

FICHE 2

Un programme à la carte, du minima (niveau 1) au plus impliquant (niveau 3) !
 Quelques idées et outils pour organiser votre
 Journée Mondiale de la Diversité

Étapes

Implication

Niveau 1

Impliquer les intervenants, les/les/les Co-animateur/s ou les animateur/s de votre événement. Inviter ou appeler à participer les intervenants, les animateur/s, les/les/les Co-animateur/s locaux et régionaux, les associations, les entreprises, les médias, les médias sociaux, les médias de masse... Choisir les/les/les intervenants qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

Niveau 2

Niveau 3

Les messages

Assurer la cohérence des messages, les/les/les Co-animateur/s ou les animateur/s de votre événement. Choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

Votre cible

Choisir les/les/les intervenants qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

La date et le lieu

Choisir la date et le lieu qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

Exposés

Choisir les/les/les exposés qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

Diffuser et communiquer

Choisir les/les/les intervenants qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème. Choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème. Choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème. Choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

- Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.
- Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.
- Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.

• Une stratégie de communication : choisir les/les/les messages qui ont le plus de visibilité et qui ont le plus de visibilité sur votre thème.