



POLITIQUE DE COMMUNICATION DE L'ORDRE DES ORTHOPHONISTES ET AUDIOLOGISTES DU QUÉBEC

Type de politique :	Gouvernance autonome
Références juridiques :	Aucune

Adoptée le : 2021-09-10
Résolution : CA210910-20
En vigueur : 2021-09-10

CONTEXTE

L'Ordre des orthophonistes et audiologistes du Québec (« OOAQ » ou « l'Ordre ») a pour mission d'assurer la protection du public au regard du domaine d'exercice de ses membres, notamment en assurant la surveillance de la pratique et en soutenant le maintien des compétences.

Les communications contribuent de façon importante à la visibilité, à la promotion et au rayonnement de l'Ordre ainsi qu'aux relations avec ses membres.

Pour réaliser sa mission de protection du public, faire connaître le rôle et les compétences des orthophonistes et des audiologistes et favoriser une plus grande proximité avec la population ainsi que ses membres et les employés de la permanence, l'OOAQ doit encadrer l'ensemble de ses activités de communication tout en respectant ses obligations, son rôle et les valeurs auxquelles il adhère.

La présente politique de communication ne s'applique pas aux correspondances provenant du syndic de l'Ordre, des enquêtrices et enquêteurs ou de membres du comité d'inspection professionnelle puisque celles-ci sont déjà réglementées par la section 108 du [Code des professions](#) et l'article 60 [Code de déontologie de l'Ordre des orthophonistes et audiologistes du Québec](#).

PRINCIPES FONDAMENTAUX

Accessibilité

Toute information transmise doit être formulée dans un langage adapté en fonction du public cible afin de favoriser la compréhension et l'appropriation du message. Ainsi, les informations doivent être grandement vulgarisées lorsqu'elles sont destinées au grand public. Également, tous les contenus vidéos disponibles pour le grand public doivent être accessibles pour les personnes ayant une déficience auditive.



Collaboration

Les différentes directions de l'Ordre ainsi que des acteurs externes sont appelés à collaborer, lorsque nécessaire, afin de transmettre des informations justes et vérifiées.

Proactivité

À l'écoute des préoccupations et des besoins des professionnels, des acteurs du milieu et du grand public, l'Ordre tend à prendre les devants dans ses initiatives de communication.

Transparence

Tout en garantissant le respect et la protection des renseignements personnels et des informations confidentielles, l'OOAQ prône la transparence dans ses décisions et ses actions de communication. De cette façon, il garantit et maintient une relation de confiance avec ses différents publics.

OBJECTIFS

La présente politique vise à définir et encadrer les communications de l'OOAQ. Plus précisément, elle vise à :

- Définir l'ensemble des outils utilisés par l'Ordre pour rejoindre ses différents publics cibles ;
- Encadrer l'élaboration et la réalisation des stratégies et des plans d'action de communication ;
- Baliser le partage des différents rôles et des diverses responsabilités au sein de l'équipe de communication, mais également au sein des autres directions de l'Ordre ;
- S'assurer de la diffusion d'une information juste et de qualité ;
- S'assurer de la circulation de l'information à l'interne et à l'externe.

COMMUNICATIONS INTERNES ET EXTERNES

La communication est définie par l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre un message, une ou des informations à quelqu'un. Au sein de l'OOAQ, la communication permet d'informer et de clarifier certaines informations et objectifs aux employés de la permanence, aux membres de l'Ordre, aux membres du conseil d'administration, aux partenaires, aux instances gouvernementales, au public ainsi qu'aux médias. La communication se doit d'être bidirectionnelle et favoriser l'écoute.

Les communications sont divisées en deux catégories : internes et externes.

Les **communications internes** sont un moyen de coordonner et de réguler les activités au sein de l'OOAQ et d'assurer une cohésion et une mobilisation au sein des membres. Une communication interne bien structurée permet d'éviter les rumeurs et la confusion, et d'anticiper les enjeux, tout en étant proactif et transparent et en permettant à l'organisation de développer son leadership.

Les **communications externes** permettent à l'Ordre de répondre aux besoins politiques, de coordonner les relations avec les différents partenaires de l'organisation et de diffuser une information complète, exacte et pertinente, dans le respect de la confidentialité et de la protection du public.



Les communications internes et externes permettent à l'OOAQ de créer et de diffuser son image de marque.

LES PUBLICS CIBLES

Internes

- Employés de la permanence ;
- Conseil d'administration de l'Ordre ;
- Membres de l'OOAQ ;
- Membres des différents comités de l'Ordre.

Externes

- Grand public : Hommes et femmes de tous les âges, intéressés par les domaines de pratique des membres de l'Ordre, ou ayant reçu des services de ces derniers, ou encore ayant des problématiques d'audition ou de langage, de la parole ou de la voix.
- Médias : Journalistes, recherchistes, producteurs, directeurs de l'information, chroniqueurs, animateurs, etc.
- Ministères et cabinets : Ministres, sous-ministres, personnel politique et administratif des ministères et organisations gouvernementales en lien avec les domaines de pratique des membres.
- Partenaires
 - Autres ordres professionnels ;
 - Conseil interprofessionnel du Québec ;
 - Organismes et employeurs en lien avec les domaines de pratique des membres de l'OOAQ ;
 - Établissements d'enseignement en lien avec les domaines de pratique des membres de l'OOAQ.

LES OUTILS DE COMMUNICATIONS

L'OOAQ utilise des outils de communications diversifiés pour atteindre ses différents publics cibles.

Notamment :

- Site Web comprenant un Espace membres ;
- Infolettre envoyée de façon mensuelle, ainsi que quelques éditions spéciales ;
- Courriels ciblés ;
- Règlements, politiques, lignes directrices et fiches professionnelles ;
- Brochures destinées au grand public, aux orthophonistes et audiologistes, ainsi que nos partenaires ;
- Mémoires ;
- Rapports annuels ;
- Communiqués de presse ;
- Discours et allocutions ;



- Lettre ouverte dans les médias ;
- Médias sociaux (ex. : Facebook, LinkedIn, Youtube, etc) ;
- Bannières, kiosque, outils promotionnels.

PLAN DE COMMUNICATION

Un plan de communication est élaboré pour chaque année financière afin de déterminer les objectifs que l'organisation souhaite atteindre et les moyens pour y arriver.

Le plan de communication vise à accroître la visibilité de l'organisation et de promouvoir ses activités, sa philosophie, son rôle et ses orientations. Il agit comme une feuille de route et détermine les actions de communication pertinentes selon les publics cibles identifiés, les priorise, les définit dans le temps et s'assure que leur portée sera évaluée adéquatement. Ce plan n'inclut pas les actions et stratégies de lobbying liées aux relations publiques de l'Ordre.

RELATIONS MÉDIATIQUES

Une stratégie de relations de presse est élaborée pour chaque année financière afin de cibler des enjeux précis sur lesquels l'Ordre souhaite se positionner d'un point de vue médiatique. Cette stratégie contient les messages-clés à véhiculer pour chacun des enjeux.

Comme l'actualité est en constante évolution et est parfois imprévisible, il est d'autant plus important de mettre en place des stratégies de communication efficaces en prévision de réponses, clarifications et réactions rapides de l'Ordre. En ce sens, un calendrier éditorial est également défini pour la même période. Celui-ci permet de cibler les moments précis pour les diverses sorties médiatiques et de les préparer à l'avance.

RÉSEAUX SOCIAUX

Pour réaliser sa mission de protection du public, faire connaître le rôle et les compétences de ses membres et favoriser une plus grande proximité avec la population, l'OOAQ intègre à sa stratégie de communication l'utilisation de plateformes numériques permettant la mise en ligne et l'échange avec le public de contenus en lien avec l'orthophonie, l'audiologie, l'Ordre et sa mission. Conscient des opportunités qu'offrent les médias sociaux en matière de communication et de portée, l'OOAQ doit néanmoins encadrer leur utilisation et s'assurer qu'elle se déroule de manière responsable et en cohérence avec sa mission, ses responsabilités, ses obligations et les valeurs auxquelles il adhère. En ce sens, la [Politique relative à l'utilisation des médias sociaux de l'Ordre des orthophonistes et audiologistes du Québec](#) a été adoptée et agit à titre de référence pour toutes les interactions de l'OOAQ sur ces types de médias.

De plus, une stratégie des médias sociaux est également développée afin de communiquer et d'échanger encore plus largement avec le grand public, mais également avec les membres en accentuant la présence de l'OOAQ sur les plateformes numériques.



IDENTIFICATION VISUELLE

Le logo de l'Ordre des orthophonistes et audiologistes du Québec (OOAQ) constitue son identité visuelle et agit comme signature officielle au même titre que son nom. L'OOAQ possède donc la propriété et l'usage exclusif de son logo. L'identification corporative de l'Ordre des orthophonistes et audiologistes du Québec est d'ailleurs enregistrée en vertu de la Loi sur les marques de commerce. L.R.C. (1985), c. T -13.

L'OOAQ accorde une grande importance à son identité visuelle. C'est pourquoi son logo doit être facilement reconnaissable par ses membres et le public. L'Ordre peut autoriser d'autres personnes à utiliser son logo, selon les règles établies dans la présente politique. Le respect de ces règles constitue un moyen de maintenir la crédibilité de l'Ordre et de renforcer l'identité professionnelle de ses membres.

Toute personne souhaitant en apprendre davantage peut se référer à la [Politique d'utilisation et normes graphiques du logo de l'Ordre des orthophonistes et audiologistes du Québec](#).

COMMUNICATIONS REPRÉSENTATIVES

Avec une volonté d'inclusivité auprès de ses divers publics cibles, l'Ordre tend à utiliser une écriture épiciène dans ses communications. Ainsi, lorsque cela est possible, le masculin générique est évité et remplacé par une formulation neutre ou encore par des doublets complets (termes féminins et masculins écrits l'un à la suite de l'autre) lorsque l'on réfère à des groupes mixtes de personnes. De façon générale, le féminin doit précéder le masculin lorsque l'on s'adresse aux membres ou que l'on réfère à elles et à eux.

Toutefois, en accord avec le principe fondamental d'accessibilité de la présente politique, l'utilisation de l'écriture épiciène ne doit pas se faire au détriment de l'accessibilité du message. Ainsi, cela ne doit en aucun cas altérer la lecture et la compréhension d'un texte.

Le recours à l'écriture épiciène doit être adapté à chacun des types de communication de l'Ordre et doit toujours respecter les [normes de l'Office québécois de la langue française](#).

ÉQUIPE DES COMMUNICATIONS

L'équipe des communications de l'Ordre est composée de la directrice ou du directeur des communications et des affaires publiques, de la conseillère ou du conseiller en communication, relations médias et rédaction ainsi que de la coordonnatrice ou du coordonnateur aux communications. L'équipe des communications travaille en collaboration avec toutes les directions de l'Ordre.



RÔLES ET RESPONSABILITÉS

Le président ou la présidente

- Visage officiel de l'organisation.
- Porte-parole : Il s'agit de la seule personne qui peut réaliser des entrevues avec les médias, à moins d'une entente explicite différente.
- Porte à l'attention de la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques.
- Rédige des « mot du président » pour l'infolettre mensuelle de l'Ordre.
- Participe à la rédaction et la révision de multiples communications officielles.
- Collabore à l'élaboration des stratégies de communication.

La directrice générale ou le directeur général

- Transmet à la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toutes demandes en lien avec les communications de l'Ordre et les relations publiques.
- S'assure que les communications de l'Ordre soient en lien avec la mission et les valeurs de celui-ci.
- Porte à l'attention de la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques.
- Réfère à la conseillère ou au conseiller en communication, relations médias et rédaction toute demande de nature médiatique et s'assure que les membres de son équipe font de même.

La directrice ou le directeur des communications et des affaires publiques

- Élabore les plans et les stratégies de communication de l'Ordre.
- Assure le déploiement des activités de communication auprès des différents publics cibles.
- Fait la promotion du rôle des communications auprès du comité de gestion.
- Est imputable des demandes faites en termes de communication par la présidence ou la direction générale.
- Assure le lien entre l'OOAQ et les différents représentants des cabinets politiques et ministères.
- Supervise la préparation des interventions publiques du président ou de la présidente.
- Porte à l'attention de la conseillère ou du conseiller en communication, relations médias et rédaction toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques.
- Transmet à la conseillère ou au conseiller en communication, relations médias et rédaction toute demande de nature médiatique.
- Supervise le travail des ressources attitrées à son équipe et administre le budget.
- Supervise la gestion du site Web et des médias sociaux de l'Ordre.
- Supervise l'élaboration et l'application des plans d'action de communication.
- Agit comme responsable de l'application des différentes politiques de communication de l'Ordre.

La conseillère ou le conseiller en communication, relations médias et rédaction

- Agit comme responsable des stratégies et des plans d'action médiatiques de l'Ordre.
- Assure le lien entre l'Ordre et les représentants des médias.



- Effectue une veille médiatique quotidienne.
- Sollicite des entrevues avec le ou la présidente et les représentants des médias.
- Produit des rapports de couverture et d'influence médiatiques.
- Rédige les communiqués de presse et s'assure de leur diffusion auprès des médias.
- Participe à l'élaboration d'un calendrier éditorial.
- Coordonne les entrevues entre le président ou la présidente et les médias et le soutien dans la rédaction de ses lettres ouvertes et de ses « mot du président » dans l'infolettre.
- Rédige ou collabore à la rédaction des publications et des documents interne et externe de l'Ordre
- Est en soutien à toutes les activités rédactionnelles des différentes directions de l'Ordre.
- Participe à la révision et la correction de toutes les communications écrites de l'Ordre avant leur diffusion.
- S'assure que les messages véhiculés auprès du grand public sont bien vulgarisés et à la portée de tous.
- Soutient la coordonnatrice ou le coordonnateur aux communications dans la mise à jour du site Web.

La coordonnatrice ou le coordonnateur aux communications

- Coordonne toutes les activités de communication pour les membres de l'Ordre.
- Agit comme responsable de l'envoi de l'infolettre mensuelle de l'Ordre.
- Coordonne l'élaboration du rapport annuel et des différentes brochures de l'Ordre ainsi que la traduction de leur contenu lorsque nécessaire.
- Coordonne toutes les demandes externes de publications dans les outils de communication de l'Ordre.
- Assure la gestion des médias sociaux ainsi que du site Web de l'Ordre.
- Coordonne et analyse les campagnes de publicité numériques (Facebook, LinkedIn, etc.).
- Coordonne la logistique des événements de l'Ordre (journée annuelle des membres, assemblée générale annuelle, journées professionnelles, remise des prix de l'Ordre, salons/exposants, etc.)
- Supervise la production d'outils promotionnels.
- Coordonne toutes les activités de graphisme.
- Veille au respect des différentes ententes de partenariat.

La directrice ou le directeur du développement professionnel

- Soutient et guide l'équipe des communications sur des enjeux professionnels.
- Porte à l'attention de la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques ou sur les membres.
- Responsable des contenus de l'infolettre et des communications aux membres en lien avec le développement et le maintien des compétences des membres.
- Transmets à la conseillère ou au conseiller en communication, relations médias et rédaction toute demande de nature médiatique et s'assure que les membres de son équipe font de même.
- Travaille en collaboration avec l'équipe des communications pour la rédaction de messages ou documents à teneur professionnelle.



Les conseillères et conseillers de l'équipe de développement professionnel

- Responsables de développer ou valider tous les contenus ayant un lien avec l'audiologie, l'orthophonie et leurs troubles.
- Développent du contenu professionnel et déontologique et collaborent à la diffusion de ce matériel vers le public cible avec l'équipe des communications.
- Travaille en collaboration avec l'équipe des communications dans l'élaboration du contenu et des outils de communication destinés aux membres de l'OOAQ ainsi qu'au grand public.
- Transmet à la coordonnatrice ou au coordonnateur aux communications toutes demandes ou suggestions en lien avec les réseaux sociaux, les infolettres et autres communications destinées aux membres.

Le syndic

- Responsable de tous les contenus ayant un lien avec les étapes du processus d'enquête du syndic et les différentes instances, internes ou externes à l'OOAQ.
- Soutien l'équipe des communications dans l'élaboration du contenu et des outils de communication destinés aux membres de l'OOAQ ainsi qu'au grand public, notamment concernant l'inspection et les fiches professionnelles.
- Porte à l'attention de la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques.

La directrice ou le directeur des affaires institutionnelles

- Responsable de tous les contenus de type légaux et juridiques et soutien l'équipe des communications dans l'élaboration du contenu et des outils de communication destinés aux membres de l'OOAQ ainsi qu'au grand public.
- Responsable des contenus de l'infolettre en lien avec les élections des administrateurs de l'Ordre, les activités et décisions du conseil d'administration de l'Ordre, et concernant l'assemblée générale annuelle des membres de l'OOAQ.
- Soutient l'équipe des communications dans les messages aux membres, notamment concernant le renouvellement de la cotisation et l'inscription annuelle au tableau des membres.
- Porte à l'attention de la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques.
- Participe à la rédaction de travaux liés au positionnement de l'Ordre.

La directrice ou le directeur de la qualité de pratique

- Responsable de tous les contenus en lien avec l'admission et l'inspection et soutien l'équipe des communications dans l'élaboration du contenu et des outils de communication destinés aux membres de l'OOAQ ainsi qu'au grand public.
- Soutient l'équipe des communications en collaboration avec l'équipe du développement professionnel pour les contenus en lien avec sa discipline.



- Porte à l'attention de la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques.

L'équipe des services administratifs

- Assiste l'équipe des communications pour tous les besoins en ressources humaines et budgétaires.
- Porte à l'attention de la directrice ou au directeur des communications et des affaires publiques toute situation qui pourrait avoir des répercussions médiatiques.
- Offre du soutien technologique à l'équipe des communications.

Les membres du conseil d'administration

- Approuvent les différentes politiques de communication.

RESPONSABLE DE L'ÉLABORATION ET DE LA RÉVISION DE LA POLITIQUE

Directeur des communications et des affaires publiques.

RESPONSABLE DE L'APPLICATION DE LA POLITIQUE

Directeur des communications et des affaires publiques.

ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA POLITIQUE

2021-09-10

DATE À LAQUELLE LA POLITIQUE DOIT ÊTRE RÉVISÉE