

Prix de la communication inclusive: la troisième édition distingue 23bis, Creatives et OQIO.

Pour sa troisième édition, le Prix de la communication inclusive 2025 a reçu douze projets. Le jury a récompensé 23bis et sa campagne pour Algorithm Watch, Creatives pour Adent, et la campagne «Pleure comme un homme» signée OQIO et Minds. Le prix est organisé par l'institut DécadréE, avec le soutien de la Société romande de relations publiques et de KS/CS Communication Suisse.

Lausanne, le 10 juin 2025 – En 2025, le Prix de la communication inclusive a connu sa troisième édition. Cette année, une cinquantaine de personnes des milieux de la communication et de l'égalité se sont retrouvées le 10 juin au Tibits Lausanne, pour une cérémonie de remise des prix suivie d'une table ronde et d'un apéritif. Une soirée idéale pour parler des douze projets présentés, et plus largement de l'évolution des pratiques inclusives dans la communication.

«Nous avons vu des progrès intéressants dans les projets d'agences qui ont participé aux autres éditions, signe que les pratiques d'améliorent, se réjouit Valérie Vuille, directrice de DécadréE et organisatrice du concours. Le nombre d'inscriptions a presque doublé depuis 2024, ce qui montre un intérêt croissant des milieux de la communication pour des pratiques inclusives.»

Non à la discrimination algorithmique

Dans la première catégorie, qui regroupe des campagnes sur le thème de l'égalité, c'est la campagne contre la discrimination algorithmique intitulée *Intelligence artificielle avec responsabilité... sans discriminations* réalisée par 23bis pour l'ONG AlgorithmWatch qui a été récompensée. Cette action de lobbying donne la parole à des personnalités représentant une multitude de profils, aux origines, genres et handicaps différents.

«Nous avons récompensé ce projet à la fois pour ses objectifs ambitieux et pour son approche engagée. Cette campagne est complète, incarnée, intersectionnelle et profondément d'actualité», a déclaré Joëlle Moret, Déléguée à l'égalité et à la diversité de la Ville de Lausanne et membre du jury.

Des sourires très inclusifs

La seconde catégorie était ouverte aux campagnes et actions de communication appliquant les bonnes pratiques de l'inclusivité, sans poursuivre spécifiquement un objectif lié aux questions de genre. C'est la campagne *Tout commence par un sourire* de Adent qui a été distinguée. Destinées à encourager la population à prendre soin de son hygiène bucco-dentaire, les déclinaisons diffusées en affichage, dans les médias classiques et sur les réseaux sociaux mettent en scène des modèles montrant une grande diversité d'âges, d'origines, de genres et de caractéristiques physiques.

Romain Pittet, coprésident de la SRRP et membre du jury, souligne que «dans un domaine lié autant à la santé qu'à l'esthétique, il serait tentant de suivre des standards de beauté classique. Au contraire, l'agence a choisi de mettre en avant une diversité de modèles et d'apparences, tout en prêtant attention aux formulations utilisées. Le résultat est une campagne inclusive,

mais en toute discrétion.»

«Pleure comme un homme»

Introduit lors de la deuxième édition en 2024, le jury des jeunes décerne lui aussi un prix. Cette année en revanche, il n'a pas fait son choix parmi les projets shortlistés: le jury des jeunes a lui-même identifié des campagnes et actions de communication qu'il a jugées intéressantes sur le plan de l'inclusivité. Le hasard fait bien les choses, puisque cette démarche lui a permis de récompenser la campagne «Pleure comme un homme» de l'association Minds, réalisée par OQIO, qui faisait lui aussi partie des projets shortlistés et soumis au jury principal.

Douze campagnes shortlistées

Le jury officiel et le jury des jeunes ont dû faire leur choix parmi douze campagnes réparties entre les deux catégories.

Catégorie «Campagnes pour l'égalité»

- AlgorithmWatch pour sa campagne contre la discrimination algorithmique. Réalisation: 23bis.
- L'Etat de Vaud pour sa campagne *Amoureux·ses*, réalisée elle aussi par 23bis.
- Le Canton du Valais pour sa campagne *Contre les discriminations LGBTIQ*. Réalisation: kiwi communication Sàrl.
- La HETSL pour sa brochure destinée à encourager la participation des filles dans les activités jeunesse.
- L'association Minds pour sa campagne *Pleure comme un homme*. Réalisation: OQIO.
- La République et Canton de Genève pour sa campagne *Changeons la donne*, réalisée par Mosh.
- L'Université de Lausanne pour son guide pour une communication inclusive.

Catégorie «Toutes campagnes»

- Adent pour sa campagne *Tout commence par un sourire*. Réalisation: Creatives.
- Groupe E pour sa campagne de marque employeur.
- La Ville de Lancy pour sa campagne sur la mode durable. Réalisation: Hamak.
- Le label Commune en santé pour son action de notoriété réalisée par LR Communication SA.
- Prométerre pour la bande dessinée Cultures. Promotion: Campagnes.com.

Toutes les actions shortlistées ont passé avec succès la grille d'analyse développée par DécadréE, qui comporte seize critères comme

Le jury principal réunissait des professionnelles de l'égalité et des représentants des métiers de la communication:

- Valérie Vuille, directrice de DécadréE
- Joëlle Moret, Déléguée à l'égalité et à la diversité à la Ville de Lausanne
- Héloïse Roman, Chargée de projets égalité à la Ville de Genève
- Vincent Antonioli, membre du comité et président de la commission régionale Suisse romande de KS/CS Communication Suisse

- Romain Pittet, coprésident de la Société romande de relations publiques (SRRP)

Le jury des jeunes réunissait trois personnes de moins de 25 ans qui suivent actuellement une formation dans les domaines de la communication ou des études genre:

- Ange Bisso, Étudiant en Master en Journalisme et Communication, orientation Création de contenus et communication d'intérêt général à l'Université de Neuchâtel
- Mathilde Bolle, Étudiante en Master en Études genre à l'Université de Genève
- Gabrielle Nlom, Étudiante en Master en Études africaines à l'Université de Genève et assistante communication pour la Fondation pour l'égalité de genre
- Joanie Perrenoud, Étudiante en Master en Journalisme et Communication, orientation Création de contenus et communication d'intérêt général à l'Université de Neuchâtel
- Alisson Shepherd, Étudiante en Bachelor en Lettres à l'Université de Neuchâtel (Sciences de l'information et la communication, Sciences du Langage, Sociologie)
- Charlène Wicky, Étudiante en Bachelor en Lettres et Sciences Humaines (Sociologie, Sciences de l'Information et de la Communication, Management) à l'Université de Neuchâtel

Contact

Valérie Vuille, directrice de DécadréE

valerie.vuille@decadree.com