



Centre de santé
Communautaire
Hamilton / Niagara

Politique :	COMMUNICATIONS EXTERNES ET INTERNES
Révision	13 mai 2008
Révision	14 décembre 2009
Révision	14 novembre 2011
Dernière révision et date d'approbation par le Conseil d'administration	12 janvier 2015



TABLE DES MATIÈRES

1. Communications externes	3
1.1 Outils de communication	3
1.1.1 Utilisation du nom et du logo du CSCHN	3
1.1.2 Publications et documents.....	3
1.1.3 Photographies des clients ou participants aux programmes	4
1.1.4 Droits de reproduction des documents.....	4
1.1.5 Vente de publication	4
2. Site Web.....	4
3. Porte-parole et relations publiques.....	5
3.1 La sensibilisation publique	5
3.2 La représentation du CSCHN	5
3.3 La représentation du CSC à des foires ou des rencontres inter-agences	5
3.4 Les réunions spécifiques à un secteur.....	5
3.5 Porte-parole officiel	5
3.6 Le CSCHN et les médias	5
3.7 Le CSCHN sollicite les médias	6
3.8 Les médias sollicitent le CSCHN	6
4. Les partenariats	6
4.1 Intervention conjointe (partenariat formel).....	7
4.2. Parrainage	7
4.3 Coparrainage de projets aux fins d'obtenir une subvention	7
5. Adhésion à des organismes externes, tables de concertation, groupes de planification.	8
6. Lettres d'appui	8
7. Communications Internes	8
7.1 Politique générale	8
7.2 Responsabilité.....	9
8. Procès-verbaux du Conseil d'administration.....	9
9. Promotion de services ou produits offerts par une firme privée ou par un individu à des fins lucratives	9
9.1 Promotion de services ou produits par un organisme à but non lucratif.....	9



1. COMMUNICATIONS EXTERNES

La présente politique doit faire l'objet d'une **révision à tous les deux ans**.

Le rôle des communications avec les groupes externes consiste à faire connaître notre organisme de manière crédible. Le Centre de santé communautaire Hamilton/Niagara (ci-après appelé CSCHN ou le Centre) reconnaît l'importance de se mettre en valeur, de maintenir son image et de faire connaître sa mission et l'accessibilité de ses services. Le CSCHN juge important de bien communiquer ses orientations, ses programmes et les résultats de son travail.

De façon générale, le CSCHN entend établir et maintenir des relations de confiance basées sur le respect mutuel. Le CSCHN confie à la Direction générale le soin d'élaborer et de mettre en œuvre les véhicules de communication propres à atteindre les objectifs établis et conformes aux principes énoncés ci-après.

Le CSCHN juge nécessaire de coordonner ses communications sur une base permanente et de se doter des moyens propres à faciliter la réception et l'émission de l'information.

1.1 Outils de communication

1.1.1 Utilisation du nom et du logo du CSCHN

La Direction générale ou son délégué¹ agit en tant qu'autorité déléguée concernant les normes et utilisation du nom et du logo du CSCHN.

La Direction générale est responsable de l'intégrité des normes graphiques du logo du CSCHN ainsi que de son utilisation dans toute documentation imprimée telle que : affiches, rapports, publicité, dépliants, présentations Power Point, articles de promotion, etc., ainsi que dans d'autres médias tels que le site web du CSCHN.

À l'exception du papier entête utilisé pour des lettres individuelles, la reproduction du nom et du logo du CSCHN par tout membre du personnel, bénévole, stagiaire, membre du Conseil d'administration ou toute autre personne ou organisme extérieur, est interdite à moins d'avoir obtenu l'autorisation préalable de la Direction générale ou son délégué.

1.1.2 Publications et documents

Les items suivants sont considérés des outils de marketing :

- 1) communiqués et articles de presse
- 2) documents de promotion (dépliants, brochures, affiches, bulletin d'information etc.)
- 3) Kiosques/présentoirs
- 4) rapports annuels
- 5) tout autre document publié par le CSC ou en son nom et destiné au public.

¹ Afin d'alléger la lecture de cette politique, le genre masculin est utilisé et inclut le genre féminin à part égale. Délégué inclus Direction générale adjointe ou Direction de secteur



Aucun outil de marketing ne peut être produit sans la participation de la Direction générale ou de son délégué. Le secteur qui fait une demande à cet effet peut produire une ébauche de ce qui est désiré. Le contenu et l'information devraient être vérifiés par le gestionnaire du secteur

1.1.3 Photographies des clients ou participants aux programmes

Les clients ou les participants aux programmes du Centre doivent donner leur accord pour être photographiés ou captés sur vidéo par les médias. Si une photo ou un plan de groupe est requis, le CSCHN doit obtenir la permission de chaque participant par la signature d'un formulaire de consentement. Une photo ou une vidéo de la salle d'attente peuvent être considérés comme une violation de la vie privée des gens qui s'y trouvent. De même, un formulaire de consentement doit être signé par chaque participant lorsqu'une photo, un enregistrement ou un segment vidéo est utilisé aux fins de promotion du CSCHN, de ses affichages ou d'évaluation.

1.1.4 Droits de reproduction des documents

Le CSCHN encourage l'utilisation et le partage de ses ressources avec d'autres organismes communautaires à but non lucratif qui visent aussi à promouvoir la santé. Le CSCHN permet aux organismes communautaires, éducatifs ou à but non lucratif de reproduire ou de traduire les documents qu'il produit, sans frais, selon les conditions suivantes :

La Direction générale ou son délégué approuve à l'avance tout changement ou ajout au texte original ou aux graphiques;

L'organisme externe s'engage à indiquer la source en donnant le nom du ou des auteurs, des concepteurs, et du CSCHN.

1.1.5 Vente de publication

La décision de vendre une publication du CSCHN relève de la Direction générale ou de son délégué. C'est le CSCHN qui détermine si une publication peut être vendue et à quel prix. Cette règle s'applique également aux frais de location des productions audio-visuelles et autres.

2. SITE WEB

La Direction générale, ou une autre personne désignée au besoin, est responsable d'assurer les mises à jour, les corrections et les insertions sur le site Web du Centre.

Le Centre accepte toutes suggestions de changements ou d'ajouts au site Web provenant des membres du Conseil d'administration, du personnel, des bénévoles, des stagiaires ou du public en général.



3. PORTE-PAROLE ET RELATIONS PUBLIQUES

3.1 La sensibilisation publique

En tant que partie intégrante de son engagement envers l'amélioration de la santé de la collectivité, le CSCHN est obligé d'informer la communauté des questions de santé importantes la touchant. Le CSCHN utilise les différents moyens à sa disposition pour en informer la communauté, de même que des façons de maintenir ou améliorer le mieux-être collectif.

3.2 La représentation du CSCHN

Définition : Un événement auquel un employé pourrait avoir à faire une présentation formelle (orale ou écrite) ou à répondre à des questions ou expliquer les activités du Centre autres que les foires et les rencontres inter-agences qui sont couvertes dans la section qui suit.

Un membre du personnel peut représenter le CSCHN après avoir obtenu la permission de la Direction générale ou son délégué.

3.3 La représentation du CSC à des foires ou des rencontres inter-agences

Le personnel qui participe à des foires et des rencontres inter-agences doit obtenir permission de leur gestionnaire de secteur et informer la Direction générale ou son délégué. Il est nécessaire de toujours se préparer pour ces événements afin de pouvoir donner un bon aperçu de toute la gamme de services disponibles au CSCHN.

3.4 Les réunions spécifiques à un secteur

Un membre du personnel, bénévole ou un stagiaire peut représenter son secteur à une rencontre communautaire pourvu que cet employé a obtenu la permission de son gestionnaire et a informé la Direction générale ou son délégué.

3.5 Porte-parole officiel

La fonction du porte-parole officiel du CSCHN relève de la présidence du Conseil d'administration et de la Direction générale du CSCHN. La présidence du Conseil d'administration peut déléguer la tâche de porte-parole à un gestionnaire ou autre délégué dans l'absence de la Directeur générale.

Le Conseil d'administration ne constitue qu'une seule voix. Il fonctionne comme un tout, les membres individuels n'ayant aucune autorité personnelle.

3.6 Le CSCHN et les médias

Les relations avec les médias relèvent de la présidence du Conseil d'administration ou de la Direction générale afin d'assurer une image cohérente du CSCHN dans toutes les circonstances et auprès de tous ses publics.

Les appels provenant des médias sont acheminés à l'adjointe de la Direction générale ou son délégué. Il ne faut en aucun cas divulguer aux médias le numéro de téléphone à domicile d'un membre du personnel, d'un bénévole d'un stagiaire ou



d'un membre du Conseil d'administration sans la permission expresse de la personne concernée.

3.7 Le CSCHN sollicite les médias

Les lettres à l'éditeur et les communiqués de presse ne peuvent être diffusés sans l'autorisation de la Direction générale ou la présidence du Conseil d'administration.

La Direction générale peut accorder la permission à un délégué de contacter les journaux, les chaînes de télévision ou les postes de radio pour les annonces d'activités ou de promotion générale du CSCHN.

3.8 Les médias sollicitent le CSCHN

Toute demande provenant des médias pour une entrevue ou des commentaires est acheminée à l'adjointe de la Direction générale ou son délégué qui détermine les suites à y donner. En consultation avec le directeur général, ils identifient, si nécessaire, les membres du personnel ou du Conseil d'administration aptes à fournir l'information requise.

Un membre du personnel, un bénévole ou un stagiaire, ne peut prendre position publiquement au nom du CSCHN sans l'approbation de la Direction générale. Advenant le cas où une personne est sollicité par les médias lors d'une activité ou d'un événement, celui-ci est autorisé à répondre aux questions concernant strictement son domaine d'activité spécifique.

Lors d'une demande des médias,

La Direction générale ou son délégué doit déterminer

- 1) l'angle et les paramètres, la date et l'heure de diffusion du reportage;
- 2) les questions qui seront posées;
- 3) tous autres renseignements (contexte) requis et les échéanciers;
- 4) le type d'entrevue – en direct, enregistrée, en personne ou au téléphone.

La Direction générale ou son délégué doit par la suite :

- 1) contacter le personnel désigné pour répondre aux demandes des médias;
- 2) donner de l'information et l'aide nécessaire au personnel qui sera interviewé;
- 3) assurer le suivi des demandes et de la visite des journalistes;
- 4) maintenir les coordonnées des journalistes, et garde des copies des reportages et articles comme documents de référence. Notons que le contenu des reportages dans la presse écrite ou électronique peut varier grandement de celui de l'entrevue réalisée au départ.

4. LES PARTENARIATS

Le CSCHN, à titre d'organisme de santé communautaire franco-ontarien, favorise l'établissement de partenariats et d'interventions conjointes avec d'autres organismes avec lesquels il partage des valeurs et objectifs communautaires, que ces groupes soient anglophones ou francophones. En termes pratiques, un partenariat peut prendre différentes formes :

- 1) intervention conjointe (partenariat formel)



- 2) parrainage d'organisme
- 3) adhésion à des organismes externes
- 4) coparrainage de projets
- 5) lettres d'appui

4.1 Intervention conjointe (partenariat formel)

Une intervention conjointe est un partenariat formel et doit donc comprendre un protocole d'entente qui définit la relation et les attentes de chaque partie impliquée.

Un partenariat formel doit correspondre aux critères suivants :

- 1) l'initiative ou le projet visé appuie les objectifs stratégiques du CSCHN;
- 2) le rôle du CSCHN au sein de ce partenariat est bien défini et correspond aux valeurs et aux objectifs du CSCHN;
- 3) le partenariat n'exige pas l'allocation de ressources qui rendrait difficile l'atteinte des objectifs du CSCHN;
- 4) le partenariat vise à réaliser des projets qui répondent à un besoin exprimé par la communauté francophone ou par la clientèle du CSCHN;
- 5) le partenariat vise à réaliser des projets qui ne sont pas un dédoublement d'activités entreprises par d'autres organismes desservant la communauté francophone;
- 6) le partenariat ne va pas à l'encontre des exigences des bailleurs de fonds du CSCHN.

4.2. Parrainage

Le CSCHN peut travailler avec d'autres organismes pour en fonder un troisième ou même, au besoin, offrir un appui financier à un organisme en attendant que ce dernier puisse se constituer en société.

La Direction générale recommande l'acceptation ou le rejet du parrainage au Conseil d'administration et précise les termes de l'entente. Une entente formelle est établie entre le CSCHN et le partenaire.

4.3 Coparrainage de projets aux fins d'obtenir une subvention

Afin de réaliser un projet ou d'obtenir un financement exigeant des aptitudes et connaissances qu'il ne détient pas, le CSCHN peut solliciter périodiquement la contribution d'autres organismes qui desservent la même clientèle; réciproquement, cette situation peut se présenter lorsqu'un organisme a des besoins semblables.

Lorsque le projet en question implique une demande de financement, cette demande doit être coparrainée par les partenaires.

En cas d'acceptation, la mise en œuvre et la gestion du projet se font conformément à l'entente établie lors de l'acceptation du partenariat.

La Direction générale évalue la demande de coparrainage en collaboration avec les gestionnaires impliqués. Une recommandation est faite pour l'acceptation ou le rejet du coparrainage et précise les termes de l'entente, le cas échéant.



Si les objectifs sont mis en cause, ou si la nature de l'organisation est telle que le soutien du CSCHN peut entraîner le Conseil d'administration dans une controverse, une publicité négative, des considérations d'ordre politique, etc., ou si l'organisme demande une lettre du Conseil d'administration, ce sujet sera alors inscrit à l'ordre du jour de la prochaine réunion du Conseil pour discussion et décision.

Par la suite, la Direction générale ou son représentant informe l'organisme demandeur que le CSCHN accepte ou refuse de coparrainer le projet.

5. ADHÉSION À DES ORGANISMES EXTERNES, TABLES DE CONCERTATION, GROUPES DE PLANIFICATION

Le CSCHN est membre de diverses associations et participe à diverses tables de concertation qui l'aident à accomplir sa mission. Il s'engage dans les associations de développement communautaire et de la santé, particulièrement celles de sa zone géographique et celles qui répondent aux besoins de sa clientèle. Ces adhésions sont conformes à la mission et aux objectifs du CSCHN et correspondent à une définition globale de la santé.

Les demandes d'adhésion à des organismes ou tables de concertation externes qui sont reliées directement au mandat d'un secteur ou qui sont une exigence d'un bailleur de fonds peuvent être approuvées par le gestionnaire de secteur. Toutes autres demandes qui impliquent la participation du Conseil d'administration, la Direction générale ou plusieurs secteurs du CSCHN doivent être acheminées à la Direction générale. Au besoin, la Direction générale consulte le Conseil d'administration. Le CSCHN conserve une liste des organismes qui collaborent avec lui.

6. LETTRES D'APPUI

Les demandes de lettre d'appui pour tout projet ou initiative doivent être soumises aux gestionnaires et approuvées et signées par la Direction générale ou son délégué.

Une lettre d'appui n'engage pas le CSCHN au-delà d'une recommandation quant au projet ou à l'initiative en question.

7. COMMUNICATIONS INTERNES

7.1 Politique générale

Le CSCHN favorise une communication interne bidirectionnelle transparente, respectueuse et régulière afin de motiver les membres du Conseil d'administration, la Direction générale, le personnel, les bénévoles et les stagiaires à exprimer leur créativité. Ces personnes doivent être informées des décisions et des actions prises par tous et chacun.

L'esprit de collaboration imprègne toutes les activités internes du CSCHN. Ce dernier appuie la collaboration et la participation à des équipes de travail ou à des comités.



7.2 Responsabilité

Les communications internes relèvent de la Direction générale mais nécessitent la participation de tout le personnel.

7.3 Communications avec le personnel

La responsabilité des communications internes à tout le personnel par moyen de courriels, c'est-à-dire notes de service, annonces, etc., relève de la Direction générale ou de son délégué, la Direction générale adjointe ou son délégué et les directions de secteurs. À l'exception des comités sociaux, les annonces ou communications aux employés doivent passer par les gestionnaires ci-haut notés ou leurs délégués.

8. PROCÈS-VERBAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les procès-verbaux des réunions du Conseil d'administration sont mis à la disposition du personnel par l'entremise des voies électroniques et au public sur demande.

9. PROMOTION DE SERVICES OU PRODUITS OFFERTS PAR UNE FIRME PRIVÉE OU PAR UN INDIVIDU À DES FINS LUCRATIVES

Le CSCHN ne peut pas promouvoir auprès de sa clientèle un service ou un produit provenant d'une firme privée ou d'un individu, sauf dans le cas d'un partenariat approuvé par la Direction générale. Aucune sollicitation par une firme privée ou un individu dans le but de vendre ou d'offrir un service à la clientèle ou au personnel n'est autorisée à l'intérieur du Centre. Il est interdit à tout vendeur itinérant ou autre de solliciter ou vendre leurs services ou produits sur les propriétés du CSCHN.

La sollicitation pour la promotion et la vente de certains services ou produits est permise auprès du personnel par un autre membre du personnel seulement (par exemple Tupperware, Avon). Ceci doit se faire dans les lieux privés du personnel tel que la cuisine.

9.1 Promotion de services ou produits par un organisme à but non lucratif

Le CSCHN peut promouvoir les activités des organismes à but non lucratif. Par contre, toutes demandes de promotion d'activités doivent être acheminées à la Direction générale ou son délégué qui se charge de l'affichage sur les babillards pour assurer la conformité aux politiques de promotion et d'affichage du Centre. Le Club social peut afficher des annonces du Club ou des organismes à but non lucratif pourvu que ce soit conforme aux politiques du CSCHN.