

A-101 LES COMMUNICATIONS



Dans le présent document, les mots de genre masculin désignent toute personne.

Version 3 approuvée le 11 février 2019

(auparavant AD-06 et DG-21)

Politique

Valoris transmet des communications claires, pertinentes et qui reflètent adéquatement son image de marque. Valoris communique régulièrement avec les employés, la clientèle, les partenaires et la communauté, et ce, en français et en anglais. L'information communiquée est factuelle, claire et non partisane et répond aux besoins des divers publics.

L'image de marque de Valoris est utilisée de manière uniforme, c'est-à-dire que l'agence est visible et reconnaissable dans toutes ses communications pour rendre claire la provenance du message et contribuer positivement à la réputation de Valoris dans la communauté.

Les communications de Valoris sont offertes dans des formats accessibles selon les besoins du public. Les moyens utilisés pour communiquer l'information évoluent selon les tendances technologiques, tout en tenant compte des réalités culturelles et démographiques de la région. Cette politique s'applique à tous les moyens de communication (traditionnels et numériques).

Le maintien de relations médiatiques positives nous permet de mieux rejoindre la population de Prescott-Russell.

Procédure

1. Image de marque

1.1 Normes graphiques et format

Les lettres, les communiqués de presse ainsi que la correspondance d'ordre courante sont copiés sur le papier en-tête officiel de Valoris. La police de caractère officielle utilisée est le *Times New Roman* de taille 12 et le texte est justifié. Le guide de spécification de Valoris contient les normes graphiques à respecter.

1.2 Outils de communication

Les documents promotionnels et les envois courriels au public relèvent du Service des communications (Annexe A : Traitement des demandes au Service des communications). Le Service des communications choisi les fournisseurs qui offrent, entre autres, des articles promotionnels et des services de communications et marketing à Valoris.

2. Correspondance sortante

La correspondance provenant de l'organisation reflète la position qu'un ou des individus prennent au nom de l'organisation. La correspondance par lettre est révisée par un adjoint administratif pour assurer l'uniformité des textes, la qualité de la langue ainsi que le respect de

l'image de marque de Valoris. La correspondance effectuée par l'entremise de moyens électroniques tels que les médias sociaux, le courriel, les messages textes, mais ne se limitant pas à cette liste, est considérée comme reflétant la position de l'organisation. Lorsque c'est possible, ces communications font l'objet d'une révision et, le cas échéant, d'une approbation du superviseur immédiat.

2.1 Signature

Toute correspondance est signée par l'auteur, incluant son titre de poste approuvé. La correspondance signée par le conseiller est approuvée et signée par son superviseur.

2.1.1 Signature du directeur général

La correspondance suivante requiert la signature du directeur général ou d'un directeur délégué :

- lettre autorisant l'exception à l'application d'une politique;
- lettre à l'égard d'une plainte ayant atteint le palier du directeur général;
- lettre engageant l'organisation à un déboursé financier nécessitant l'approbation du directeur général;
- lettre officielle aux différents ministères;
- lettre permettant de voyager en compagnie d'enfants confiés aux soins de Valoris;
- lettre autorisant l'employé à faire une demande de passeport pour un client;
- lettre autorisant un commissaire aux affidavits à faire la demande d'un certificat de naissance;
- affidavit de placement aux fins d'adoption.

3. Médias

Les demandes de la part des médias sont transmises au Service des communications dans les plus brefs délais. Si un employé, un bénévole ou une famille d'accueil souhaite communiquer avec les médias dans le cadre de son travail, le Service des communications s'occupe de coordonner la demande. Toute communication avec les représentants médiatiques doit respecter la politique S-103 Confidentialité.

3.1 Les porte-parole

Le directeur général est l'unique porte-parole officiel de l'agence. Le directeur général peut désigner un délégué. Le président du conseil d'administration est le porte-parole officiel du conseil d'administration. Ils sont appuyés par l'équipe de direction et le Service des communications.

3.2 Entrevue (télévision, radio, Web ou journal)

Le porte-parole désigné ou un membre du Service des communications participe à la rencontre entre le représentant médiatique et la personne représentant Valoris. Les sujets et les questions de l'entrevue doivent être confirmés à l'avance; tous les participants, y compris les journalistes, doivent être informés au préalable des obligations concernant la confidentialité.

3.3 Situation d'urgence, de crise ou au service 24/7

Lorsqu'une situation litigieuse est d'intérêt médiatique, le Service des communications ou le porte-parole officiel désigné consulte, dans le plus bref délai, toutes les personnes concernées afin de déterminer la position officielle de l'agence. Un plan de communication détaillé est mis en place et les responsables du ministère sont avisés au besoin. Les demandes médiatiques reçues par le service 24-7 sont dirigées immédiatement au superviseur en devoir. Le superviseur communiquera, s'il y a lieu, avec un membre du

Service des communications ou un porte-parole officiel désigné (voir A-203 Situations à communiquer au directeur général).

4. Photos, vidéos et témoignages

Étant donné le caractère sensible de l'information qui circule dans nos milieux de travail, il est interdit pour toute personne de filmer ou d'enregistrer sur la propriété de Valoris, à moins que la demande ait été approuvée au préalable par le Service des communications ou la direction, que l'enregistrement soit fait dans le cadre d'une intervention et que toutes les personnes concernées aient consenti à l'enregistrement, ou que l'enregistrement soit requis selon la loi. À moins d'avoir donné leur consentement éclairé, les personnes représentant Valoris n'acquiescent pas à se faire enregistrer et n'acquiescent pas à la publication ou la distribution du contenu.

4.1 Autorisation : clients, employés et bénévoles de Valoris

Dans le cadre d'une publication officielle, il est nécessaire d'obtenir l'autorisation écrite de la personne concernée (ou d'un gardien légal pour les enfants de moins de 16 ans) afin d'utiliser sa photo ou son témoignage. Ces mesures ne s'appliquent pas aux photos et aux entrevues d'enfants ou d'adultes lors d'événements non liés à l'agence qui n'identifient pas ces derniers comme étant liés à l'agence.

Aucun témoignage ou photo d'enfants ou de jeunes confiés aux soins de l'agence ne peut être publié par les médias. Aucune entrevue ou photo d'un client adulte ne peut être prise sans le consentement éclairé de la personne ou sans avoir eu l'avis de son conseiller, dans le cas où le client ne pourrait prendre seul la décision.

4.2 Autorisation : événements communautaires

Lors d'événements organisés par l'agence, les organisateurs doivent s'assurer d'afficher visiblement un avis indiquant que des photos seront prises au cours de l'activité. Les gens ne souhaitant pas être photographiés doivent en informer les organisateurs qui prendront alors les mesures nécessaires pour respecter leur requête.

Annexe(s)

- Annexe A : Traitement des demandes au service des communications

Références

- S-103 Confidentialité
- A-203 Situations à communiquer au directeur général
- Guide de spécification des logos

ANNEXE A : Traitement des demandes au service des communications

Afin de garantir des services de qualité et un respect des échéanciers, voici une liste des délais requis par le Service des communications pour compléter un projet. Il est attendu que chaque projet soumis respecte ces délais, sans quoi, le Service des communications ne sera pas en mesure de garantir le respect des échéances.

Type de projet	Délais requis
Modifications/ajout au site Web ou Intranet	48 heures
Révision d'un document (qualité de la langue)	1 semaine
Ajout d'une information au bulletin des communications (avec ou sans visuel)	1 semaine
Diffusion de contenu dans les médias sociaux	1 semaine
Traduction	2 semaines
Montage graphique (document ou affiche)	2 semaines
Création d'une publicité pour diffusion dans les médias papier ou les médias sociaux	2 semaines
Création d'une présentation PowerPoint	3 semaines
Création d'une vidéo	6 semaines
Commande d'outils promotionnels	6 semaines

Information requise lors d'une demande

- Sujet
- Public cible
- Objectif de la demande
- Échéance : quand avez-vous besoin d'obtenir la version finale?
- Contenu final : le texte envoyé doit être final, c'est-à-dire que le Service des communications ne devra pas réviser à plusieurs reprises le même document.
- Est-ce qu'une traduction est nécessaire?
- Impression requise? (nombre de copies et format)
- Budget (si applicable)