

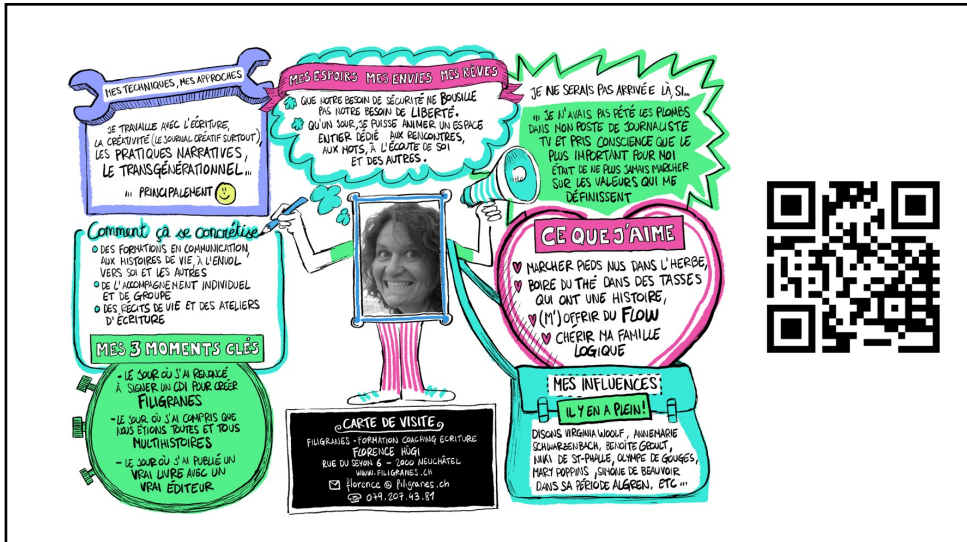
Déployer une communication politique percutante

Construire son influence pour impacter le monde

Bureau de promotion de l'égalité et de prévention des violences
 Florence Hügi – www.filigranes.ch
 Le 16 janvier 2025



1



MES TECHNIQUES, MES APPROCHES

- JE TRAVAILLE AVEC L'ÉCRITURE, LA CRÉATIVITÉ (LE JOURNAL CRÉATIF SURTOUT), LES PRATIQUES NARRATIVES, LE TRANSGÉNÉRATIONNEL...
- III. PRINCIPALEMENT

MES ÉCARTS, MES ENVIES, MES NOUVEAUX

- QUE NOTRE BESOIN DE SÉCURITÉ NE BOULEVERSE PAS NOTRE BESOIN DE LIBERTÉ.
- QU'UN SOIR, JE PUISSE ANIMER UN ESPACE ENTIER, DÉDIÉ AUX RÉSISTANCES, AUX MOTS, À L'ÉCOUTE DE SOI ET DES AUTRES.

JE NE SERAIS PAS ARRIVÉE LÀ SI...

- JE N'AVAIS PAS PÊTÉ LES PLOMES DANS MON POSTE DE JOURNALISTE TV ET PRIS CONSCIENCE QUE LE PLUS IMPORTENT POUR MOI ÉTAIT DE NE PLUS JAMAIS POURSUIVRE QUE LES VALEURS QUI ME DÉFINISSENT.

CE QUE J'AIME

- MARCHER PIEDS NUS DANS L'HERBE,
- BOIRE DU THÉ DANS DES TASSES QUI ONT UNE HISTOIRE,
- (M') OFFRIR DU FLOW,
- CHERIR MA FAMILLE,
- LOGIQUE

MES 3 MOMENTS CLÉS

- LE SOIR OÙ J'AI RÉALISÉ À SIGNER UN CDI POUR CRÉER FILIGRANES
- LE SOIR OÙ J'AI COMPRIS QUE NOUS ÉTIIONS TOUTES ET TOUS MULTIHISTOIRES
- LE SOIR OÙ J'AI PUBLIÉ UN VRAI LIVRE AVEC UN VRAI ÉDITEUR

CARTE DE VISITE

FILIGRANES - FORMATION CONTINUÉ ÉCRITURE
 FLORENCE HÜGI
 RUE DU SONN 6 - 1200 NEUCHÂTEL
 WWW.FILIGRANES.CH
 florence@filigranes.ch
 044.809.43.84

MES INFLUENCES

IL Y EN A PLEIN!

DISCOS VIRGINIA WOOD, ANNEMARIE SCHWARZENBACH, BEATE GROSCH, ANA DE ST-PAULIE, OLIMPE DE GORGES, MARC POPPUS, SINGUE DE BEAUMONT, DANS SA PÉRIODE ALGERAINE, ETC...



2

Le fil de la soirée



Accueil et comprendre de quoi on parle

1. Comprendre les dynamiques genrées

2. Développer des outils concrets pour une communication impactante

3. Renforcer sa légitimité et sa présence dans l'espace politique

Echanges et questions



3

Les dynamiques
genrées
dans la prise de parole
politique



4

"Être une femme en politique, c'est souvent comme courir un marathon avec un sac à dos rempli de pierres. Les attentes sont différentes. Si je parle avec fermeté, on me qualifie d'agressive. Si je suis calme, on me juge trop effacée. Chaque prise de parole est scrutée à la loupe, et il y a toujours quelqu'un pour me dire : 'Un sourire, ça passerait mieux.'"

J'ai aussi découvert que les réunions, même informelles, peuvent devenir des champs de bataille silencieux. On m'interrompt souvent, parfois avec un sourire paternaliste, comme si mes idées étaient des suggestions un peu naïves et ridicules. Et puis, il y a les fameux « réseaux informels » entre collègues masculins, où les vraies décisions se prennent.

Ce qui m'a le plus frappée, ce sont les doutes incessants que l'on essaie de semer en nous. Quand je propose une idée, elle est parfois ignorée, jusqu'à ce qu'un collègue homme la reformule. Alors, soudain, elle devient brillante. Et pourtant, malgré tout cela, je continue. Parce que je sais que ma présence compte. Parce qu'être là, c'est déjà bousculer les règles du jeu.

J'ai appris à choisir mes batailles, à ne pas laisser les jugements m'affaiblir, et à m'entourer de femmes et d'hommes qui partagent ma vision.

Et si je devais donner un conseil ? Parlez, même si votre voix tremble. Parce qu'à force de parler, on finit par se faire entendre."

Louise, engagée en politique communale et cantonale depuis longtemps

5

Les dynamiques genrées en politique

Les relations de pouvoir qui se construisent autour des rôles et des attentes associés au genre.

- Elles influencent la manière dont les femmes participent à la politique, comment elles sont perçues, et quel type d'impact elles peuvent avoir.
- Elles sont façonnées par des normes sociales, des stéréotypes et des structures de pouvoir qui ont longtemps marginalisé les femmes dans la sphère politique.
- Pas une fatalité!



6



7

Sexisme et androcentrisme: la Schtroumpfette!



© Peyo

- 28% des personnes politiques mentionnées par la presse suisse sont des femmes
- 20% seulement interviennent en qualité d'expertes, sinon juste des témoins
- Assignment régulière à des rôles genrés dans la presse qui infantilisent et décrédibilisent les femmes (biberonnée à la politique, petite, jeune, mentorée, etc..)

Source: Genre et politique en 2023: Le cas des élections cantonales genevoises- Institut décadreE
https://decadree.com/wp-content/uploads/2023/09/2023_Rapport_Femmes-et-medias_web.pdf

8

**Mentor des
candidates**

«[Elle] a été biberonnée à la politique.»

«Ces intérêts, qui s'articulent avec son engagement politique depuis son adhésion [...] lui viennent de son enfance, baignée de militance.»

«Politiquement, sa famille avait de quoi l'inspirer.»

**Mentor des
candidats**

«Une façon de rappeler aussi qui est sa belle-famille, à qui il doit son premier gros coup de projecteur médiatique.»

«Mon père était un élu démocrate-chrétien. J'ai tout d'abord voulu faire le tour des formations politiques pour me faire ma propre appréciation.»

vocabulaire passif

vocabulaire actif



9



Délégitimation par la peur vague

Femmes = masse homogène / vague qui déferle sur le monde masculin et va tout bouleverser

Elément envahissant qui veut tout bouleverser : danger!

Focalisation sur ce que peuvent perdre les hommes au lieu de visibiliser la progression de l'égalité en politique et la diversité des profils qui l'intègrent.



10



11

Mythe no 1: «Il faut d'abord se sentir légitime pour prendre la parole.»

Réalité : La confiance vient de l'action et de la répétition.

Et... il serait temps de tordre le cou définitivement au Syndrome d'imposture, non?



12



"Quand j'ai commencé en politique, j'avais l'impression que tout le monde dans la salle savait mieux que moi. Avant chaque intervention, une petite voix me disait : 'Et si tu dis quelque chose de stupide ?' J'ai parfois laissé passer des occasions de prendre la parole, de peur de me tromper.

Et puis j'ai rencontré Florence, et ensemble, nous avons travaillé à déconstruire mes croyances, y compris celle de ne pas être légitime. Un jour elle m'a dit ceci, et ça a changé ma perspective : 'Tu as été élue, c'est ta voix qu'on veut entendre.'

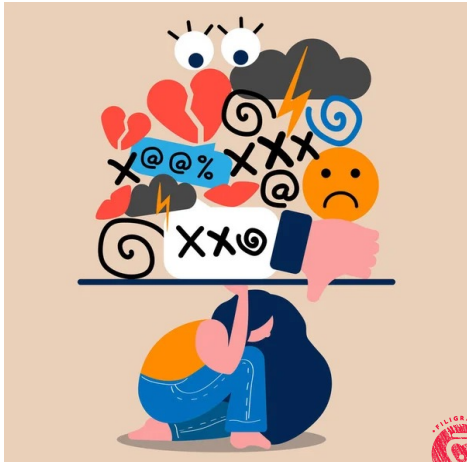
Aujourd'hui, je me rappelle que ma voix est aussi légitime que celle des autres, même si je ne connais pas tout (mais personne ne sait tout...). C'est ça qui fait ma singularité."

Alice, députée dans un parlement romand

13

Mythe no 2: "Se conformer pour plaire est une bonne stratégie."

Réalité : Le conformisme affaiblit l'impact et dilue l'unicité.




14



"Quand j'ai été élue, je me suis mise à porter des tailleurs stricts et à imiter le ton de mes collègues masculins, pensant que c'était la seule façon d'être prise au sérieux. Mais un jour, une électrice m'a dit : 'On ne vous reconnaît plus, où est passée la Corinne passionnée qui parlait avec ses tripes ?' "

Ça m'a frappée : j'étais en train de devenir quelqu'un d'autre, et en perdant ma spontanéité, j'avais aussi perdu la connexion avec les personnes qui m'avaient élue. Aujourd'hui, je défends mes idées avec ma propre voix – et tant pis (ou tant mieux!) si elle diffère de celle de mes collègues !"

Corinne, conseillère municipale d'une petite ville



15



Quels sont vos neuf « pourquoi » ?

Identifier son "feu intérieur" en se demandant pourquoi on agit, jusqu'à atteindre l'essence de sa motivation politique.



16

Les pièges à éviter pour impacter



17

Les pièges à éviter (ET les piliers associés)

- Le conformisme → La rébellion
- La confiance en soi → L'optimalisme
- L'imposture → **L'unicité**
- La visibilité → La posture
- L'expertise → La souplesse

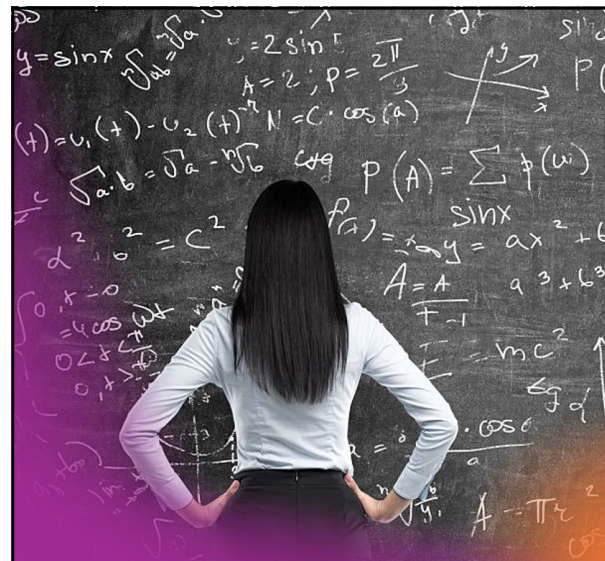


18

Les cinq clés d'une communication efficace



19



"Lors de mon premier grand débat télévisé, j'ai voulu montrer que je maîtrisais mon sujet. Résultat : j'ai noyé tout le monde dans des chiffres, des pourcentages, et des références techniques. À la fin, quelqu'un m'a dit : 'C'était impressionnant, mais j'ai rien compris.'"

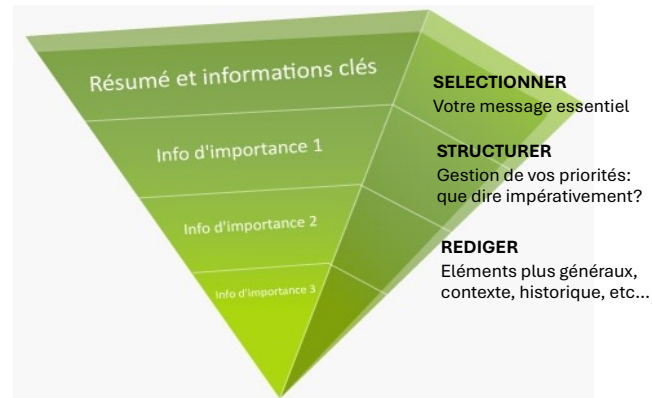
Ce jour-là, j'ai réalisé que trop d'expertise peut nous couper du public. Maintenant, je travaille mon storytelling : j'explique mes propositions en racontant des histoires et en reliant les enjeux à des exemples concrets de la vie quotidienne. Et c'est fou comme ça change tout !"

Sonia, conseillère d'Etat



20

Clé no 1: La pyramide inversée



21

Clé no 2: la grille de Quintilien (ou « le QQQQCP + C »)

QUESTION	CONCRETEMENT	EXEMPLE
POURQUOI?	Quel est votre objectif?	Convaincre Informé Se renseigner Expliquer ...
QUOI ?	Quel contenu pour votre message ?	Définir votre message essentiel et prioriser vos informations
QUI ?	Qui est votre PUBLIC-CIBLE?	Vos pair-es Une personne non-initiée Un organisme de financement
OÙ ?	Dans quel lieu cela se passe-t-il ?	Quel territoire ? Terrain neutre ou miné ? Intéressé ou non ? Politique/associatif/autre ?
QUAND ?	A quel moment ?	A quel stade du projet ?
COMMENT?	Quel est le contexte et les conditions ?	Avec quel ton, quel type de support ? Travail sur la forme à adopter



22

Clé no 3: le « storytelling » ou le fait de raconter des histoires

- Quelle amorce choisir?
- Qu'est-ce qui est le plus important ?
- Qu'ai-je envie de faire passer?
- Quelles priorités je pose?
- Quelle est l'utilité du jargon?
- Qu'est-ce que la personne qui me suit doit retenir absolument?

QUEL EST MON MESSAGE ESSENTIEL?



23

Clé no 4: Les lois de proximité (Carl Hovland, 1950)

Proximité physique : L'idée que l'on est plus influencé-e par les personnes ou les informations proches de nous, que ce soit par rapport à la distance géographique ou dans le cadre de l'interaction humaine directe.



Proximité émotionnelle : Les individus réagissent plus favorablement à des messages qui les touchent personnellement, qui résonnent avec leurs valeurs ou expériences.



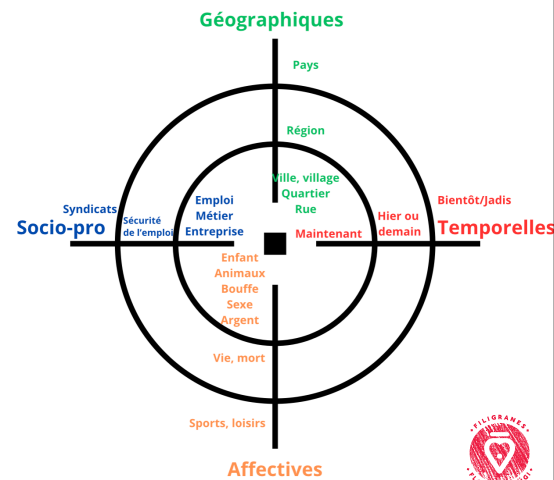
Proximité temporelle : La réactivité à l'information est souvent plus forte quand elle est perçue comme actuelle ou imminente.



24

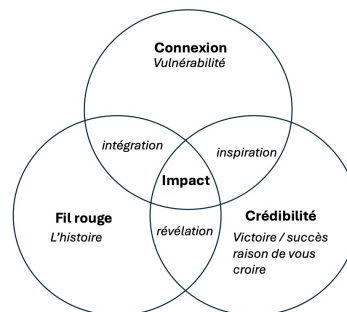
Clé no 4: les lois de proximité

- Le public est attiré-e par ce qui lui est **proche, ce qui le touche** et **le concerne directement et personnellement**.
- Géographique
- Chronologique
- Socio-professionnelle
- Affective (ou psychoaffective)



25

Clé no 5: la machine à impacter (et à influencer)



C'est
votre
histoire!



26



Exercice : Préparer un mini-discours

- *Construisez une courte intervention en suivant la pyramide inversée et un storytelling qui met en valeur votre unicité.*



27



Renforcement de la
“légitimité” et de la
présence dans l’espace
politique



28

En résumé: focus sur l'unicité et l'impact



Construire une posture forte grâce
à son histoire et ses valeurs.



Être audacieuse sans chercher à
"mériter" sa place.



29

Exercice: votre engagement personnel

*Quelle sera l'action ou le
changement à opérer dans
les semaines à venir?*



30

Vos
questions /
réactions /
réflexions ?

31

Pour aller plus
loin...

Téléchargez votre guide

**DÉVELOPPER VOTRE
IMPACT EN HUIT CLÉS**

ASSUMEZ VOTRE PLACE POLITIQUE ET
PUBLIQUE ET GAGNEZ EN CREDIBILITE
ET EN VISIBILITE!

FLORENCE HÜGI

32