

[2015]



Association des implantés  
cochléaires du Québec

# [ POLITIQUE DE COMMUNICATION DE L'ASSOCIATION DES IMPLANTÉS COCHLÉAIRES DU QUÉBEC ]

## Table des matières

---

.....	1
Les raisons d’être d’une politique de communication .....	1
1. Les fondements .....	1
2. Les Valeurs .....	1
2.1 Respect des personnes et des engagements.....	1
2.2 Reconnaissance de la diversité .....	1
2.3 Reconnaissance de la contribution de tous.....	2
2.4 Éthique.....	2
2.5 Authenticité, la cohérence et la transparence .....	2
2.6 Droit et devoir de s'informer .....	2
3. L'OBJET.....	3
3.1 La cohésion .....	3
3.2 L'ancrage dans la réalité .....	3
3.3 L'efficacité de l'organisation .....	3
4. LE CHAMP D'APPLICATION .....	3
5. LES CHAMPS D'INTERVENTION .....	4
5.1 Les principes directeurs .....	4
6. LES MÉCANISMES .....	4
6.1 Les standards graphiques et linguistiques.....	4
6.1.1 La qualité visuelle .....	4
6.1.2 La qualité linguistique.....	5
6.2 Les responsabilités.....	5
6.2.1 Le porte-parole.....	6
6.2.2 La responsabilité des membres.....	6
6.2.3 Les responsabilités du coordonnateur administratif .....	6
6.2.4 Les responsabilités de l’édimestre .....	6
6.2.5 Les responsabilités du responsable du journal À l’écoute.....	6
6.2.6 Les membres du conseil d’administration.....	7
7. Pour conclure .....	7
8. Mise en œuvre et révision.....	7

8.1 Diffusion et révision.....	7
8.2 Date d'entrée en vigueur.....	7
Annexe1.....	8
Les outils, les actions et les moyens de communication .....	8
Annexe2.....	9
Objets promotionnels.....	9

# Politique de communication de l'Association des implantés cochléaires du Québec

---

## Les raisons d'être d'une politique de communication

L'Association des implantés cochléaires du Québec (AICQ) juge important de se doter d'une politique de communication afin de partager ses valeurs, d'animer le sentiment d'appartenance de ses membres, d'assurer la transparence, la cohérence et la continuité dans ses interventions ainsi que pour établir des lignes de conduites et un partage des tâches dans ses communications avec ses partenaires et le public en général.

## ***1. Les fondements***

Cette politique propose aux membres et à l'ensemble des partenaires de l'AICQ un cadre de référence et d'orientation pour toutes les activités de communication, que ce soit celles visant la cohésion des interventions du conseil d'administration (CA), de la permanence et des membres ou encore celles mises en œuvre pour intensifier et maintenir son rayonnement et sa notoriété.

## ***2. Les Valeurs***

### **2.1 Respect des personnes et des engagements**

L'essor de l'AICQ passe par le respect et l'épanouissement des personnes qui y œuvrent (bénévoles, employés, membres du CA, membres,...). La politique de communication a comme objectif de les associer aux décisions de ceux-ci. L'AICQ étant une organisation dont l'actif est essentiellement composé de personnes qui partagent leur passion pour le bénévolat et l'entraide à la faveur des personnes ayant une déficience auditive, porteuses d'un implant cochléaire. De toute relation humaine, découlent des engagements, individuels ou collectifs, qui doivent assurément être respectés.

### **2.2 Reconnaissance de la diversité**

Pour l'AICQ, la reconnaissance de la diversité est une forme de respect qui s'exprime par le traitement approprié des situations particulières et l'acceptation des caractéristiques propres des partenaires dans leur contribution à la lutte pour l'intégration sociale des personnes ayant une déficience auditive.

### **2.3 Reconnaissance de la contribution de tous**

S'il est reconnu que l'AICQ place ses membres au cœur de ses préoccupations, celle-ci doit pouvoir compter sur la volonté et sur l'engagement de tous les membres pour lui permettre d'évoluer. Bref, l'AICQ est un véritable lieu d'échanges où chaque membre détient le choix de remplir une fonction utile à la réalisation de la mission de l'Association.

De plus, chaque individu est responsable de sa contribution à la transmission d'information touchant l'implant cochléaire. Cela signifie qu'il est conscient de son rôle, de ses responsabilités et des conséquences de son action. À ce titre, la communication doit viser à développer le sentiment d'appartenance, à éviter la dépersonnalisation des relations et à favoriser une culture de participation et de partenariat.

### **2.4 Éthique**

Dans ses liens avec ses interlocuteurs tout comme dans le traitement de la communication, l'AICQ encourage les plus hauts standards d'éthique et fait preuve d'un grand souci d'exactitude, de respect et d'équité.

### **2.5 Authenticité, la cohérence et la transparence**

La communication repose d'abord et avant tout sur une perception claire et sur une compréhension commune des faits et des enjeux. L'AICQ démontre, dans ses actions de communication, que son discours se fonde sur une analyse rigoureuse des faits et qu'elle rapporte des événements ou des conclusions authentiques.

Tout en garantissant le respect et la protection des renseignements personnels, l'AICQ favorise l'accès à l'information et démontre un grand souci de transparence. Elle recherche la cohérence et la complémentarité des actions de communication.

### **2.6 Droit et devoir de s'informer**

Tout individu a le droit d'être informé. Ce droit comporte également, pour chacun, le devoir de s'informer. L'AICQ est responsable de valider les sources des informations qu'elle transmet.

### ***3. L'OBJET***

Comme outil, la présente politique de communication vise l'interaction et la rétroaction dans toutes les actions de communication que pose l'AICQ. Elle constitue un outil de gestion en appui à l'essor de l'Association.

Elle vise donc:

#### **3.1 La cohésion**

La politique de communication a comme objectifs:

- de conscientiser les membres de l'AICQ qu'il est de la responsabilité de chacun de soutenir des activités de communication cohérentes;
- de favoriser l'émergence de solidarité et le sentiment d'appartenance;
- d'améliorer la qualité des relations interpersonnelles.

#### **3.2 L'ancrage dans la réalité**

La politique de communication fait en sorte que l'AICQ demeure au fait et à l'écoute des besoins des personnes en lien avec sa mission et ses valeurs.

En agissant dans le secteur de l'implant cochléaire, elle recueille et transmet l'information et fait partager ses préoccupations et ses valeurs.

#### **3.3 L'efficacité de l'organisation**

La politique de communication joue le rôle d'agent intégrateur pour optimiser la contribution de l'ensemble des membres et partenaires afin d'harmoniser les activités de communication.

La politique prend appui sur la capacité de l'AICQ à discerner l'impact des événements touchant l'implant cochléaire afin de pouvoir agir et réagir rapidement.

### ***4. LE CHAMP D'APPLICATION***

La présente politique s'applique à toutes les relations de l'AICQ, aussi bien avec ses membres qu'avec les autres organismes communautaires, les établissements du réseau de la santé ainsi que tout autre organisme des différents paliers gouvernementaux.

## **5. LES CHAMPS D'INTERVENTION**

### **5.1 Les principes directeurs**

La communication contribue de façon importante à la visibilité, à la promotion et au rayonnement de l'Association, tant dans la ville de son siège social que partout en province.

La communication est un outil d'animation, d'information et de cohésion. C'est pourquoi l'AICQ, en conformité avec sa mission, désire échanger régulièrement avec ses membres afin de favoriser la confiance et développer un sentiment d'appartenance. Il en va de même avec les instances gouvernementales qui exercent une responsabilité touchant la déficience auditive et l'implant cochléaire.

Par leur appartenance à l'Association, les membres représentent autant de vecteurs ou de courroies de transmission pouvant être utilisés pour assurer la diffusion de l'information. Ainsi l'AICQ attend de tous ses membres qu'ils soient des agents d'information et de promotion auprès du public. À cette fin, elle stimule la participation de chacun, s'attend à ce qu'il connaisse les activités offertes par l'Association, recueille l'information et la transmet aux responsables des communications (Journal À l'écoute... et site Internet).

## **6. LES MÉCANISMES**

### **6.1 Les standards graphiques et linguistiques**

L'AICQ accorde une grande importance à la qualité de sa communication avec ses membres, ses partenaires et le public. Pour maintenir des hauts standards de qualité linguistique et visuelle dans les activités de communication, un processus de normalisation et de coordination est nécessaire.

#### **6.1.1 La qualité visuelle**

L'identification visuelle constitue un instrument de normalisation des communications. L'AICQ utilise un sigle (logo) comme reconnaissance visuelle qui témoigne de l'appartenance à l'Association.

L'utilisation du symbole graphique de l'Association des implantés cochléaires du Québec a une grande implication sur l'image de l'Association, sur sa crédibilité et sa réputation. C'est pourquoi l'Association spécifie les couleurs et l'utilisation du sigle.

## COULEUR ET UTILISATION DU LOGOTYPE

Dans les situations suivantes : correspondance tant papier qu'électronique; cartes professionnelles, journal À l'écoute..., brochures et dépliants et objets promotionnels, les logos<sup>1</sup> ci-après sont autorisés. Le logo peut être redimensionné en gardant un rapport d'homothétie. Les couleurs renversées ne sont pas autorisées, de même aucune modification ne peut être apportée.



L'Association permet à ses membres d'utiliser le sigle (logo) pour s'identifier lors d'une communication avec des partenaires ou le public à la condition que son utilisation soit conforme à la mission et aux valeurs de l'AICQ et que le contenu de la communication soit autorisé par le président ou le coordonnateur administratif

### PERMISSION SPÉCIALE ÉCRITE

Toute utilisation qui n'est pas mentionnée dans la présente politique est interdite à moins qu'elle ne fasse l'objet d'une permission spéciale donnée par écrit par le président de l'Association.

### 6.1.2 La qualité linguistique

La langue de communication est le français. Cependant, lorsque nécessaire, l'Association peut communiquer dans la langue de son interlocuteur.

L'AICQ préconise un langage respectueux et conforme aux normes de l'Office québécois de la langue française.

Toute personne appelée à communiquer par écrit au nom de l'Association doit s'assurer de respecter ces normes et d'obtenir à cette fin l'autorisation du coordonnateur administratif avant de publier.

## 6.2 Les responsabilités

À l'AICQ, les communications constituent une responsabilité partagée par tous ses membres. Le président, le coordonnateur administratif et son adjoint, les membres du C.A., les bénévoles, tous ses membres et toute personne qui de près ou de loin sympathise à la cause. Il est donc important de se donner une

<sup>1</sup> Brun orangé (R :248 ; V :94 ; B :22) ; Jaune (R :255 ; V :225 ; B :3) et Bleu (R :19 ; V :88 ; B :151)



façon de fonctionner afin de coordonner les activités nécessaires à l'élaboration et à la mise en œuvre efficaces de cette politique.

### **6.2.1 Le porte-parole**

Le porte-parole joue un rôle essentiel lorsque l'Association doit s'adresser aux médias ou à un autre organisme ou gouvernement.

Le président est le premier porte-parole désigné. Il représente l'AICQ et parle officiellement en son nom. Cependant, il peut désigner tout autre membre de l'Association comme porte-parole lorsqu'il le juge à propos.

### **6.2.2 La responsabilité des membres**

Il convient de rappeler que la politique de communication de l'AICQ a comme objet de conscientiser chaque membre de l'Association au fait que les activités de communication relèvent de la responsabilité de chacun. Ainsi, celui qui se présente comme tel et qui participe à un congrès ou à une activité, en devient, qu'il le veuille ou non, un ambassadeur. De plus, il incombe à chacun de faire part au président, ou au coordonnateur administratif, des perceptions externes de l'AICQ, notamment lorsque ces perceptions externes sont négatives.

### **6.2.3 Les responsabilités du coordonnateur administratif**

Sous l'autorité du président, le coordonnateur administratif participe à l'élaboration des stratégies de communication et s'assure de l'utilisation cohérente des outils de communication à la disposition de l'AICQ.

### **6.2.4 Les responsabilités de l'édimestre**

Sous l'autorité du président et en concertation avec le coordonnateur administratif, l'édimestre assume l'élaboration des stratégies de communication sur le site Internet. Il participe à l'utilisation cohérente des outils de communication.

### **6.2.5 Les responsabilités du responsable du journal À l'écoute...**

Sous l'autorité du président et en concertation avec le coordonnateur administratif, le bénévole, membre de l'Association responsable du journal recueille l'information à diffuser dans le journal. Il s'assure de la qualité et de la crédibilité de l'information à transmettre aux membres de l'Association.

Le journal À l'écoute... est diffusé quatre (4) fois l'an.

## **6.2.6 Les membres du conseil d'administration**

Les membres du conseil d'administration de l'AICQ sont responsables de l'application et de la diffusion de la politique de communication au sein de l'Association.

## **7. Pour conclure**

L'essor de l'AICQ passe inévitablement par des activités de communication auprès des membres, des partenaires et du public. Ces activités de communication, qu'elles soient planifiées et organisées par le président ou qu'elles proviennent d'initiatives spontanées des membres, sont d'une importance fondamentale pour l'avenir de notre action bénévole.

Notre politique de communication repose essentiellement sur l'engagement, la motivation, le dynamisme et le sentiment d'appartenance de nos membres. Elle ne sera efficace que si l'AICQ parvient à promouvoir une tradition en ce sens et à y intégrer ses valeurs (présentées à la section 2). C'est l'existence même de ce type de communication qui fait que l'on a un réseau.

La communication «organisée» doit adopter une approche professionnelle et systématique. La communication informelle, de son côté, suppose une approche fondée sur le respect et l'engagement des personnes, soutenue par le partage d'une culture de communication comme moyen de développer un sentiment d'appartenance de chaque membre de l'AICQ, et non comme moyen de contrôle ou de pouvoir. Dans cette approche, on doit notamment privilégier: l'exemple et la capacité d'écoute des membres du conseil d'administration, ainsi que le partage assidu de l'information.

## **8. Mise en œuvre et révision**

### **8.1 Diffusion et révision**

Cette politique est disponible sur le site Internet de l'Association

L'Association révisera cette politique au plus tard cinq ans après son entrée en vigueur.

### **8.2 Date d'entrée en vigueur**

La présente politique a été adoptée lors de la réunion du C.A. du 12 avril 2015. Elle entre en vigueur le 6 juin 2015.

## ***Annexe1***

### **Les outils, les actions et les moyens de communication**

Au moment de l'adoption de la politique de communication, l'AICQ utilise les outils et les moyens ci-après. Comme ces outils sont évolutifs, ils seront mis à jour en fonction des nouvelles tendances technologiques de l'information et des communications.

- AGA - assemblée générale annuelle (actions à privilégier)
- Activités de levée de fonds (actions à privilégier)
- Activités de promotion et de sollicitation (kiosque et autres),
- Activités pour nos bénévoles et nos membres (soirée, reconnaissance, Noël, quille, cabane à sucre, soirée témoignage, ...)
- Brochure et dépliant (moyen - publication officielle)
- Collecte d'informations aux fins de la publication d'articles pour le journal À l'écoute... et le site Internet (actions à privilégier)
- Communiqué de presse
- Courriel
- Courrier postal (moyen - publication officielle)
- Évènements à caractère protocolaire
- Journal de l'AICQ : « À l'écoute ... » (moyen - publication officielle)
- Organisation d'activités de rassemblement
- Participation à des organismes représentatifs de personnes ayant une déficience auditive. (actions à privilégier)
- Portes ouvertes
- Rapport d'activités
- Rédaction et dépôt de mémoires
- Relations avec nos partenaires, commanditaires, médias
- Relations publiques,
  - Relations gouvernementales.
  - Représentations écrites ou en personne auprès de décideurs ou d'organismes gouvernementaux.
- Réunions statutaires des membres de son conseil d'administration,
- Sigle
- Site Internet (moyen - publication officielle)
- Soupers thématiques (actions à privilégier)

## *Annexe2*

### **Objets promotionnels**

L'objet promotionnel à l'effigie de l'Association permet de promouvoir l'image de marque de cette dernière et de renforcer le sentiment d'appartenance de ses membres et du public à la cause. À cet effet, des objets sont présentés et vendus à la population lors de kiosque de sollicitation et de promotion. Il est aussi possible de s'en procurer en communiquant avec le bureau de l'AICQ.

Le catalogue est disponible sur le site Internet.

---