
ARTICLE 1 : ÉTAT DE LA SITUATION

Pour augmenter le sentiment d'appartenance de ses membres, pour assurer la transparence et la cohérence de ses interventions et afin de suivre des règles bien établies dans le cadre de ses communications, l'Ordre des psychoéducateurs et psychoéducatrices du Québec juge essentiel de se doter d'une politique de communication.

Cette politique propose un cadre de référence pour les actions de communication de l'Ordre. Elle établit les principes et les objectifs à respecter afin de promouvoir une culture de communication et d'harmoniser les actions de communication.

La politique de communication se concrétise dans un plan de communication, lequel énonce les priorités de l'Ordre en matière de communication.

ARTICLE 2 : PRINCIPES GÉNÉRAUX

La politique de communication prend appui sur les valeurs organisationnelles de l'Ordre : le respect, l'engagement, la solidarité et l'intégrité. Cela se traduit par le respect des différents publics de l'Ordre tant dans le ton des communications émises que dans les propos tenus par l'Ordre.

Toutes les communications de l'Ordre reposent sur un plan de communication qui s'intègre au plan stratégique de l'Ordre.

ARTICLE 3 : OBJECTIFS

- Assurer une gestion efficace des communications et faire en sorte que celles-ci répondent aux divers besoins d'information des publics internes et externes.
- Favoriser une harmonisation des communications de l'Ordre afin d'en assurer leur efficacité.

ARTICLE 4 : CHAMP D'APPLICATION

La politique de communication s'adresse à différents groupes de personnes.

Les administrateurs, les employés, les membres, les membres des différents comités, les bénévoles et les étudiants associés constituent les publics internes de l'Ordre.

Les partenaires institutionnels, les employeurs, les universités, les ministères, les associations, les autres ordres professionnels, les étudiants en général, le grand public ainsi que les médias constituent les publics externes de l'Ordre.

ARTICLE 5 : CHAMPS D'INTERVENTION

Relations avec les médias

5.01 En tant qu'organisme voué à la protection du public, l'Ordre se doit de participer aux débats de société afin de faire valoir l'expertise des psychoéducateurs. Divers avantages y sont associés, notamment établir la crédibilité de l'Ordre et répondre à un ou des enjeux inscrits dans son plan

stratégique. Pour assurer une cohérence dans ses actions, l'Ordre a des balises claires qui encadrent et orientent ses interventions médiatiques.

- 5.02** Un comité médias (le président, le directeur général, le responsable des communications et, s'il y a lieu, les autres professionnels de l'Ordre) a été mis sur pied afin de réagir rapidement aux nouvelles qui interpellent l'expertise de l'Ordre. Le comité a pour rôle de :
- Décider de prendre position ou non;
 - Déterminer un échéancier (délai maximal de réaction);
 - Identifier un objectif et un axe de communication;
 - Identifier les arguments et le message.
- 5.03** Selon les messages qu'il souhaite véhiculer au grand public en lien avec l'actualité médiatique, le président peut solliciter une rencontre avec le comité médias.
- 5.04** Le président est le porte-parole officiel de l'Ordre. Il peut désigner, à l'occasion, un représentant qui fait partie du comité exécutif, du Conseil d'administration ou encore le directeur général de l'Ordre. Au début du mandat d'un nouveau président, celui-ci doit suivre une formation médias, si nécessaire.
- 5.05** La banque d'experts est formée de psychoéducateurs et de professeurs d'universités qui maîtrisent des sujets précis. L'Ordre fait appel à cette banque lorsqu'il est question de commenter l'actualité et qu'il ne s'agit pas d'une position officielle de l'Ordre.

Salons et congrès

- 5.06** L'Ordre participe à des salons et des congrès dans le but de faire connaître et rayonner la profession de psychoéducateur.
- 5.07** La décision de participer ou non à un salon ou un congrès se justifie par un ou plusieurs des critères suivants :
- L'événement est en lien avec le plan de communication et le plan stratégique;
 - Il y a un enjeu politique;
 - Il y a des ressources humaines et financières disponibles à l'Ordre.

Publications

- 5.08** Afin d'informer ses membres et le grand public, l'Ordre publie différents documents informatifs et promotionnels. Dans le but de favoriser la lecture de ces publications, l'utilisation du masculin est privilégiée.
- 5.09** Toutes les publications de l'Ordre (bulletin électronique, magazine et outils promotionnels) doivent faire l'objet d'une révision périodique pour valider la pertinence de leur utilisation.

Site Internet

- 5.10** Le site Internet de l'Ordre est sa carte de visite. Il s'agit d'un moyen de communication à privilégier pour rejoindre rapidement les membres de l'Ordre et le grand public.
- 5.11** L'Ordre ne cautionne pas les informations qui circulent sur les blogues personnels de ses membres ou sur d'autres sites que le sien. Pour cette raison, il n'en fait pas la promotion.

Médias sociaux

5.12 L'utilisation de Facebook par l'Ordre suit le *Guide des médias sociaux* qui se trouve en annexe 1.

5.13 L'utilisation du blogue du président par l'Ordre suit le *Guide des médias sociaux* qui se trouve en annexe 1.

Moyens de diffusion des prises de position officielles

5.14 L'Ordre peut recourir à trois moyens pour faire connaître une prise de position officielle, à savoir son site Web, le bulletin électronique *Le Point com* et le blogue du président (à venir).

Site Web

Le site Web est le principal moyen de diffusion pour annoncer une prise de position de l'Ordre à ses membres et au grand public. Il est l'outil de communication ayant la plus grande portée et les informations qui s'y trouvent sont mises à jour régulièrement. En ce sens, il demeure l'outil de référence des actualités de l'Ordre et le contenu qui s'y trouve prévaut sur toute autre source d'information (p.ex. médias sociaux).

Bulletin électronique

Le bulletin électronique de l'Ordre permet de faire connaître une prise de position qui a été diffusée sur le site Web. L'utilisation du bulletin électronique a pour fins de rappeler aux membres une prise de position annoncée en ligne, de la résumer et de faire un lien vers le site Web de l'Ordre pour en savoir davantage.

Blogue du président

Le blogue sert à diffuser une prise de position après que cette dernière ait été annoncée sur le site Web et dans le bulletin électronique de l'Ordre. Le recours au blogue permet d'argumenter la raison d'être d'une prise de position ou encore le contexte qui l'entoure alors que les autres moyens de diffusion, site Web et bulletin électronique, traitent l'information de façon objective.

ARTICLE 6 : GESTION DE CRISE

6.01 En situation de crise, les membres de la cellule de crise (le président, le directeur général et le responsable des communications) se rencontrent afin de mettre sur pied un plan d'urgence. Des mesures sont alors prises pour informer les publics concernés et pour mettre en place la structure requise permettant de gérer les conséquences de la crise.

ARTICLE 7 : NORMES GRAPHIQUES

7.01 Toute personne qui souhaite utiliser le logo de l'Ordre doit, au préalable, obtenir le consentement de l'Ordre. Le logo doit toujours être utilisé dans son intégralité, en respect du cahier des normes graphiques de l'Ordre.

7.02 On ne peut déformer ou intégrer d'autres éléments au logo. Il peut être réduit ou agrandi, mais il doit toujours conserver ses proportions.

7.03 Les membres de l'Ordre sont autorisés à utiliser le logo sur leur carte d'affaires et leur site Web. La mention « Membre de » doit toujours y figurer, tel que stipulé dans le Code de déontologie. Pour obtenir un exemplaire du logo, il faut en faire la demande auprès du secrétaire de l'Ordre.

7.04 Quiconque souhaite utiliser le logo de l'Ordre doit en faire la demande au préalable au secrétaire de l'Ordre. L'Ordre se réserve le droit de refuser l'utilisation de son image.

7.05 Les employés du siège de l'Ordre doivent respecter les critères d'utilisation du logo stipulés dans le cahier des normes graphiques de l'Ordre.

ARTICLE 8 : FORMAT DES DOCUMENTS

8.01 Les documents généraux produits par l'Ordre sont disponibles dans les formats suivants :

- Les documents de nature ponctuelle tels que le dépliant des Prix de l'Ordre, le programme du Colloque et le programme de la Journée de formation continue sont disponibles en format PDF.
- Les documents de nature intemporelle tels que les dépliants sur la profession, les cartes postales, le profil des compétences, le magazine et le rapport annuel sont disponibles en version imprimée.
- Le feuillet déontologique est disponible en format PDF.

8.02 Les documents d'encadrement produits par l'Ordre sont disponibles dans les formats suivants :

- Les guides et cadres de référence sont disponibles en format PDF, à l'exception des documents *Le psychoéducateur en milieu scolaire* et *Le psychoéducateur en santé mentale jeunesse* qui sont imprimés et mis en vente.
- Les normes d'exercice sont disponibles en format PDF.
- Les lignes directrices sont disponibles en format PDF, à l'exception du document le *Guide d'évaluation psychoéducative* qui est imprimé et mis en vente.

ARTICLE 9 : RESPONSABILITES DES INSTANCES DE L'ORDRE

9.01 Le Conseil d'administration adopte la politique de communication.

9.02 Le directeur général voit à l'application de la politique de communication et s'assure que les divers publics soient adéquatement informés des orientations de l'organisation.

9.03 Le service des communications voit à l'application de la politique et du plan de communication. Il est responsable de leur mise à jour ainsi que de leur évaluation. Il donne des avis et recommandations sur leur application.

Adopté par le Conseil d'administration à la réunion du 2 juin 2012.
Révisé en février 2014.

GUIDE DES MÉDIAS SOCIAUX

Politique d'utilisation de la page Facebook

Utilisation de Facebook par l'Ordre

La page Facebook de l'Ordre des psychoéducateurs et psychoéducatrices du Québec se veut un lieu d'échanges entre ses différents utilisateurs. Sur sa page, l'Ordre n'a pas de contrôle sur les publicités générées par Facebook. En ce sens, l'Ordre n'endosse pas ces publicités. De plus, l'Ordre n'est pas responsable du profil de ses membres ni de leurs propos. Chaque personne publiant sur cette page est responsable de ses propos.

Disponibilité de l'Ordre

Le compte Facebook de l'Ordre n'est pas surveillé en tout temps. Notre présence sur les médias sociaux est assurée pendant les heures de bureau, soit du lundi au vendredi, de 8 h 30 à 16 h 30.

Réponse aux messages

Nous ne répondons pas de façon automatique aux messages reçus sur la page Facebook. De plus, nous ne traitons pas les plaintes reçues sur la page de l'Ordre. Les plaintes doivent être acheminées à la réception de l'Ordre.

Contenus acceptés

Les commentaires respectueux sont les bienvenus. L'Ordre se réserve le droit de supprimer les commentaires suivants de même que, pour les psychoéducateurs, ceux qui ne respectent pas le Code de déontologie, notamment l'article 48 du Code :

- les commentaires incitant à commettre des actes illégaux;
- les déclarations diffamatoires;
- les commentaires désobligeants et discriminatoires portant entre autres sur la race, le genre, l'orientation sexuelle, l'origine ethnique, la religion, l'emploi ou l'état de santé;
- les commentaires contenant des renseignements personnels susceptibles de révéler l'identité d'un citoyen autre que l'auteur du commentaire;
- les commentaires contenant des jurons;
- le matériel pouvant être jugé obscène, pornographique, vulgaire ou offensant;
- les commentaires qui font la promotion ou qui défendent des intérêts de nature commerciale ou politique;
- les commentaires dans une autre langue que le français;
- les commentaires non pertinents ou hors sujet.

Mise à jour de cette politique

L'Ordre peut modifier ces règles d'utilisation lorsqu'il le juge nécessaire.

Contenu éditorial de la page Facebook

En quelques lignes, voici un bref aperçu des informations qui pourraient être publiées sur la page Facebook de l'Ordre des psychoéducateurs et psychoéducatrices du Québec.

Les nouvelles diffusées sur la page Facebook traiteraient de sujets reliés aux actualités de l'Ordre (p. ex. Colloque des psychoéducateurs, activités de formation continue, Prix de l'Ordre, publications, prises de position, etc.). Il y serait également question de mettre de l'avant des réalisations de psychoéducateurs et de faire connaître des informations sur l'accès à la profession. Puis, on y retrouverait des nouvelles en

lien avec l'actualité en général sur des thématiques qui rejoignent la profession telles que l'intimidation et les troubles de comportement.

Politique éditoriale du blogue

Engagements et responsabilités du blogueur

Sur mon blogue, je m'engage à :

1. Exprimer un point de vue personnel;
2. Citer en tout temps les sources;
3. Reconnaître des erreurs possibles dans l'information véhiculée et corriger rapidement le contenu, si nécessaire;
4. Ne pas enlever des commentaires de lecteurs, sauf s'il s'agit de publicités et de propos de nature harcelante ou diffamatoire.

Conditions d'utilisation de l'internaute

Les règles importantes à respecter sont les suivantes :

1. Pas de commentaires anonymes;
2. Les commentaires discriminatoires et désobligeants ne seront pas publiés;
3. Les commentaires doivent être rédigés en français.