



# Le langage inclusif,

ce levier auquel vous n'aviez pas  
pensé pour une com plus juste,  
plus créative et plus efficace

12 raisons de **l'adopter** et 15 manières de **passer**  
à **l'action** dès maintenant

## Le langage inclusif dans votre com : pourquoi et comment ?

- p.4 Vous pensez aux images, mais qu'en est-il de votre langage ?
- p.6 Le langage inclusif, c'est quoi ?
- p.7 Concrètement, on fait comment ?
- p.8 12 raisons de s'y mettre pour :
  - ✓ Gagner en efficacité
  - ✓ Renforcer la marque employeur
  - ✓ Consolider la politique RSE
- p.12 Étude de cas : 6 solutions pour des pubs plus inclusives
- p.15 15 actions à mettre en place dès aujourd'hui



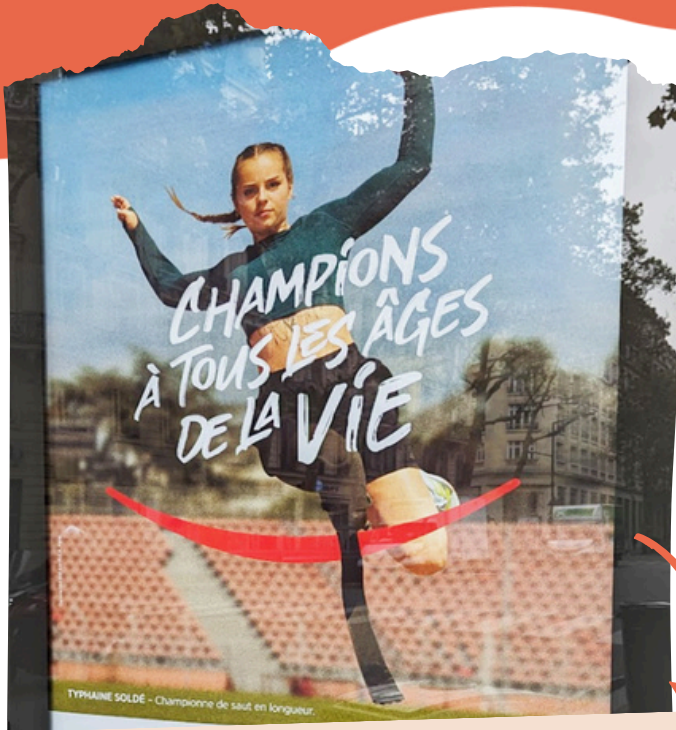


**Le langage inclusif est un  
outil accessible à toutes et  
à tous, gratuit et à l'impact  
démontré.**

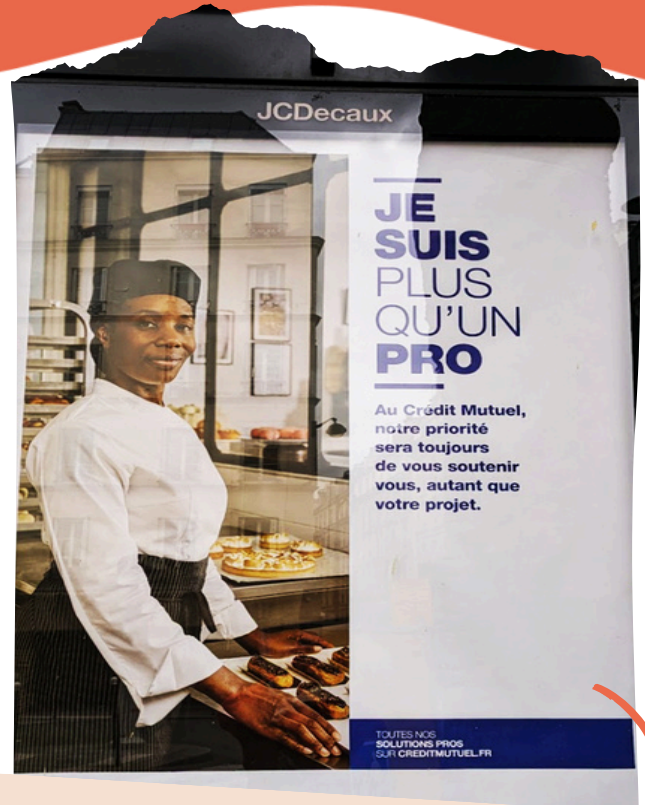


**Alicia Birr,  
fondatrice de re·wor·l·ding**

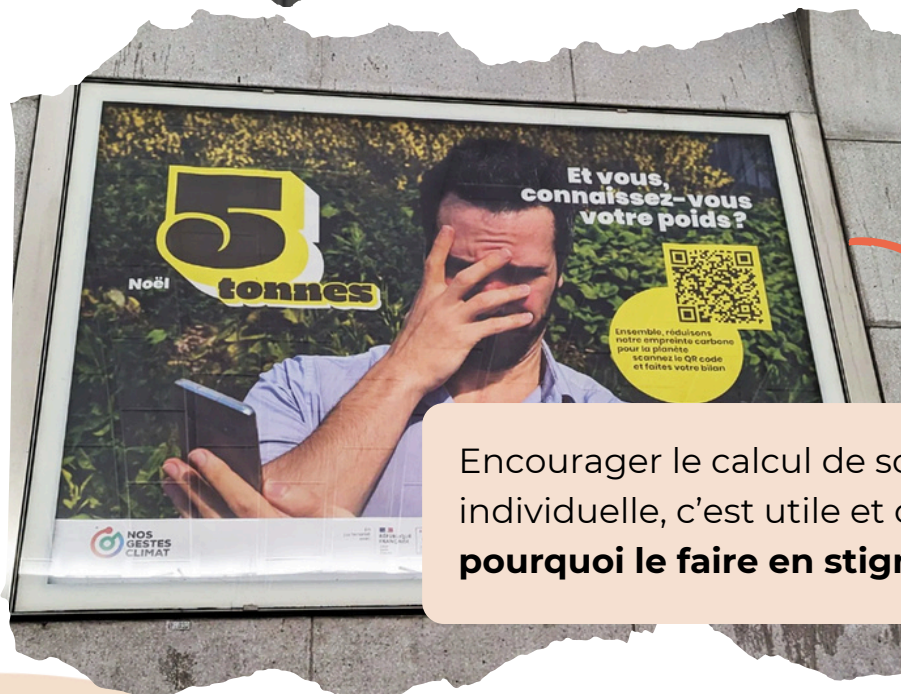
# Vous pensez aux images, mais qu'en est-il de votre langage ?



Seulement **6%** des publicités représentent une personne handicapée : c'est super de l'avoir fait. **Mais pourquoi ne pas parler des "championnes" ?**



Montrer une femme noire cheffe d'entreprise, c'est rare et c'est un progrès : mais **ce n'est pas "un pro", c'est une pro !**



Encourager le calcul de son empreinte carbone individuelle, c'est utile et concret : **mais pourquoi le faire en stigmatisant "le poids" ?**



# Vous pensez aux images, mais qu'en est-il de votre langage ?

Communication responsable, engagée, éthique, inclusive... sont des expressions devenues omniprésentes.

Pourquoi ? Parce que les entreprises réalisent l'importance de la diversité et de l'inclusion dans leur responsabilité sociétale.

Souvent, elle se concentrent sur les images pour montrer la diversité.

Mais elles oublient un élément crucial : **les mots qu'elles utilisent.**

## **Adopter un langage inclusif dans vos communications, c'est :**

- Renverser les stéréotypes que la publicité a contribué à créer
- Gagner en efficacité et en créativité
- Renforcer sa marque employeur

## **Dans ces pages, vous découvrirez :**

- Ce qu'est vraiment le langage inclusif
- Comment l'utiliser en tant que pro de la com
- Des actions concrètes à mettre en place, adaptées à vos ressources

Et si vous avez envie de continuer la conversation, parlons-en !

# Le langage inclusif, c'est quoi ?

On entend souvent parler d'**écriture inclusive**, mais la notion de **langage inclusif** est **plus large**. Elle va au-delà de la ponctuation pour s'étendre à **toutes les manières dont le langage permet de déconstruire les stéréotypes, quels qu'ils soient**.

Le langage inclusif, ce n'est pas qu'une question de grammaire : c'est **cultiver son esprit critique** sur les mots du quotidien pour choisir les plus justes.

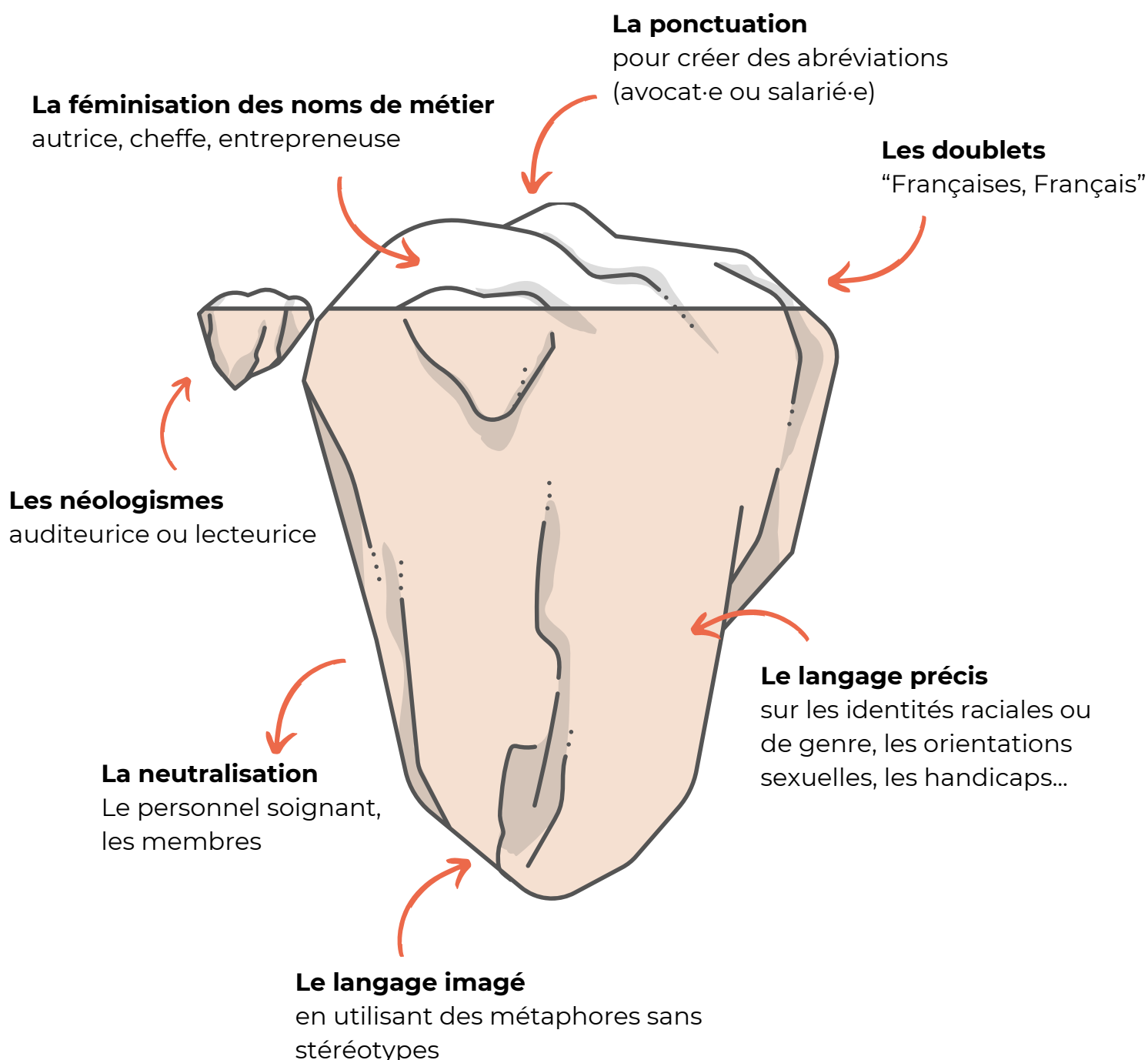
Le **langage inclusif n'est pas une pratique réservée à l'écrit** contrairement à ce que l'expression *écriture inclusive* laisse penser.

Le langage inclusif consiste à prêter une **attention particulière**, à l'écrit comme à l'oral, aux **mots** qui désignent des personnes, en choisissant des **tournures de phrases**, un **vocabulaire** et des **images** qui ne perpétuent **pas de stéréotypes** et **représentent équitablement** les personnes discriminées.

On parle ici de personnes concernées par **tous les types de discriminations**, au-delà du genre : sexisme, validisme, racisme, LGBTphobies, grossophobie...

# Concrètement, on fait comment ?

Les outils les plus connus, comme la ponctuation, ne sont que **la partie visible de l'iceberg**. Le langage inclusif, c'est aussi une question de choix de vocabulaire, de métaphores...





Non mais Alicia, attends ! Je croyais que tu allais me parler de **mettre des points et des parenthèses** pour féminiser la langue. Et là, tu me parles de **trucs qui n'ont rien à voir** sur les stéréotypes, le racisme, l'orientation sexuelle...



Oui je sais, c'est normal ! Beaucoup de gens assimilent langage inclusif et abréviations parce que c'est **ce dont on parle beaucoup dans les médias**. Mais ça va bien plus loin !



Probablement trop loin, non ? Si je dois réfléchir à chaque mot que je dis, **je ne vais plus dire grand chose**. Je crois que vais passer mon tour, d'autant que les mots, c'est sympa mais concrètement, **c'est pas ça qui change la vie des gens...**



Détrompe-toi ! Tu savais que **les petites filles se projettent moins** dans un métier s'il est systématiquement décrit au masculin ? C'est très concret, ça !



Ah non je ne savais !



C'est normal, il y a encore beaucoup à expliquer sur ce sujet : mais rassure-toi, j'ai passé beaucoup de temps à y réfléchir pour **t'aider à y voir plus clair**. Reste avec moi, je t'explique **pourquoi c'est important** et **comment t'y mettre concrètement**.

# 12 raisons de vous y mettre

Maintenant que les fondements du langage inclusif sont établis, voyons pourquoi il constitue un levier utile pour votre entreprise.

Tous les métiers qui touchent à la com sont concernés :

- la **création** et le **conseil**
- la **communication interne** ou **institutionnelle**
- le **community management**
- les **relations presse**
- les **ressources humaines**
- la **DEI** (diversité, équité et inclusion)
- la **RSE** (responsabilité sociétale et environnementale des entreprises)

**Créativité, efficacité, politique RSE** ou encore **marque employeur**, voici 14 raisons d'adopter le langage inclusif dans votre communication !







Le langage inclusif, pourquoi pas ?  
Mais ma première priorité, c'est  
une **communication efficace**.

*Sam, DA en agence*

## 1 Mieux s'adresser aux audiences féminines

50 années d'études scientifiques\* ont démontré que **les femmes se sentent moins concernées** quand on leur parle au masculin.

## 2 Mieux s'adresser aux audiences jeunes

Les moins de 35 ans sont **les plus favorables** au langage inclusif.\*\*

## 3 Booster sa créativité en sortant des automatismes

En engageant une réflexion sur les mots du quotidien auxquels on ne réfléchit même plus, le langage inclusif est une opportunité de trouver **des formulations innovante et créatives**. Or **50% de l'efficacité d'une pub repose sur sa créa\*\*\***.

## 4 Renforcer le souvenir publicitaire

Les formes les plus visibles du langage inclusif (ponctuation, typographies inclusives) sont encore **rare, donc mémorables**.

\* *Le cerveau pense-t-il au masculin*, Pascal Gyga, Sandrine Zufferey, Ute Gabriel, Editions Le Robert, 2022

\*\* Etude Google x Mots-clés, *L'écriture inclusive en France en 2021 : Observatoire de l'opinion et des interrogations*, 2021

\*\*\* Etude Kantar x AACC *Creativity is business*, 2022



Au quotidien, mon problème c'est déjà de **recruter des profils plus divers** et de les **retenir**.

*Dominique, Direction des ressources humaines*

## 5 Signaler son engagement concrètement

Des campagnes de pub à la communication interne, le langage inclusif est une manière concrète de démontrer que **l'entreprise a intégré une réflexion sur les enjeux de DEI**.

## 6 Diversifier et féminiser le recrutement

Utiliser un langage inclusif dans ses campagnes de recrutement, c'est **augmenter le nombre de candidatures féminines\*** et **démontrer aux personnes historiquement discriminées** qu'elles sont vues et considérées.

## 7 Ouvrir la conversation sur les micro-agressions

Les micro-agressions créent des cultures toxiques en entreprise, **première cause de démissions des cadres en France** et aux Etats-Unis\*\*.

## 8 Respecter ses obligations légales

La mise en pratique d'un langage inclusif rentre dans la cadre de la **Stratégie Diversité et Inclusion** définie et mesurée dans le cadre du plan d'égalité femmes-hommes, de l'index Pénicaud ou de la CSRD.

\* Voir [l'interview d'Anne-Sophie Nomblot](#), Présidente du réseau SNCF Mixité à Vivatech en 2021. Voir le live LinkedIn avec Maud Grenier, de People plo : Le langage inclusif dans le recrutement

\*\* Etude Robert Walters, [Grande démission en France : les cadres français suivent-ils la tendance internationale ?](#), 2022 et étude Adecco [The 5 Reasons People Are Quitting Their Jobs During The Great Resignation](#), 2022

# STRATÉGIE



## RSE



Moi, avant toute chose, j'ai besoin que notre **stratégie RSE soit crédible, réaliste et concrète**

*Alice, Responsable RSE*

### 10 Proposer de nouveaux imaginaires

Comment proposer de nouvelles représentations si on mobilise toujours les mêmes mots, les mêmes stéréotypes ? Utiliser des formulations inclusives pour parler des métiers **convoque 3 fois plus l'image de femmes** dans nos représentations mentales que le masculin dit générique\*.

### 11 Répondre aux attentes des consommateurs et consommatrices

**70 % des Français-es attendent des marques qu'elles soient inclusives** et fassent preuve de diversité dans leur publicité.

### 12 Diffuser une innovation sociale

Le langage inclusif répond à la définition d'une innovation sociale qui a pour but de **changer les pratiques habituelles afin de répondre à une situation sociale jugée insatisfaisante**.

\* Etude Google x Mots-clés, L'écriture inclusive en France en 2021 : Observatoire de l'opinion et des interrogations, 2021

\*\* Etude Kantar x The Good company, Deuxième baromètre diversité et inclusion dans la publicité, 2022

# Étude de cas : comment diversifier les candidatures à des offres d'emploi ?

La publicité est un merveilleux terrain d'exploration pour **illustrer les mille et une manières dont le langage inclusif peut se déployer en communication.**

On y trouve de tout : des stratégies les plus visibles aux plus discrètes, des plus engagées aux plus neutres, des fausses bonnes idées qui cachent des gros stéréotypes aux coups de génie qui changent la donne dans les représentations.

Tour d'horizon d'un exemple qui illustre **la palette des options offertes** par le langage inclusif pour répondre à une problématique concrète :

## Comment diversifier les candidatures aux offres d'emploi ?





# 1 problème, 6 solutions

1

Choisir une **formulation englobante** "les métiers de" plutôt qu'un métier spécifique qu'il faudrait genrer



Utiliser les **formes abrégées** comme le point médian pour mettre en avant la mixité des métiers

2



**Incarner** le métier dans une expérience individuelle qui va à l'encontre du stéréotype

3





# 1 problème, 6 solutions



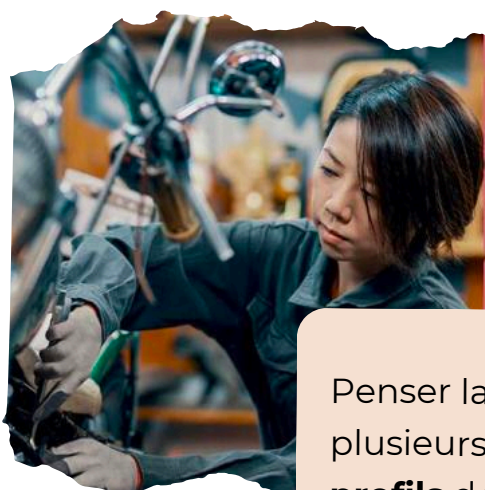
4

Reformuler avec un **verbe d'action** et des **expressions neutres** pour ne pas nommer le métier au masculin



5

Utiliser la **double flexion** pour expliciter que le poste est ouvert aux hommes et aux femmes



LES MÉTIERS  
DES SERVICES  
AUTO / MOTO  
CAMION

6

Penser la campagne comme un ensemble avec plusieurs créations illustrées par **différents profils** de personnes (genre, origine, âge)



LES MÉTIERS  
DES SERVICES  
AUTO / MOTO  
CAMION  
REJOINDRE  
On

# 15 idées pour passer à l'action

Si l'idée de déconstruire notre manière de nous exprimer peut légitimement faire peur, **passer à l'action n'est pas nécessairement complexe ni chronophage.**

De petites actions du quotidien à des projets plus ambitieux, voici une liste non exhaustive de ce que vous pouvez entreprendre dès maintenant.

## En individuel

- ✓ Commencer sa prochaine réunion ou email par **“Bonjour à toutes et à tous”** plutôt que “bonjour à tous”.
- ✓ Écrire au moins **1 email par jour en inclusif.**
- ✓ **S'éduquer sur le langage inclusif.**  
Suivre re·wor·l·ding sur LinkedIn ou Instagram ou s'abonner à la newsletter est une bonne clé d'entrée ;-)

## En équipe

- ✓ Organiser une session de travail en groupe et **analyser 3 productions récentes** (une offre d'emploi, un communiqué de presse, une vidéo, le site web de l'entreprise).
- ✓ Se lancer **un challenge inclusif** : parler en inclusif aux 3 prochaines réunions d'équipe.



### Challenge inclusif : repérer le masculin dit générique

Lors de votre prochain trajet dans les transports en commun, à pied ou en voiture, prêtez une attention particulière aux pubs et relevez toutes celles écrites au masculin. Que pourrait-on dire à la place ?



## Avec les personnes engagées

- ✓ Créer un **advisory board inclusif** : un groupe interne de personnes concernées par les discriminations et engagées qui donnent du feedback sur les éléments de com.
- ✓ Réaliser un **audit de son site web** d'entreprise par le prisme du langage inclusif.

## Avec les RH

- ✓ Organiser une **conférence de sensibilisation** de 90 min.
- ✓ Organiser une **formation** pour ancrer la pratique auprès des équipes créa, conseil, com interne et externe, RH et RSE.
- ✓ **Revoir les offres d'emploi** par le prisme du langage inclusif.
- ✓ Inclure au **baromètre interne de l'entreprise** l'intérêt des salarié·es pour le langage inclusif ou leur sentiment sur les micro-agressions.
- ✓ Rédiger une **charte rédactionnelle** pour rendre cohérentes les pratiques inclusives dans l'organisation.

## Avec vos client·s et partenaires

- ✓ Pitcher le langage inclusif comme une **innovation créative** et **sociale**.
- ✓ Mesurer l'efficacité comparée de deux campagnes (une en inclusif, l'autre non) grâce à l'A/B testing.
- ✓ Organiser un évènement autour de la communication inclusive.

# Qui suis-je ?

**Alicia Birr,**

**experte, formatrice et coach certifiée**



En tant que Directrice du planning stratégique chez Google France, j'ai mis en pratique des **méthodes de management inclusives** et animé des formations autour des questions de diversité, d'équité et d'inclusion.

En 2021, je lance **re·wor·l·ding**, un projet dédié à déconstruire le langage pour reconstruire un monde juste et divers, en encourageant un regard critique sur les mots du quotidien et la pratique d'un langage précis et inclusif.

Titulaire d'un Executive MBA et coach certifiée ICF, je développe **re·wor·l·ding** avec l'ambition d'en faire **la plateforme de référence pour la diffusion d'une communication inclusive** dans les entreprises.

Je donne des conférences, des formations et je conseille les entreprises pour les sensibiliser et les aider à ancrer une pratique pérenne du langage inclusif dans leur métier.

# Re·wor·l·ding, c'est...

## Un média et du contenu d'analyse



Une newsletter **2x par mois**  
dans votre inbox

Des contenus courts et des  
vidéos sur **les réseaux sociaux**

## Un organisme de formation certifié Qualiopi

re·wor·l·ding est **un organisme de formation enregistré** sous le numéro d'activité 11757036575 auprès de la DRIEETS d'Île de France et **certifié Qualiopi**. A ce titre, il est possible de bénéficier d'une prise en charge du coût de formation par l'OPCO référent, sous réserve de validation du projet de formation.



La certification qualité a été délivrée  
au titre des catégories d'actions  
suivantes :

- **ACTIONS DE FORMATION**

# Pour aller plus loin : le parcours re·wor·l·ding en 3 modules

## Une conférence pour sensibiliser

60 à 120 minutes en grand groupe pour une session de sensibilisation **interactive**, **concrète** et **illustrée** d'exemples du quotidien.

DÉCOUVRIR



## La formation pour ancrer une pratique

**Personnalisée** à vos besoins en version **intra-entreprise**, sur un mode **collectif** en version **inter-entreprises** ou à votre rythme en version **e-learning individuel**.

DÉCOUVRIR



## Conseil & formation pour apprendre en faisant

Chaque mois, du **micro-learning** pour une formation continue et du **conseil** pour répondre à vos questions concrètes, en s'appuyant sur un **réseau d'expert-es**.

DÉCOUVRIR



NB : Chaque module est **indépendant** et peut être programmé individuellement

# On en parle ?



**Envoyer un email à  
[alicia@reworlding.fr](mailto:alicia@reworlding.fr)**



**Programmer une visio sur  
[www.reworlding.fr](http://www.reworlding.fr)**