



POLITIQUE DE COMMUNICATION

POLITIQUE DE COMMUNICATION

| | |
|--|----------|
| Personne porte-parole du SFPQ..... | 6 |
| Personne conseillère politique à la présidence | 6 |
| Autres vice-présidences nationales..... | 7 |
| Présidences régionales..... | 7 |
| Directions locales..... | 8 |
| Déléguées et délégués | 8 |
| Membres et personnes cotisantes | 8 |
| Service des communications | 8 |
| Publics cibles | 9 |
| Membres..... | 9 |
| Cotisants | 9 |
| Structure locale | 9 |
| Publics externes..... | 10 |
| Médias..... | 10 |
| Grand public | 10 |
| Résumé des moyens de communication | 11 |
| Informé – Les outils de communications..... | 11 |
| Médiatiser – Les relations publiques..... | 11 |
| Répondre – Le service aux membres | 11 |
| Détails des moyens de communication | 12 |
| Informé – Les outils de communication | 12 |
| Babillards syndicaux | 12 |
| Blogue de la Présidence | 12 |
| Facebook et autres médias sociaux..... | 12 |
| Infolettres | 13 |
| LinkedIn..... | 13 |
| Mon SFPQ en ligne | 13 |
| Productions imprimées | 14 |
| Site Web et page Web à usage unique | 14 |
| Vidéos..... | 14 |

| | |
|---|----|
| YouTube | 14 |
| Médiatiser – Les relations publiques..... | 15 |
| Répondre – Le service aux membres | 15 |
| Boîte de messages courriel communication@sfpq.qc.ca et formulaire de contact..... | 15 |
| Normes graphiques | 16 |
| Rédaction épïcène | 17 |

POLITIQUE DE COMMUNICATION

Le SFPQ doit entretenir des relations politiques de qualité avec ses divers publics internes et externes. Afin d’y arriver, il utilise les plateformes technologiques les plus populaires auprès de ses membres et personnes cotisantes pour y publier son opinion et les revendications de celles et ceux qu’il défend.

Certes, le Syndicat s’affiche devant le grand public, mais il communique tout aussi souvent, et plus personnellement, avec ses dizaines de milliers de membres et personnes cotisantes par le biais de multiples moyens de communication. C’est pour notamment assurer la cohérence dans ses nombreuses interventions, informer avec justesse et récurrence ses membres et personnes cotisantes, optimiser la contribution de ses personnes ambassadrices et préserver la confiance qu’on lui accorde qu’il a jugé essentiel de se doter d’une politique de communication.

Cette politique guide l’ensemble des personnes parlant au nom du SFPQ, lesquelles englobent les intervenantes des paliers local, régional, national, ainsi que celles travaillant au siège social. Cette politique précise également tous les moyens de communication utilisés par celles-ci.

N.B.

Les méthodes de communication entre le personnel administratif et la Direction générale sont expliquées dans un autre document, car celles-ci relèvent de ladite direction et de son Service des ressources humaines.

OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Communications externes

L'objectif général de communications externes du SFPQ consiste à convaincre les Québécoises et Québécois de l'importance pour le gouvernement du Québec d'accroître l'offre de services publics et de garantir de bonnes conditions d'emplois au personnel qui y œuvre. Pour ce faire, les communications externes du Syndicat visent notamment à rendre visible :

1. Le travail de ses membres et leurs réelles conditions d'emplois ;
2. Ses orientations envers les services publics et parapublics québécois ;
3. Ses orientations sociales.

Les interventions des personnes représentantes du SFPQ doivent respecter les lignes directrices définies dans cette politique. Celles-ci permettent de rendre plus visibles le rôle de l'organisation, sa structure, ses orientations et son rôle social, en plus de favoriser l'adhésion de ses membres et de son personnel à sa vision, ses orientations et ses actions.

Dans toutes ses communications, le SFPQ doit développer son influence et être reconnu comme l'interlocuteur de référence. Il doit également se rappeler qu'il doit assurer une défense efficace des conditions de travail de ses membres et personnes cotisantes et de faire la promotion des services publics. À ce sujet, il est de sa responsabilité de valoriser le travail du personnel de l'État, ses membres. Dans cet esprit, le SFPQ n'hésite d'ailleurs pas à s'associer à des groupes dont les plateformes politiques sont compatibles aux siennes. Généralement, ces communications sont réservées à la présidence du SFPQ ou aux présidences régionales selon l'ordre de préséance ou le dossier discuté.

Rôles et responsabilités des personnes intervenantes

Personne porte-parole officielle du SFPQ

La présidence générale représente le SFPQ et parle officiellement en son nom. Avec l'aide de la personne conseillère politique et celles de l'équipe du Service des communications, elle assume le volet des relations publiques de l'organisation (point de vue national). La présidence générale est la seule que rencontrent les journalistes. Au besoin, la présidence générale peut cependant décider de déléguer une intervention médiatique à une personne membre de l'Exécutif national ou à une personne du palier régionale.

Notez qu'en l'absence de la présidence générale, c'est la vice-présidence responsable du dossier concerné qui prend la relève. Si cette personne n'est pas disponible, l'octroi de la responsabilité se fait par ordre de préséance.

La présidence générale voit à ce que le contenu des publications concorde avec ses orientations et ses actions, de même qu'avec les positions politiques de l'organisation. Cette responsabilité peut échoir à la vice-présidence nationale responsable des communications internes du SFPQ.

Cette personne participe aux rencontres mensuelles de l'équipe du Service des communications.

Personne conseillère politique à la présidence

La personne conseillère politique à la présidence joue un rôle de conseil et de soutien à la présidence générale du SFPQ. En collaboration avec la direction responsable du Service des communications et la présidence générale, elle s'assure de la cohérence entre les orientations prises par les instances et les messages véhiculés aux publics externes. Pour ce faire, elle participe aux décisions entourant les initiatives publiques du SFPQ.

Pour les opérations courantes de communication, notamment en ce qui concerne les initiatives de relations publiques (médias sociaux inclus), elle assure le lien avec le Service des communications et les autres services concernés. Elle participe aussi à la préparation des mémoires rédigés par les gens du Service de la recherche et de la défense des services publics.

La personne conseillère à la présidence générale contribue à identifier les occasions de communication publique pouvant favoriser la diffusion des positions adoptées en instances. À la demande de la présidence générale, elle peut également établir, avec d'autres acteurs syndicaux ou d'organismes sociaux, les ententes nécessaires à une sortie publique conjointe.

Cette personne participe aux rencontres mensuelles de l'équipe du Service des communications.

Vice-présidence responsable des communications internes

La vice-présidence responsable des communications internes supervise l'animation et le développement des outils de communications destinés aux publics internes du SFPQ, notamment les groupes Facebook et le site Web.

En collaboration avec la présidence générale, elle assure la cohérence entre l'information transmise à l'interne et à l'externe du Syndicat.

Cette personne participe aux rencontres mensuelles de l'équipe du Service des communications.

Autres vice-présidences nationales

Les différentes vice-présidences de l'Exécutif national doivent approuver le contenu de toutes les publications touchant leurs responsabilités politiques. Ainsi, tous les textes produits par des conseillères et des conseillers syndicaux doivent être lus et approuvés par la vice-présidence liée au dossier concerné, et ce, avant d'être acheminés au Service des communications.

Présidences régionales

Pour conserver la cohérence des messages du SFPQ, il importe de départager les responsabilités des personnes représentantes politiques des paliers national et régional :

- Le palier national traite des sujets d'importance nationale ;
- Le palier régional relaie les prises de position du palier national, en les adaptant à sa réalité régionale.

Lorsqu'elles concernent un enjeu propre à leur région, les personnes représentantes régionales peuvent également amorcer des communications publiques de manière autonome.

Sur leur territoire, les présidences régionales agissent comme porte-parole auprès des médias régionaux et locaux.

Dans leurs activités de communication, les présidences régionales peuvent compter sur l'aide de l'équipe du Service des communications. Il leur est fortement recommandé de contacter ledit service pour préparer leur intervention médiatique.

Les représentantes et représentants régionaux ont aussi pour responsabilité de partager l'information urgente du palier national au palier local, et vice versa.

Directions locales

Les dirigeantes et dirigeants locaux ont un rôle primordial à jouer dans le processus de communication. En effet, ils transmettent aux personnes déléguées syndicales les informations nécessaires à l'accomplissement de leur responsabilité principale, soit d'aider les membres et personnes cotisantes du SFPQ à résoudre les problèmes vécus dans leur milieu de travail.

Les gens des directions locales du SFPQ n'accordent pas d'entrevues aux médias au nom du SFPQ, sauf lorsque la présidence générale les y autorise.

Déléguées et délégués

Les personnes déléguées du SFPQ, lesquelles sont les plus près des membres et personnes cotisantes puisqu'installées dans leur milieu de travail, ont la responsabilité de leur partager toute l'information pertinente qu'elles reçoivent de la structure syndicale.

Il échoit principalement aux personnes déléguées de mobiliser les membres lors d'actions syndicales.

Les personnes déléguées du SFPQ n'accordent pas d'entrevues aux médias au nom du SFPQ, sauf si la présidence nationale les y autorise.

Membres et personnes cotisantes

Les membres et personnes cotisantes du SFPQ sont un pôle d'information pour le Syndicat. Grâce à ces personnes, le Syndicat a des ramifications dans les ministères et organismes dont il gère les conventions collectives.

C'est par le biais de l'Observatoire que les membres et personnes cotisantes peuvent partager différentes informations d'intérêt public concernant les services publics au SFPQ.

Il est de la responsabilité du membre et de la personne cotisante de s'informer des affaires de son syndicat.

Il est intéressant de se rappeler que le Service des communications, dans toutes ses communications, n'utilise que le terme « membre ».

Service des communications

L'équipe du Service des communications joue un rôle essentiel au chapitre de la circulation de l'information au sein de la structure syndicale du SFPQ. À cette fin, d'ailleurs, le Service des communications conçoit plusieurs outils, souvent en collaboration avec d'autres services.

PUBLICS CIBLES

Étant une organisation veillant aux droits des employés de l'État et à la défense des services publics, le SFPQ a de nombreux publics cibles internes et externes. Au fil des années, et afin de bien répondre aux exigences de ses multiples interlocuteurs, il a su développer et maîtriser plusieurs moyens de communication, lesquels seront présentés plus loin.

Publics internes

Membres

Les membres du SFPQ sont celles et ceux qui ont signé un formulaire d'adhésion leur permettant de voter lors des assemblées syndicales.

Cotisants

Les cotisants sont les gens qui n'ont pas adhéré au SFPQ à titre de membre, soit parce que jamais on ne le leur a offert, soit par choix.

Par le biais de communications enrichissantes et récurrentes, le SFPQ veut que les personnes cotisantes deviennent membres afin d'entendre leur voix lors des instances.

Structure locale

Les personnes membres de la structure locale sont les ambassadrices du SFPQ. Elles portent le titre de personne déléguée, de trésorière, trésorier, secrétaire, directrices, directeurs, vice-présidentes, vice-présidents, présidente et président. Elles ont notamment la responsabilité de transmettre l'information qu'elles reçoivent des paliers régional et national dans leur milieu de travail.

Le Syndicat doit les informer continuellement afin de les épauler dans leur travail auprès des membres et personnes cotisantes. Autant que possible, elles doivent recevoir l'information liée à leur milieu de travail avant les membres qu'elles représentent.

Publics externes

Médias

Si elles sont efficaces, les relations avec les médias permettent au SFPQ de maintenir un niveau élevé de visibilité. Misant sur sa notoriété, le Syndicat doit être crédible dans ses interventions, donc voir à en assurer sa signature professionnelle.

Grand public

Le grand public est indéniablement un utilisateur des services publics. Il est important toutefois de se rappeler que les pourfendeurs du mouvement syndical font également partie du grand public.

Résumé des moyens de communication

Le moyen de communication est un support qui permet la diffusion d'informations. Le SFPQ utilise les suivants :

Informer – Les outils de communications

- Babillards syndicaux ;
- Blogue de la Présidence (hébergé sur le site Web) ;
- Facebook ;
- Infolettres ;
- Instagram ;
- LinkedIn ;
- Mon SFPQ en ligne ;
- Productions imprimées ;
- Sites Web (nouvelles et pages à usage unique) ;
- Twitter ;
- Vidéos Infonégo ;
- Vidéos SFPQ Express ;
- YouTube.

Médiatiser – Les relations publiques

Répondre – Le service aux membres

- Boîte de messages courriel communication@sfpq.qc.ca et formulaire de contact
- Médias sociaux.

N'oubliez cependant pas que ces moyens de communication peuvent évoluer plus rapidement que la mise à jour de cette politique.

Détails des moyens de communication

Informer – Les outils de communication

Babillards syndicaux

Responsable : La personne déléguée

Public cible : Les membres et personnes cotisantes du SFPQ

Le SFPQ a installé des babillards dans les ministères et organismes desquels il gère les conventions collectives. Les personnes représentantes du Syndicat les utilisent pour y afficher des documents susceptibles d'informer et de mobiliser les membres et personnes cotisantes.

Les documents accrochés sur les babillards syndicaux proviennent parfois du palier national du SFPQ, parfois de l'initiative de ses personnes représentantes. Ces documents sont envoyés par courriel, remis lors d'assemblées ou téléversés sur l'application *Mon SFPQ en ligne*.

Blogue de la Présidence

Responsable : Le Bureau de la Présidence et le Service des communications

Public cible : Les membres du SFPQ et autres visiteurs Web

C'est la présidence générale qui écrit les articles publiés sous l'appellation de « Blogue de la Présidence » (site Web du SFPQ). La personne conseillère politique aide à la rédaction des articles.

Ces textes, sous la forme d'éditoriaux, révèlent l'opinion du Syndicat sur différents sujets d'actualité. Les articles du blogue sont partagés sur Facebook et autres médias sociaux, s'il est pertinent de le faire. Le Bureau de la Présidence vise la publication d'un article par mois.

Facebook et autres médias sociaux

Responsable : Le Service des communications

Public cible :

- Page Facebook, les comptes Instagram et Twitter : le grand public ;
- Groupes fermés Facebook : les membres du SFPQ d'accréditations précises.

Les plateformes Facebook, Instagram et Twitter sont utilisées pour informer, mais parfois aussi pour répondre à l'interrogation des gens y étant abonnés.

La vélocité à laquelle l'information circule sur les médias sociaux s'avère très utile pour communiquer rapidement un message à un grand bassin de personnes. Or, cette instantanéité comporte quelques risques, particulièrement en ce qui concerne le contrôle de l'information. Néanmoins, grâce à ses outils de veille, l'équipe du Service des communications assure un rigoureux suivi des échanges sur la plateforme.

Le Syndicat s'est aussi doté d'une nétiquette (*Politique relative à la nétiquette*), laquelle permet de contrôler, avec rigueur, les échanges irrespectueux.

Avec l'intention d'informer pertinemment ses cotisants et ses membres, outre sa page générale sur Facebook (SFPQ – Syndicat), le SFPQ a créé des groupes réservés à des accreditations. En voici le détail :

- SFPQ – Délégués ;
- SFPQ – Fonctionnaires ;
- SFPQ – Ouvriers ;
- SFPQ – Revenu ;
- SFPQ – Sépaq ;
- SFPQ – Réseau des jeunes ;
- SFPQ – Réseau des femmes ;
- SFPQ – Société québécoise des infrastructures.

Le SFPQ est doté d'une politique relative à la gestion de ses médias sociaux.

Infolettres

Responsable : Le Service des communications

Public cible : Les membres et personnes cotisantes du SFPQ

Le SFPQ achemine à ses membres et personnes cotisantes des infolettres.

Voici un aperçu des nouvelles que le SFPQ partage par infolettre :

- Annonce d'un sondage ;
- Mise à jour d'un processus de négociation ;
- Publication d'un mémoire ;
- Publication d'une vidéo ;
- Partage d'un article du Blogue ;
- Annonce d'un évènement ;
- Etc.

LinkedIn

Responsable : Le Service des communications

Public cible : Le grand public

La page LinkedIn du SFPQ sert principalement au SFPQ à publier les offres d'emploi produits par son Service des ressources humaines.

Mon SFPQ en ligne

Responsable : Le Service des communications et le secrétariat général

Public cible : Dirigeants locaux et délégués

L'application *Mon SFPQ en ligne* est le centre de documentation virtuel du SFPQ. C'est dans cette application que le secrétariat général de l'organisation dépose des documents à l'usage de ses personnes représentantes ; celles-ci doivent s'inscrire pour y avoir accès.

Productions imprimées

Responsable : Le Service des communications

Public cible : En fonction de l'outil

Le SFPQ produit des documents imprimés et des objets promotionnels servant à sa notoriété et à ses besoins de mobilisation et de recrutement. Ils doivent absolument respecter l'image de marque du SFPQ, laquelle est régie par des normes graphiques.

C'est l'équipe du Service des communications qui gère les normes graphiques du SFPQ.

Site Web et pages Web à usage unique

Responsable : Le Service des communications

Public cible : Tous les publics cibles

Sur le site Web du SFPQ, il est possible de créer des pages Web à usage unique ; cette responsabilité échoit au Service des communications.

Vidéos

Responsable : Le Service des communications

Public cible : Les membres du SFPQ.

Les vidéos sont réalisées à la suite d'une instance, et selon les besoins déterminés par les élus responsables desdites instances. Elles peuvent également être réalisées à la suite d'un événement important dans l'actualité du SFPQ (manifestation, rencontre politique, dénonciation) qui pourrait intéresser ses membres.

Ces vidéos, partagées sur Facebook ou par une infolettre, sont précisément destinées aux personnes représentantes du SFPQ n'ayant pu assister à l'instance ou à l'évènement, ainsi qu'au grand public intéressé.

YouTube

Responsable : Le Service des communications

La chaîne YouTube du SFPQ sert à héberger (gratuitement) les vidéos qu'il produit.

Médiatiser – Les relations publiques

Au SFPQ, une personne conseillère du Service des communications est responsable des relations avec les médias. Or, elle n'est pas la porte-parole officielle du Syndicat. Elle doit cependant être informée de tous projets de sortie publique de la part d'une personne représentante du SFPQ.

Le Bureau de la présidence du SFPQ est responsable de coordonner les activités médiatiques de l'organisation.

À l'occasion, le Syndicat, en partenariat avec d'autres organismes, ou seul, organise un point de presse, lequel a souvent lieu à l'Assemblée nationale. Les événements les plus médiatisés du Syndicat sont les actions reliées aux négociations comme les grèves.

Le SFPQ est doté d'un guide d'intervention médiatique.

Répondre – Le service aux membres

Boîte de messages courriel communication@sfpq.qc.ca et formulaire de contact

Les internautes peuvent communiquer avec le Syndicat par le biais de l'adresse courriel citée ci-dessus. C'est l'équipe du Service des communications qui gère cette adresse. Les messages qu'elle y reçoit sont transférés aux personnes représentantes du Syndicat qualifiées pour répondre à l'interrogation du correspondant.

Les personnes peuvent également contacter le SFPQ par le biais du formulaire de contact accessible sur son site Web.

Normes graphiques

Le Service des communications a la responsabilité d'approuver les productions visuelles produites par et pour le Syndicat, lesquelles doivent respecter les normes graphiques du SFPQ.

Le SFPQ est doté d'une politique relative à ses normes graphiques.

Rédaction épïcène

La rédaction épïcène est une pratique d'écriture visant à contrer le sexisme de la langue française en donnant aux femmes et aux hommes une visibilité égale dans les textes.

Quand on parle de féminisation linguistique, il faut distinguer deux niveaux : celui des mots – féminisation lexicale – et celui du texte – rédaction épïcène. Cette dernière consiste à employer des appellations au féminin à côté des appellations au masculin, à abandonner progressivement le masculin générique (englobant les deux genres) et à offrir une égale représentation des femmes et des hommes dans le texte.

Voici les cinq principes généraux servant de balises à une rédaction épïcène de qualité :

1. Abandonner la rédaction intégrale au masculin générique pour désigner des hommes et des femmes.

Il faut employer le masculin générique avec parcimonie pour désigner un ensemble mixte constitué d'hommes et de femmes. L'emploi d'une note préliminaire comme : *dans ce texte, le masculin englobe les deux genres et est utilisé pour alléger le texte* ne permet pas d'assurer une égale représentation des femmes et des hommes dans le texte. Ce type de note est désuet.

2. Penser et rédiger de manière épïcène.

Il est plus facile de féminiser un écrit dès le départ plutôt que de modifier un texte qui a été au préalable rédigé au masculin générique. Il faut donc se préoccuper de la visibilité des femmes à l'étape même de la conception du texte.

3. Utiliser toute la gamme des procédés disponibles.

Toute la gamme des procédés de rédaction épïcène doit être maîtrisée et exploitée judicieusement selon le contexte, dans le but de rendre le texte plus équilibré et d'éviter qu'il soit monotone.

4. Adapter la rédaction épïcène à chaque type de texte.

La rédaction se fera différemment selon le type de texte (publicitaire, informatif, spécialisé, vulgarisé, pédagogique, etc.). Il faut évaluer s'il est plus pertinent, pour rendre une idée, d'opter pour un doublet complet ou pour une formulation neutre. Il est important d'accorder une attention particulière aux documents de type protocole ou procédure, qui doivent être rédigés de manière à éviter une mise à jour lorsque les intervenants et les intervenantes changent, par exemple lorsqu'un nouveau directeur remplace une directrice.

5. Utiliser les doublets abrégés seulement dans les contextes où l'espace est restreint ou dans les écrits de style télégraphique.

Selon ce qui est indiqué dans l'avis de l'Office québécois de la langue française sur la féminisation des appellations de personnes et la rédaction épïcène, dans les textes en général, l'utilisation des doublets abrégés (formes tronquées) n'est pas recommandée.

Trois règles sont à la base de la rédaction épïcène :

1. Intégrer dans les textes des formes féminines et masculines et avoir recours à des formulations neutres et des termes épïcènes pour éviter la lourdeur du style.
2. Pour les noms et les pronoms, privilégier l'emploi des formes féminine et masculine plutôt que seulement masculine.
3. Utiliser des termes génériques, mais pas de façon systématique.

Référence : Office québécois de la langue française