

operationeel plan

versie 20 juni 2018



*Om tegemoet te komen aan de vraag van het AMIF sub-comité voor een uitbreiding van het operationeel plan met concrete acties en uitgebreide planning, wordt het operationeel plan zoals goedgekeurd op 21 februari 2018 door de Raad van Bestuur van de vzw Integratiepact, uitgebreid met voorliggend document.*

# **Management samenvatting**

**Overzicht output**

Zoals opgenomen in het Vlaamse regeerakkoord, bestaat de opdracht van het Integratiepact erin zoveel mogelijk actoren te sensibiliseren en te responsabiliseren om de nodige maatregelen te ondernemen om directe en indirecte discriminatie van op basis van nationaliteit, zogenaamd ras, huidskleur en afkomst tegen te gaan, racisme te bestrijden en wederzijds respect te bevorderen.

Met deelname aan het “Integratiepact” bouwen actoren hun engagement op - *de engagementsladder* - van ‘*deelname aan een bijeenkomst’* tot ‘*het nemen van actie’* . Het aantal actoren neemt ook toe omdat de deelname van de ene actor inspirerend werkt voor een andere actor - *de spiraalgroei.*

De output van dit proces kan als volgt worden samengevat – verdere uitwerking zie verder.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Type engagement** | **Reeds bereikt**  **aantal actoren** | **Beoogd aantal actoren** | **output** | **Voorbeelden van actoren – uitwerking zie bijlage 2** |
| Interesse tonen via  één-op-één ontmoetingen | 200 | 300 | Mond-aan-mond promotie | Davidsfonds |
| Bijwonen bijeenkomst van  het Integratiepact – breed draagvlak | 120 | 150 | Inspirerende bijeenkomsten | De Overmolen, Sterpunt – Werkplekarchitecten |
| Deelname aan een workshop | 60 | 80 | Constructieve workshops | Markant, Stad Leuven – ECCAR netwerk |
| Deelname aan de regiegroep | 15 | 15 | Zoeken naar oplossingen op structureel niveau | VOKA, Boerenbond |
| Deelname aan de klankbordgroep | 15 | 15 | Aanbieden van oplossingen op structureel niveau | Internationaal Comité, Duo for a Job |
| Ondertekenen van een  engagementsverklaring | 5 | 50 | formele bevestiging van het engagement | Unie van Turkse Verenigingen, Minderhedenforum |
| Opnemen van een ambassadeursrol | 2 | 5 | Het eigen engagement uitdragen | Poppunt – Lokale Helden, VOKA |
| Ondernemen actie binnen ‘oproep IP’ en ondersteuning vragen van het Integratiepact | 15 | 15 | Actie ondernemen om aan te tonen dat ‘het’ kan werken | Accent Interim, Pro League |
| Ondernemen actie buiten ‘oproep’ en ondersteuning vragen van het Integratiepact | 3 | 20 | Actie ondernemen om aan te tonen dat ‘het’ kan werken | Stad Beringen |
| Zichtbaar maken van de deelname aan het Integratiepact op de website |  | 30 | Voorbeeldfunctie opnemen | Poppunt – Lokale Helden |
| Aanreiken van initiatieven die de veerkrachtige samenleving aanschouwelijk maken |  | 30 | Voorbeelden verspreiden | Sociale Innovatiefabriek |

**Enkele financiële kerncijfers**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **In euro** |
| Volledig projectbudget |  | 1.666.000 |
| Personeelskosten op jaarbasis |  | 170.000 |
| Geplande overheidsopdrachten 2018 |  |  |
|  | Sociale Innovatiefabriek – begeleiding actoren | 19.500 |
|  | Communicatiebureau | 92.800 |
|  | Partner procesbegeleiding | 21.000 |

# **Strategische en operationele doelstellingen**

De **strategische doelstellingen** van het Integratiepact zijn :

Gedragsverandering van maatschappelijke actoren stimuleren met het oog op

* Het bestrijden van directe en indirecte discriminatie van personen uit derde landen
* Het bestrijden van racisme
* Het bevorderen van wederzijds respect

Het is een gedeelde verantwoordelijkheid van iedere organisatie en ieder individu.

In het voorbereidende jaar 2017 werden deze strategische doelstellingen via een participatief proces met de stakeholders verfijnd. Dit proces wordt toegelicht in de bijlage bij dit document ‘*brochure startmoment Integratiepact*’.

De **operationele doelstellingen** van het Integratiepact met meetbare indicatoren worden in een plan van aanpak met acties en output uitgewerkt in 6 luiken (zie verder). De output is vertaald naar meetbare indicatoren en, waar mogelijk, duidelijke streefcijfers.

Deze operationele doelstellingen staan in onderstaande tabel en worden gelinkt naar luiken in het plan van aanpak. Voor de uitwerking van deze onderdelen -> zie verder.

|  |  |
| --- | --- |
| **operationele doelstellingen** | **Plan van aanpak**  **uitgewerkt in de luiken** |
| 1. Maatschappelijke actoren worden bewust gemaakt van het Integratiepact. Deze maatschappelijke actoren zijn :    * Sleutelorganisaties/stakeholders (bv. civiele maatschappij, bedrijven, … )    * Politici    * Media    * Brede bevolking | uit   * Coördinatie * Kennis * Werving * Communicatie |
| 1. Sleutelorganisaties/stakeholders engageren zich voor de doelstellingen van het Integratiepact. | * Werving * Communicatie * Kennis |
| 1. Sleutelorganisaties/stakeholders worden ondersteund bij het ondernemen van acties. | * Ondersteuning * Communicatie * Kennis |

Het **plan van aanpak** voor het uitvoeren van de operationele doelstellingen heeft volgende luiken en vertaalt zich in volgende **acties** :

|  |  |
| --- | --- |
| **Plan van aanpak in 6 luiken** | **Acties** |
| 1. Op vlak van coördinatie :    * Een coördinatie/uitvoering van het Integratiepact dat participatief en door stakeholders/sleutelorganisaties in de maatschappij wordt gedragen en in afstemming met de Vlaamse overheid via de Commissie Integratiebeleid. | * Regiegroep * Klankbordgroep * Uitbreiden koepelstructuur * Deelname aan overleg * Makelaarsrol vzw Integratiepact |
| 1. Op vlak van kennisverwerving, - analyse en -deling :    * Analyse van bestaande organen/instellingen/knelpunten en identificatie van lacunes waar vzw Integratiepact op dient/kan inspelen | * Verdere visieontwikkeling Integratiepact * Analyse wetenschappelijke/media inzichten * Via feedback van deelnemende actoren en via lessen van sleutelorganisaties/actoren |
| 1. Werving van actoren (stakeholders/sleutelorganisaties) | * Informele contacten * Overleg * Bijeenkomsten * Werkgroepen * Communicatie-acties |
| 1. Ondersteuning van actoren:    * Bij financiering    * Methodologisch    * Netwerking | * Uitrollen ondersteuningsaanbod |
| 1. Communicatie :  * Zichtbaarheid * Bekendmaking * Promotie * Stimulering tot deelname (onderdeel werving) * Aanzetten tot / bewustmaking van gedragsverandering | * Verdere ontwikkeling ‘inhoud (content/boodschap) * Communicatiestrategie uitrollen * Communicatieacties uitvoeren per doelgroep |
| 1. Monitoring en evaluatie | * Rapportering op basis van indicatoren, streefcijfers en meetmethodieken |

# **Nadere toelichting “Plan van aanpak”**

Hieronder volgt een toelichting volgens de luiken uit het ‘Plan van aanpak’ met uitklaring van de geplande acties en vooropgestelde streefcijfers, indien mogelijk. Een planning is terug te vinden in bijgevoegd planningsdocument.

Per luik wordt in een kader toegelicht wat de output is per actie. De output/resultaat wordt weergegeven met een indicator en waar mogelijk een streefcijfer en wie deze actie zal uitvoeren (intern of extern personeel uitgedrukt in mandagen).

Luik “Coördinatie”

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **output** | **Indicator / streefcijfer** | **Intern** | **Extern\*** |
| Koepelstructuur | Koepelstructuur is uitgebreid | Uitbreiding met enkele sleutelfiguren met oog op kwalitatieve verdieping | 3 dagen | - |
| Regiegroep | Identificatie leden | Ledenlijst | 3 dagen |  |
| Uitnodiging bijeenkomsten | 15 deelnemers | 3 dagen |  |
| Voorbereiding | verslag werkzaamheden | 5 dagen | 6 dagen |
| Bijeenkomst groep | 3 bijeenkomsten | 3 dagen | 3 dagen |
| Startmandaat | Document startmandaat |  | 3 dagen |
| Bijeenkomst groep | Verslag bijeenkomst |  | 1 dag |
| Opvolgen resultaten | Registratie van feedback van leden | 3 dagen |  |
| Klankbordgroep | Identificatie leden | Ledenlijst | 3 dagen |  |
| Uitnodiging bijeenkomst | 15 deelnemers | 3 dagen |  |
| Voorbereiding | Verslag werkzaamheden | 3 dagen |  |
| Bijeenkomst groep | 2 bijeenkomsten | 2 dagen |  |
| Opvolgen resultaten | verslag | 4 dagen |  |
| Één-op-één overleg | Afstemming met sleutelfiguren | 5 uitgeschreven cases | 5 dagen |  |
| Overleg | Afstemming met sleutelorganisaties | 5 uitgeschreven cases | 5 dagen |  |
| makelaarsrol vzw Integratiepact | Nieuwe samenwerkingsverbanden tussen actoren | 5 uitgeschreven cases | 5 dagen |  |

**\* externe partner : procesbegeleider nog aan te duiden**

**Actie ‘koepelstructuur’**

De Raad van Bestuur van de vzw Integratiepact zal worden uitgebreid met andere actoren met oog op de strategische en operationele sturing van het ‘Integratiepact’.

Actoren die hiervoor in aanmerking komen worden met deze vraag benaderd.

**Actie ‘regiegroep’**

De regiegroep zal op cruciale momenten in het begeleidingsproces betrokken worden en bij de uitvoering van het pact een verbindende rol spelen. De manier van werken van de regiegroep vertrekt vanuit volgende **uitdagingen**.

* De regiegroep werkt vanuit een helder mandaat.
* De groep van op de startvergadering van de regiegroep was in aantal te groot om een goed regie-proces te kunnen voeren. Een kerngroep zou beter zijn.
* Nog niet alle sectoren met een etnische kloof waren vertegenwoordigd, zoals cultuur, welzijn,… waren onder- of niet vertegenwoordigd.
* De overheid was nog niet aanwezig. Die nood om rechtstreeks in gesprek te gaan met die overheid rond de randvoorwaarden of dilemma’s die naar boven komen, werd genoteerd als nodig.

Om aan deze uitdaging tegemoet te komen, is er nood aan een voortraject.

In het voortraject zullen volgende zaken uitgeklaard en voorbereid worden :

* Een regiegroep zal werkbaar gemaakt worden met een kleinere samenstelling en een groter draagvlak.
* De Vlaamse overheid zal nauw betrokken worden, meer concreet de Commissie Integratiebeleid.
* Startmandaat zal worden aangevuld met academische inzichten rond randvoorwaarden.
* Er zal startmandaat geformuleerd worden dat communiceerbaar is aan de regiegroep en breder aan alle mogelijke actoren.

De resultaten van de regiegroep zullen gedocumenteerd en opgevolgd worden.

**Actie ‘klankbordgroep’**

De klankbordgroep situeert zich in het geheel van het Integratiepact als groep van experten uit diverse sectoren en bevolkingsgroepen die ervaring hebben met integratiethema’s en gedragsverandering.

Uit de eerste bijeenkomst van de klankbordgroep was er onder de deelnemers een consensus over de noodzaak van een klankbordgroep naast de regiegroep (strategisch, sector-overschrijdend) die in staat is om die randvoorwaarden te creëren voor systemische verandering.

De vragen die geïdentificeerd waren onder deelnemers waren :

- *Hoe zullen we onze expertise kunnen inzetten ?*

*- Zouden we niet beter thematisch werken ?*

De bijeenkomst van de klankbordgroep hangt samen met het voortraject van de regiegroep, de vraag voor ondersteuning uit de IP-trajecten en de ontwikkelingen op het vlak van het integratiebeleid.

De resultaten van de klankbordgroep zullen gedocumenteerd en opgevolgd worden.

**Actie ‘één-op-één overleg’**

De directeur van het Integratiepact heeft één-op-één ontmoetingen met zoveel mogelijk nieuwe stakeholders / sleutelorganisaties / sleutelfiguren. Deze contacten kunnen zowel formeel als informeel zijn.

**Actie ‘overleg’**

Het Integratiepact’ licht op een formeel overlegmoment de opzet van het Integratiepact toe en waar vragen en opmerkingen door de stakeholder kunnen geformuleerd worden.

**Actie ‘makelaarsrol’**

Het Integratiepact brengt actoren met elkaar in contact die anders mekaar niet zouden gevonden hebben en draagt bij tot het tot stand brengen van nieuwe samenwerkingsverbanden die samen kunnen zoeken naar innovatieve oplossingen.

Luik “Kennis”

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **output** | **Indicator / streefcijfer** | **Intern** | **Extern** |
| Kennisverwerving | Expertise en kennis is toegenomen | Overzicht van achtergrondinformatie is beschikbaar | 10 dagen |  |
| Analyse van kennis | Inzicht in de problematiek is toegenomen | Vertaling in de werking en communicatie | 5 dagen |  |
| Delen van kennis | Verspreiden via één-op-één met actoren | Tevredenheid van de actor over de geleverde expertise | 3 dagen |  |
| Verspreiden via workshops | Tevredenheid van de actor over de geleverde expertise | 3 dagen |  |

Aanzetten tot gedragsverandering is een opdracht van het Integratiepact.

*“Het gedrag veranderen van mensen met behulp van communicatie is erg complex. Mensen zijn vaak irrationeel, maken veel keuzes onbewust en worden erg beïnvloed door hun sociale omgeving. Om hier goed op in te spelen is inzicht in het gedrag van de doelgroep en sociaal-wetenschappelijke kennis nodig.”* [[1]](#footnote-2).

De vzw Integratiepact zet verder in op het verzamelen van capteren van kennis, expertise en know- how inzake het voorkomen en bestrijden van discriminatie en de tools en instrumenten via de organisaties in het netwerk van het Integratiepact.

Verder bestudeert de vzw Integratiepact rapporten die gepubliceerd worden door internationale netwerken zoals ENAR, ECCAR, EQUINET en Kennisplatform & Samenleving.

Deze informatie wordt gedeeld via de ondersteuning van de actoren en wordt verspreid in de één-op- één contacten of tijdens workshops.

Verder wordt de kennis- en informatie vertaald via de communicatiestrategie (het nieuwe narratief) waarin rekening werd gehouden met de bevindingen uit het wetenschappelijk onderzoek over gedragsverandering.

Luik “Werving”

De strategie naar het opnemen van een engagement van een sleutelorganisatie / stakeholder is een trapsgewijze opbouw (de ‘*engagementsladder’*) dat begint bij een één-op-één-gesprek. Daarna volgt een formeel overlegmoment tussen het Integratiepact en de sleutelorganisatie. Daarna worden de organisaties uitgenodigd om deel te nemen aan een bijeenkomst waarbij het brede draagvlak zichtbaar wordt. Organisaties worden aangezet tot het nemen van actie en tot het ondertekenen van een engagementsverklaring. Deze acties zullen zichtbaar gemaakt worden op een website als “initiatieven die de toekomst aanschouwelijk maken”. Sommige sleutelorganisaties gaan hun engagement nog explicieter vertalen in het opnemen van een ambassadeursrol en zullen op hun beurt gaan werven en hierover communiceren.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **output** | **Indicator / streefcijfer** | **Intern** | **Extern** |
| Één-op-één gesprekken | Formele en informele ontmoetingen sleutelorganisaties / sleutelfiguren | 5 uitgeschreven cases | 40 dagen |  |
| 0verleg | Afstemming van/met stakeholders / sleutelorganisaties / sleutelfiguren | 5 uitgeschreven cases | 15 dagen |  |
| Ambassadeurs | Actoren die andere actoren werven door zich te profileren als ambassadeur van het Integratiepact | 5 ambassadeurs | 10 dagen |  |
| Engagementsverklaring | Stimuleren van het ondertekenen van een engagementsverklaring | 50 engagements-verklaringen | 5 dagen |  |
| Bijeenkomsten | Voorbereiding bijeenkomst | uitnodigingen | 5 dagen |  |
| Netwerkbijeenkomst met het oog op het vergroten van het draagvlak | 10 nieuwe organisaties aanwezig | 3 dagen |  |
| Terugkoppeling over de resultaten | verslag beschikbaar | 1 dag |  |
| Werkgroepen | Bijeenkomsten op vraag van de actoren | 3 ateliers | 10 dagen |  |
| Communicatie-acties | Nieuwe leden die zich aanbieden als gevolg van de communicatie-acties |  |  |  |

**Actie ‘één-op-één gesprekken’**

Het Integratiepact is een sociaal leerproces en gebruikt de spiraalgroei als wervingsstrategie waaruit vertrokken wordt vanuit een innoverende initiatiefnemer, de vzw Integratiepact, met daarna vroege volgers, late volgers uit de eigen sector, late volgers uit aangrenzende sectoren, volgers uit vreemde sectoren, vroege meerderheid sectoren…

Uit de voorbereidingsfase blijkt dat actoren het meest doeltreffend kunnen worden aangezet om deel te nemen als het eerste contact een informeel contact met een sleutelfiguur binnen de organisatie was.

De directeur van het Integratiepact heeft één-op-één ontmoetingen met zoveel mogelijk nieuwe stakeholders / sleutelorganisaties / sleutelfiguren. Deze contacten kunnen zowel formeel als informeel zijn.

**Actie ‘overleg’**

Naast de één-op-één gesprekken is de methode van ‘formeel’ overleg een efficiënte wijze om actoren aan te zetten deel te nemen aan het Integratiepact.

Dit betekent concreet dat ‘het Integratiepact’ aanwezig is op een formeel overlegmoment waar de opzet van het Integratiepact wordt toegelicht en waar vragen en opmerkingen kunnen geformuleerd worden.

Dat deze strategie succesvol is, blijkt uit het brede netwerk van actoren dat sinds 2017 betrokken is bij het proces Integratiepact door ofwel deelname aan activiteiten of door hun vraag voor ondersteuning voor de uitwerking van een actie in de vorm van een project of een ander initiatief.

In 2018 zal deze strategie verder worden toegepast met als doelstelling om actoren zo breed mogelijk te blijven uitnodigen voor de ontmoetingen die in het kader van het Integratiepact zullen georganiseerd worden.

**Actie ‘ambassadeurs’**

Verder worden ook aan de actoren in het netwerk gevraagd of ze ‘ambassadeurs’ willen zijn vanuit hun engagement om zo andere actoren aan te zetten deel te nemen. Verder wordt hen gevraagd of mee willen helpen aan de verdere bekendmaking van het Integratiepact door aankondigingen van bijeenkomsten te verspreiden via hun eigen kanalen zoals website, sociale media of nieuwsbrieven.

**Actie ‘engagementsverklaring’**

Actoren worden gestimuleerd tot het ondertekenen van een engagementsverklaring.

**Actie ‘bijeenkomsten’**

De Integratiepact vzw zal opnieuw, zoals de bijeenkomst ‘Aan de slag’ in januari 2018 in de KVS, een bijeenkomst organiseren waaraan actoren kunnen deelnemen om het draagvlak en betrokkenheid bij het Integratiepact te verhogen.

**Actie ‘workshops’**

In februari 2018 werden ‘projectateliers’ georganiseerd waarop organisaties aan konden deelnemen om andere organisaties te ontmoeten die rond een thema of project-idee wensten te werken.

**Actie ‘communicatieacties’**

Via communicaties worden organisaties aangezet om toe te treden tot het Integratiepact door een ‘praktijken aan te reiken die de toekomst aanschouwelijk maken’ die via de kanalen van het Integratiepact zichtbaar zullen gemaakt worden zodat andere actoren geïnspireerd worden om ook toe te treden. De vzw Integratiepact zal de organisaties ondersteunen bij deze communicatieacties.

Luik “ondersteuning”

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **output** | **Indicator / streefcijfer** | **Intern** | **Extern\*** |
| Trajectondersteuning | Actoren die trajecten uitvoeren binnen de AMIF 426 oproep krijgen ondersteuning | 15 traject ondersteuningen |  | 8 dagen |
| Versterkingssessies |  | 2 dagen |
| Workshop ‘impactevaluatie’ |  | 1 dag |
| Workshop ‘pitching’ |  | 1 dag |
| Workshop ‘financieringsmix’ |  | 2 dagen |
| Acceleratiedag |  | 1 dag |
| Actoren die trajecten uitvoeren buiten de AMIF oproep krijgen ondersteuning | Expertise uitwisseling en makelaarsrol via een tevredenheidsmeting | 10 dagen |  |
| Communicatieacties op niveau van trajecten | Zichtbaar maken van ‘praktijken die de toekomst aanschouwelijk maken’ op een website | 10 zichtbare ‘integratiepact-trajecten’ | 10 dagen | 10 dagen |

**\* Externe partner: Sociale Innovatiefabriek**

**Actie ‘trajectondersteuning binnen een oproep’**

* Bewustmaking stimuleren van maatschappelijke impact
* Procesbegeleiding van trajecten gefinancierd via de AMIF oproep 426 en trajecten die op andere manier gefinancierd worden in de vorm van 1-op-1 gesprekken.
* Na het gesprek volgt een uitgebreide terugkoppeling met nuttige tips en een waardevolle reeks aan linken en doorverwijzingen.
* Voor elk traject wordt gericht een match gemaakt binnen het lerend netwerk, in samenwerking met de Sociale Innovatiefabriek.
* Trekkers van trajecten ontmoeten elkaar tijdens versterkingssessies.
* Aanbieden van een workshop ‘impactevaluatie’.
* Aanbieden van een workshops ‘pitching’ en ‘financieringsmix’ met het oog op de vergroting van de kans tot opschaling van de trajecten.
* Een platform aanbieden en kansen geven tot opschaling via een acceleratiedag. De acceleratiedag is een bijeenkomst van een ruime halve dag waar de trajecten zich komen voorstellen via een korte pitch. Er wordt een publiek van ‘kansengevers’ uitgenodigd die bestaat uit mensen vanuit fondsen, overheden, bedrijven, maatschappelijke organisaties met ruimte voor individuele gesprekken tussen de kansengevers en de trajecten.
* Trajecten worden ondersteund bij het voeren van communicatieacties zowel over het traject als over de beoogde maatschappelijke impact.

**Actie ‘trajectondersteuning buiten een oproep’**

Met de actoren die ondersteuning vragen wordt expertise en kennis uitgewisseld. Het nut van deze uitwisseling wordt bevraagd via een tevredenheidsmeting (per mail).

**Actie ‘ondersteuning bij de communicatieacties op niveau van trajecten’**

De actoren krijgen ondersteuning bij de communicatieactie over de ‘initiatieven die de toekomst aanschouwelijk maken’, over het verder bekendmaken van het ‘narratief van het Integratiepact’ en hoe tot nieuwe oplossingen werd gekomen.

Luik “Communicatie”

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **output** | **Indicator / streefcijfer** | **Intern** | **Extern\*** |
| Opzet van de communicatiestromen | Het zichtbaar maken van nieuwe initiatieven die de toekomst aanschouwelijk maken | 30 actoren met zichtbare doorbraken worden gevisualiseerd |  | 15 dagen |
| Het zichtbaar maken van het engagement van actoren | 30 actoren die een engagementsverklaring ondertekenen zijn zichtbaar | 5 dagen |  |
| Bijdrage tot een nieuwe dialoog / mentaliteit over de veerkrachtige samenleving | Het Integratiepact heeft aantoonbaar deelgenomen aan het aan het publieke debat | 15 dagen |  |
| Website ontwikkelen | website | Monitoren van het aantal unieke bezoekers |  | 15 dagen |
| Huisstijl ontwikkelen | Logo en huisstijl | Huisstijl wordt toegepast op de website |  | 10 dagen |
| Naam proces en trajecten | Naam volgens de gelaagde identiteit | Naam voor het proces | 2 dagen | 3 dagen |
| Namen voor de trajecten | 1 dag | 5 dagen |

**\* externe partner : Communicatiebureau**

**Actie ‘opzet van communicatiestromen’**

Hiermee wordt bedoelt dat de stromen binnen het proces van het Integratiepact zichtbaar gemaakt worden. De communicatiestrategie werd uitgewerkt in het ‘Communicatieplan’.

Kort samengevat is de opzet van de communicatiestromen als volgt :

In nauw overleg met de actoren, zullen de ‘initiatieven die de toekomst aanschouwelijk maken’ gevisualiseerd worden.

Het engagement dat actoren nemen in het kader van het Integratiepact zullen weergegeven worden via de ondertekening van een engagementsverklaring.

Doelgroepen in deze eerste fase van de communicatie over het Integratiepact zijn:

* directe stakeholders
* politici
* de media / individuele journalisten om lijnen open te houden en eventuele vragen en bemerkingen te ondervangen.

De individuele burger is in deze fase nog geen primaire doelgroep.

In een volgende stroom zal het Integratiepact bijdragen aan de bewuste verandering van de spelregels in het debat, het creëren van een nieuwe taal en paradigma’s met het oog op het bestrijden van directe en indirecte discriminatie van personen uit derde landen, het bestrijden van racisme , het verhogen van het wederzijdse respect en het samenleven met elkaar als een ‘collectieve wij’ in een veerkrachtige samenleving. Concrete insteek is het zichtbaar maken van de resultaten die aantonen dat samenleven vanuit wederzijds respect werkt.

De doelgroepen in deze fase zijn :

* media
* de individuele burger

**Actie ‘website’**

De ontwikkeling van een overzichtelijke website voor het zichtbaar maken van ‘het Integratiepact’.

**Actie ‘huisstijl’**

De opdrachthouder moet een nieuw logo of logo’s ontwerpen en de ontwikkeling van een look & feel.

**Actie ‘naam voor het proces en de trajecten**

Herhaaldelijk werd op overleg met de stakeholders aangegeven dat ‘Integratiepact’ om twee redenen geen geschikte naam is voor de identiteit die wordt nagestreefd :

1. ‘integratie’ wordt geïnterpreteerd als een éénzijdig verzoek om zich aan te passen en botst dus met de ambitie om de uitwisselingsrelatie centraal te stellen;
2. ‘Pact’ verwijst naar een éénmalige actie (sluiten van een pact), terwijl eerder een proces van leren en opschalen wordt nagestreefd.

De opdrachthouder van de communicatieacties moet een nieuwe naam creëren voor de merknaam voor het proces waarbij initiatieven worden verspreid en actoren worden uitgedaagd om tot nieuwe oplossingen te komen. Dit is dus de merknaam voor het publiek waar alle toekomstige communicatie onder zal komen. Verder moeten zij de actoren ondersteunen voor elk traject dat in uitvoering komt, als luik van het proces.

Luik “Monitoring en evaluatie”

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **output** | **Indicator / streefcijfer** | **Intern** | **Extern** |
| Monitoring | Het bijhouden van de vooruitgang van de streefcijfers | Overzichtelijk rapport met weergave van de resultaten van de werkzaamheden | 5 dagen |  |
| Evaluatie | Evaluatiekader voor de impactmeting van de resultaten op korte termijn | Rapport volgens verschillende methode voor de (impact) evaluatie. | 15 dagen | 2 dagen |

**Actie ‘monitoring’**

De monitoring van de vorderingen op overkoepelend niveau over de resultaten en streefcijfers bij de luiken zoals opgenomen in dit operationeel plan.

De vzw Integratiepact zal over de acties rapporteren in verslagen en rapporten.

**Actie ‘evaluatie’**

Een evaluatiekader wordt opgemaakt in samenwerking met Agentschap Binnenlands Bestuur en de experten impactmeting van de Sociale Innovatiefabriek.

Door de analyse van de tevredenheidsmetingen, de feedback van de deelnemers, door een media-analyse, door getuigenissen van sleutelfiguren, kan de effectiviteit en de efficiëntie van de werkzaamheden van de vzw Integratiepact worden geëvalueerd. Dit betreft een impactmeting op korte termijn.  
  
De impact van het project ‘Integratiepact’ op de lange termijn met betrekking tot discriminatie, racisme en wederzijds respect kan verder onderzocht worden door de sturende organen betrokken bij de vzw Integratiepact.

1. Bron : website Departement Kanselarij en Bestuur – team Gedragsinzichten - : <https://overheid.vlaanderen.be/gedragsinzichten>

   <https://www.communicatierijk.nl/documenten/publicaties/2015/12/11/gereedschap-voor-gedragsverandering> [↑](#footnote-ref-2)