



Politique des communications

Adopté le 26 septembre 2023

Corporation de développement communautaire de Mirabel

www.cdcdemirabel.com | info@cdcdemirabel.com | 450 848-6059

1. Objectif

La politique de communication propose un cadre de référence (valeurs, règles de conduite, procédures) en matière de transmission d'informations internes, avec l'équipe de permanence, et de relations extérieures, avec les publics cibles. Elle guide ainsi la planification, la réalisation et l'évaluation des activités d'information et de promotion de la Corporation.

2. Mission et valeurs

La CDC de Mirabel a pour mission de regrouper les organismes communautaires et d'économie sociale œuvrant dans différents secteurs d'activités en vue d'initier, de favoriser, de soutenir et de renforcer le développement communautaire et social de Mirabel.

La CDC de Mirabel défend les valeurs de l'action communautaire autonome, soit plus précisément :

- Solidarité : S'engager et agir collectivement en fonction des intérêts de l'ensemble dans une perspective de cohésion et d'action sans compétition
- Autonomie : Le pouvoir d'autonomie des groupes, en incluant les personnes concernées par la mission des groupes dans les processus décisionnels
- Respect : Permettre d'avoir de franches discussions sur les enjeux qui nous concernent en prenant en considération nos différences d'opinions, de valeurs et de façon de faire, le tout, dans une attitude de non-jugement.
- Justice sociale : L'égalité des droits pour tous les peuples et la possibilité pour tous les êtres humains sans discrimination de bénéficier du progrès économique et social

3. Principes généraux

En matière de communication, la CDC de Mirabel suit les principes suivants:

- La transmission de l'information doit être complète, honnête et factuelle
- L'information diffusée doit être pertinente, accessible, livrée en temps opportun et adaptée aux différents publics
- L'information diffusée doit refléter les valeurs, les opinions et les besoins des membres

4. Publics cibles

4.1 Le public cible principal

Le public cible principal de la CDC de Mirabel inclut les membres de la CDC.

4.2 Les publics cibles secondaires

Les publics cibles secondaires de la CDC de Mirabel incluent : les élus, les politiciens, la chambre de commerce et ses membres, les employés municipaux, les partenaires communautaires et les employés dans les services scolaires et de santé.

5. Outils de communication

5.1 Les outils de communications avec le public cible principal de la CDC de Mirabel sont :

- L'infolettre mensuelle;
- Les courriels de groupe pour sujets ponctuels;
- Les sondages;
- Les procès-verbaux et le compte-rendu des comités et rencontres de membres;
- Le rapport d'activités;
- Les publicités (ex. offres de formations);
- Le site Internet (www.cdcdemirabel.com) et la page Facebook;
- Les espaces de communication interpersonnelle (en face à face, lors de réunions et lors de conversations téléphoniques);
- Les activités de rassemblement (assemblées, réunions diverses, activités associatives).

5.2 Les outils de communications avec les publics cibles secondaires de la CDC de Mirabel sont :

5.2.1 Pour les élus, les politiciens, la chambre de commerce et ses membres :

- Les documents promotionnels (dépliants, affiches, bannière, etc.)
- Le rapport d'activités;
- Les relations de presse et sorties publiques;
- Les envois de lettres ciblées;
- Les publicités;
- Le site Internet (www.cdcdemirabel.com) et la page Facebook.
- Les espaces de communication interpersonnelle (en face à face, lors de réunions publiques et lors de conversations téléphoniques).

5.2.2 Pour les employés municipaux, les partenaires communautaires et les employés dans les services scolaires:

- L'infolettre mensuelle;
- Les documents promotionnels (dépliants, affiches, bannière, etc.)
- Les courriels de groupe pour sujets ponctuels;
- Les sondages;
- Les procès-verbaux et le compte-rendu des comités et rencontres de membres;
- Le rapport d'activités;
- Les publicités (ex. offres de formations);
- Le site Internet (www.cdcdemirabel.com) et la page Facebook;
- Les espaces de communication interpersonnelle (en face à face, lors de réunions et lors de conversations téléphoniques);
- Les activités de rassemblement (assemblées, réunions diverses, activités associatives).

Les outils de communication ne sont pas statiques et peuvent toujours être modifiés et améliorés. De nouveaux outils peuvent également être développés.

6. Informations transmises

6.1 L'information diffusée auprès du public cible principal concerne des sujets d'utilité courante ou des enjeux locaux, régionaux et nationaux :

- Administration d'un organisme communautaire (cadres de financement, formations, ressources disponibles, etc.)
- Enjeux de développement local et territorial;
- Information et appel de mobilisation autour d'enjeux politiques majeurs;
- Travaux et positionnement des tables, réseaux, regroupements sectoriels et regroupements régionaux ou nationaux en action communautaire;
- Promotion d'activités ou d'événements d'intérêt communautaire;
- Analyses d'intérêt communautaire;
- La mission, la vision et les valeurs déterminées et portées par la CDC et ses membres.

6.2 L'information diffusée auprès des publics cibles secondaires concerne des sujets d'utilité courante ou des enjeux locaux, régionaux et nationaux :

- La mission, la vision et les valeurs de l'organisme;
- Information sur les ressources communautaires du territoire de la MRC Ville de Mirabel;
- Promotion d'activités ou d'événements de la CDC ou de ses membres;
- Représentation et prises de position sur les enjeux locaux, régionaux et nationaux;
- Mémoires, études, analyses et données sur la population et le territoire de la MRC Ville de Mirabel, sur le mouvement communautaire local ainsi que sur des enjeux de politique locale, régionale et nationale affectant notre territoire;
- Travail de projets en partenariat et réseautage avec les acteurs socio-économiques du territoire;
- Toute autre information d'intérêt public concernant l'action communautaire.

7. Responsabilités

7.1 La planification, l'organisation, la réalisation et l'évaluation des activités de communication, d'information et de promotion de la CDC de Mirabel relèvent de l'équipe de travail, sous la supervision de la direction.

7.2 La CDC de Mirabel se dégage de toute responsabilité quant au contenu, propos ou information qu'elle diffuse et dont elle n'est pas elle-même l'auteure.

7.3 Relations avec les médias :

- La relation entretenue avec les médias doit être récurrente et cohérente. C'est pourquoi l'organisme doit formuler des lignes directrices pour agir ou réagir à des événements médiatiques;
- Ces lignes directrices doivent préciser qui peut déterminer les axes de communication et choisir la personne qui sera porte-parole auprès des médias, dans un contexte donné, parmi les instances suivantes : l'équipe de travail, le conseil d'administration ou les membres directement;

- L'organisme peut également déterminer un processus de prise de position permettant d'asseoir les décisions de ses membres sur une consultation et une représentativité plus forte de ces derniers, en complémentarité avec les processus actuels que sont les assemblées générales.

8. Plan de communication

La politique de communication se concrétise dans un plan de communication qui est élaboré selon les priorités de la CDC de Mirabel pour une période visée. Ce plan prend appui notamment sur la planification stratégique de l'organisme.

Spécifiquement en ce qui concerne la communication, ce plan :

- a. Définit le contexte;
- b. Identifie les objectifs particuliers;
- c. Précise les clientèles ciblées;
- d. Détermine les moyens nécessaires à l'atteinte des objectifs de la CDC de Mirabel;
- e. Établit les échéanciers;
- f. Prévoit l'évaluation des moyens utilisés.