOCIATION MONDIALE
DES GUIDES ET DES
ECLAIREUSES**

OUTIL D'INTÉGRATION DU GENRE ET DE LA DIVERSITÉ



Remerciements

CE MANUEL A ÉTÉ CRÉÉ PAR LES BÉNÉVOLES DE LA RÉGION EUROPE DE L'AMGE QUI SUIVENT :

Milèna Chantraine
Zahra Clarke-Johnney
Ilaria Esposito
Ursula Früh
Jean-Mark Guérin
Emma Guthrie
Niina Johannsson
Annina Kainu
Irin Kappou
Agnes Kauer
Miriam Madsen
Tania Mendes
Rok Pisk
Laure Salamon
Ilmi Salminen
Eszter Tóth
Emma Withington

SPONSORS DU PROJET DU COMITÉ

Nina Fleck
Eri Papadopoulou
Petra Stipanič

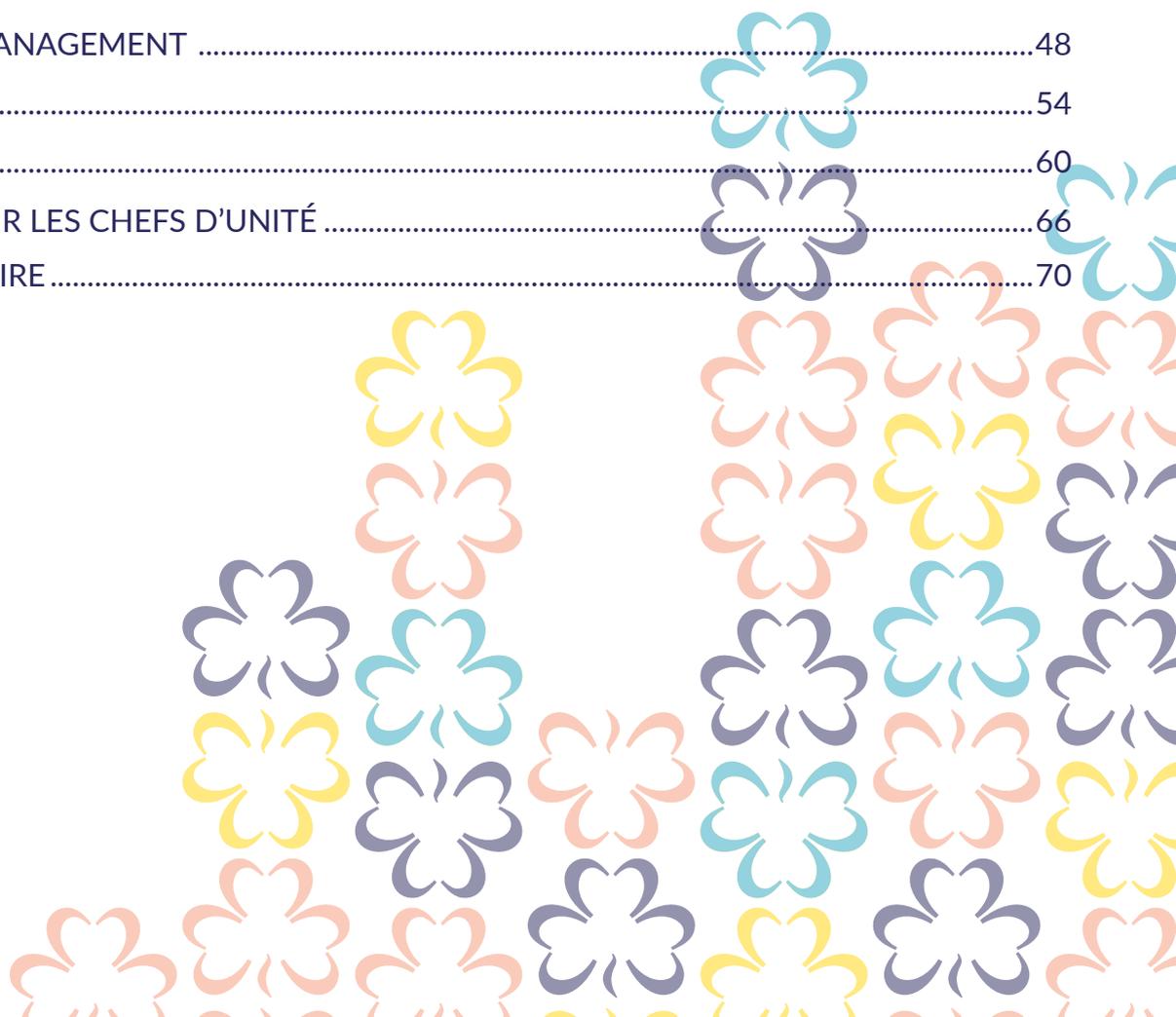
CHEFS DE PROJET

Catherine Bailey Gluckman
Manuela Capraro
Eliza Popper
Camaro West

Le modèle des “cinq questions” a été créé par Scouterna et le projet d'intégration de la REA a été élaboré en collaboration avec le 'Nordic Gender Group'.

Table des matières

INTRODUCTION	4
Pourquoi le genre et la diversité.....	4
Qu'entendons-nous par genre ?	4
Qu'entendons-nous par diversité ?.....	6
Qu'est-ce que l'intégration du genre et de la diversité ?	8
Recherche de la Région Europe - Où nous en sommes actuellement	9
Pertinence du kit d'outils tant pour les organisations exclusivement féminines que mixtes	10
Comment utiliser ce kit d'outils ?	10
OUTILS POUR MENER UN PROJET D'INTÉGRATION.....	12
Étape par étape - Utilisation de ce kit d'outils	12
Réaliser un projet	14
Protection des données.....	19
Recherche-action participative.....	20
DOMAINE PRINCIPAL : AFFILIATION	22
PROGRAMME ÉDUCATIF.....	28
RELATION AVEC LA SOCIÉTÉ.....	36
FINANCES	42
STRUCTURE ET MANAGEMENT	48
FORMATION	54
ÉVÉNEMENTS	60
RESSOURCES POUR LES CHEFS D'UNITÉ	66
ANNEXE : GLOSSAIRE	70



POURQUOI LE GENRE ET LA DIVERSITÉ ?

La Région Europe de l'AMGE (REA) s'est engagée à travailler sur le thème du genre et de la diversité dans tout ce qu'elle fait. Le guidisme et le scoutisme ne se font pas dans le vide : ils se produisent dans une société plus large, dans laquelle nous avons tous des expériences différentes et où nous faisons face à des défis différents. Pour que tous ceux qui veulent accéder au guidisme et au scoutisme puissent le faire, nous devons travailler activement à inclure la différence dans notre mouvement. Ceci est essentiel pour atteindre nos objectifs et notre mission, afin de permettre aux filles et aux jeunes femmes de développer pleinement leur potentiel de citoyennes du monde, conscientes de leurs responsabilités. Vous pouvez en savoir plus sur ces engagements dans les stratégies de la REA sur le genre et la diversité¹.

Le guidisme et le scoutisme ont un impact sur le développement de l'identité des jeunes dès leur plus jeune âge et jouent un rôle unique en offrant à nos membres des opportunités de développement. Il est de notre responsabilité de créer des espaces où les jeunes et leurs leaders puissent respecter et partager les différences ; en les aidant à trouver leur place dans le mouvement du guidisme et du scoutisme féminin.

Adopter l'inclusion est une question de bien-être. Assurer le bien-être des enfants et des jeunes dans tout ce que nous faisons représente la base d'un bon programme éducatif et d'un environnement où les jeunes peuvent apprendre à s'épanouir.²

QU'ENTENDONS-NOUS PAR 'GENRE' ?

ONU Femmes définit le genre comme :

*"... les rôles, comportements, activités et attributs qu'une société donnée à un moment donné considère appropriés pour les hommes et les femmes ... Ces attributs, opportunités et relations sont construits socialement et sont appris grâce à des processus de socialisation. Ils sont spécifiques au contexte et au temps ainsi que modifiables. Le genre détermine ce qui est attendu, permis et valorisé chez une personne dans un contexte donné. Dans la plupart des sociétés, il existe des différences et des inégalités entre les femmes et les hommes dans les responsabilités assignées, les activités entreprises, l'accès aux ressources et leur contrôle, ainsi que dans les opportunités de prise de décision. Le genre fait partie du contexte socioculturel plus large, tout comme d'autres critères importants pour l'analyse socioculturelle, notamment la classe, l'origine, le niveau de pauvreté, le groupe ethnique, l'orientation sexuelle, l'âge, etc."*³

'En termes simples, le 'genre' est l'aspect social de notre identité en tant que femmes et hommes : la manière dont nous nous habillons, notre comportement en public, la façon dont nous interagissons avec des membres de sexes biologiques identiques et différents, les rôles que nous avons dans nos familles, les attentes que nous avons pour nos vies. C'est tout ce que nous absorbons de notre culture, de notre société et de nos expériences qui deviennent une partie de notre expérience d'«être une femme» et d'«être un homme». Il est important de noter que tout le monde ne ressent pas «être une femme» ou «être un homme» de la manière la plus courante dans leur société et beaucoup de gens ne s'identifient à aucune de ces deux catégories binaires.

[1] http://en15egsc.europak-online.net/wp-content/uploads/2015/12/Document-EGC-5_Strategy_EN.pdf

[2] <https://www.waggs.org/en/resources/child-protection-toolkit/>

[3] ONU Femmes, <http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>

QU'ENTENDONS-NOUS PAR 'GENRE'? (suite)

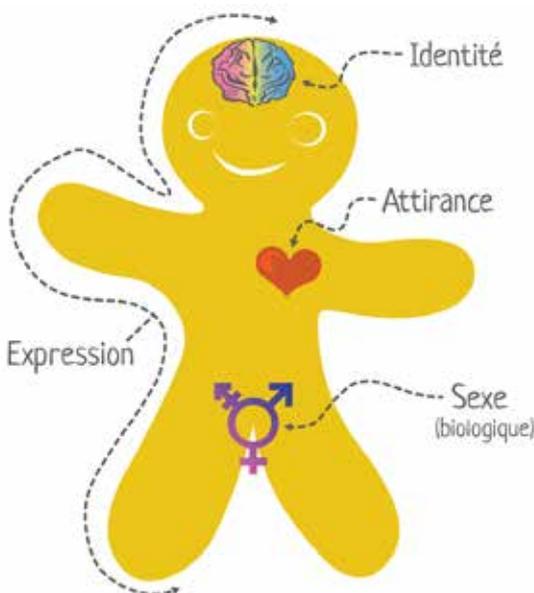
Il existe des normes, des comportements et des traditions appropriés entourant toutes sortes d'identités de genre, dans toutes les cultures. Cela a un impact sur la façon dont nous nous ressentons nous-mêmes et sur la façon dont les autres nous

perçoivent - dans nos relations personnelles, au travail et dans des contextes sociaux comme le guidisme et le scoutisme. Notre identité de genre a donc un impact sur la manière dont nous éprouvons et percevons chaque chose.

Personne Gingenre v3.3

Le genre est l'un de ces concepts que tout le monde croit comprendre, mais que la plupart ignore. Le genre n'est pas binaire. Ce n'est pas « un ou l'autre ». Dans plusieurs cas, il s'agit « des deux et plus ». Une pincée de ceci, un soupçon de cela. Ce délicieux petit guide est conçu comme un hors-d'œuvre afin de mieux comprendre les genres. S'il vous ouvre l'appétit, c'est tant mieux.

by its pronounced **METROsexual**.com



4 versions et combinaisons d'étiquettes possibles (parmi une infinité)

Deslisez votre point dans les deux contributeurs de chaque catégorie pour représenter votre identité et combinez tous les ingrédients pour former votre personne gingenre.

Identité du genre

Comment vous, dans votre esprit, définissez votre genre selon votre conformité (ou non conformité) à ce que vous pensez être les options de votre genre.

Féminité
Masculinité

« femme » « homme »
« bisexuel » « intergenre »

Expression du genre

La manière dont vous manifestez votre genre par vos actions, votre habillement et votre attitude, et comment ces manifestations sont interprétées selon les normes de genre.

Féminin
Masculin

« butch » « fem »
« androgyne » « multiple »

Sexe biologique

Les caractéristiques sexuelles à votre naissance et pendant votre croissance, incluant les organes sexuels, la forme du corps, le ton de la voix, la pilosité, les hormones, les chromosomes, etc.

Féminité
Masculinité

« homme » « femme »
« intergenre » « femme trans »

Vous restez sur votre faim? Apprenez-en plus à <http://bit.ly/genderbread>

Attriance sexuelle envers

Personne { Féminité (Femme/féminine/féminité)
Masculinité (Homme/masculin/masculinité)

Attriance émotionnelle envers

Personne { Féminité (Femme/féminine/féminité)
Masculinité (Homme/masculin/masculinité)

Pour chaque groupe, encerclez toutes les options qui s'appliquent à vous et dessinez le point qui décrit les aspects du genre qui vous attire.

QU'ENTENDONS-NOUS PAR 'DIVERSITÉ' ?

La 'diversité' dans un groupe de personnes signifie que chaque individu apporte des caractéristiques uniques qui peuvent être utilisées pour les différencier. En termes littéraux, cela pourrait être n'importe quoi, de leur consommation d'alcool ou non au nombre de livres présents dans leur bibliothèque..

Cependant, d'un point de vue social et sociétal, la diversité fait référence aux types de différences qui font que les gens sont traités différemment dans la société. L'âge, la classe ou la caste, le contexte économique, les antécédents scolaires, l'origine ethnique, les capacités physiques, la religion, la sexualité et les différences linguistiques sont quelques-unes des différences les plus courantes dans les projets sur la diversité. Ces types de différences peuvent affecter la façon dont vous êtes traité par la société dans laquelle vous vivez.

L'inclusion signifie être respectueux et conscient de ces diversités et conscient de l'impact qu'elles ont sur l'interaction et la compréhension d'une personne concernant n'importe quelle chose dans le monde - y compris l'événement, l'activité ou le processus que vous envisagez actuellement lorsque vous utilisez ce kit d'outils. Chacun de nous est parfois affecté par l'exclusion, c'est une expérience humaine commune que nous partageons tous et que nous pouvons même reproduire inconsciemment. Il est important de s'engager activement dans des pratiques inclusives, afin que nous puissions démontrer que notre mouvement embrasse la diversité et fait du monde un meilleur endroit pour tous.

“Mais sur mon lieu de travail / dans ma famille / dans mon organisation de guidisme et scoutisme, nous sommes neutres en termes de genre/origine/capacité ! Nous traitons tout le monde de la même manière ! “

Etre 'neutre', dire 'je vois la personne, pas l'origine' ou se positionner comme neutre vis-à-vis de la différence semble être une chose positive - une approche qui traite tous les gens indépendamment de leurs caractéristiques personnelles.

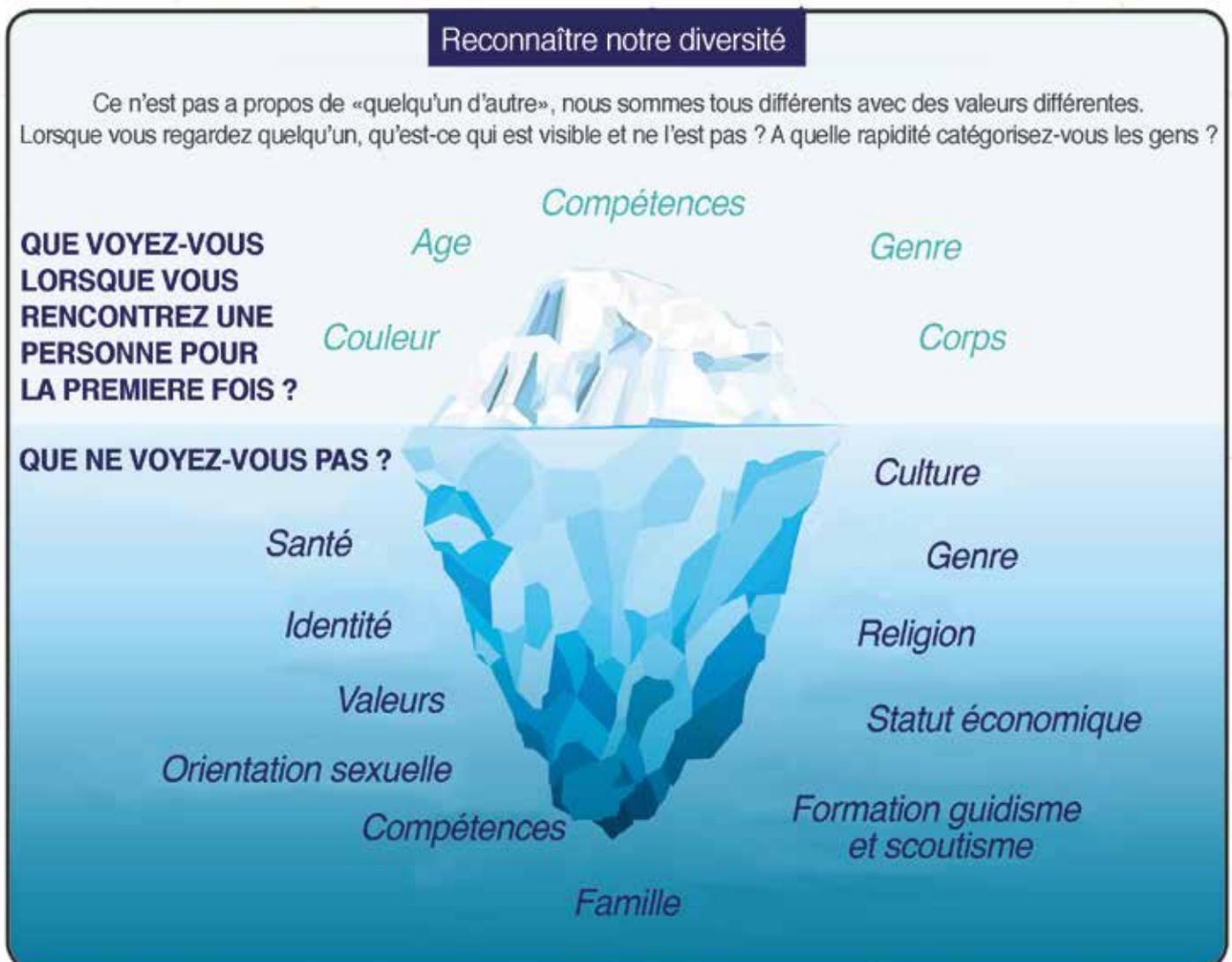
Cependant, une telle approche ignore le fait que nos différences impactent la façon dont nous percevons et comprenons toute chose dans le monde, ainsi que la façon dont nous réagissons. Elle ne tient pas compte du fait que des personnes différentes vont avoir besoin d'un soutien différent pour atteindre les mêmes objectifs, précisément en raison de leur expérience en tant qu'individu ayant un genre, une origine, un ensemble de capacités, un contexte économique, un niveau de scolarité ou n'importe laquelle des nombreuses autres diversités. Si vous n'avez pas eu les mêmes avantages et les mêmes expériences que la personne à côté de vous, vous pourriez trouver certaines choses beaucoup plus difficiles - cela doit être reconnu et pris en compte par les leaders/responsables de la situation ou d'une activité, en admettant que chacun part d'un niveau différent.

QU'ENTENDONS-NOUS PAR 'DIVERSITÉ' ? (suite)

Les personnes qui ont l'expérience de multiples types de différences sociales auront par conséquent une expérience différente de chacune de ces choses. Les différences supplémentaires ne s'ajoutent pas simplement à la liste, elles modifient également toutes les autres. Par exemple, deux filles de quinze ans dans la même classe à l'école dans un pays à majorité chrétienne n'auront pas exactement la même expérience d'adolescente si l'une d'entre elles est catholique et l'autre musulmane. La conscience de ceci s'appelle une

approche intersectionnelle. L'intersectionnalité⁴ permet et considère la manière complexe et cumulative dont les effets des différentes formes de discrimination ou d'oppression se combinent, se chevauchent ou se recourent.

L'intégration est une approche plus puissante que la 'neutralité', car elle prend en compte toutes ces expériences différentes qui se croisent, pour offrir à chacun un soutien vraiment individuel.



[4] <https://www.waggs.org/en/our-world/europe-region/>

QU'EST-CE QUE L'INTÉGRATION DU GENRE ET DE LA DIVERSITÉ ?

L'intégration signifie simplement considérer le genre et la diversité dans tout ce que vous faites. C'est un processus à travers lequel vous pouvez travailler pour devenir pleinement inclusif, en veillant à ce que tous les intervenants soient impliqués dans un environnement sûr, ouvert et diversifié qui réponde le mieux possible aux besoins et à la réalité de votre organisation.

Lorsque nous réfléchissons au genre et à la diversité, nous pensons parfois au ciblage de groupes particuliers de personnes : par exemple celles qui appartiennent à une minorité religieuse ou raciale dans notre pays ; les personnes ayant un handicap physique ; celles qui sont issues d'un milieu socio-économique particulier. Cette approche peut être utile dans certaines circonstances. Néanmoins, nous sommes tous différents de beaucoup de façons. Nos identités se composent de plusieurs couches, et une personne peut appartenir en même temps aux groupes privilégiés et défavorisés. Deux personnes peuvent se ressembler de l'extérieur, mais auront besoin d'un soutien très différent pour être en mesure d'atteindre les mêmes objectifs

Au lieu de penser à cibler un groupe, l'intégration vous aide à considérer ces aspects et à développer une approche des activités qui soit flexible et favorable à tous. Il s'agit de créer un état d'esprit dans lequel vous êtes prêt à adapter votre planification, votre travail et votre évaluation pour pouvoir prendre en compte et accepter la diversité de vos membres.

Mais nous travaillons déjà sur le genre et la diversité...

Et c'est fantastique ! De nombreuses organisations membres (OM) mènent déjà de grands projets et mettent en œuvre toutes sortes de nouvelles mesures pour lutter contre les inégalités de genre et veiller à ce que leurs effectifs soient aussi diversifiés que possible.

Les équipes de travail sur le genre et la diversité de la REA et le groupe de travail sur le genre et la diversité de la REA ont développé et produit ce kit d'outils pour aider les OM à intégrer le genre et la diversité dans tout leur travail. Cette ressource a été créée suite à plusieurs projets de recherche et projets pilotes dans la région et constitue un point de départ flexible et un guide de référence à utiliser pour vous assurer que votre travail, vos activités et vos modes de fonctionnement soient aussi inclusifs et impartiaux que possible. C'est un voyage continu.

L'intégration du genre et de la diversité doit être considérée comme une approche, en comprenant, par exemple, que chaque activité que vous dirigez ne cochera pas toutes les cases pour l'inclusion. Cependant, avec de la flexibilité, des variations et en faisant partie d'un programme varié, dans l'ensemble, cela garantira que le guidisme et le scoutisme soient totalement inclusifs.

RECHERCHE DE LA RÉGION EUROPE – OÙ NOUS EN SOMMES ACTUELLEMENT

Notre recherche a montré qu'il y a encore du travail à faire, même dans les OM qui se concentrent et travaillent déjà ouvertement sur le sujet. **Des projets de cartographie** nous ont également indiqué que certaines OM souhaiteraient un soutien supplémentaire pour s'assurer un accès plus large à l'information.

Le **projet Genre et leadership** a notamment montré que les OM qui travaillent sur le genre et la diversité en tant que domaines thématiques peuvent encore bénéficier de mesures supplémentaires pour mieux répondre aux besoins de chaque membre en tant qu'individu. Le projet a suivi des groupes de filles et des groupes mixtes et a trouvé des preuves que les jeunes étaient encore aux prises avec les effets des préjugés de genre dans les deux groupes.

Le projet Genre et Leadership est un projet de recherche mené en 2016 par l'AMGE en partenariat avec 'Girl Guiding UK' (Ecosse) et 'Scouting Netherland'(SN), avec la consultance de l'Université Oxford Brooks. À l'aide d'une approche de recherche-action participative, SN (contexte mixte) et Girl Guiding Scotland (filles uniquement) ont étudié comment leurs jeunes membres perçoivent les normes de genre et si les filles et les jeunes femmes pensaient qu'elles avaient les mêmes chances de jouer des rôles de leadership à l'intérieur et à l'extérieur du mouvement.

Le rapport, que vous pouvez télécharger sur le site Web de l'AMGE⁴, montre que même si les membres individuels peuvent avoir conscience des problèmes de genre et de diversité en tant que concepts politiques ou sociaux, ils ont parfois besoin d'aide pour les identifier dans leur propre vie comme des obstacles à l'épanouissement. Il a également montré



que nous pouvons avoir une plus grande réflexion sur les vraies diversités présentes dans un groupe apparemment égal.

Le projet Genre et Leadership est un exemple de recherche-action participative dans laquelle les membres de niveau national et les leaders locaux d'une OM ont travaillé avec un chercheur pour mettre le projet en forme. Cela signifiait que la recherche était faite uniquement en fonction de ce qui était spécifiquement adapté à leur situation particulière et qu'elle permettait aux participants de commencer à changer ce qui devait être changé pendant le projet lui-même. Les leaders locaux ont déclaré avoir trouvé cette expérience extrêmement positive et étonnamment facile, et que c'était une nouvelle façon pour les OM de recueillir en direct des informations sur leur situation actuelle. Nous vous recommandons vivement de lire le résumé du projet si vous êtes intéressés.

[5] <https://www.waggs.org/en/our-world/europe-region/>

PERTINENCE DU KIT D'OUTILS TANT POUR LES ORGANISATIONS EXCLUSIVEMENT FÉMININES QUE MIXTES

L'expérience "d'être sexué" nous entoure toujours, même quand nous sommes seuls, indépendamment des autres sexes présents ou non. Dans un environnement composé uniquement de filles, les attentes en matière de genre peuvent être tout aussi limitées que dans les contextes mixtes. Les deux cadres éducatifs offrent une variété d'options pour travailler sur le thème du genre.

Dans les environnements uniquement féminins, nous pouvons adopter l'unique soutien que les individus qui ont vécu des expériences similaires peuvent offrir pour s'épauler mutuellement. Nous pouvons consciemment concevoir des activités où les membres prennent des rôles et des attitudes très différents de ceux qu'ils ont habituellement, ou de ceux que la société attend de leur sexe.

L'intégration du genre et de la diversité est tout aussi importante tant dans les organisations de filles que dans les organisations mixtes. Peu importe dans quel type d'organisation vous êtes, vous pourrez vous poser à vous-même ainsi qu'à vos membres toutes les questions qui figurent dans ce kit d'outils.

Parfois, il peut être plus facile de voir que le fait de se concentrer sur les questions de diversité, en particulier le genre, est davantage nécessaire

dans un environnement mixte où les jeunes doivent négocier les relations entre les sexes dans leur expérience de guidisme et de scoutisme et dans les réunions d'unité etc. Cependant, des recherches menées dans le cadre du projet Genre et Leadership de la REA ont montré qu'il était important de considérer les identités de genre même dans les groupes de filles, pour plusieurs raisons :

- Le guidisme et le scoutisme ne se produisent pas dans un vide social. Quoique les jeunes qui sont impliqués dans le guidisme et le scoutisme montrent moins de préjugés sexistes que les jeunes en dehors du mouvement, ils portent néanmoins en eux tous les préjugés sur le genre de leur société au sens large et de leur culture.
- Cela peut avoir un impact non seulement sur la façon dont ils se traitent les uns les autres, mais aussi sur la manière dont ils se perçoivent et sur la confiance qu'ils ont dans leur capacité à saisir des opportunités au sein et en dehors du guidisme et du scoutisme.
- Les identités croisées des jeunes signifient qu'ils ne reconnaissent pas tous leur genre de la même façon. Une unité composée uniquement de filles sera pleine de jeunes qui ont différentes façons de vivre avec leur genre.

COMMENT

UTILISER CE KIT D'OUTILS ?

Ce kit d'outils a été créé en tant qu'outil de réflexion et d'orientation pour la prise en compte du genre et de la diversité dans vos propres environnements. C'est un outil conçu pour être flexible et adaptatif ; on peut l'utiliser en partie et puiser dedans pour une consultation, plutôt que comme un programme à compléter du début à la fin. Cela signifie que vous pouvez plonger directement dans la section et les zones les plus pertinentes pour vous et vos objectifs et/ou votre projet.

L'intégration du genre et de la diversité est un voyage sur lequel nous, la REA, sommes ensemble en tant qu'équipe et avec vous. C'est un processus continu et évolutif et il n'existe aucune attente ou pression pour faire en sorte que chaque activité soit inclusive à 100% immédiatement et dès le début. C'est un processus qui permet aux organisations de grandir et de se développer, en réfléchissant continuellement aux décisions prises et à leurs impacts.

ETAPE PAR ÉTAPE - UTILISATION DE CE KIT D'OUTILS

Ce kit d'outils présente cinq grandes questions posées dans six domaines principaux. Les questions sont divisées en petites questions pratiques que vous pouvez vous poser afin de vous assurer que vous envisagez les questions de genre et de diversité dans tous les domaines de votre organisation. Les petites questions pratiques sont destinées à être complétées par des personnes

engagées dans des OM au niveau national. Pour un projet donné, si vous et votre équipe envisagez ces cinq questions dans le cadre de votre processus pour entreprendre un domaine d'action, alors vous faites de l'intégration.



6 DOMAINES PRINCIPAUX

Le kit d'outils se rapporte aux documents existants de l'AMGE sur le développement de votre OM, à savoir les directives pour l'auto-évaluation de la croissance, et se concentre sur les six domaines principaux :

- Affiliation
- Programme éducatif
- Finances
- Relations avec la société structure et gestion et
- Formation

Chaque domaine principal a son propre chapitre.

CINQ QUESTIONS CLÉS

Dans chaque chapitre, on vous posera cinq questions. Ce sont les mêmes questions que celles qui apparaissent dans l'outil d'intégration en une page "Quick Start", également téléchargeable sur le site web de la REA¹.

Les cinq questions sont :

- Qui touchons-nous ?
- Qui nous rejoint ?
- Qui reste ?
- Qui a de l'influence ?
- Qui part ?

Ce sont des questions que vous et votre équipe pouvez vous poser concernant n'importe quel aspect de votre travail. Des sous-questions spécifiques sont ensuite suggérées dans chaque chapitre des domaines principaux et sont abordées séparément et organisées selon une perspective de genre, puis de diversité.

Vous constaterez peut-être que vous ne pouvez pas répondre à certaines de ces questions. Cette constatation peut vous être utile, car elle vous indiquera où vous pouvez envisager de collecter des données sur des problèmes que vous n'analysez pas actuellement.

[6] <https://www.waggs.org/en/resources/gender-mainstreaming-europe/>

ETAPE PAR ÉTAPE - UTILISATION DE CE KIT D'OUTILS (suite)

La collecte de données est primordiale dans l'intégration du genre et de la diversité. Le guidisme et le scoutisme ne se pratiquent pas en vase clos et nous apportons dans nos activités de guidisme et de scoutisme des préjugés présents dans la société même si nous ne le voulons pas. Examiner les données du recensement et recueillir des données précises liées au genre et à la diversité peut nous aider à voir des aspects de notre association qui

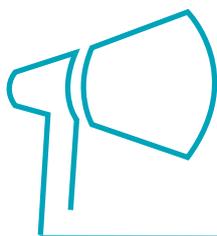
étaient invisibles auparavant. Si vous êtes déjà très inclusifs et que vous n'avez aucune donnée autre que la perception commune de votre OM, alors ce serait une bonne occasion de commencer une collecte de données. Elle vous sera également extrêmement utile si vous êtes amenés à travailler sur la croissance. (De plus amples informations sur la collecte de données sont disponibles à la fin de ce kit d'outils, en annexe.)

1. QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Comment et quand communiquons-nous avec d'autres personnes sur nos activités ?
- Comment et quand communiquons-nous avec notre groupe ?
- Notre communication externe et interne est-elle adaptée (inconsciemment) à certains types de personnes ?

2. QUI NOUS REJOINT ?

- Comment pouvons-nous faire pour qu'il soit plus facile de débiter en tant que scout, guide ou leader ?
- Quand quelqu'un se joint à nous, quel rôle endosse-t-il ? Est-ce que ce rôle est lié à son genre ou groupe identitaire ?
- Est-ce que ceux qui nous rejoignent représentent pleinement notre communauté et notre société ?



3. QUI RESTE ?

- Qui devient membre à long terme ? Est-ce qu'il y a un modèle pour le type de filles et le type de garçons qui restent ?
- les besoins fondamentaux de tous les membres d'un groupe sont-ils abordés de manière juste et impartiale ?
- Est-ce qu'il y a des rôles et des responsabilités inégaux ou discriminatoires dans la détermination des tâches, des responsabilités et de la prise de décision ?

4. QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Qui a une voix et qui est écouté à différents niveaux ?
- Des stratégies sont-elles utilisées dans la pratique pour encourager la participation des voix les moins influentes ?

5. QUI PART ?

- Qui s'en va et pourquoi ? Que faites-vous pour en comprendre les raisons ?
- Les inégalités et la discrimination sont-elles contestées de façon constructive ?

MENER UN PROJET

Au début d'un projet, vous ou votre OM pouvez avoir une structure ou une procédure privilégiée qui guidera le développement du projet. Si ce n'est pas le cas, vous pouvez utiliser les éléments suivants :



Pour plus d'informations sur la gestion de projet, vous pouvez utiliser les ressources de l'AMGE, *Soyez le changement*⁷ ou les ressources de leadership de l'AMGE : compétences en management⁸



[7] <https://www.waggs.org/en/resources/be-change-community-action-toolkit/>

[8] https://www.waggs.org/documents/1055/Resources_management_skills_FINAL.pdf

MENER UN PROJET (suite)

COLLECTE DE DONNÉES

1. Qu'entend-on par collecte de données ? Pourquoi est-ce important ?

“Les données” sont des faits et des statistiques collectés ensemble pour référence ou analyse. Les données qui peuvent être collectées sont illimitées, nous devons donc nous concentrer sur ce qui est pertinent pour nos besoins et nos objectifs. Les exemples de collecte de données dans le guidisme et le scoutisme peuvent se référer au nombre de jeunes issus de milieux socioéconomiques particuliers inscrits dans votre organisation, aux montants consacrés à la formation des bénévoles sur la diversité ou aux réponses fournies par vos leaders locaux dans une enquête pour savoir à quel point ils sont satisfaits du bénévolat.

Il est très probable que vous travailliez déjà avec des données dans le suivi de vos effectifs. L'étape suivante consiste à réfléchir à la façon dont vous les collectez et à quels types de questions vous souhaitez répondre grâce à ces données (ou qu'aimeriez-vous comprendre). Cela vous aidera à tirer le meilleur parti de l'intégration et à surveiller si celle-ci a l'impact escompté ou souhaité dans votre organisation.

2. Quel type de données pouvez-vous collecter ?

Vous pouvez collecter et exprimer des données de deux manières : quantitative et qualitative.

Les données quantitatives sont des données que vous pouvez mesurer exactement et exprimer en chiffres. Par exemple : le nombre de jeunes issus de l'immigration qui restent dans votre organisation pendant plus de deux ans. Il n'y a pas d'opinion exprimée dans ces données : c'est un nombre fixe quel que soit celui qui le recueille.

Les données qualitatives sont des données beaucoup plus difficiles à mesurer de façon exacte avec des nombres, mais qui donnent une meilleure compréhension des raisons/ explications sous-jacentes. Ce sont souvent des données sur les expériences, les valeurs ou les opinions des gens. Par exemple : l'explication que donne un membre de votre mouvement lorsque vous lui demandez de dire à quel point ses besoins sont satisfaits.

Un avantage des données qualitatives est qu'elles peuvent vous donner un aperçu plus approfondi des motivations des personnes pour leurs actions, leurs besoins et leurs réponses. La collecte peut souvent prendre plus de temps que pour des données quantitatives, car les questions sont souvent plus complexes ; leur analyse peut également être plus difficile car ce n'est souvent pas aussi simple que de compter des chiffres et d'identifier les tendances. Les humains ne sont pas non plus des êtres rationnels et, par conséquent, un certain niveau d'interprétation devrait être pris en compte dans l'élaboration des questions et la traduction des résultats des données.

Vous devez garder trois questions à l'esprit au moment de choisir ce que vous allez collecter :

- Qu'est-ce que je veux savoir ?
- Que puis-je collecter ?
- Que puis-je analyser ?



MENER UN PROJET (suite)

COLLECTE DE DONNÉES (suite)

3. Comment pouvez-vous collecter des données ?

Les données quantitatives peuvent être collectées de différentes manières :

Recensement : collecte de données sur chaque unité d'un groupe, par ex. si vous recueillez des données sur l'âge des participants lors d'une formation de base, on pourrait considérer cela comme un "recensement de classe".

Enquête par sondage : seuls certains membres sont contactés pour des données, par ex. si vous recueillez des données auprès de trois groupes locaux, on pourrait considérer cela comme une "enquête par sondage du programme" que vous pourriez appliquer à l'échelle régionale.

Données administratives : collectées à la suite des opérations quotidiennes d'une organisation, par ex. des données sur les heures de bénévolat ou le nombre de membres dans l'organisation.

Études de suivi : utilisation a) d'une enquête régulière comme outil de base b) combinée à des discussions approfondies avec un échantillon des personnes interrogées et à c) l'interview d'informateurs clés sur des questions clés.

Les données qualitatives peuvent être collectées par exemple grâce à des :

Enquêtes : Des questionnaires standardisés qui posent la même question à chaque participant. Ceux-ci peuvent prendre de nombreuses formes différentes - voir l'exemple ci-dessous au sujet de la collecte de données "Interruption sexospécifique dans les réunions".

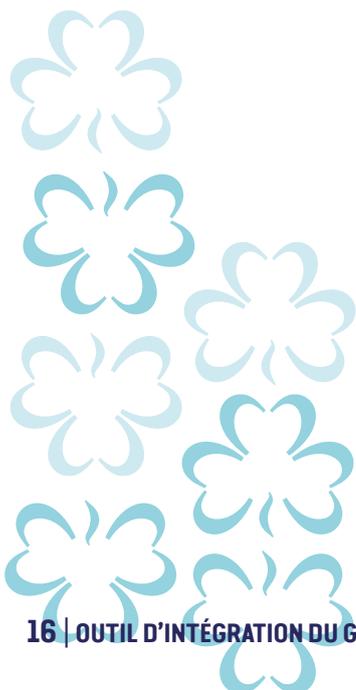
Interviews : Conversations en face à face structurées ou non structurées avec les personnes ou les leaders clés d'une collectivité. Groupes de discussion: Entretiens structurés et/ou discussions avec des petits groupes de personnes à l'aide de questions standardisées, de questions de suivi et d'exploration d'autres sujets.

Observations : On demande à un groupe ou à un seul guide ou scout d'effectuer une tâche ou une action spécifique. Des observations sont ensuite faites sur les comportements, les processus, les flux de travail, etc., dans une situation réelle de la vie (par ex. à l'Assemblée générale)



Lorsque vous devez choisir entre différents types de collecte de données, ces questions peuvent être utiles :

- Les méthodes de collecte de données conviennent-elles aux groupes cibles et aux problèmes évalués ?
- Quelle est la fiabilité de l'instrument de mesure, c.-à-d. est-ce qu'il donnera les mêmes réponses aux mêmes questions s'il est administré à des moments différents ou à des endroits différents ? Est-ce que cela affecte les conclusions que vous en tirez ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de chacun des types de collecte de données disponibles pour votre projet ?



MENER UN PROJET (suite)

COLLECTE DE DONNÉES (suite)

Vous pouvez envisager des moyens d'utiliser la collecte de données existante dans laquelle vous êtes déjà engagés. Quelles informations collectez-vous à l'échelle nationale pour les nouveaux membres ? Comment cartographiez-vous la répartition géographique de vos membres ? Est-ce que vous surveillez déjà le temps passé sur les différentes activités par les leaders de votre organisation ? Est-ce qu'une organisation similaire à la vôtre collecte déjà des données sur ce qui vous intéresse et vous pouvez les utiliser en partie ? En débutant un projet d'intégration, vous n'aurez peut-être qu'à adapter une partie de la collecte de données que vous faites déjà pour trouver la réponse à la question clé que vous posez : est-ce que l'intégration rend le guidisme et le scoutisme meilleurs et plus accessibles ?

4. Concevoir de bons outils de collecte de données

Il est important, dès le départ, de réfléchir à la façon dont les données collectées seront analysées et partagées. Quel genre d'évaluation sera mis en place ? Qui devrait être impliqué dans la définition des questions et la détermination des indicateurs ? Vous voulez être sûr que les indicateurs soient reconnus par les décideurs de l'organisation, pour éviter que les résultats de la recherche ne soient refusés à un stade ultérieur.

Il est important d'être cohérent pour que vous puissiez voir de quelle manière l'indicateur que vous contrôlez (par exemple, le nombre de participants, la satisfaction) évolue avec le temps. Vous ne pouvez comparer les données que si vous les collectez exactement de la même manière à chaque fois.

Essayez de ne pas anticiper ou induire en erreur. Si vous créez un sondage et que vous demandez "pensez-vous que cette politique est bonne ?", vous posez une question différente de "que pensez-vous de notre politique ?" Les questions directrices influenceront les réponses et pourraient avoir un impact sur l'authenticité des réponses et des résultats généraux.

Demandez-vous si vos données doivent être mises à jour régulièrement pour rester pertinentes et fournir une image précise et/ou si elles doivent s'adapter au fil du temps pour suivre les progrès. Les procédures de collecte de données peuvent être routinières et se dérouler selon un calendrier régulier, par exemple toutes les deux semaines, tous les mois ou tous les ans, suivant l'objectif des données collectées. Pour établir un calendrier de collecte de données, appuyez-vous sur des calendriers existants ou des sources de collecte de données routinières, comme les commentaires à la fin des programmes de formation.

La normalisation de la collecte de données peut faciliter la facilité l'utilisation ainsi que la qualité des données. Une bonne méthode de standardisation consiste, par exemple, à ajouter des menus de sélection ou des réponses à choix multiples ou des cases à cocher comme options de réponse, plutôt que de demander au répondant de créer sa propre réponse. La facilité de réponse encouragera plus de personnes à participer.

Cette forme de standardisation peut être utile pour collecter certains types de données, mais peut également être utilisée conjointement avec des questions ouvertes. Ces types de questions peuvent être riches en informations qualitatives et avoir leurs propres avantages, mais peuvent réduire la participation et prendre plus de temps à analyser. Il est important de choisir et de concevoir l'approche de collecte de données pour obtenir les informations que vous essayez de comprendre auprès de votre public cible.



Les formulaires sont les plus utilisés dans la collecte de données, mais ne vous limitez pas aux formulaires papier. Les formulaires sur le Web ou les téléphones portables sont faciles à remplir par les participants et vous obtiendrez vos informations plus rapidement.

MENER UN PROJET (suite)

COLLECTE DE DONNÉES (suite)

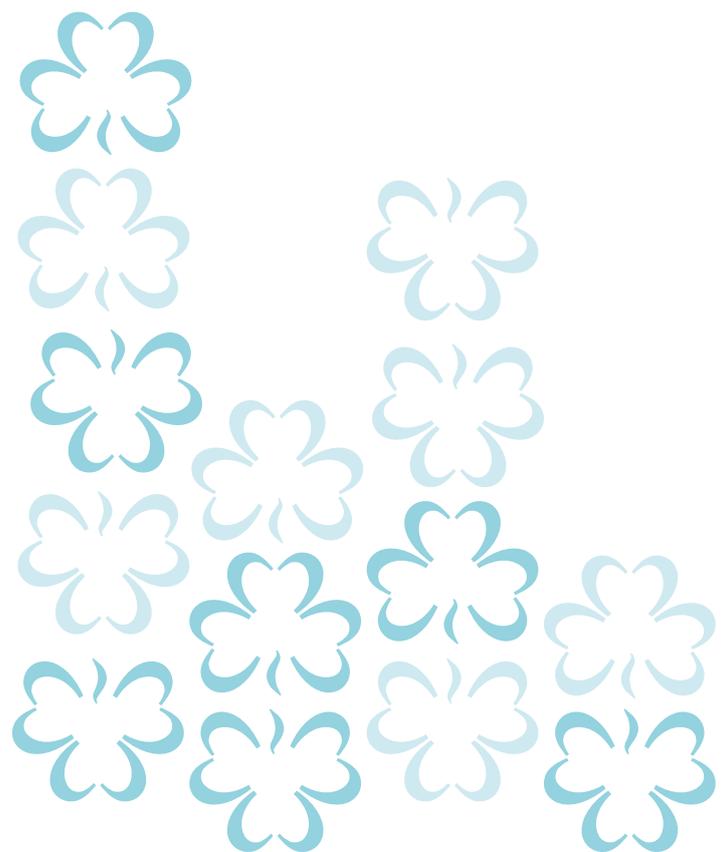
Examiner de manière critique la conception du formulaire pour éliminer la confusion et les erreurs. Chaque champ du formulaire doit répondre à un objectif spécifique. Lorsque vous concevez un formulaire de collecte de données, demandez-vous pourquoi vous posez chaque question. Si vous ne trouvez pas de bonne raison, pensez à supprimer la question. Cela se traduira également par un formulaire plus simple qui sera plus facile à remplir pour les répondants, ce qui pourrait augmenter le nombre de formulaires retournés.

Avant de distribuer des formulaires à grande échelle, testez-les, en demandant à une ou plusieurs personnes qui n'ont pas encore vu les formulaires de les remplir. Cela peut vous aider à identifier les problèmes du formulaire et vous permettre de le mettre à jour avant qu'il ne soit distribué à tout le monde.

5. Autres considérations lors de la planification de votre collecte de données :

- Diverses données ont déjà été recueillies à partir de votre vivier de membres et des cotisations déterminant qui participe à vos événements de formation et de programme. C'est une source de données existante - comment pourrait-elle être réutilisée pour répondre à vos besoins ?
- Une fois que vous avez collecté des données, vous pouvez les comparer à d'autres données, telles que les statistiques nationales. Vos effectifs reflètent-ils de manière équilibrée les statistiques de votre population nationale ou locale ? Par exemple, vous pourriez trouver le pourcentage de vos membres qui ont une foi particulière et le comparer au pourcentage de la population ayant cette foi. Cela pourrait montrer dans quelle mesure vous faites appel aux membres de cette foi ou identifier l'opportunité potentielle de croissance.

- Quelles informations existent déjà ou ont été collectées pour faciliter le suivi des changements ? Quelle recherche et quels rapports pertinents sur le domaine cible que vous avez sélectionné existent déjà ? S'il n'y a pas de données, qu'est-ce que cela vous indique ? Vous pouvez considérer si cela vaut la peine de les recueillir vous-même.
- Comment pouvez-vous vous assurer que les petits changements seront mesurés ? Les parties prenantes exercent une pression croissante pour démontrer les changements significatifs dans une période déterminée. Il est important de considérer quels indicateurs peuvent être utilisés pour mesurer les changements à court terme et comment vous allez saisir les changements souvent petits et nuancés dans les comportements qui ont tendance à se produire au fil du temps.



MENER UN PROJET (suite)

“Vous avez le devoir légal et moral de protéger ces données de manière à ce que personne d'autre ne puisse y avoir accès sans le consentement de la personne qui vous les a données. ”



PROTECTION DES DONNÉES

Lorsque vous collectez des données, il est possible que vous collectiez des informations personnelles sensibles liées à l'identité des personnes, telles que leurs noms, dates de naissance et coordonnées. Vous avez le devoir légal et moral de protéger ces données de manière à ce que personne d'autre ne puisse y avoir accès sans le consentement de la personne qui vous les a données. Chaque pays a ses propres lois sur la protection des données et vous devez vous assurer que votre organisation s'y conforme. Généralement, une bonne pratique de protection des données signifie

- Penser de façon critique au type d'informations que vous collectez. Avez-vous vraiment besoin des noms des personnes / date de naissance / ville de résidence, etc. ?
- Stocker ces données de manière sécurisée. Les formulaires papier avec des informations personnelles identifiables doivent être mis sous clé. Les mots de passe et le cryptage doivent être utilisés sur les méthodes de stockage numérique.
- Limiter le nombre de personnes (s'il y en a plusieurs) qui peuvent accéder aux données brutes. Recruter un 'responsable de la

protection des données/de l'information' qui assure la sécurité des données est une bonne pratique, ainsi que la définition d'un plan pour savoir qui a un accès et à quels fichiers de données.

- Avec l'entrée en vigueur de la nouvelle législation dans l'Union européenne en mai 2018, tous les participants qui fournissent des données doivent avoir le droit d'être oubliés et retirés de toute base de données. Vous devez envisager et mettre en place des processus pour que cela puisse être mis en œuvre dans un délai donné, par exemple 24 h / 48 h, par le responsable de la protection des données.
- La nouvelle législation exige également que toute personne puisse demander un 'accès par sujet' et qu'elle ait le droit d'accéder à toutes les données personnelles que vous pourriez avoir sur elle. Encore une fois, des processus et des procédures doivent être envisagés et mis en place pour donner suite à cette demande si elle est faite.

MENER UN PROJET (suite)

RECHERCHE-ACTION PARTICIPATIVE

La recherche-action participative (PAR) est un processus de recherche qui s'est avéré efficace pour évaluer les attitudes et l'impact des activités sur les individus dans les contextes du guidisme et du scoutisme de la Région Europe de l'AMGE. Le projet de recherche Genre et Leadership de la REA, dont les résultats ont été présentés à la Conférence Europe en 2016, a utilisé le PAR pour étudier comment le genre était lié aux attitudes pour le leadership parmi ses jeunes membres. C'est une approche collaborative de la recherche qui

met l'accent sur l'engagement des participants et la réflexion personnelle, et qui convient donc au modèle axé sur la jeunesse de notre mouvement. Elle met également fortement l'accent sur l'action : le but est de rechercher un besoin et de tester les moyens de répondre à ce besoin. Il pourrait donc être utile à votre organisation de mesurer les effets de tous changements, nouvelles activités ou nouvelles méthodes de travail que vous mettez en œuvre lorsque vous vous engagez dans ce projet d'intégration.

Comment ça marche dans un contexte de guidisme et scoutisme ?

Le cycle de recherche axé sur l'action de la PAR fonctionne comme suit, avec des exemples concrets tirés du projet Genre et leadership :

- **Consultation - décider en tant que communauté quels sont les problèmes**
Une réunion a eu lieu entre les leaders locaux et les membres des équipes nationales des deux OM. Une chercheuse universitaire entraînée a mené des discussions pour définir les problèmes sur lesquels ils voulaient enquêter. Elle les a également formés aux méthodes de collecte de données et a animé des discussions sur la conception d'activités pertinentes.
- **Première analyse - collecte de données sur les problèmes**
La chercheuse a conçu un sondage en ligne pour mesurer les attitudes des jeunes membres individuels qu'ils ont tous complétés pour trouver une mesure de référence. Ensuite, chaque responsable local a développé une activité d'audit adaptée à son propre groupe, réalisée pendant son temps de réunion habituel, afin de déterminer quels étaient les problèmes les plus importants pour leur contexte local.

- **Conception collaborative de l'action - se rassembler pour définir des actions**

Les leaders locaux se sont rencontrés dans leurs pays respectifs et ont partagé les résultats de leur première analyse. Ensemble, ils ont conçu une série d'actions visant à résoudre les problèmes identifiés à l'étape 2.

- **Mise en œuvre de l'action**

Les leaders locaux ont mené plusieurs actions avec leurs groupes locaux en tant qu'activités lors de leurs réunions régulières.

- **Deuxième analyse - mesurer l'impact de l'action**

Les leaders locaux ont répété l'activité d'audit de l'étape 2. Le questionnaire en ligne a ensuite été répété, pour voir si les attitudes dans les groupes locaux avaient été affectées par la participation au projet.

Evaluation

Les leaders locaux, le comité directeur et la chercheuse se sont rencontrés pour discuter des résultats et réfléchir au processus. La chercheuse a produit un rapport complet basé sur tous les résultats..

MENER UN PROJET (suite)

RECHERCHE D'ACTION PARTICIPATIVE (suite)

Réflexions sur la PAR de Scouting Nederland et Girlguiding Scotland

- La PAR peut être un moyen très utile d'engager les membres de votre OM à réfléchir sur leurs pratiques et à améliorer leurs méthodes de travail.
- Après une formation initiale sur les méthodes, vous n'avez pas nécessairement besoin d'impliquer un universitaire externe jusqu'à la fin ...
- ... mais il peut être intéressant d'inviter un observateur externe. Ce projet a montré l'avantage d'un point de vue externe, quelqu'un qui pouvait poser de nouvelles questions qui n'avaient pas encore été testées. En tant qu'enseignante, la chercheuse avait une capacité supplémentaire pour faire de la "recherche documentaire" pour compléter la recherche active, ce que les OM n'avaient peut-être pas pu faire
- Au départ, certains leaders locaux craignaient que ce soit beaucoup de travail, mais ils ont été agréablement surpris de la facilité avec laquelle la recherche s'intègre dans les réunions habituelles avec leurs groupes.
- C'était aussi l'occasion pour les leaders locaux de se connecter les uns avec les autres dans leur propre pays et ils ont donné des commentaires positifs sur les avantages que cela offrait pour leur développement. Ce type de recherche ne doit pas nécessairement être entrepris à l'échelle internationale : il pourrait être utilisé pour étudier les différentes conditions dans des zones contrastées d'un pays, comme les zones urbaines/rurales.
- Les leaders locaux ont réagi favorablement au court laps de temps pour cette recherche, qui a été achevée dans un délai de six mois - c'était faisable.

INTRODUCTION

Les membres devraient refléter la composition de notre société ; par conséquent, ils jouent un rôle clé dans l'accomplissement de la diversité et de l'égalité des genres. Si nous pouvons réunir des membres représentant l'ensemble de la communauté locale et soutenir chacun d'eux pleinement, nous ne doutons pas que nos membres dans leur diversité et responsabilisés initieront un changement total dans l'ensemble de l'organisation.

Dans le guidisme et le scoutisme, nous avons de nombreuses traditions et cérémonies. Ces traditions et ces cérémonies nous donnent l'impression d'appartenir à un groupe fort et nous

nous sentons en sécurité. Elles nous distinguent du monde extérieur à notre unité, groupe ou équipe. Mais pour devenir inclusifs, nous devons réfléchir à la façon dont ces pratiques pourraient être ressenties et ce qu'elles pourraient signifier, pour quelqu'un de nouveau dans notre communauté. Peut-être que ce sont exactement les pratiques qui font que les membres potentiels se sentent exclus et les empêchent de rester assez longtemps pour participer pleinement au mouvement.

'Les membres devraient refléter la composition de notre société ; par conséquent, ils jouent un rôle clé dans l'accomplissement de la diversité et de l'égalité des sexes.'





QUESTIONS AXÉES SUR LE GENRE

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Dans notre langue, utilisons-nous le genre dans la grammaire ? De quelle façon ? Utilisons-nous toujours un langage sexué ou certains termes dans une seule forme de genre, à savoir un leader ? Quel message cela pourrait-il véhiculer ?
- Comment représentons-nous l'équilibre entre tous les genres dans les photos et la publicité ?
- Avons-nous une politique inclusive pour les membres LGBT+ ?
- En s'inscrivant en tant que nouveau membre, les membres peuvent-ils choisir librement comment exprimer leur genre ?
- Comment parlons-nous des personnes de genres différents du nôtre ? Est-ce que nous catégorisons les individus ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Est-ce que nous menons des activités uniquement pour des 'personnages' spécifiques, tels que des filles aventureuses ou des garçons créatifs ?
- Recrutons-nous un nombre équilibré de membres de tous les genres dans chaque groupe d'âge ?
- Avons-nous plus de leaders d'un seul genre ? Dans quelles tranches d'âge ?
- Focus pour les OM composées uniquement de filles : Est-ce qu'il existe une image typique de la guide que nous recrutons, ou sommes-nous ouverts à des personnages non typiques qui ne correspondent pas à un certain stéréotype décrivant comment devraient être les filles ou les femmes ?

QUI RESTE ?

- À mesure qu'ils vieillissent, est-ce que les membres d'un certain genre sont plus susceptibles de rester que d'autres ?
- Comment les groupes locaux sont-ils structurés ? Avons-nous des équipes diversifiées et équilibrées, de sexes et de genres différents, en unités ?

- Compilez-vous des statistiques d'adhésion sur le nombre d'hommes et de femmes dans votre organisation et les postes qu'ils occupent ?
- Focus pour les OM composées uniquement de filles : Comment communiquez-vous à vos membres que le guidisme/scoutisme féminin n'est pas seulement destiné aux filles "aventureuses" ou stéréotypées "girly" ? Faites-vous un effort conscient pour montrer votre ouverture à un éventail de personnalités ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Existe-t-il un juste équilibre entre les genres des représentants de chaque groupe d'âge dans les structures décisionnelles ? Est-ce que tous les genres ont une part égale de voix dans l'expression de leurs opinions ?
- Comment vous assurez-vous que les filles et les jeunes femmes aient des opportunités de se sentir autonomes ?
- Tous les leaders ont-ils les mêmes opportunités d'être entendus ? Avez-vous un nombre égal de leaders influents de chaque genre ?
- OM composées uniquement de filles : incluez-vous des perspectives de genre variées dans votre processus de prise de décision ?

QUI PART ?

- Tenez-vous des statistiques sur le taux de décrochage et les raisons des départs pour chaque genre au sein de chaque groupe d'âge ?
- Pensez-vous que les stéréotypes de genre représentent une possible raison pour les membres qui partent ?
- OM composées uniquement de filles : les filles qui ne correspondent pas aux images traditionnelles d'une fille se sentent-elles les bienvenues ou partent-elles avec le temps ?

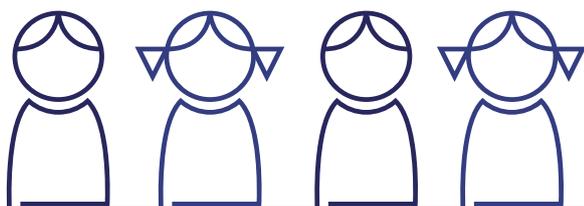
EXEMPLES GENRE

EXEMPLE 1

Dans un groupe local, les leaders de la section plus âgée sont enviés par les leaders de jeunes, car ils n'ont pas à faire face à la lutte avec de jeunes scouts et guides qui ont peur dans la forêt et ont des difficultés avec certains aspects du camping. Dans ce groupe plus âgé, ils déclarent avec fierté : "À l'âge de 14 ans, nous nous sommes débarrassés des filles Hello Kitty", ce qui signifie qu'il ne reste que des filles qui aiment se salir dans les activités de plein air. Un groupe voisin a une approche différente envers ses jeunes membres. En posant la question "qui s'en va ?", ils ont compris que pour garder les filles plus âgées dans le groupe, ils devaient offrir des programmes optionnels et maintenir un équilibre entre les activités à l'intérieur et en plein air.

EXEMPLE 2

Les leaders ont remarqué que dans leur groupe local, quand ils jouaient à des jeux physiques à l'extérieur, et qu'ils avaient un leader féminin décisif, elle ne correspondait pas à la compréhension de chacun concernant les rôles appropriés pour les filles et les femmes. Pour mieux comprendre quels étaient exactement les principaux défis, ils ont organisé des conversations avec les membres du groupe et leurs familles sur les attentes envers les femmes en matière de leadership. Ils se sont également efforcés d'éduquer les membres et leurs familles sur l'éventail des possibilités offertes par le guidisme et le scoutisme féminin pour s'épanouir en essayant de nouveaux rôles. Ils ont ajusté le programme pour effectuer de plus petites étapes lorsqu'ils testaient des rôles peu familiers et ont encouragé les membres à réfléchir sur leurs expériences pour améliorer l'apprentissage. Ces étapes étaient plus accessibles et ont amené davantage de membres à explorer les rôles de genre. Les leaders ont également mis en place divers moments pour évaluer le programme et découvrir toutes les frustrations, afin que leur programme reste stimulant et éducatif, alors que leurs membres diversifiés restent engagés et heureux.



EXEMPLES GENRE

EXEMPLE 3

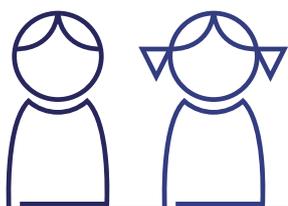
Un groupe local a commencé à perdre ses adhérentes adolescentes. Après avoir parlé aux filles qui avaient renoncé, les leaders ont appris que beaucoup d'entre elles cessaient de venir au camp lorsque leurs règles commençaient. Les leaders ont constaté que les conditions de camping sauvage (nulle part où se débarrasser des produits sanitaires, manque de douches facilement accessibles) constituaient un obstacle pour les adolescentes, surtout lorsque les filles ne se sentaient pas à l'aise pour en discuter avec leurs leaders. En fournissant des informations sur le dispositif sanitaire dans le cadre du briefing standard des camps, une barrière a été retirée. Les leaders qui se préparaient à emmener les jeunes camper ont discuté de la façon d'aborder cette question pendant leur formation. La question des douches était plus difficile à résoudre, mais les leaders ont demandé à leurs filles de venir les voir si elles avaient besoin d'un accès plus régulier ou plus facile aux douches.



EXEMPLE 4

Il y a quelques années, des chercheurs en sciences sociales de l'Université de Waterloo et de l'Université Duke ont codé une longue liste d'adjectifs et de verbes masculins ou féminins, puis ont examiné un site d'emploi populaire pour trouver ces mots et chercher un langage sexué. Ils ont constaté que les offres d'emploi dans les domaines dominés par les hommes (comme la programmation de logiciels) avaient tendance à utiliser beaucoup plus de mots codés masculins tels que "compétitif" et "maîtriser" que les offres d'emploi dans les domaines à prédominance féminine. Une recherche de suivi a confirmé que de tels mots rendaient ces listes d'emploi moins attrayantes pour les femmes.⁹

Avez-vous pris en compte le langage que vous utilisez pour promouvoir votre programme ?



[9] <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2016/12/14/how-to-take-gender-bias-out-of-your-job-ads/#7db9f9d11024>



QUESTIONS AXÉES SUR LA DIVERSITÉ

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Qui se reconnaît dans le guidisme et le scoutisme et qui a envie de devenir membre ?
- Qui correspond à votre profil de guide ou de scout idéal ? Qui est représenté dans les images utilisées pour promouvoir le guidisme et le scoutisme ?
- De qui perdez-vous l'attention en disant que vous êtes exclusivement féminin/mixte ? Aimerez-vous attirer des membres de ce groupe, si vous saviez comment les atteindre ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Les gens ont-ils besoin de compétences, de capacités ou de ressources spécifiques pour participer ou être des leaders ? Comment peut-on les obtenir ? Peuvent-elles être acquises en adhérant ? Et comment cela est-il communiqué ?
- Les nouveaux membres pourront-ils participer à des activités avec des membres du même âge ?
- Comment les personnes qui n'ont pas de contexte ou de connaissance concernant le guidisme et le scoutisme communiquent-elles / sont-elles attirées par l'adhésion ?
- Les gens doivent-ils voyager loin pour se joindre à nous ?
- Existe-t-il un engagement de temps minimum ou fixe requis pour adhérer ? Y a-t-il de la flexibilité dans la façon dont les gens peuvent nous rejoindre et participer ?
- OM composées uniquement de filles : comment pouvez-vous attirer les personnes qui ne sont pas familières aux environnements réservés aux filles pour essayer nos activités ?

QUI RESTE ?

- Qui va s'épanouir et exceller dans le guidisme et le scoutisme ?
- Est-ce que tout le monde accèdera aux mêmes opportunités ?
- Certaines façons de participer sont-elles jugées plus importantes que d'autres ?
- OM composées uniquement de filles : nos membres subissent-ils la pression de leurs pairs en dehors de notre mouvement pour ne pas rester dans un environnement réservé aux filles et aux femmes ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Qui est entendu et qui prend les décisions ?
- Quelles informations contrôlez-vous sur les personnes occupant des postes décisionnels ?
- Que se passe-t-il si quelqu'un ne se sent pas entendu ? Que se passe-t-il s'il est noté que quelqu'un ne contribue pas ? Votre organisation pourrait-elle remarquer que certains groupes ne contribuent pas ?
- OM composées uniquement de filles : favorisez-vous certaines attitudes stéréotypées par rapport à celles qui sont "hors des sentiers battus" lors de la prise de décisions ?

QUI PART ?

- Est-ce que cela fait une différence selon qui part et pourquoi ?
- Avons-nous suffisamment de connaissances sur ceux qui partent et pourquoi ?
- Est-il acceptable que quelqu'un s'en aille dans certaines circonstances ?
- Est-ce que cela fait partie de notre culture de découvrir les véritables raisons du départ, même si cela entraîne la confrontation d'opinions opposées ?

EXEMPLES DIVERSITÉ

EXEMPLE 1

Une OM dont les adhésions ne sont basées sur la foi se demande “qui nous rejoint ?” Et constate que les jeunes musulmans sont sous-représentés dans l’organisation par rapport à la population générale. L’OM organise la distribution de matériel publicitaire dans plusieurs villes avec de grandes populations musulmanes et organise des réunions où de nouvelles familles peuvent rencontrer des unités locales. Cependant, seules quelques familles se présentent à ces réunions et il n’y a pas d’augmentation significative de jeunes qui s’inscrivent au mouvement. Se demander “qui a de l’influence” révèle à l’OM qu’aucun décideur d’origine musulmane n’a été invité à contribuer à la discussion sur la façon de coopérer avec d’autres institutions sociales pour atteindre une base d’adhésions plus étendue. Dans le cadre de ses travaux futurs, l’OM a veillé à ce que des groupes de travail représentatifs dirigent les efforts visant à atteindre un plus grand nombre de membres.



EXEMPLE 2

Dans de nombreuses organisations, la principale façon pour les membres de rejoindre une unité consiste à trouver leur unité locale et parler au leader par le biais de leurs parents. Si un membre potentiel qui est nouveau dans le pays souhaite se joindre à l’équipe, mais que ses parents ne parlent pas la langue locale et ne se sentent pas en confiance pour venir sur le lieu de rencontre, il peut avoir des difficultés à s’impliquer. En se demandant “qui nous rejoint”, une OM a examiné les informations données aux parents et a commencé à fournir des brochures d’information en plusieurs langues. L’OM a également travaillé pour créer des liens avec les communautés minoritaires, pour trouver des leaders communautaires qui seraient en mesure de soutenir la communication en face-à-face. Une autre OM a offert une formation aux leaders sur les méthodes de communication non verbale pour soutenir le dialogue.

POURQUOI EST-CE PERTINENT POUR VOUS ?

Le contexte peut différer légèrement entre les organisations réservées aux filles et les milieux mixtes, mais l'intégration du genre et de la diversité est pertinente pour les deux. Nous savons grâce au projet sur le genre et le leadership de la région Europe (mentionné en introduction) que toutes les organisations peuvent bénéficier de la révision de ces thèmes dans leurs programmes éducatifs. Les avantages de le faire pourraient être ressentis sur la croissance, un meilleur programme, la rétention de vos membres etc.

Dans les organisations composées uniquement de filles, il pourrait être utile de se demander si votre programme éducatif respecte tous les intérêts des divers membres et n'est pas conçu et basé selon une réflexion stéréotypée sur ce que les filles "devraient" aimer ou non, ou sur une version unique de fille.

Dans les organisations mixtes, il serait raisonnable de revoir le programme éducatif pour s'assurer qu'il donne à tous les membres des chances égales de profiter des activités, d'agir et de participer aux différents événements. Le programme devrait permettre à tous de s'engager dans la même mesure.

QU'EST-CE QU'UNE BONNE PROGRAMMATION ?

Rendez votre programme REAL : pertinent, passionnant, accessible et mené par les apprenants

→ ACCESSIBLE

L'inclusion et la participation sont intrinsèquement ce que le guidisme et le scoutisme sont à la base. Cela fait partie de notre mission 'de permettre aux filles et aux jeunes femmes de développer pleinement leur potentiel' sans se limiter ou s'interroger sur quelles filles et quel type de filles.

En créant un programme éducatif inclusif, vous favorisez le lien communautaire, l'apprentissage interculturel et l'égalité des chances pour tous les jeunes, indépendamment des différences. Cela peut être réalisé en organisant des activités spécifiques

sur ces sujets, mais aussi en veillant à ce que tous les programmes soient inclusifs, sans distinction de genre, de capacité, de contexte géographique ou socioéconomique.

→ PERTINENT

Pour engager nos jeunes membres, le programme éducatif doit être pertinent et refléter une compréhension des besoins de nos jeunes membres et de ce qui compte pour eux. La reconnaissance des stéréotypes et des préjugés qui les entourent, leurs attentes, opportunités et défis sont vitaux pour engager et garder les membres.

→ PASSIONNANT

Les méthodes de guidisme et de scoutisme adoptent une approche holistique de l'éducation, garantissant que tous les jeunes membres aient la possibilité de s'épanouir et de sortir de leur zone de confort dans un environnement sûr. Leur donner l'occasion d'explorer des domaines de développement personnel qu'ils n'auraient pas explorés autrement est une excellente occasion de défier les stéréotypes. S'assurer que nous profitons pleinement de cette approche est une responsabilité pour chacun d'entre nous, du niveau national au niveau local. Concevez vos programmes de manière à ce que les jeunes membres soient impatients d'y participer ! Les activités doivent être innovantes, amusantes, actives et stimulantes.

→ DIRIGÉ PAR L'APPRENANT

Utilisez efficacement le programme des guides & éclaireuses afin que les jeunes puissent prendre la direction de leur apprentissage et avoir la chance de développer les compétences du 21ème siècle (communication, collaboration, créativité, caractère, citoyenneté et engagement) que notre méthode développe au mieux.

Notre but est de faire en sorte que le cadre et les programmes éducatifs soient utilisés par nos OM pour encourager les jeunes à reconnaître et défier les stéréotypes qu'ils peuvent eux-mêmes détenir, et leur donner la confiance nécessaire pour évoluer dans le monde plus large où ceux-ci peuvent exister.

POURQUOI EST-CE PERTINENT POUR VOUS ? (suite)

EN SAVOIR PLUS

Si l'on considère le cadre éducatif spécifique du guidisme et du scoutisme féminin (GSF), la méthode et le programme éducatifs, il convient de se concentrer sur trois aspects spécifiques de notre cadre d'apprentissage et de la méthode :

POURQUOI, COMMENT et QUOI ?

POURQUOI - nous faisons ce que nous faisons ?

Cela peut être considéré à un niveau macro, en revenant à notre mission, ou à un niveau micro, en pensant à des objectifs éducatifs spécifiques liés aux besoins spécifiques d'un membre spécifique. Bien sûr, il y a un continuum entre les deux. L'idée est que la première question que nous nous posons lors de la conception du programme pour notre association, ou les activités éducatives au niveau local, soit 'pourquoi ?' Et 'qu'est-ce que je veux atteindre ?' En tant que mouvement d'éducation non formelle, nous voulons être sûrs que nos activités soient inclusives et correspondent à notre but et à nos objectifs pour tous les membres d'être des citoyens du monde.

COMMENT – cette question est directement liée à la méthode éducative du G/SF et ses cinq domaines, qui sont ; Apprendre en petits groupes, Mon chemin Mon rythme, Apprendre en faisant, Se connecter aux autres, Se connecter avec notre monde. Si nous incluons tous ces domaines dans notre programme et que nous les considérons dans une perspective de genre et de diversité, nous serons plus susceptibles d'assurer une approche holistique qui nous permettra d'accueillir des personnes ayant des antécédents et des identités différents.

QUOI – cela concerne nos activités (camping, jeux, bénévolat, plaidoyer, etc. ...). Nous voulons nous assurer que ce que nous faisons reflète notre objectif et utilise la méthode éducative du G/SF. Si nous planifions une série d'activités, nous devons nous assurer qu'elles représentent un programme varié et inclusif, tout en comprenant que certaines de ces activités peuvent ne pas être entièrement inclusives pour certains de nos membres, par ex. une activité très physique. L'important est de garantir une approche holistique globale et que nous visons en permanence à créer le programme le plus inclusif possible.

Nous apprenons de différentes manières et sommes passionnés par différentes choses. Nous devons garder à l'esprit que la majorité des gens - y compris nos leaders - pourraient avoir des préjugés inconscients *. C'est notre travail en tant qu'association de soutenir les leaders locaux dans la reconnaissance et la compréhension de ces préjugés et de fournir des outils (formation, programmes, soutien, etc.) pour célébrer les différences. Avoir un cadre éducatif qui encourage tout le monde à être valorisé créera un espace sûr, inclusif et accueillant où des personnes issues de milieux différents pourront s'épanouir.



QUESTIONS AXÉES SUR LE GENRE

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Certaines activités manquent-elles de participation à cause d'une raison liée au genre ? Par exemple, certaines personnes estiment-elles qu'un événement/une activité ne convient pas à leur genre ou est basé sur des stéréotypes ?
- Comment évaluez-vous les besoins éducatifs de vos membres ? De quelle façon peuvent-ils fournir des commentaires et comment vous assurez-vous que la voix de tout le monde est entendue ?
- Comment pouvez-vous générer une participation égale à différentes activités éducatives accessibles à tous ?
- Utilisez-vous les termes de genre de manière équilibrée dans votre programme éducatif et utilisez-vous des formes féminines et masculines dans la langue ? En utilisez-vous un plus souvent et de quelle façon cela reflète-t-il l'équilibre des pouvoirs ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Est-ce que tous les membres individuels de votre organisation ont des chances égales de se joindre aux différentes activités, d'agir et de participer à différents événements, quel que soit leur genre ?
- Tous les leaders, quel que soit leur genre, sont-ils actifs de la même manière dans tous les types d'activités éducatives et pour tous les groupes d'âge ?

QUI RESTE ?

- Chaque jeune membre se sent-il suffisamment stimulé et enrichi ?
- Comment vous assurez-vous que le programme n'est pas défini en fonction du genre, par ex. les leaders attendent-ils moins de filles ou de garçons dans une activité particulière ?

- Comment vous assurez-vous que le programme n'est pas renseigné par des stéréotypes de genre et créé sur ceux-ci ?
- En ce qui concerne votre programme, où peut-on trouver des stéréotypes dans votre programme éducatif et pouvez-vous les identifier ? Quels sont les préjugés sexistes existants ? Est-ce que cela influence ceux qui se sentent motivés pour rester ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Qui développe les activités pour les jeunes membres ? Qui écrit/crée vos programmes éducatifs ?
- Comment vous assurez-vous de recueillir des commentaires sur le programme auprès des jeunes et des leaders de tous les genres ? Qui prend les décisions finales sur les commentaires à prendre en compte et les changements apportés ?
- Qui a la responsabilité de s'assurer que le programme ne favorise pas des rôles de genre stéréotypés ?

QUI PART ?

- Quelles informations saisissez-vous à propos de l'impact et de la pertinence du programme lorsque quelqu'un quitte une unité locale ?
- Demandez-vous aux personnes qui partent quelles activités elles ont aimé et celles qu'elles n'ont pas aimé et si des activités particulières ont eu un impact sur leur décision de partir ?
- Comment découvrez-vous quelles activités les personnes qui quittent le mouvement choisissent de faire à la place ? Est-ce qu'il y a des tendances ? Les tendances sont-elles spécifiques au genre ?
- Les personnes qui partent peuvent-elles être touchées et changer d'avis en examinant votre programme d'études ?

EXEMPLES GENRE

EXEMPLE 1

Une OM met l'accent sur les activités de plein air et d'aventure. Le groupe a décidé de faire une excursion de deux jours et d'avoir uniquement un programme complet d'activités physiques. Ce programme peut être parfait pour certains membres, mais peut ne pas prendre en compte les besoins de tous les membres, par exemple ceux qui aiment jouer à des jeux informatiques, aiment les chiffres ou aiment jouer devant un public et être créatifs, etc. Ces membres peuvent se sentir moins inclus dans les activités de plein air si elles sont toujours physiquement exigeantes et peuvent avoir moins l'occasion de maîtriser une activité et/ou de développer et montrer des compétences personnelles et sociales dans ce contexte.

Certains membres se sentaient mal à l'aise pendant l'excursion et ils ont décidé de ne pas assister au camp à la fin de l'année, pensant que si l'excursion était si difficile pour eux, la vie dans le camp serait pire. Ayant cela à l'esprit, les leaders en se demandant "qui reste ?" ont reconsidéré leur programme et mis en place une réunion de planification tous les trois mois, demandant aux membres de suggérer des activités. Tout le monde s'est senti plus inclus dans le processus participatif et toutes leurs idées ont été considérées et respectées de façon égale, et certaines ont été mises en œuvre.

Lorsque l'on tente de contrer ou d'éviter les stéréotypes de genre au sein d'un programme / d'une unité / d'une troupe, il est important de ne pas créer exclusivement des expériences qui soient traditionnellement complètement opposées.



“Lorsque l'on tente de contrer ou d'éviter les stéréotypes de genre au sein d'un programme / d'une unité / d'une troupe, il est important de ne pas créer exclusivement des expériences qui soient traditionnellement complètement opposées.”

EXEMPLES GENRE

EXEMPLE 2

La langue a un aspect sexospécifique et cela peut être à la fois dans les fondements de nombreuses langues ainsi que dans la façon dont nous nous référons aux postes/leaders. Une OM a décidé de faciliter un processus de vote pour élire un chef de patrouille différent tous les deux mois. Le mot qu'ils utilisaient pour le chef était un terme de genre masculin et les caractéristiques identifiées pour un leader étaient également 'masculines'. Lorsqu'ils demandaient qui voulait être candidat, les filles se sentaient exclues parce qu'elles ne s'identifiaient pas aux mots - aucune d'entre elles n'avait de terme féminin ou les deux termes. Toutes les patrouilles ont été dirigées par des leaders masculins.

Nous pouvons souvent choisir quelles formes de termes masculins et féminins nous utilisons et l'ordre dans lequel nous les utilisons. Ceux-ci ont un impact sur la façon dont l'équilibre du pouvoir est interprété entre les sexes. Le groupe a réfléchi sur le résultat : Faut-il toujours dire 'hommes et femmes' dans cet ordre ? Existe-t-il un terme générique pour un leader, masculin ou féminin ? Si notre langue a des expressions sexuées pour les leaders féminins et masculins, sont-ils interchangeable ou est-ce qu'on en utilise un plus souvent ?

En allemand (et beaucoup d'autres langues), le mot leader existe à la fois au féminin et au masculin, Leiterinnen et Leiter, mais communément, les leaders de tous les genres seront mentionnés dans la forme masculine dans la langue parlée et écrite. Lorsque les leaders du groupe ont discuté de ce qui précède, ils ont eu l'idée d'avoir un symbole à la fin de chaque mot, en oubliant la terminaison du mot, de sorte que le mot ressemblera à ceci : Leiter@, responsable@, pilote@ etc.

EXEMPLE 3

Une OM préparait son camp national de jeannettes et avait l'intention d'utiliser un conte de fées classique avec de puissants dragons vaincus par un prince pour sauver une princesse. Après avoir utilisé le kit d'outils et réfléchi aux questions - en particulier "Qui touchons-nous ?" et "Qui reste ?", l'OM a facilité la discussion et l'échange entre les membres. Certains se sont demandé si les contes de fées traditionnels conviennent à une organisation inclusive, alors que d'autres ont estimé que ces histoires font partie de la culture nationale et n'ont pas besoin d'être changées. Les membres ont examiné cette question à la lumière des normes de genre et ont décidé conjointement des prochaines étapes. La décision a été de "traduire" certaines de ces histoires traditionnelles afin qu'elles reflètent la société diversifiée de l'organisation et montrent une variété de rôles possibles pour tous les genres.



QUESTIONS AXÉES SUR LA DIVERSITÉ

QUI TOUCHONS-NOUS?

- Où et comment partagez-vous des informations sur votre programme éducatif ? Qu'est-ce que les objectifs publicitaires actuels et le public cible ont en commun et quels aspects de votre programme éducatif promouvez-vous ?
- Comment adaptez-vous différentes activités pour permettre à un éventail de personnes d'atteindre les mêmes objectifs éducatifs ?
- Quels leaders atteignez-vous avec les matériels de votre programme ? Qui s'éloigne du programme national de l'OM et gère son propre programme régional/local ? Sur quelles valeurs, méthodes et idéaux ces leaders vont-ils se connecter ou se concentrer à la place ?
- Votre communication sur les méthodes et programmes éducatifs touche-t-elle tous les membres et membres potentiels, en veillant à ce qu'ils reçoivent l'information ?

QUI NOUS REJOINT?

- Comment travaillez-vous pour identifier ce qui intéresse actuellement les jeunes ?
- Comment communiquez-vous les valeurs, les méthodes et les idéaux derrière votre programme éducatif aux jeunes membres et à leurs parents ?
- Comment créez-vous un espace inclusif, où chacun peut développer son sens de l'identité ?
- Votre programme permet-il la diversité religieuse et spirituelle ?

QUI RESTE ?

- Comment identifiez-vous les éventuels obstacles pour les membres actuels d'accéder à certaines activités ?
- Qui reconnaît la valeur éducative du guidisme et du scoutisme ?
- Qui se reconnaît dans le guidisme et le scoutisme ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Qui a la responsabilité de réviser votre programme éducatif ? Comment vous assurez-vous que vous disposez d'un éventail de points de vue aussi large que possible dans votre organisation ?
- Impliquez-vous vos jeunes membres dans le processus de prise de décision concernant les activités ?
- Demandez-vous des avis externes d'autres acteurs sociaux sur votre programme éducatif ?

QUI PART ?

- Quelles informations saisissez-vous sur l'impact et la pertinence du programme lorsque quelqu'un quitte une unité locale ?
- Demandez-vous quelles activités les personnes qui partent ont aimé et n'ont pas aimé et si des activités particulières ont influencé leur décision de partir ?
- Tout le monde peut-il voir une signification dans les choses que vous faites ? Le programme éducatif que vous offrez permet-il à tous de se développer et de se sentir compétent ?



EXEMPLES DIVERSITÉ

EXEMPLE 1

Une OM a décidé d'inclure une activité sur l'enrichissement du programme éducatif en tant que partie fixe d'un cours de formation au leadership pour développer le programme en cours d'utilisation. Dans le cadre de cette activité de formation, les participants sont invités à proposer autant de moyens différents que possible pour mener à bien une activité éducative. Le facilitateur amène les participants à examiner si la diversité du groupe cible a un impact sur la façon dont l'activité est réalisée. Habituellement, il en résulte des façons beaucoup plus créatives de mener à bien le programme éducatif et ses activités. Par exemple, le facilitateur divise d'abord les participants en petits groupes et donne à chaque groupe une activité différente du programme éducatif pour travailler. La tâche d'un groupe peut, par exemple, consister à lire l'activité "cuisiner au camp" du programme des jeannettes et à établir un plan d'organisation de l'activité pour les jeannettes. Au second tour, l'animateur demande comment les participants ajusteraient leur plan si le groupe de jeannettes cible comprenait par ex. des enfants d'origines ethniques différentes ou des enfants en situation de handicap. Tous les résultats sont documentés et inclus dans les conseils et astuces du programme éducatif. De cette façon, les idées sont partagées avec tous les leaders à l'échelle nationale.

EXEMPLE 2

Un camp national devait être organisé pour des jeannettes et les leaders étaient enthousiastes parce qu'ils avaient trouvé un endroit spécial et mémorable pour accueillir le camp - un vrai château. Trois des 30 groupes invités avaient des membres utilisant des fauteuils roulants et le château n'était pas accessible pour eux. "Devons-nous changer d'endroit alors que le château semble idéal pour notre camp et que seulement 3 groupes ne peuvent y participer ?", demandèrent quelques voix, mais considérant la réalité sous un angle différent, l'équipe de planification a vu là une opportunité de se demander "quelle sorte d'organisation voulons-nous promouvoir et être ?". Ils ont convenu que leur objectif était de créer un camp inclusif et accessible, pour tout le monde et donc, ils se sont associés à une autre organisation ayant de l'expertise en adaptation et fourniture d'installations et de rampes pour les utilisateurs de fauteuils roulants. De cette façon, ils pouvaient inclure et inviter tout le monde et aussi éduquer tous les membres et les leaders à accepter leur diversité, et montrer certaines des pratiques qui peuvent être mises en place pour créer un événement inclusif. Les handicaps ne sont pas un obstacle, mais juste un moyen d'ouvrir vos horizons et, pourquoi ne pas construire de nouveaux partenariats ?

EXEMPLES DIVERSITÉ

EXEMPLE 3

Un groupe visite une nouvelle exposition itinérante sur les dinosaures. Les leaders ont déjà demandé aux jeunes membres d'apporter de l'argent s'ils veulent acheter des souvenirs ou des cadeaux de la boutique du musée et ils ont prévu un peu plus de temps pour visiter le magasin. Certains des enfants n'ont pas assez d'argent pour cela, alors ils doivent passer ce moment assis sur un banc en attendant que les autres achèvent leurs courses. Les leaders pensaient que cela ne durerait que 10 minutes, donc que ce ne serait pas un problème si certains membres du groupe ne voulaient rien acheter. Après avoir réfléchi sur ce qui s'était passé, ils ont reconsidéré la situation et se sont demandés, est-ce juste et est-ce la meilleure approche d'accorder un temps alloué dans nos réunions/activités pour acheter des choses et que pouvons-nous faire (à la place) si certaines personnes n'en sont pas financièrement capables ou ne veulent pas ? En outre, compte tenu de la question "qui part", il a été décidé d'avoir un budget commun pour l'équipe et d'organiser des activités supplémentaires de financement pour que chaque membre du groupe se sente à l'aise.



EXEMPLE 4

Pour être inclusive, une OM a pris en compte les hypothèses sur les antécédents familiaux des membres. Ils ont révisé et mis à jour les documents et les formulaires de leurs programmes éducatifs pour s'assurer qu'il existe des références aux termes "parent, responsable et/ou tuteur" plutôt que d'utiliser uniquement la mère et le père.

Lorsque les unités organisent des activités pour célébrer les fêtes nationales telles que la fête des mères ou la fête des pères, votre programme est-il sensible à l'idée que les membres n'ont peut-être pas de mère ou de père ? Au lieu de cela, ils pourraient souhaiter célébrer d'autres membres de la famille ou des amis.

La clé de la philosophie du guidisme et du scoutisme est la relation que ses membres ont avec leur communauté. Ceci est inclus dans la promesse et les valeurs de beaucoup d'organisations. Dans de nombreux pays, nos organisations sont une partie importante et contribuent de manière significative au travail de la société qui les entoure.

Être conscients des sujets et des problèmes auxquels les jeunes sont confrontés aujourd'hui, mais aussi de ce qui se passe dans la réalité des citoyens de votre pays, vous aidera à construire des relations fortes dans le contexte social que vous abordez. Avoir une compréhension plus profonde améliorera ces connexions mais vous donnera également accès à des parties de la société qui sont habituellement négligées.

Former des partenariats avec d'autres organisations au niveau national peut aider votre organisation à atteindre ses objectifs et améliorer la façon dont vous offrez ces expériences à vos membres.

Établir des relations avec des organisations représentant des minorités ou des groupes spécifiques peut vous permettre d'atteindre de nouveaux membres, mais aussi vous aider à obtenir des connaissances sur la façon d'accueillir des membres ayant des besoins spécifiques et de

créer un espace sûr pour tout le monde. Cette connaissance vous aidera ensuite à retenir les membres des groupes que vous essayez d'attirer.

Les bons partenaires peuvent être de puissants alliés dans la construction d'une organisation plus diversifiée et inclusive en nous aidant à atteindre les communautés et les groupes de personnes qui ne rejoignent généralement pas le guidisme et le scoutisme. Les avantages peuvent inclure :

- Ils auront déjà une connaissance approfondie du groupe/de la communauté, alors utilisez ce vivier de connaissances à votre avantage.
- Il est probable que les personnes de ce groupe/de cette communauté leur fassent déjà confiance, alors utilisez-les à votre avantage.
- Ils peuvent vous aider à comprendre pourquoi les enfants de ce groupe/de cette communauté ne se sont pas encore engagés avec votre OM, par exemple le lieu des réunions de troupes, le type d'activités entreprises, etc.

Bien que facteur d'efficacité, lorsque nous envisageons de nouveaux partenariats, nous devons être conscients des valeurs et du type de partenaires avec lesquels nous formons des partenariats et, par conséquent, des voix que nous soutenons dans la société et que nous soutenons à travers eux. Si nous voulons être plus diversifiés, nous devons nous assurer que nous avons des partenaires qui partagent nos valeurs d'inclusion et d'engagement envers la diversité. Nous devons également être conscients de notre profil et de notre image au sein de la société*, qui ils attirent et quel impact peut avoir tout nouveau partenariat.

Notre concept de 'notre société' inclut l'interaction avec les familles, les enseignants, les groupes de pairs, les médias, les organisations de la société civile et les entreprises.



EN SAVOIR PLUS

“SE CONNECTER AVEC MON MONDE”

Les méthodes pédagogiques du guidisme et du scoutisme ont un lien fort avec le domaine principal ‘relation à la société’. Considérant la mission de l’AMGE “permettre aux filles et aux jeunes femmes de développer pleinement leur potentiel de citoyennes du monde, conscientes de leurs responsabilités”, nous devons réfléchir à ce que signifie être une citoyenne du monde, consciente de ses responsabilités et comment nous permettons aux filles et aux jeunes femmes d’y parvenir. Le domaine de la méthode éducative du G/SF qui se rapporte le plus à ceci est ce que nous appelons ‘se connecter avec mon monde’. “Les jeunes membres réfléchissent à ce que signifie être une citoyenne mondiale en entreprenant des projets communautaires et en s’exprimant sur les questions qui les intéressent [...] Les jeunes doivent adapter leur apprentissage pour pouvoir prospérer dans différents environnements et pour nourrir les communautés et les environnements dont ils se soucient”. Il est probable que dans les activités liées à ce domaine de la méthode, les guides seront en contact et collaboreront avec des partenaires externes. En faisant du service communautaire, les groupes établiront des partenariats avec d’autres ONG et organisations et, lors de l’exploration des environnements urbains, ils seront visibles par l’ensemble de la population. Même en explorant la nature à travers les aventures en plein air, leurs activités influenceront un environnement dans lequel de multiples parties prenantes sont impliquées - non seulement la flore et la faune - mais aussi l’administration du parc, d’autres mouvements de jeunes ou simplement des gens qui apprécient la nature. Lorsque l’on pense à l’intégration du genre et de la diversité dans la “relation à la société”, il est important de garder à l’esprit que ce domaine fait également partie du programme et que les deux s’influencent mutuellement.

DÉVELOPPER DES PARTENARIATS EXTERNES

Pour établir un partenariat réussi avec un partenaire externe, commencez par évaluer vos besoins. Pensez où vous voulez que soit votre organisation dans le futur. Comment la création d’un partenariat vous aidera-t-elle à atteindre ces objectifs ?

Puis passez à la recherche des partenaires appropriés. Assurez-vous qu’ils partagent les mêmes valeurs que vous, surtout quand il s’agit de vos politiques de genre et de diversité.

Pour attirer un partenaire potentiel, soignez votre façon de vous présenter et montrez les compétences de votre organisation. Développer un argumentaire qui réponde à ce que vous représentez et à l’opportunité qui s’y rapporte. Assurez-vous que votre façon de communiquer et d’agir reflète vos principes et vos valeurs.

Lorsque vous approchez des organisations partenaires potentielles, utilisez les canaux appropriés pour les contacter, en plus de vous connecter avec les bonnes personnes et les décideurs. Toujours en gardant à l’esprit la portée du projet et des objectifs que vous proposez.

Une fois que vous aurez trouvé une bonne organisation partenaire, il sera temps de travailler ensemble et de co-crée l’opportunité, les paramètres et le cadre du projet. Il est important de définir les rôles, les responsabilités et les attentes. Essayez d’avoir une équipe aussi diversifiée que votre organisation pour travailler sur ce sujet, en veillant à ce que la voix de tout le monde soit entendue.

Surveillez et évaluez toujours votre partenariat et les projets potentiels que vous avez avec l’organisation partenaire. Revenez sur vos objectifs et votre motivation initiaux pour la poursuite d’un partenariat - avez-vous atteints ces objectifs ?

Si vous avez atteint vos objectifs, cela pourrait être le moment de former un nouveau partenariat ou un partenariat supplémentaire avec une organisation différente. Évaluez, prenez les leçons tirées de vos partenariats, adaptez là où c’est nécessaire et recommencez le processus.

Pour en savoir plus sur la formation de bons partenariats, consultez le kit d’outils de l’AMGE intitulé “Partenariats stratégiques” - Comment construire des partenariats fructueux*¹⁰

[10] <https://www.wagggg.org/en/resources/strategic-partnerships-toolkit/>



QUESTIONS AXÉES SUR LE GENRE

QUI TOUCHONS-NOUS ?

Êtes-vous conscient des rôles de genre que vous représentez aux yeux de la société ?
Que pensent les autres organisations travaillant sur l'égalité des genres de votre organisation ?
Quelles sont les idées dominantes des organisations exclusivement féminines/mixtes dans votre société ?
Que pense d'elles le public ?

QUI NOUS REJOINT ? (DANS CE TRAVAIL VERS L'ÉGALITÉ DES GENRES)

- Quel est le rôle du genre dans vos partenariats ? Comment exprimez-vous publiquement l'importance du travail sur le genre dans votre organisation ? Partagez-vous des politiques ?
- Êtes-vous un expert reconnu aux yeux de notre communauté en ce qui concerne les problèmes qui touchent les filles et les jeunes femmes et les problèmes liés au genre ?
- Qui reste ?
- Quel rôle votre organisation joue-t-elle dans la communauté au sens large et sur le développement d'idées sur l'identité de genre au sein de cette communauté ?
- Votre organisation a-t-elle évolué à mesure que les rôles de genre dans la société évoluaient ? Est-ce reproduit dans les partenariats que vous créez ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Êtes-vous actif dans la communication de messages concrets concernant les thèmes liés au genre dans la société ?
- Qui représente votre OM dans les relations extérieures ? Confirmez-vous les stéréotypes lorsque vous partagez des tâches pratiques ?
- OM composée de filles uniquement : Utilisez-vous votre position en tant qu'organisation exclusivement féminine de jeunes pour influencer les discussions sur le genre dans votre communauté ?
- OM mixte : Utilisez-vous votre position en tant qu'organisation bien informée sur l'intégration du genre pour influencer les discussions sur le genre dans votre communauté ?

QUI PART ?

- Votre position sur le genre augmente-t-elle ou diminue-t-elle votre influence sur la société ? Comment cela évolue-t-il avec le temps ?
- Est-ce que le genre est un sujet que vous pouvez également aborder avec les médias, les organisations partenaires et les parents de vos membres ?
- Dans quelle mesure le genre est-il un sujet politisé dans votre communauté ? Est-ce que votre engagement vis-à-vis du genre affecte vos relations avec les partenaires sociaux, par exemple les entreprises locales, le gouvernement ou d'autres ONG ?

EXEMPLES GENRE

EXEMPLE 1

Un groupe local mixte participe au marché de Noël de sa ville avec un stand spectaculaire où les visiteurs peuvent s'asseoir autour d'un feu de camp, cuisiner leurs propres saucisses, pommes à la cannelle et guimauves et discuter avec les autres. C'est à la fois une activité importante de collecte de fonds et une chance pour le groupe de se faire connaître dans leur communauté. Année après année, les leaders et les membres les plus âgés évaluent ensemble le succès de l'événement et réalisent qu'ils ratent une occasion de communiquer les aspects plus larges et plus éducatifs du programme de leur groupe, comme l'action communautaire dans l'hôpital local et leurs événements éducatifs populaires. Pour les années à venir, ils planifient d'offrir certaines activités que les visiteurs peuvent essayer tout en étant assis autour du feu de camp et en attendant que leurs friandises soient cuites, afin que la communauté puisse développer une image plus complète et précise du groupe et du guidisme ou du scoutisme.



EXEMPLE 2

Girlguiding UK est une OM exclusivement féminine et pour comprendre les besoins et les intérêts de leurs membres, une enquête annuelle est menée auprès de ses membres et de jeunes femmes externes sur les questions qui les intéressent le plus. Les résultats sont publiés dans un rapport public et les conclusions constituent la base des futurs programmes et campagnes. Le rapport est à la fois diffusé au public à travers les médias ainsi qu'en interne pour l'organisation. Il peut être consulté et téléchargé en ligne par n'importe qui. Il se peut qu'une réponse à un problème particulier fasse qu'une organisation décide de faire du lobbying auprès d'organisations externes ou du gouvernement. En réalisant cette enquête, Girlguiding UK s'assure de développer et planifier un programme qui reflète les besoins des filles aujourd'hui et qui n'utilise pas de stéréotypes ni de suppositions.¹¹

[11] <https://www.girlguiding.org.uk/social-action-advocacy-and-campaigns/research/girls-attitudes-survey/>



QUESTIONS AXÉES SUR LA DIVERSITÉ

UI TOUCHONS-NOUS ?

- A qui pensez-vous comme partenaire idéal pour le guidisme et le scoutisme et qui voulez-vous atteindre ? Est-ce qu'ils vous ressemblent ou sont-ils différents ? Etes-vous en train de prioriser des partenaires en fonction de paramètres spécifiques, par ex. finances ou influence ? D'autres partenaires potentiels pourraient-ils être pertinents ?
- Votre communication s'adresse-t-elle à tous les jeunes de votre société, y compris les jeunes les plus défavorisés et les plus démunis ?
- Quel profil du guidisme et du scoutisme reflétez-vous dans la société ? Quelles histoires racontez-vous ? Est-ce que certaines parties de la société vont se connecter davantage à votre image, vos valeurs et vos histoires que d'autres ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Avec qui êtes-vous capable de former des partenariats ? Est-ce toujours la même chose ou êtes-vous capable de former des partenariats nouveaux et différents ?
- Réflétez-vous la société dans laquelle vos membres vivent ? En quoi ressemblez-vous aux partenaires externes et aux futurs membres ? Comment partagez-vous vos politiques et vos opinions sur des sujets tels que la diversité ?

QUI RESTE ?

- Votre organisation grandit-elle, évolue-t-elle et change-t-elle pour refléter votre société ?
- Quelles hypothèses faites-vous concernant vos jeunes membres, les leaders locaux et les bénévoles de niveau national en termes de relations et de position dans la société ? Que pensez-vous de leurs familles, de leurs antécédents scolaires et professionnels et de leur situation financière ?
- Qui a de l'influence ?
- Quelles voix dans la société soutenez-vous par votre choix de partenaires et par les actions que vous entreprenez ?
- Quelle est l'influence de vos partenaires externes sur votre organisation, vos valeurs et votre façon de travailler ? Les laissez-vous influencer votre structure d'affiliation ?
- Représentez-vous les points de vue et la voix de vos membres dans la presse et avec des organisations extérieures ?
- Qui représente votre organisation dans les relations extérieures ? Cela reflète-t-il votre compréhension de la diversité au sein de votre OM ?

QUI PART ?

- Qui est réticent à coopérer avec vous et pourquoi ? Avez-vous suffisamment de connaissances sur qui et pourquoi ?
- Est-il acceptable de mettre fin à des partenariats dans certaines circonstances ?
- Pourriez-vous perdre des membres à cause de qui est votre partenaire ?

EXEMPLES DIVERSITÉ

EXEMPLE 1

Une statistique d'une grande OM montre que les membres ne sont pas aussi diversifiés sur le plan ethnique que la société dans laquelle ils évoluent. Au cours des dernières années, des groupes individuels de villes comptant de grandes populations immigrantes ont commencé à faire de la publicité à l'intention de ces communautés. Certaines de ces tentatives ont été couronnées de succès, d'autres moins réussies. Des groupes ont déjà approché le bureau national pour obtenir de l'aide. L'OM décide de former des partenariats avec des organisations extérieures travaillant au sein de ces groupes d'immigrants pour en savoir plus sur leurs besoins et obtenir de l'aide pour la traduction du matériel publicitaire pour leurs groupes. La plupart des documents de l'OM destinés aux parents des membres existent maintenant dans plusieurs langues auxquelles tous les groupes peuvent avoir accès. Cela a accru leur diversité et a également permis aux groupes existants de faire de la publicité et de travailler avec leurs nouveaux membres.



L'intégration du genre et de la diversité peut être appliquée aux finances et on peut le voir grâce à la création de structures financières inclusives. Nous allons nous concentrer sur trois domaines clés qui peuvent aider à atteindre cet objectif : l'allocation de fonds ; la prise de décision concernant les budgets ; et assurer un accès égal aux ressources.

Les décisions financières prises par votre OM en ce qui concerne le soutien et les dispositions pour différentes activités et groupes de personnes ont un impact important sur qui peut participer et comment. Afin d'incorporer l'intégration du genre et de la diversité, vous devrez réfléchir à la façon dont vous allouez vos ressources financières (par ex dans votre budget) au niveau individuel pour les membres, au niveau du soutien pour les groupes locaux et à un niveau plus large.

Pour être plus inclusif, prêter attention à la façon dont les ressources sont allouées est nécessaire mais pas suffisant. Dès le début de la budgétisation, l'inclusivité peut être au cœur du processus en veillant à ce que les organes décisionnels soient diversifiés et qu'ils représentent activement tous les besoins. Pour ce faire, vous aurez besoin de processus de sélection transparents pour nommer les membres du groupe de budgétisation et pour leur fournir une formation pertinente sur les pratiques financières inclusives.

Les ressources allouées ne sont parfois pas utilisées par les personnes qui en ont besoin. Cela peut être dû à des obstacles pratiques ou perçus, ainsi qu'au manque de connaissances et de sensibilisation. Pour accéder de façon pratique aux ressources, les individus peuvent avoir besoin d'informations, d'installations techniques (adresse postale, comptes bancaires, accès à la messagerie électronique et à Internet, etc.) et de compétences (formulaires de demande, etc.).

Un autre obstacle à l'accès aux ressources peut être symbolique. La confidentialité et le traitement discret des demandes de soutien financier sont une condition essentielle pour rassurer les individus, en faisant en sorte qu'ils se sentent invités et à l'aise pour utiliser les opportunités. Il est donc important pour les décideurs de prendre en compte l'accès aux ressources et la sensibilisation et de les communiquer à leurs membres.

Enfin, pour être inclusif dans vos finances, il est important que vous soyez flexible, juste et attentionné.





QUESTIONS AXÉES SUR LE GENRE

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Allouez-vous des ressources égales pour atteindre tous les genres ?
- Allouez-vous des ressources supplémentaires pour toucher des membres potentiels ayant des rôles de genre atypiques ??
- Est-ce qu'il existe une relation entre le genre et l'orientation financière dans votre association ? Par exemple, vous attirez le segment financièrement stable de la population, mais vous n'êtes pas aussi populaire ou connu par les groupes et les individus moins aisés ?

QUI NOUS REJOINT ?

- La participation des différents genres est-elle affectée différemment par vos cotisations ? Se pourrait-il que les parents soient plus disposés à payer pour leurs fils que pour leurs filles, ou l'inverse ?
- Est-ce qu'il existe une corrélation entre la capacité des membres à payer et leurs rôles de genre préférés ? Les membres ayant un meilleur accès financier à vos activités sont-ils également les membres qui correspondent le mieux aux normes sociétales ?
- Est-ce qu'il existe une corrélation ou un lien entre les membres ayant un meilleur accès financier et leurs attentes d'un programme et d'activités "traditionnels" de guidisme et de scoutisme ? Ou d'activités liées au genre traditionnelles ?

QUI RESTE ?

- Connaissez-vous et discutez-vous du pouvoir que l'argent représente dans la société et de la façon dont cette ressource est déterminée dans votre culture organisationnelle ?
- Le traitement de l'argent est-il traditionnellement effectué par l'un des genres dans votre société ou votre association ? Existe-t-il des similitudes entre les personnes qui prennent les décisions financières importantes ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Est-il possible pour un membre de demander ouvertement aux décideurs financiers d'envisager la perspective de genre dans le budget ?
- Une perspective de genre est-elle prise en compte lors de la décision du budget ?
- Êtes-vous conscient que l'argent représente le pouvoir et qu'il est donc source de conflits, surtout lorsque les divergences autour du salaire des genres jouent également un rôle ?

QUI PART ?

- L'un des genres a-t-il plus de possibilités de revenus personnels et un revenu plus élevé, en raison du type de travail, et donc est-il davantage en mesure de continuer à payer les frais d'adhésion, les frais de camp, etc. ?
- Dans une éventuelle interview de départ, mentionnent-ils des problèmes tels que des difficultés à équilibrer une vie de travail, de famille et de bénévolat qui pourraient être résolues si l'OM offrait un accès à des services ? Ou mentionnent-ils le manque de sécurité sur le chemin du retour si des réunions ont lieu le soir, ou d'autres problèmes spécifiques au genre ?

EXEMPLES GENRE

EXEMPLE 1

Dans une association réservée aux filles, les finances sont perçues comme quelque chose que les femmes ne font pas ou qui ne les intéressent généralement pas. L'établissement du budget incombe donc aux leaders seniors et il est considéré comme un "mal nécessaire" parmi les tâches. Les jeunes dirigeantes ont peu d'influence sur les allocations d'argent et commencent à être frustrées. Elles se rendent compte qu'elles doivent être impliquées dans la prise de décision financière si elles veulent influencer la façon dont l'argent est alloué.

Dans cette association, les leaders seniors et juniors décident de travailler conjointement sur le budget afin d'assurer un meilleur accès et une plus grande influence pour les jeunes générations concernant la façon dont l'argent commun est dépensé. Cela aide les jeunes femmes à acquérir de l'expérience en finance, en promouvant des points de vue plus larges sur ce que les femmes peuvent faire, en encourageant l'expansion des rôles de genre et en leur ouvrant de nouvelles opportunités de développement personnel.

EXEMPLE 2

Les leaders d'un groupe local remarquent que dans certaines familles, l'argent est davantage susceptible d'être dépensé pour financer les activités des hommes plutôt que celles des femmes. Pour participer aux activités du groupe, les participants doivent posséder un uniforme, un sac de couchage et d'autres équipements coûteux.

Les leaders réfléchissent à des options pour résoudre ce problème et proposent les idées suivantes :

- assouplir leurs exigences d'uniformes
- lancer un programme d'uniformes d'occasion
- le groupe achète du matériel de camping que les membres peuvent emprunter
- faire des réunions initiales gratuites pour les membres pour décider s'ils veulent rester
- vérifier s'il existe des options pour assouplir les frais d'adhésion et fournir des subventions pour couvrir les frais de camp

Après une année, davantage de filles sont restées en tant que membres et les leaders ont découvert que les nouveaux membres d'un quartier à faible revenu avaient également pu les rejoindre.



QUESTIONS AXÉES SUR LA DIVERSITÉ

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Le montant de l'argent que vous demandez à vos membres est-il approprié à leurs origines socioéconomiques ? Offrez-vous un barème dégressif pour les frais ?
- Ressemblez-vous à une organisation que vos membres potentiels peuvent se permettre ?
- Comment hiérarchisez-vous les différentes unités locales dans votre budget ? Des aspects spécifiques sont-ils pris en compte ou les mêmes groupes sont-ils toujours privilégiés, par ex. par rapport à la géographie ?
- Comment vos façons de prioriser reflètent-elles ou contribuent-elles aux structures socio-économiques de la société ?
- D'où obtenez-vous votre argent ? Est-ce que cela affecte des possibilités égales pour tous ou implique des restrictions ou des lignes directrices
- Quels types d'activités priorisez-vous dans votre budget ? Est-ce que ces activités atteindront des groupes qui ne sont pas traditionnellement vos membres habituels ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Qui peut se permettre de participer ? Quel est l'équipement nécessaire pour participer ? Est-il acceptable d'emprunter un équipement à d'autres ou devez-vous acheter le vôtre ?
- Avez-vous des moyens de rendre toutes les activités abordables pour tous les membres ?
- Comment les leaders financent-ils leurs activités ? Faites-vous pression sur les leaders pour qu'ils autofinancent certains aspects de leurs activités ?
- Si les leaders s'autofinancent initialement, est-ce qu'il y a un délai de remboursement ? Est-ce que cela pourrait faire pression sur les leaders ?



- Avez-vous des partenaires au niveau local qui peuvent parrainer des membres individuels si nécessaire ? Quelle position cela donne-t-il aux membres parrainés ?

QUI RESTE ?

- Comment les leaders font-ils des rapports sur les finances de leur groupe ? Est-ce qu'ils ont les ressources et le soutien nécessaires pour le faire ?
- Qui peut se permettre de continuer en tant que membre ? Si un autre membre de la même famille cherche à adhérer, peuvent-ils se le permettre tous les deux ?
- Êtes-vous conscient des changements économiques dans votre pays et votre région pour veiller à adapter vos budgets ?
- Dans les zones où des ressources financières sont investies pour réduire les obstacles à l'accès, pouvez-vous voir une augmentation notable ou avez-vous des statistiques pour prouver que l'adhésion diversifiée est maintenue ?



QUESTIONS AXÉES SUR LA DIVERSITÉ (suite)

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- S'il existe des mécanismes de soutien spécifiques pour soutenir les membres individuels ayant de faibles ressources financières, qui décide de qui va bénéficier du soutien et qui ne le fait pas ?
- Prenez-vous des mesures pour développer l'autonomie de vos membres dans la prise de décisions financières ?
- Qui décide du budget ? Quels intérêts représentent-ils ?
- Certains postes dans l'association incluront-ils des privilèges spécifiques tels que le remboursement des dépenses ? Ces opportunités sont-elles réparties et disponibles de manière égale ?
- Autorisez-vous des institutions et des partenaires externes à influencer vos programmes afin d'obtenir leur financement ?
- Est-ce que ceux qui ont de la richesse personnelle ont plus d'influence ou est-il plus facile pour eux d'atteindre des positions d'influence ?

QUI PART ?

- Certains membres partent-ils parce qu'il est trop cher de participer ? Est-ce que la pression des pairs pour l'achat d'équipement, de vêtements, etc. joue un rôle en rendant les choses plus difficiles pour certains que pour d'autres ?
- Êtes-vous sûr que vos bénévoles ne perdent pas d'argent parce qu'ils aident votre organisation ?
- Quels groupes luttent pour continuer et sont financièrement plus faibles ?
- Quelles institutions et organisations partenaires commencent à financer le guidisme et le scoutisme ou cessent de le faire et pourquoi ?
- Les membres partent-ils en raison de changements économiques dans leur foyer ? Peuvent-ils partager avec vous des informations sur leurs problèmes financiers ? Si non, pourquoi non ?



EXEMPLES DIVERSITÉ

EXEMPLE 1

Malheureusement, dans notre climat économique actuel, le coût d'un passe-temps influence la décision d'un membre ou de l'adulte qui en est responsable de se joindre à l'organisation. Examinez le coût pour être membre de l'organisation, pour les adultes ainsi que les participants. Les places financées sont souvent attribuées aux personnes de certains milieux ou zones. Peut-être que le modèle que vous utilisez pour payer votre cotisation pourrait être adapté, en donnant aux groupes locaux la possibilité de permettre des paiements échelonnés.

En raison de la nature de la gestion des groupes, de nombreux leaders sont tenus d'acheter des ressources. Bien que toutes les dépenses encourues par les leaders soient remboursées, un retard dans le remboursement peut mettre certains des leaders en difficulté et constituer un obstacle. Fournir une marge et des avances de paiement pour les dépenses futures peut atténuer cette pression.

EXEMPLE 2

Dans un groupe local, les budgets sont décidés par un vote majoritaire des membres du groupe. Cependant, de cette façon, les minorités telles qu'un membre utilisant un fauteuil roulant et d'autres membres de minorités ethniques, ne peuvent jamais faire les activités qui les intéressent vraiment. Comment feriez-vous face à ce dilemme dans votre groupe local ?

Vous assurer que vous avez une organisation inclusive exigera un budget pour les besoins supplémentaires. L'organisation peut avoir besoin d'un budget pour soutenir ces groupes, c'est-à-dire financer des places pour les personnes issues de milieux défavorisés ; adapter ou déplacer des lieux de réunion pour qu'ils soient accessibles aux membres ; ou développer de nouveaux programmes et activités plus inclusifs. Ces aspects seront propres à chaque OM et devront être pris en compte lors de la budgétisation, de l'octroi des subventions et de la recherche de financements et de soutiens externes.

EXEMPLE 3

Un groupe local peine à recevoir de l'argent de certains bailleurs de fonds externes. Ils savent que ces partenaires regardent tous les aspects de l'organisation et soutiennent en particulier la diversité. Le financement externe peut être une ressource précieuse pour de nombreuses OM, qui devraient examiner de façon critique quel financement externe elles attirent et quel financement externe elles veulent attirer. Il est important que ces organisations reflètent nos valeurs.

Le groupe local a alors décidé de se tourner vers des partenaires externes et des institutions qui fournissent des financements et de prendre en considération : ont-ils des profils inclusifs de genre et de diversité ? Sont-ils actifs pour promouvoir l'égalité des genres et la diversité ?

Après avoir cherché leur profil, ils ont créé une liste avec les bailleurs de fonds qui pourraient être nos partenaires, en respectant nos valeurs de guidisme et scoutisme. De même, ils ont réfléchi à ce que leur organisation dirait aux partenaires dont ils souhaitent attirer le financement. Ils ont comparé leur approche de l'inclusion à celle de ces organismes de financement. Ils ont découvert que beaucoup de choses pourraient être améliorées. De plus, pour rendre leur identité plus claire, les membres du groupe local ont ajouté un paragraphe spécial sur leur site Web à propos de la diversité et de l'inclusion. De cette façon, les bailleurs de fonds sauraient également que le groupe soutient ouvertement la diversité. Si une organisation a un message clair, elle peut établir des partenariats plus solides.

STRUCTURE ET MANAGEMENT



La structure d'une OM détermine comment les individus et les groupes sont liés les uns aux autres. Elle définit qui prend les décisions et comment les ressources limitées sont allouées.

La façon dont votre association est organisée influence également la façon dont vos membres agissent et les types de personnes qui seront en mesure de remplir des rôles de leadership. Les décideurs qui ne se rencontrent que deux fois par an doivent être très confiants en exprimant leurs points de vue lorsqu'ils travaillent à distance (appels, email, Skype, etc.). Il sera plus difficile de rejoindre un groupe de travail qui ne se réunit que dans la capitale du pays pour les personnes qui habitent loin et ne conduisent pas ou n'ont pas accès aux transports publics.

Il est donc très important de s'assurer que vos structures soient sûres, diversifiées et ouvertes. Une structure ouverte qui vise à inviter et représenter tout le monde dans la communauté de votre OM contribue à atteindre cet objectif.

Tout aussi important que d'attirer des membres d'horizons diversifiés, c'est de vous assurer que votre OM représente un espace accueillant et sécuritaire pour les personnes de tous les milieux afin qu'elles choisissent de rester en tant que membres.

Votre OM doit déjà avoir une mission et une vision, mais avez-vous une déclaration servant de base à la façon dont tous les membres sont considérés ?

Cela pourrait s'appeler une déclaration d'inclusion, une déclaration de principes, etc. Quelle que soit la façon dont vous décidez de l'appeler, elle se réfère à la norme à laquelle tous les membres sont tenus et à la façon dont nous nous considérons les uns les autres. Dans son contenu, cette déclaration doit décrire comment vous allez créer un espace où tous sont les bienvenus et où ceux qui sont marginalisés dans le monde plus vaste peuvent se sentir libres de la stigmatisation, de la discrimination et de l'oppression basées sur leur identité.

Pour être efficace, la déclaration doit être créée par un groupe diversifié et partagée avec tous les membres.





QUESTIONS AXÉES SUR LE GENRE

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Avez-vous un quota de représentation masculine/féminine dans l'une de vos structures, par ex. personnel, conseil, comités ? Vous êtes-vous demandé si un quota pouvait être nécessaire ou utile ?
- Comment décrivez-vous le candidat idéal pour vos postes de direction ? Ce choix est-il basé sur le genre ? La description du rôle inclut-elle un langage sexué ?
- Qui choisit les règles que vous utilisez pour décider comment gérer le genre dans votre langue, le cas échéant ? Qui se sent à l'aise avec ces règles ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Quelle compensation offrez-vous pour les responsabilités familiales ou d'autres responsabilités existantes ?
- Comment définissez-vous les responsabilités et les rôles dans vos projets ? Considérez-vous seulement les compétences et l'expérience acquises dans des rôles formels, ou y a-t-il d'autres critères que votre OM considère comme importants ?

QUI RESTE ?

- Comment vous assurez-vous que chacun puisse être ce qu'il veut être ?
- Comment gérez-vous différents styles de leadership ? Comment veillez-vous à ce que différents styles soient reconnus ?

- Comment la vie personnelle de vos membres a-t-elle un impact sur leur position de leader dans votre association ? Existe-t-il un espace pour la flexibilité au sein des structures et est-ce connu publiquement plutôt que considéré au cas par cas ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Quelles caractéristiques les personnes occupant des postes de direction ont-elles en commun ?
- Qui élève la voix lors des réunions importantes ? Comment gérez-vous le respect et l'égalité des occasions de parler pendant ces réunions ?
- Quelle influence ont vos partenaires et donateurs sur votre structure et vos valeurs ? Sont-ils liés à la stratégie de toute autre association concernant le genre ? Ont-ils le pouvoir de changer votre structure/gestion et vos valeurs ?

QUI PART ?

- Qui reste le plus longtemps dans des postes de haut niveau ? Habituellement, quels rôles ne sont que brièvement occupés ?
- Si quelqu'un s'en va avant la fin de son mandat, ou si les personnes ne restent pas dans un poste particulier, que pouvez-vous découvrir auprès de ceux qui partent ?

EXEMPLES GENRE

EXEMPLE 1

Dans une OM mixte, deux hommes occupent deux des postes les plus élevés, l'un est dans la quarantaine, l'autre dans la soixantaine. Lors d'une réunion trimestrielle de l'équipe de direction, les deux hommes parlent la plupart du temps et sont rarement convaincus par ce que les jeunes membres de l'équipe ont à dire. Les réunions se déroulent avec de moins en moins de personnes osant proposer de nouvelles idées. Les nouveaux leaders se sentent peu sûrs d'eux et inadéquats, ils ont tendance à trop travailler pour prouver leur valeur, mais ensuite ils abandonnent et partent après deux ou trois ans. Un groupe dédié de l'OM se demande "qui a de l'influence" et "qui part" et se rend compte qu'il doit prendre des mesures pour s'assurer que davantage de jeunes et de femmes soient impliqués dans les processus de prise de décision.

EXEMPLE 2

Établir un "groupe témoin" peut être un excellent outil pour surveiller votre organisation sous l'angle de la diversité et du genre. La mission d'un tel groupe est de faire régulièrement des rapports sur les relations et l'équilibre dans la représentation entre individus et groupes (hommes/femmes par exemple, minorités/majorité, hétérosexuels/LGBT).

Le but du groupe témoin du genre peut être défini comme une cartographie de la situation sur le genre dans l'organisation. Le groupe contribue à l'égalité des genres en fournissant des données actuelles basées sur l'analyse. Une tâche essentielle de la surveillance du genre est de rassembler des chiffres (par ex. la représentation des genres dans les organes de décision), de les analyser et de les interpréter pour révéler si les relations de genre sont équilibrées dans l'organisation. Le groupe peut également être un point de contact pour les membres de n'importe quel niveau de l'organisation ayant des préoccupations ou des idées concernant la façon dont le genre est abordé par l'OM.





QUESTIONS AXÉES SUR LA DIVERSITÉ

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Quelles valeurs fondamentales favorisez-vous ? De quelles façons sont-elles inclusives à la fois pour les membres/non-membres et pour les bénévoles/membres du personnel ?
- À qui s'adressent vos offres de bénévolat ? Qui incluez-vous et excluez-vous dans vos critères de sélection ?
- À qui proposez-vous de participer aux réunions annuelles et aux assemblées générales ?
- Qui se sent inclus par la langue utilisée par le haut niveau de leadership de l'association ?
- De quelle manière les personnes occupant des postes d'autorité dans votre OM sont-elles différentes les unes des autres ? De quelle manière sont-elles semblables ? Dans quelle mesure cela représente-t-il vos effectifs ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Qui peut s'identifier à différents postes au sein de l'association ?
- Comment définissez-vous les responsabilités et les rôles dans vos projets ? Quelles sont les caractéristiques les plus courantes de vos équipes de projet/groupes de travail actuels ?
- Comment considérez-vous vos valeurs fondamentales dans le processus de recrutement ?

QUI RESTE ?

- Avez-vous une politique sur l'accessibilité pour tous les sites utilisés par l'OM ?
- Révissez-vous l'accessibilité dans son ensemble sur une période donnée, c.à.d. le mois, le terme, l'année, etc.

- Quels critères prenez-vous en compte pour définir les responsabilités, l'organisation, les délais, etc. ?
- Quels calendriers culturels utilisez-vous pour réfléchir à l'organisation annuelle ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Qui est capable de créer un réseau et un statut au sein de la structure de management de l'association ?
- Les personnes responsables de la gouvernance sont-elles représentatives de la géographie, du genre, de l'âge, du niveau d'éducation, du statut social, etc. ? Ou est-ce que toutes les personnes en position de leadership sont similaires d'une manière ou d'une autre ?
- Dans quelle mesure les gens évoluent-ils entre le niveau local et le niveau national dans l'association ?
- Qui décide qui sont les chefs de projet ?
- Comment savez-vous que vous êtes vraiment dirigé par vos membres ?

QUI PART ?

- Qui n'a pas les ressources pour s'engager dans un poste de leadership ?
- Comment assurer un roulement sain des bénévoles et du personnel pour équilibrer à la fois le changement et la continuité ? Quand est-ce une bonne chose que quelqu'un quitte son poste ? Comment la planification de la relève est-elle abordée pour garantir la diversité ?

EXEMPLES DIVERSITÉ

EXEMPLE 1

Les plafonds en verre sont des filtres invisibles qui permettent seulement à un certain type d'individu de s'élever dans une hiérarchie.

Au début d'une carrière, la plupart des individus ont la chance d'obtenir un poste plus important. Mais à mesure que les individus progressent dans l'échelle hiérarchique, des plafonds de verre font en sorte que seuls ceux qui sont favorisés par la culture organisationnelle parviennent à atteindre les positions les plus importantes. Par conséquent, c'est toujours le même type de personnes partageant un même état d'esprit qui sont impliquées dans les décisions clés et qui ont le plus d'influence au sein de l'organisation. Dans votre organisation, comment vous assurez-vous que tout le monde ait la chance d'avancer et d'accéder à des postes de prise de décision ? Avec la formation interne, nous travaillons souvent avec de nombreuses personnes pour des postes de leadership ou nous les dotons de compétences en leadership, mais une fois la formation terminée, elles ne peuvent pas exercer ces compétences ou atteindre leur poste en raison de barrières invisibles.

EXEMPLE 2

C'est un phénomène courant qu'au lieu de prendre le temps et faire l'effort de se transformer vraiment en une organisation plus diversifiée, où des chemins d'accès authentiques sont créés et incorporés, seuls quelques exemples positifs de diversité soient créés, les soi-disant "symboles" ou "trophées".

En réalité, il n'est pas possible d'atteindre la diversité simplement en choisissant quelques individus qui représentent une communauté plus diversifiée ou tout simplement en s'assurant que vous avez toujours différents genres travaillant ensemble sur certains projets. Cela ne résout le problème que temporairement et en surface. Pour être inclusif au niveau organisationnel, un changement profond sur une période de temps est nécessaire, avec un effort commun de tous les membres.



EN SAVOIR PLUS

QUOTAS : AVANTAGES ; LIMITES ET ALTERNATIVES ?

Les quotas sont une méthode pour assurer la représentation d'un groupe particulier qui subit une discrimination au sein d'une population plus nombreuse. Ils sont mis en œuvre en veillant à ce qu'un certain nombre de personnes appartenant au groupe discriminé aient accès à des postes ou des opportunités. Par exemple, plusieurs pays européens, comme la France et la Norvège, ont des quotas qui indiquent qu'un nombre minimum des membres du conseil d'administration d'une société cotée en bourse doivent être des femmes. De nombreux pays dans le monde réservent des sièges aux femmes dans leurs parlements, de l'Argentine au Bangladesh jusqu'au Rwanda. Les équipes nationales de cricket d'Afrique du Sud ont un quota minimum pour les sportifs noirs. Dans le cadre du guidisme et du scoutisme, les quotas peuvent indiquer qu'un nombre minimum de postes au niveau national doivent être occupés par des personnes de moins de 30 ans, ou qu'il doit toujours y avoir un homme et une femme occupant les postes les plus élevés.

Réserver un nombre précis de postes à des groupes spécifiques (sous-représentés) lors d'élections, dans les écoles secondaires, les conseils scolaires, etc., c'est établir une politique de quota. Les quotas font partie d'actions positives qui consistent à "faire en sorte que l'éducation, l'emploi, etc. soient accessibles aux membres de groupes traditionnellement traités injustement, par exemple en raison de leur origine ou de leur sexe" (dictionnaire de Cambridge).

Pourquoi les quotas sont-ils si souvent utilisés et documentés ? Parce que c'est une approche quantitative qui est directement utilisable et très explicite. Ils peuvent apporter un changement rapide et c'est un signe puissant de la volonté de changer la structure. Les quotas peuvent également créer des modèles de rôle, ce qui peut encourager des personnes qui n'auraient pas postulé autrement à envisager un rôle. Cependant, les quotas définissent un résultat souhaité, pas un processus préféré. Cela signifie que vous définissez seulement "combien" mais pas "comment". Cela peut conduire à une parité apparente ; mais pas forcément conduire à un changement culturel à long terme. Avoir plus

de personnes ayant la caractéristique désirée peut lentement légitimer leur place. Mais au début, rien ne permettra à ces gens de faire le travail sans effort. En effet, les quotas peuvent parfois renforcer les enjeux culturels en créant une nouvelle stigmatisation pour les personnes sous-représentées : leurs capacités sont remises en question et critiquées ; elles sont considérées comme illégitimes en raison du processus de quota spécial. Cependant, des études montrent que les quotas n'ont pas d'impact sur la qualité du recrutement. Les gens ne sont pas incompetents à cause de la discrimination positive, mais ils peuvent avoir un manque d'expérience à cause de l'ancien recrutement discriminatoire.

Les politiques de quota sont souvent utilisées, donc les alternatives ne sont pas prises en considération, mais les quotas eux-mêmes n'apporteront pas la solution magique ! Peu d'études analysent d'autres processus d'inclusion ; par conséquent, on communique moins sur les actions complémentaires. C'est un gros problème en raison du déficit qualitatif des politiques de quotas: les quotas ne peuvent être réellement efficaces qu'à long terme dans le cadre d'autres actions.

Ces alternatives sont caractérisées par des changements dans notre façon de travailler. Voici trois exemples :

- Soutenir la(les) population(s) sous-représentée(s) à être des candidats confiants, à travers la formation ; le coaching ; le financement ; etc.
- Changer les structures et les habitudes, par exemple la planification et le calendrier d'une réunion ; les règles internes ; les objectifs et l'évaluation etc.
- Apporter un changement culturel par l'éducation et la formation (en expliquant le(s) but(s) de la discrimination positive, en condamnant la discrimination, etc.).

Après avoir utilisé ce kit d'outils pour évaluer votre situation actuelle, vous pourriez constater qu'il existe des inégalités dans votre organisation qu'un quota pourrait aider à dissiper. Lorsque vous décidez de mettre en œuvre ou non des quotas, vous devez consulter attentivement toutes vos parties prenantes. Cela devrait impliquer le groupe de personnes pour lequel vous envisagez de créer le quota, par ex. jeunes membres d'une minorité religieuse ou personnes de moins de 30 ans occupant actuellement des postes de leadership.¹²

[12] <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12116>

INTRODUCTION

L'intégration du genre et de la diversité dans votre programme de formation est importante pour deux raisons.

Tout d'abord, votre programme de formation est un domaine important dans lequel les valeurs et les priorités de vos attitudes sont transmises et renforcées. Tout comme avec le programme éducatif, votre programme de formation peut être un moyen de communiquer une culture d'ouverture, de diversité et d'attention à l'égard de tous les individus. Les formateurs qui l'apprennent à partir de votre programme continueront ce bon travail dans n'importe lequel des domaines qui leur seront assignés dans l'organisation, en diffusant ces valeurs positives à plus de personnes. Par conséquent, il est important de bien faire les choses !

Deuxièmement, il est également important de considérer les obstacles à l'accès à la formation. S'il existe certaines personnes dans votre société qui peuvent bénéficier de votre formation, tandis que d'autres trouvent plus dur de le faire, alors cela désavantage à la fois les individus et votre OM. Construire et maintenir une organisation dynamique et diversifiée repose sur la garantie que chacun puisse participer à tous les domaines qu'il souhaite. N'importe qui devrait être en mesure d'accéder à une bonne formation, et vous pourriez découvrir que certains groupes ont plus besoin d'aide que d'autres pour y arriver.

La formation vise à donner aux personnes les moyens mentaux, sociaux, physiques, émotionnels et spirituels pour prendre leurs responsabilités dans l'accomplissement de leurs tâches dans la vie. La formation doit permettre à un individu de réaliser pleinement son potentiel de croissance personnelle et de développement, d'assurer sa satisfaction au travail et de développer davantage ses compétences en leadership. Plus précisément, la formation sur le genre ou la diversité fournit aux participants les connaissances, les compétences et les valeurs pertinentes qui leur permettront de contribuer à la mise en œuvre effective de la stratégie d'intégration du genre et de la diversité dans leur organisation ou pays.

L'inclusion est un voyage continu. Nous devons toujours nous adapter aux changements de la société - l'inclusion n'est jamais complète. C'est pourquoi nous avons constamment besoin de nous former nous-mêmes et de former d'autres personnes sur les développements dans le domaine. La formation sur le genre et la diversité n'est pas un but en soi, ni un outil unique pour mettre en œuvre l'intégration du genre et de la diversité. Cela fait partie d'un ensemble plus large d'outils et de stratégies. La formation sur le genre et la diversité devrait être intégrée dans un processus continu et à long terme. L'outil d'intégration développé par l'AMGE est l'un des outils qui peut nous donner des orientations sur la manière d'être plus inclusif et peut nous aider dans le processus de ce voyage continu.

“La formation doit permettre à un individu de réaliser pleinement son potentiel de croissance personnelle et de développement, d'assurer sa satisfaction au travail et de développer davantage ses compétences en leadership.”



QUESTIONS AXÉES SUR LE GENRE

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Les descriptions de formation sont-elles neutres en termes de genre ?
- OM composées uniquement de filles : les formations sont-elles planifiées en pensant que certaines activités sont plus “convenables” et appropriées pour les filles ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Existe-t-il des formations visant spécifiquement un genre ou l'autre ?
- Existe-t-il des quotas de genre pour les formations sur des domaines particuliers de travail ? Devrait-il y en avoir ?

QUI RESTE ?

- Quelle formation spécifique offrez-vous pour travailler sur les questions de genre ?
- Incluez-vous la formation sur le genre comme une composante régulière des formations dans tous les autres domaines ?
- Est-ce que tous les genres / les deux sexes trouvent vos formations également pertinentes ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Les formations en leadership parlent-elles des stéréotypes liés à tous les genres et au leadership ?

QUI PART ?

- Surveillez-vous la quantité de formation que tous les genres reçoivent respectivement dans votre organisation ?





QUESTIONS AXÉES SUR LA DIVERSITÉ

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Quels critères sont utilisés pour choisir qui peut accéder à la formation ? L'âge est-il privilégié ? Des compétences particulières ?
- Qui décide quelles personnes peuvent accéder à la formation ?
- Comment décidez-vous des formations à faire ? Des individus peuvent-ils demander une formation pour eux-mêmes ou pour des groupes entiers de bénévoles/membres du personnel ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Les individus, ou leurs groupes locaux, doivent-ils payer eux-mêmes pour la formation ? Quel est l'impact de cela ?
- La formation suppose-t-elle une expérience spécifique ou une formation antérieure ?
- Comment vous assurez-vous que les aspects logistiques de vos formations répondent aux besoins des participants ?
- Que prévoyez-vous pour les participants qui sont aussi des aidants ?

QUI RESTE ?

- Quel soutien est offert aux participants qui éprouvent des difficultés avec le contenu d'une formation
- Quelles sont les caractéristiques communes de vos formateurs ? Qu'est-ce qui les différencie ? Comment reflètent-ils la population globale de votre pays et de votre OM ?
- Qui reste pour devenir formateur ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Qui est formé pour être formateur et donc capable de définir la formation ?
- Comment les décisions sont-elles prises pour déterminer quelle formation offrir ? Qui peut demander une formation pour lui-même ou pour les autres ?
- Qui conçoit les modules de formation ? Le processus de planification est-il transparent ?
- Les stagiaires fournissent-ils un feedback après chaque formation ? Est-ce que ce feedback affecte les futures formations ? Comment ?

QUI PART ?

Combien de temps vos formateurs restent-ils dans leurs rôles ? À quelle fréquence sont-ils eux-mêmes recyclés ?



EXEMPLES DIVERSITÉ

EXEMPLE 1

L'OM procède à une évaluation des personnes qui ont suivi différents types de formation pendant une période d'un an. L'OM étudie ensuite si elles représentent également toutes les catégories de membres (le cas échéant) (genre, zones géographiques, groupes d'âge, origine linguistique, origine ethnique, origine religieuse, handicap, etc.). L'OM examine également si la représentation est équilibrée et représentative compte tenu des groupes cibles potentiels (par exemple, les groupes de migrants et les différentes langues sont-ils représentés proportionnellement à leur représentation dans la société, est-ce que les effectifs et la représentation dans les formations sont proportionnelles aux parts de population des différentes régions ou certaines régions sont-elles sous-représentées). S'il s'avère que certains groupes sont sous-représentés ou ont moins recours à la formation, l'OM peut alors examiner quels sont les facteurs qui causent cela et comment ils peuvent être abordés.

EXEMPLE 2

Tous les membres/formateurs suivent une formation sur la diversité / tous les modules de formation incluent une partie sur la diversité.

La composition d'un groupe de formateurs peut envoyer un message fort sur le type de participants qui devraient participer à une formation. Ne pas voir quelqu'un comme vous parmi les formateurs peut amener un participant à se sentir étranger ou différent d'une "mauvaise" manière. Il est donc important de prêter une attention particulière au recrutement des formateurs et de veiller à ce qu'il y ait un mélange équilibré de personnes qui deviennent formateurs.

Les membres des groupes minoritaires ne sont pas traités uniquement comme des représentants de leurs milieux mais comme des individus ayant des antécédents et des compétences variés. Par exemple, une personne ayant un handicap physique n'est pas limitée à être un spécialiste du guidisme et du scoutisme avec un handicap si elle est plus intéressée par d'autres aspects du guidisme et du scoutisme.

L'OM coopère avec d'autres organisations et tire profit de leur expertise pour promouvoir la diversité en organisant de nouvelles formations ou en créant un module de formation plus important.

EXEMPLE 3

Une OM a du mal à attirer des jeunes migrants parmi ses membres. L'OM est consciente que sa formation n'a pas abordé les questions concernant la façon d'ouvrir les groupes locaux pour inclure une plus grande diversité de membres. Par conséquent, ils ont mis en place un groupe de travail pour développer

un module de formation sur la diversité pour les chefs d'unité. Ils veillent à ce que le groupe de travail ait des membres de milieux diversifiés car ils se rendent compte que ce n'est pas la même expérience de travailler avec la diversité et venir d'horizons divers, et que les deux perspectives sont essentielles pour apprendre de nouvelles méthodes de travail.

CONSEILS

POUR UNE FORMATION ACCESSIBLE

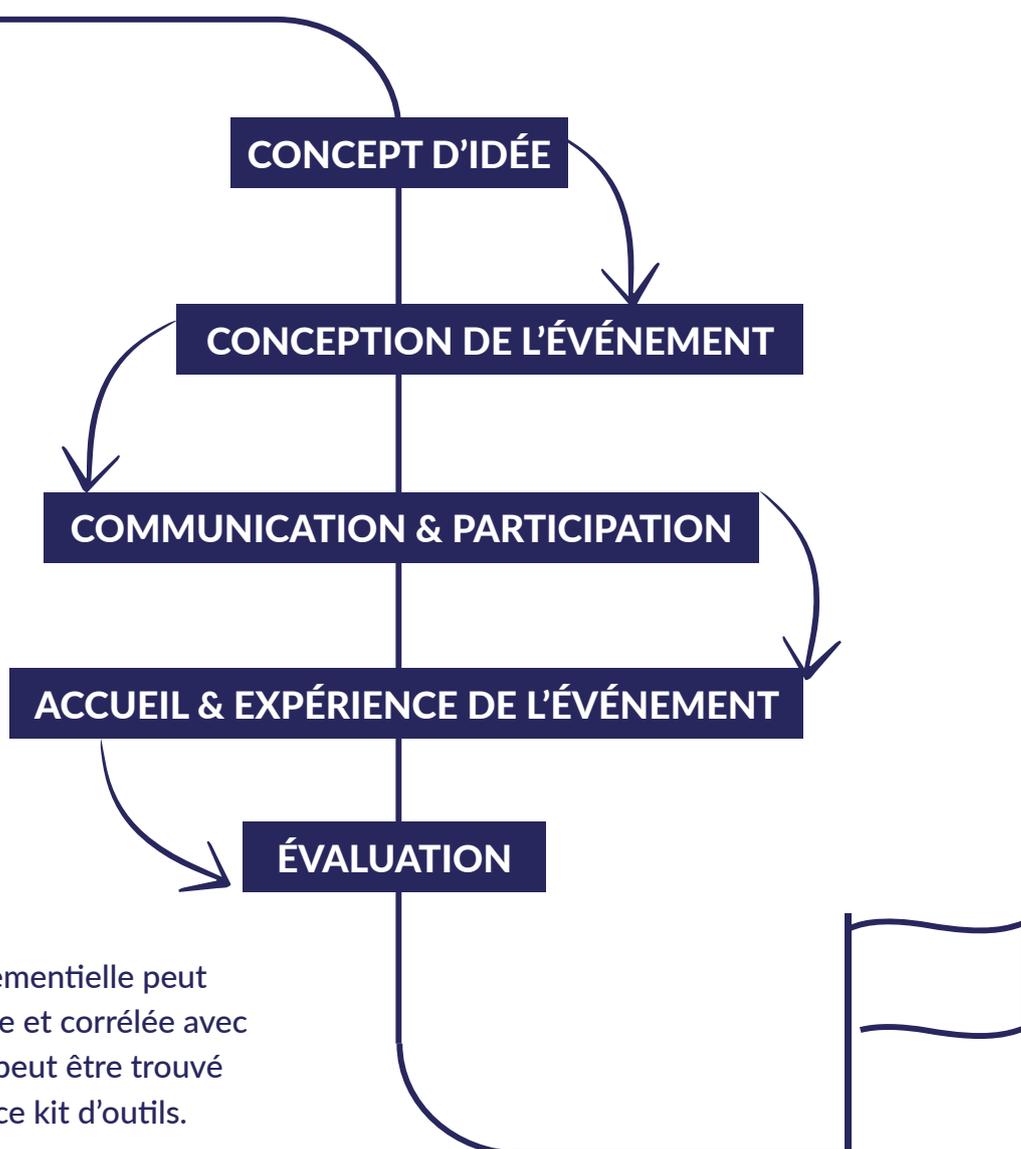
- Pour maximiser l'inclusion dans une formation, il serait idéal d'enseigner de telle sorte que tous les styles d'apprentissage puissent être abordés d'une manière ou d'une autre.
- Encouragez les participants à évaluer de quelle façon ils apprennent le mieux. Vous pouvez arriver à cela au moyen d'un sondage sur la façon dont ils aiment qu'on leur présente le matériel.
- Le passage d'un mode à l'autre peut offrir de multiples façons d'exprimer des concepts difficiles aux participants, par exemple une personne qui préfère penser visuellement peut rencontrer des difficultés à suivre un concept simplement en écoutant une séance. Les encourager à essayer d'"esquisser" l'idée sur papier peut les aider à visualiser le concept et à le comprendre. Offrez des formations où les concepts sont expliqués verbalement et à l'aide d'un tableau/graphique démontrant la logique d'un concept. Utilisez des clips audio et vidéo.
- Mettre en place un espace accueillant pour tous et créer un environnement sûr.
- Lorsque vous utilisez des références culturelles, historiques ou sociales, expliquez d'abord le contexte, puis donnez un exemple. Tous les participants de votre formation ne viennent pas du même milieu. Expliquer le contexte d'une référence/d'un exemple contribuera à promouvoir la diversité en gardant tout le monde sur la même longueur d'onde, évitant ainsi d'exclure certaines personnes dès le départ.
- Réduire autant que possible les contraintes économiques. Les guides et les scouts peuvent suivre une formation avec des ressources limitées, mais ils peuvent être trop embarrassés pour dire qu'ils ne peuvent pas se payer le matériel ou les photocopies ou simplement un cahier normal. Avoir des packs de cours en réserve ou imprimés pour ces participants leur permettra de participer sans avoir à s'inquiéter. Expliquez-leur clairement qu'en cas de problèmes ou de préoccupations particulières, ils peuvent discuter sans crainte avec les personnes qui vous accompagnent en tant que formateurs afin que vous puissiez les aider.
- Annoncez tous les participants par leur nom et assurez-vous qu'ils reçoivent du crédit ou une reconnaissance pour les suggestions ou les contributions qu'ils font. Faire cela vous permettra de veiller à ce que tous les membres de la formation soient les bienvenus et des membres pertinents pour la formation en leur communiquant qu'ils sont pris au sérieux. Ceci est particulièrement utile dans les situations où certains peuvent se sentir mal à l'aise en tant que participants minoritaires (en fonction de leur origine, de leur sexe, du contexte de la classe, etc.) ou qui peuvent avoir un point de vue impopulaire ou qui divise.

UTILISER LE KIT D'OUTILS POUR APPORTER L'INTÉGRATION SUR UN ÉVÉNEMENT

L'intégration du genre et de la diversité est pertinente dans de nombreux domaines d'activité au sein des OM à tous les niveaux ; national, régional et local.

Dans ce chapitre, nous voulons vous montrer, étape par étape, comment l'ensemble du kit d'outils peut être utilisé comme outil de référence et comment les chapitres peuvent être utilisés ensemble et se chevaucher.

Nous allons illustrer cela en travaillant sur le processus de développement et de création d'un événement potentiel. De l'idée initiale de l'événement à l'analyse et l'évaluation de l'événement après qu'il ait eu lieu, nous allons vous emmener tout au long du voyage.



1 IDENTIFICATION - VOUS VOULEZ ORGANISER UN ÉVÉNEMENT

Vous avez eu une idée brillante pour un événement, c'est juste une graine, mais c'est une idée qui est restée.

Dans les premiers stades de développement, assurez-vous d'explorer tous les paramètres et le potentiel de l'événement. Considérez les différentes façons dont vous pourriez réaliser l'événement tout en travaillant vers vos objectifs d'événement. Un bon moyen de le faire pourrait être un remue-méninge avec un groupe diversifié de personnes ou un groupe représentatif de votre public cible.

En accordant du temps et de l'espace à ce type de consultation et à la contribution de différentes personnes, vous aurez un événement plus accessible.

Exemples de questions que vous pouvez poser :

- Pourquoi organisons-nous un événement, quel en est l'objectif ?
- Qui voulons-nous atteindre ? Est-ce un groupe déjà formé (votre unité / troupe), ou pouvons-nous élargir aux personnes invitées ou participantes ?
- Que voulons-nous qu'ils ressentent / réalisent / expérimentent ?
- Pourquoi seraient-ils intéressés ?
- Avons-nous déjà organisé ce type d'événement auparavant ? Qui a-t-il attiré ?
- Existe-t-il des paramètres fixes ou des exigences/apprentissages dont nous devons tenir compte, c.-à-d. s'agit-il d'un événement saisonnier ? Est-ce qu'il doit avoir lieu en été ?

Comment pouvons-nous nous assurer que les membres puissent participer et contribuer à

répondre à ces questions, la perspective du genre et de la diversité peut être appliquée en se référant aux chapitres du kit d'outils ci-dessous

STRUCTURE ET MANAGEMENT

PROGRAMME ÉDUCATIF

RELATION À LA SOCIÉTÉ

- **Structure et management** – assurez-vous d'apporter la diversité dans cette étape et que différentes voix soient consultées et incluses à l'équipe de développement.
- **Programme d'éducation** – Si vous songez à un événement éducatif, quel sera son lien avec le programme ? Va-t-il attirer une gamme variée de membres ? Quel type d'objectifs essaieriez-vous d'atteindre ?
- **Relation à la société** – Est-ce qu'il y aura un impact sur les membres ou le public ? Quel genre de message la société va-t-elle comprendre au sujet de votre organisation à travers cet événement ?

Cette partie du processus est axé sur la définition du concept consistant à identifier le besoin de l'événement. Vraiment enquêter et comprendre pourquoi vous proposez de faire quelque chose ainsi que les objectifs sous-jacents.

2 FORMULATION - À QUOI RESSEMBLERA L'ÉVÉNEMENT ?

Vous avez maintenant convenu d'un concept pour l'événement, les prochaines étapes sont de concevoir l'événement et de le faire vivre.

A) RECRUTER ET GÉRER DES BÉNÉVOLES

STRUCTURE ET MANAGEMENT

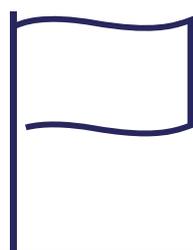
Veillez à ce que vos équipes de planification soient équilibrées et diversifiées sur le plan du genre, non seulement en termes de nombre, mais aussi en vous assurant qu'elles soient accessibles et accueillantes pour tous - membres existants et nouveaux.

FORMATION

Si vous avez besoin d'offrir une formation à vos bénévoles, assurez-vous qu'elle soit accessible à tous les membres de votre équipe/future équipe. in your team/future team.

FINANCES

Votre équipe de bénévoles peut avoir des besoins économiques différents pour participer pleinement. Assurez-vous d'avoir mis de côté les ressources nécessaires pour répondre aux besoins et aux options individuels de chacun en matière de remboursement/soutien logistique à l'avance. Pensez grand : pensez inclusif - planification du programme



B) THINK BIG: THINK INCLUSIVE - PROGRAMME PLANNING

PROGRAMME ÉDUCATIF

Lors de la planification du programme de l'événement, assurez-vous qu'il est pertinent, accessible et attrayant pour tous les participants, en offrant un large éventail d'activités.

AFFILIATION

Comment allez-vous impliquer vos membres dans cette phase de planification et permettre un feedback ? Envisagez l'attrait et l'attraction de cet événement pour tous les genres et groupes divers.

FINANCES

Lors de la planification du budget de l'événement et des coûts pour les participants, tenez compte des différents besoins économiques des participants individuels et des leaders/membres bénévoles.

RELATION À LA SOCIÉTÉ

Utilisez votre événement pour tisser des liens au sein de votre société, tendez la main à d'autres organisations qui pourraient vous aider à offrir un programme plus diversifié ou qui ont les mêmes valeurs ou objectifs.

3 COMMUNICATION ET PARTICIPATION

AFFILIATION

Comment allez-vous atteindre tout votre groupe cible préféré pour réaliser la [meilleure] participation ?

FINANCES

Comment allez-vous mettre en place des procédures pour vous assurer que la participation soit possible pour votre groupe cible sans que les finances ne soit un obstacle à cette participation ?

Comment communiquerez-vous au sujet de l'aide financière possible pour vous assurer que les participants aient accès à de l'aide pour votre événement ? (Et se sentent à l'aise pour la demander)

RELATION À LA SOCIÉTÉ

Comment pouvez-vous communiquer vos événements à la communauté au sens large (i) inviter la communauté à se joindre à vous et (ii) en tant qu'opportunité de sensibilisation et de marketing, vous assurer de présenter une organisation diversifiée et inclusive ?

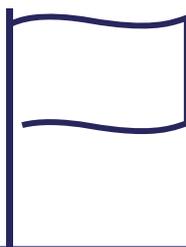
FORMATION

S'il existe des aptitudes ou des compétences spécifiques requises pour participer avec succès à un événement, où, quand et comment les opportunités de formation seront-elles présentées ?

4 MISE EN ŒUVRE ET SUIVI - UN ÉVÉNEMENT INCLUSIF GRÂCE À UN ACCUEIL INCLUSIF

PROGRAMME ÉDUCATIF

Pendant l'événement, vous devez être sûr que votre programme fonctionne comme prévu et qu'il est REAL, pour permettre une participation complète. La flexibilité est la clé s'il devient clair que quelque chose ne fonctionne pas.



STRUCTURE ET MANAGEMENT

L'événement peut nécessiter des personnes pour remplir des rôles tels que l'accueil des participants ; veiller à ce que leurs besoins soient satisfaits et assurer une surveillance tout au long de l'événement ; et il sera peut-être nécessaire de faire preuve de souplesse si les besoins ne sont pas expliqués ou connus à l'avance. Comment ces personnes sont-elles sélectionnées et soutenues ?

5 EVALUATION -- PROCÉDURES OUVERTES ET ÉQUITABLES

AFFILIATION

C'est le bon moment pour voir si les membres et les non-membres se sentent à l'aise pour assister à l'événement.

PROGRAMME ÉDUCATIF

Dans l'évaluation, nous avons la possibilité de vérifier si notre programme éducatif correspond aux besoins des participants et aux objectifs fixés..

RELATION À LA SOCIÉTÉ

Avons-nous travaillé avec les bons partenaires, dans la meilleure adéquation ? Notre coopération avec des partenaires externes a-t-elle été réalisée et nos attentes et besoins ont-ils été satisfaits ?

Réfléchir sur la manière dont l'événement s'est déroulé avec la société et si leurs perceptions de l'organisation ont changé ?

L'événement a-t-il eu un impact ?

FINANCES

Une chance de vérifier si les fonds exacts sont utilisés par et/ou pour les groupes que nous avons l'intention de soutenir et si nos priorités dans notre budget reflètent les besoins réels de l'événement.

STRUCTURE ET MANAGEMENT

Quelle a été l'opinion des organisateurs (personnel, bénévoles et sympathisants) impliqués dans l'événement ? Comment peuvent-ils faire des commentaires et est-ce que les communications/résultats seront partagés avec eux ? Quelle sera leur influence ?

FORMATION

Notre formation a-t-elle inclus les éléments pertinents pour permettre à nos leaders d'organiser en toute confiance un événement inclusif ?



RESSOURCES POUR LES CHEFS D'UNITÉ

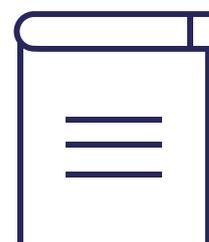


À l'AMGE, nous utilisons notre méthode éducative, qui est un modèle unique d'éducation non formelle. En utilisant la méthode, vous pouvez créer un environnement d'apprentissage où les jeunes peuvent prendre la tête et faire des choix sur ce qu'ils font. Vous pouvez aider vos membres à se prendre en charge et développer leur plein potentiel.

Le kit d'outils a été élaboré à l'intention des conseils et/ou des comités travaillant au niveau national ou régional d'une organisation. Si vous êtes intéressé pour l'utiliser au niveau local, les 5 questions clés (comme discuté dans le chapitre 1) et le cycle du projet et d'autres outils (dans le chapitre 3) peuvent

être utilisés exactement de la même manière. Pour toutes les autres questions, vous pouvez les traduire et les appliquer à la situation de votre groupe ou unité et obtenir une aide importante pour développer votre environnement de guidisme et scoutisme.

Par exemple, au lieu de demander "A qui offre-t-on de participer à nos réunions annuelles et assemblées générales ?" (Structure et management, question sur le genre), au niveau local, vous pourriez demander "Qui est invité à prendre la parole lors des réunions de planification". D'autres exemples, y compris leurs liens vers les 5 questions clés, sont présentés dans la case "En savoir plus".



VOULEZ-VOUS EN SAVOIR PLUS?

FOCUS SUR LE GENRE :

QUI TOUCHONS-NOUS ?

- Les photos de nos publicités et de notre site Web sont-elles équilibrées entre tous les genres ? Que font les gens sur les photos ?
- Les informations que nous communiquons sur notre programme sont-elles équitables vis-à-vis des genres ? Utilisons-nous toujours la forme masculine, partageons-nous des exemples masculins, etc. ?

QUI NOUS REJOINT ?

- Nos activités sont-elles spécifiquement ciblées sur un genre particulier de participant ? Offrons-nous aux participants l'occasion d'essayer une variété d'activités ?
- Avons-nous de façon significative plus de leaders d'un seul genre ?
- Focus sur les groupes exclusivement féminins : Existe-t-il une image typique d'une guide que nous recrutons ou sommes-nous ouverts à des personnages non typiques qui ne correspondent pas à un certain stéréotype nous dictant comment les filles ou les femmes devraient être ?

QUI RESTE ?

- OM mixtes : Avez-vous des dispositions de couchage séparées par sexe pour les nuitées ?
- À mesure qu'ils vieillissent, les membres de l'un des genres sont-ils plus susceptibles de rester que d'autres ?
- Comment communiquons-nous à nos membres que le guidisme/scoutisme féminin n'est pas seulement destiné aux filles

« aventureuses » ou « girly » ? Faisons-nous des efforts conscients pour montrer notre ouverture à un éventail de personnalités ?

QUI A DE L'INFLUENCE ?

- Existe-t-il dans votre OM des règles selon lesquelles certaines fonctions et certains rôles devraient être détenus par certains genres ? Avez-vous réfléchi si cela est réellement utile ou non ? Elles peuvent ou non réussir à contribuer à l'équilibre des pouvoirs et de l'influence.
- Qui est nommé leader, qui ne l'est pas ? Pourquoi ? Comment pouvons-nous décider si un leader peut suivre un cours de formation ?
- Qui assiste régulièrement à des événements de publicité ou de recrutement ? Quel message est-ce que cela envoie ?
- Lorsque vous demandez l'opinion des participants, est-ce que l'un des genres s'exprime davantage ?

QUI PART ?

- Savez-vous qui quitte le groupe, est-ce que le nombre est plus élevé pour un genre spécifique ?
- Envisagez-vous les raisons pour lesquelles quelqu'un quitte votre groupe ?
- OM composées uniquement de filles : Est-ce que les filles qui ne correspondent pas aux images 'traditionnelles'/à un type unique de fille se sentent les bienvenues ou partent-elles avec le temps ?

VOULEZ-VOUS EN SAVOIR PLUS?

FOCUS SUR LA DIVERSITÉ :

QUI TOUCHONS-NOUS?

- De quelle façon communiquons-nous à l'extérieur que nous ne voulons pas être un groupe "fermé" ? Est-ce que, par exemple, nous transmettons à toutes les couches de la société que le guidisme et le scoutisme leur sont ouverts ?
- Avons-nous du matériel d'information dans différentes langues ?
- Communiquons-nous ouvertement que les participants LGBT sont également les bienvenus ?
- Notre matériel de publicité/recrutement montre-t-il une variété de participants et de leaders ?

QUI NOUS REJOINT?

- Comment pouvons-nous être plus ouverts à d'autres enfants (qui ne nous ont pas encore rejoints) ?
- Les enfants doivent-ils faire un long trajet pour nous rejoindre ?
- Avez-vous déjà envisagé ce que vous exigez d'un leader ? Est-ce communiqué ouvertement au sein du groupe ?
- Combien cela coûte-t-il de nous rejoindre, de prendre en compte les frais et autres coûts "cachés" tels que l'uniforme ? Existe-t-il un soutien pour les enfants ou les leaders qui, autrement, ne pourraient pas se le permettre ?

QUI RESTE?

- Où communiquons-nous ? Tous les enfants du groupe ont-ils la même information (attention aux discussions de groupe, aux médias numériques, etc.) ?

- Communiquons-nous de manière à ce que même les familles peu instruites aient accès à nos informations et comprennent ce que nous voulons transmettre ?
- Est-il possible pour les familles ayant un petit budget d'obtenir un financement pour l'équipement de leurs enfants pour les activités de guidisme ? Recherchons-nous de telles opportunités et fournissons-nous des renseignements à ce sujet ?
- Connaissons-nous la situation familiale des enfants ? Sommes-nous attentifs lorsque nous posons des questions sur les conjonctures familiales car nous ne savons pas si cela pourrait embarrasser la famille ou l'enfant ?
- Nous soutenons-nous les uns les autres en faisant en sorte que tous les leaders connaissent des progrès personnels ?

QUI A DE L'INFLUENCE?

- Donnons-nous une image ouverte des activités que nous offrons ? Donnons-nous l'impression que nous sommes ouverts aux commentaires ou aux questions ?
- Si les leaders ne se comportent pas de manière ouverte et égale ou ne communiquent pas de la sorte - qui leur fait des commentaires ou qui en discute avec eux ?
- Tous les enfants ont-ils l'occasion de formuler des idées sur des événements et des activités ?

QUI PART?

- Pensez-vous aux raisons pour lesquelles quelqu'un quitte votre groupe ?
- Avez-vous des procédures pour gérer les situations difficiles lorsque quelqu'un veut arrêter ?

RESSOURCES POUR LES CHEFS D'UNITÉ



Dans une équipe de leadership, il est logique de se concentrer sur certains points que vous voulez changer. Si vous avez récemment de nombreux enfants qui sont partis, vous avez d'autres raisons de penser au genre et à la diversité que si, par ex. de moins en moins de filles participent aux activités mais de plus en plus de garçons. Il est également important de penser à avoir plus de diversité chez les leaders à tous les niveaux.

Même si vous avez beaucoup de membres et un bon mélange, cela reste logique et profitable si vous vous posez les questions suivantes et en discutez, par exemple dans votre équipe de leadership. Vous ne pourrez que gagner de l'expérience et développer un programme de guidisme ou de scoutisme encore meilleur et plus équilibré.

Les traditions sont toujours un grand sujet. C'est notre travail en tant que guide ou scout de continuer à interroger nos traditions, rituels et cérémonies. Ceux-ci constituent une partie

importante de la culture du guidisme et du scoutisme et nous aident à ressentir que nous appartenons à un groupe. Mais ils nous séparent aussi des autres, ce qui peut également être problématique. En tant que leaders, vous devriez faire attention et examiner de manière critique si certaines traditions et certains rituels pourraient exclure certains enfants ou leaders du groupe.

Nous avons créé une "liste de veille" qui peut vous aider à démarrer et/ou poursuivre votre parcours d'intégration.

Travailler sur des sujets liés au genre et à la diversité inclut de nombreux domaines qui peuvent être spécifiques à un groupe et nécessiter une adaptation.

Vous trouverez ci-dessous deux listes de contrôle pour la planification et la mise en œuvre. Elles sont courtes et faciles à appliquer. Elles aident à garder l'esprit ouvert en pensant au contenu et aux idées de l'activité prévue. Avec le temps et la pratique, votre équipe dirigeante se chargera de vérifier ces questions presque automatiquement lors de la planification de vos programmes.

LISTE DE VEILLE : LORS DE VOTRE PLANIFICATION

- ✓ Réfléchissez à la composition des équipes pour vos activités..
- ✓ Planifiez les activités de telle sorte que chaque enfant ait la possibilité de montrer ses forces.
- ✓ Planifiez vos activités de manière globale et utilisez les méthodes des guides et scouts..
- ✓ Utilisez différentes méthodes de manière équilibrée pendant l'année..
- ✓ Assurez-vous que la planification du programme est faite conjointement et équitablement.
- ✓ Envisagez de faire des activités typiquement 'filles' ou 'garçons', parfois dans des groupes séparés par sexe, pour fournir des espaces sûrs
- ✓ Dans les groupes mixtes : S'il y a beaucoup plus de filles/garçons dans le groupe ou dans les unités, essayez de sonder le programme et la structure de leadership pour savoir pourquoi ils sont plus susceptibles de s'adresser à un genre ou un autre.

LISTE DE VEILLE : PENDANT L'ACTIVITÉ

- ✓ Est-ce que tout le monde a la chance d'être leader à un moment donné ?
- ✓ Lorsque nous communiquons avec les enfants et les parents, donnons-nous une image égale - les leaders féminins et masculins ont des chances égales et des compétences également appréciées. Par exemple, les leaders masculins et féminins peuvent mener à la fois des activités artisanales et des jeux plus aventureux.
- ✓ Est-ce que des personnes de tous les genres préparent des collations pendant les activités ?
- ✓ Notre attitude envers les enfants est-elle toujours positive, encourageante, reconnaissante et axée sur les solutions ?

QU'EST-CE QUE LE GENRE ?

Le genre se réfère aux rôles, comportements, activités et attributs qu'une société donnée à un moment donné considère appropriés pour les hommes et les femmes ... Ces attributs, opportunités et relations sont construits socialement et sont appris grâce à des processus de socialisation. Ils sont spécifiques au contexte et au temps ainsi que modifiables. Le genre détermine ce qui est attendu, permis et valorisé chez une femme ou un homme dans un contexte donné. Dans la plupart des sociétés, il existe des différences et des inégalités entre les femmes et les hommes dans les responsabilités assignées, les activités entreprises, l'accès aux ressources et leur contrôle, ainsi que dans les opportunités de prise de décision. Le genre fait partie du contexte socioculturel plus large, tout comme d'autres critères importants pour l'analyse socioculturelle, notamment la classe, l'origine, le niveau de pauvreté, le groupe ethnique, l'orientation sexuelle, l'âge, etc.¹³

Alors que de nombreuses références au genre et à la diversité ne se réfèrent qu'aux hommes et aux femmes, il est important de noter que certaines personnes ne s'identifient à aucun sexe.

QU'EST-CE QUE LA DIVERSITÉ ?

"La diversité est ce qui différencie chacun d'entre nous - un mélange de plusieurs dimensions différentes, incluant : l'ethnicité, le genre, la façon dont nous pensons, ce que nous valorisons, les antécédents et les expériences qui façonnent nos perspectives."¹⁴

QU'EST-CE QUE L'INTÉGRATION ?

L'intégration est le processus d'évaluation des implications de toute action planifiée sur tous les bénéficiaires visés, y compris les politiques et les programmes à tous les niveaux. Il s'agit d'une stratégie visant à intégrer les préoccupations et les expériences de tous les individus dans la conception, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation des politiques et des programmes afin que chacun puisse en bénéficier de manière égale. L'objectif ultime est d'atteindre l'égalité.¹⁵

QU'EST-CE QUE L'INTERSECTIONNALITÉ ?

Ceci est relatif à la nature interconnectée des catégorisations sociales et culturelles. Celles-ci peuvent inclure des choses telles que l'origine, la classe, la santé, le genre et la sexualité. L'intersectionnalité est la façon dont chacune de ces catégories s'applique à un individu ou à un groupe donné et l'expérience créée à partir des identités qui se chevauchent, créant ainsi des systèmes interdépendants de discrimination ou de désavantage.

Pour en savoir plus sur l'intersectionnalité, regardez Kimberle Crenshaw, pionnière de la théorie critique des origines et créatrice du terme 'intersectionnalité', qui explore la réalité des préjugés raciaux et de genre ici : https://www.ted.com/talks/kimberle_crenshaw_the_urgency_of_intersectionality

QU'EST-CE QUE LA NEUTRALITÉ DE GENRE ?

Le terme 'genre neutre' signifie qu'il (objet, activité, expérience) convient, s'applique, ou est commun à tous les genres de la même manière.

QUE SIGNIFIE LGBT ?

LGBT est un acronyme utilisé pour désigner les personnes lesbiennes, gays, bisexuelles et transgenres.

Lesbiennes est un terme utilisé pour décrire des personnes identifiées en tant que femmes qui sont attirées émotionnellement, spirituellement, romantiquement et érotiquement vers d'autres personnes identifiées en tant que femmes

Gay (ou homosexuel) est l'adjectif utilisé pour décrire les personnes dont les traits physiques, romantiques et/ou émotionnels sont pour les personnes du même sexe (par exemple, un homme gay, des personnes homosexuelles). Le terme préféré pour les femmes est parfois lesbienne (n. ou adj.).

Bisexuel se réfère à une personne qui a la capacité de former des attractions physiques, romantiques et/ou émotionnelles durables avec des personnes du même sexe ou celles d'un autre sexe. Les gens peuvent éprouver cette attraction de différentes manières et à des degrés différents au cours de leur vie.

Une personne transgenre a une identité de genre différente de celle de son sexe à la naissance. Les personnes transgenres peuvent être un homme vers une femme (apparence féminine) ou une femme vers un homme (apparence masculine). Il est préférable de les décrire comme 'il' ou 'elle' selon leur identité de genre, c'est-à-dire le genre qu'ils présentent et non leur sexe à la naissance.¹⁶

QU'EST-CE QUE L'ORIENTATION SEXUELLE ?

Elle se réfère à l'attraction physique, romantique et/ou émotionnelle d'une personne envers les autres personnes. Tout le monde a une orientation sexuelle qui fait partie de son identité.

QU'EST-CE QUE L'IDENTITÉ DE GENRE ?

C'est le sens inné d'une personne de son propre genre, qu'il s'agisse d'un homme, d'une femme ou de quelque chose d'autre, qui peut correspondre ou non au sexe attribué à la naissance.

QU'EST-CE QUE L'EXPRESSION DU GENRE ?

L'expression du genre est la façon dont une personne choisit d'exprimer son genre à l'extérieur, dans le contexte des attentes sociétales de genre. Une personne qui ne se conforme pas aux attentes sociétales de genre peut, cependant, ne pas s'identifier comme transgenre.

[13] <http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>

[14] Centre canadien pour la diversité et l'inclusion

[15] Adapté de la définition de l'intégration dans les conclusions concertées de l'ECOSOC, 1997 <http://www.un.org/womenwatch/osagi/pdf/e65237.pdf>

[16] <https://www.glaad.org/reference/lgbtq>





Association Mondiale des Guides et des Eclaireuses

Bureau Mondial
Centre Olave
12c Lyndhurst Road
Londres NW3 5PQ
Royaume Uni

T: +44 (0) 20 7794 1181

 @waggs

  @waggs_world

www.waggs.org



Association caritative enregistrée sous le
numéro 1159255 en Angleterre et au Pays de Galles